

**Büro Spezial - Das Ergonomie-Magazin**  
Heft 04/05 - September 2005

**büro** Das Ergonomie-Magazin

**büro**

Heft 04/05 - € 8,00 - A44762

**SPEZIAL**

**HUMAN OFFICE**  
**Die Ergonomie ist tot?**  
Plädoyer für einen Begriff

**BÜROBEDARF**  
**Griffige Stifte**  
Schreibgeräte mit Grips und Stil

**TECHNIK**  
**Digitale Diktiergeräte**  
Modernes Aufzeichnen von überall

**of:**  
Office Forum 2005  
Das Programm ist  
total professionell  
4. und 5. November 2005  
Berlin  
www.officeabc.de

**Erlebniswelt Büro**  
Telefonie, Videokonferenzen, Raumkonzepte

[www.OfficeABC.DE](http://www.OfficeABC.DE)

**Arbeitsklima**

# Kunst im Büro

## Weil der erste Eindruck zählt



*Bulle und Bär schmücken den Aktionär – aber auch das Büro des Börsenmaklers.*



*Was würde dagegen eine triste Wandverkleidung über das Unternehmen aussagen?*



*Zwei Bilder in einem Besprechungsraum.*

**Im Zeitalter von Mobilitätswahn und Discountomanie gerät vieles aus dem Blick. Dazu gehört auch die Kunst. Viele Unternehmen verzichten in ihren Räumlichkeiten auf sie und berauben sich damit eines Erfolgsfaktors. Petra Obermayr stattet Unternehmen mit CI-gerechter Kunst aus.**

Bei gleicher Qualifikation von Unternehmen entscheiden die weichen Verkaufsfaktoren immer mehr!

### **Beispiel 1: Das Alleinstellungsmerkmal**

Sie haben drei Unternehmen mit gleicher Angebotspalette und gleichem Qualitätsniveau. Es geht um einen großen Auftrag. Die Verhandlungen werden in den Räumlichkeiten der Anbieter geführt. Der Auftraggeber möchte sich einen Eindruck verschaffen. Alle drei Anbieter führen perfekte Verkaufsgespräche, präsentieren optimal ihr Know-how, ihre Produkte und bieten die richtigen Preise an. Ein Anbieter hat seinem Empfang und seine Besprechungsräume mit Kunst ausgestattet. Kunst, die thematisch auf das Unternehmen und dessen Werte

eingeht. Man spricht über die Kunst, man spricht über Hintergründe, man spricht über Ideen, man spricht über das Unternehmen ... Verbindungen werden geschaffen und damit die emotionale Basis für gute Geschäfte.

### **Beispiel 2: Partner und Mitarbeiter des Unternehmens**

Besucher warten im Empfangsbereich des Unternehmens. Sie sind sensibel und neugierig und nehmen möglichst alles auf, was um sie zu sehen und zu erleben ist. Die innere Einstellung „pro oder kontra“ zum Unternehmen läuft genau in diesen Augenblicken über den Bauch ab und ist hinterher kaum noch zu beeinflussen.

Das gilt für Geschäftspartner, Geldgeber und Lieferanten ebenso wie für Bewerber, Mitarbeiter und alle anderen (wichtigen!) Besucher.

### **Das Konzept**

Die identity of art Ltd. erstellt Kunst-Konzepte für Unternehmen, individuell und genau auf das Unternehmen abgestimmt. Das Unternehmen schafft Kunstkonzepte für die ideale Kommunikationsebene der Unternehmenswerte und -stärken. identity of art Ltd. führt Künstler und Unternehmen zusammen – kreativ, stimmig und kompetent.

### **Spürbarer Erfolg**

Seit einigen Jahren stattet identity of art Ltd. u. a. ein Business Center mit Kunst aus. Die Idee entwickelte sich schlagartig weiter, als auffiel, dass die Büros, die mit Kunst – in diesem Fall mit Gemälden – ausgestattet waren, immer als erste gebucht wurden. Die Anzahl der Gemälde wurde daraufhin erhöht und der positive Effekt für das Business Center genutzt. Wettbewerber im direkten Umfeld hatten zur gleichen Zeit wesentlich weniger Büros vermietet.

### **Kunst sagt mehr als tausend Worte**

Kunst ist die Basis für eine einzigartige und individuelle Kommunikation zwischen dem Unternehmen und dessen Besuchern. Wer diese Chance nutzt, kann sein Unternehmen und dessen Inhalte optimal präsentieren und emotionale Alleinstellungsmerkmale für sich nutzen.



Petra Obermayr,  
Geschäftsführerin,  
identity of art Ltd.  
[www.identity-of-art.de](http://www.identity-of-art.de)