

Change Management:
Personalrisiken unterschätzt

www.chefbuero.de

H 30941

CHEFBÜRO

IT- & Business-Magazin für Führungskräfte

Nr. 7 - September 2011

Titelstory

Gewachsene Kompetenz: 20 Jahre VOI

«VOI»

Foto: istockphoto



ISSN 0343-348X
34. Jahrgang · 6,- €

**Lösung für KMU:
Rechnungen
per EDI
versenden**

**Stuttgarter Messe-Duo:
Highlights zur
IT & Business
und DMS-Expo**

**Logica-Methodik:
Individuelle
Wege in
die Cloud**

Scandinavian Business Seating: Corporate Responsibility Report

identity of art Ltd.:

Der erste Eindruck zählt

Seit 2007 firmieren die drei st...

Als Unternehmer beschäftigen Sie sich sicherlich mit drängenden Fragen zum Vertrieb, zum Marketing, zu Ihren Produkten und vor allem zu Ihren Kunden. Das ist wichtig und richtig. Aber haben Sie sich schon einmal die folgenden Fragen gestellt: „Wie schaut es in Ihren Räumlichkeiten aus? Welche Besucher empfängt Ihr Unternehmen? Welchen Eindruck hinterlassen Ihre Räumlichkeiten bei Ihren Besuchern?“

Petra Obermayer, Geschäftsführerin der identity of art Ltd.: „Jedes Unternehmen hat eigene Werte, Stärken und Themen, die es einzigartig machen. Diese Werte sollten Unternehmen für ihre Selbstdarstellung gezielt nutzen.“ Die identity of art Ltd. hat sich daher darauf spezialisiert,

Unternehmensräumlichkeiten für Mitarbeiter, Kunden, Besucher und Bewerber positiv, stimmig und beeindruckend darzustellen. Dazu entwickelt sie für ihre Kunden Konzepte, für einen einzelnen Raum oder auch für das gesamte Gebäude. Das Angebot umfasst Auftragskunst in Originalen oder Drucken; Gemälde, Skulpturen,

Installationen und Fotodrucke. Basis der Beratungen ist immer eine Analyse der Ist-Situation sowie der inhaltlichen, räumlichen und finanziellen Möglichkeiten eines Unternehmens. Eine stimmige Selbstdar-



Petra Obermayer
Geschäftsführerin
der identity of art Ltd.



stellung der Unternehmensinhalte hat in erster Linie mit Bewusstsein zu tun. Wer einmal erkannt hat, wie wichtig der erste Eindruck ist, wird diesen Bereich für sich nutzen. Prospekte, Firmenzeitschriften, Poster, Fotos, Landkarten, TV-Screens sind einige der Möglichkeiten. Aber reicht das, um sich bei externen Besuchern und wichtigen Geschäftspartnern zu positionieren, Bindungen zu schaffen und sich positiv von anderen abzuheben?

Petra Obermayer hat hierzu eine klare Meinung: es reicht nicht, wenn man sich unter den Ersten positionieren möchte. Und hier kommt die Dienstleistung von identity of art ins Spiel. Aus den vielen unterschiedlichen Aspekten, Wünschen, Anforderungen und Mög-

lichkeiten entwickelt das Unternehmen für jeden Kunden ein individuelles Kommunikationskonzept, das künstlerisch umgesetzt wird.

Ob Empfangsbereiche, Besprechungsräume, Mitarbeiterbüros, Kantinen, Raucherzonen, Wartezonen, jeder Bereich hat seine eigenen Aufgaben und das spiegelt sich auch in den Konzepten wider. Themen wie Zielgruppenansprache, Mitarbeiterbindung und -motivation ist nur ein Teil der zu erzielenden, möglichen Wirkungen. identity of art ergänzt zudem bestehende Kunstkonzepte, schlägt thematische "Bögen" und berät bei der Auswahl.

www.identity-of-art.de