

No-Line Dinner // Kulinarik

mcbw Interview mit Jörg Sellerbeck

Sind Sie hungrig auf Inspiration? Wir auch!

Im Rahmen der Munich Creative Business Week (mcbw) veranstaltet rpc eine kulinarisch-technologische Reise zur Kundeninteraktion von morgen. Dabei vermitteln unsere rpc Experten aus den Bereichen Design, Strategie, Data Analytics und Consulting spannende Informationshappen to go. Vom App-Etizer über Foodpairing bis hin zum Speculative Snacking – beim No-Line Dinner ist der Blick über den Tellerrand inklusive. Beim Rundgang durch das rpc-Office durchlaufen die Besucher verschiedene kulinarische Stationen, die ihnen gleichzeitig einen Einblick in die Customer Journey von morgen geben – exklusiv von unseren Experten: CX-Expertin Maïke Burger zum Persona-Design, Data-Analytics Expertin Doris Prauschke zum Predictive Modelling, Change Management Expertin Kerstin Thinner zur agilen Transformation sowie Customer Experience Design Expertin Felix Brennecke zu aktuellen Trends im Retail Design. Eine kleine Vorspeise zum Hauptgericht bietet das folgende Interview mit Jörg Sellerbeck. Freuen Sie sich auf neue Zutaten!

Jörg Sellerbeck arbeitet als freier Konzeptionier in dem weiten Feld der Live-Kommunikation. Er ist ausgebildeter Koch und Architekt sowie Gründer des „Labor für angewandte Alltagsliebe – Raumkulinarik“. Als Spezialität etablierte er an der Schnittstelle zwischen Kulinarik und Szenografie die Methodologie der „Kulinarik als Kommunikationsmedium“. Aus diesen Arbeiten heraus ergaben sich neben Inszenierungen an verschiedenen Theatern u. a. diverse Lehraufträge im Fachbereich Szenografie an der HfG Karlsruhe und der HGK Basel mit einem kulinarisch-inszenatorischen Schwerpunkt von „gepfefferten Räumen“, „Sehnsuchtsorte zu SehnsuchtsTorte“ bis hin zum „Schlaraffenland“. Jörg Sellerbeck ist Kooperationspartner im „Internationalen Forum Gastrosophie“, eine am Gemeinwohl orientierte Denkunternehmung. Für das No-Line Dinner im Rahmen der mcbw konzipiert und kreiert Jörg die gesamte gustatorische Szenografie und kredenzt die Kulinarik als Kommunikationsmedium.

Jörg, wie bist du auf die Idee gekommen, die Kulinarik als Kommunikationsmedium zu nutzen, um Inhalte und Botschaften erlebbar zu machen? Und wie funktioniert das?

Jörg Sellerbeck: Die Methodik der Kulinarik als Kommunikationsmedium entwickelte sich aus den freien künstlerischen Arbeiten im Zuge des „Labors für angewandte Alltagsliebe“ heraus. Grundlage und Antrieb dieser Methodik ist das Geschichtenerzählen mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln: als Koch die Kulinarik, als Architekt die Rauminszenierung und als Konzeptionier die Übersetzung komplexer Botschaften in eine für den „Gast“ mit allen Sinnen wahrnehmbare Erlebniskommunikation.

Diese Art der sogenannten gustatorischen Szenografie etabliert die Kulinarik als Kommunikationsmedium. Sie hebt die Trennung zwischen Catering und Informationsvermittlung sowie Unterhaltung auf und macht die Botschaft für alle erfahrbar. Den Blick auf den Alltag zu schärfen und Räume und Alltagsgegenstände von Ihren Konventionen zu lösen, ist im Begriff der „Alltagsliebe“ wesentlich. Ziel dieser Sichtweise ist es, die Dinge spielerisch aufeinander „krachen“ zu lassen, sie in neue, andere Zusammenhänge zu setzen und Neuartiges entstehen zu lassen.



Wie siehst Du die agile Transformation in Bezug zu unserer Esskultur?

Jörg Sellerbeck: Aufgrund meiner Ausbildung im kreativ-künstlerischen Milieu schätze ich agiles Arbeiten sehr. Agile Transformation begreife ich als Magie der Möglichkeiten, die die Digitalisierung in Bezug auf unsere Ernährung bietet. Die Transformation unserer Esskultur bedeutet für mich nicht die Ertrags- und Gewinnmaximierung, sondern die stärkere Hinwendung zu einer nachhaltigen und handwerklich geschmackvoll verarbeiteten Ernährung. Auf den Tisch kommen kulinarische Köstlichkeiten, die möglichst regional und ökologisch nachhaltig produziert, die fair gehandelt und handwerklich geschmackvoll verarbeitet sind. Die Kulinarik als Kommunikationsmedium hat die Kraft, zur Vermittlung von Inhalten und Botschaften genutzt zu werden und einen sättigenden Mehrwert zu servieren. Im Rahmen des No-Line Dinners kommen die rpc spezifischen Themen, die eine kundenzentrierte Transformation fördern auf die „Mehrwerttabelle“ und damit auch auf den Tisch. Genießt es!

Ihre Ansprechpartnerin:

rpc – The Retail Performance Company
Inspiring customer-centric transformation

Katharina Weindl
Marketing Manager
Tel.: +49 (0)160 973 244 09, E-Mail: katharina.weindl@rpc-partners.com

The Retail Performance Company

The Retail Performance Company (rpc) ist eine Beratung, die Unternehmen bei vertrieblichen Fragestellungen unterstützt. Mit den Service-Bereichen Consulting, Coaching, Training, HR Services, Retail Design und Data Analytics bieten wir unseren Kunden ganzheitliche Lösungen an, um sie auf dem Weg zu einer kundenorientierten Transformation zu begleiten. Unser Fokus liegt auf der Schaffung inspirierender Kundenerlebnisse für eine nachhaltige und wertschöpfende Beziehung zwischen Marken und Endkunden. rpc wurde im Jahr 2013 als Joint Venture von der BMW Group und der h&z Unternehmensberatung AG gegründet und ist in neun Ländern vertreten. Für weitere Informationen: <http://www.rpc-partners.com>. Folgen Sie uns auf LinkedIn und XING.