D77730 | www.cebra.biz

April – 3|2009

cebra

Zeitschrift für effiziente Beschaffung rund um Büro und Arbeitsplatz

Zukunft

Kirchen entdecken ihre Marktmacht im Einkauf

Praxis

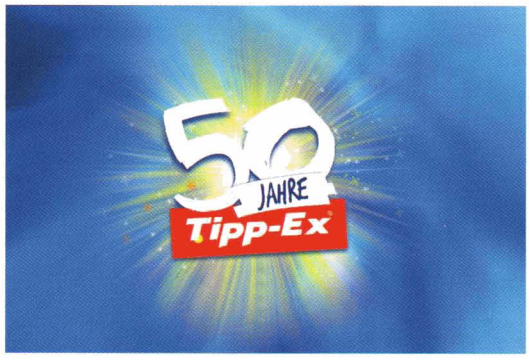
Umweltfreundlicher Einkauf bei der Frankfurter Sparkasse

E-Procurement

Mollenkopf – Mittelstand erkennt Potenziale

Special

Innovative Sitzgelegenheiten für das Büro



Office Gold Club: Highlights der Marken-Roadshow, S. 25
Titel: Happy Birthday „Tipp-Ex" – die Geschichte einer Marke, S. 46
Special: Druck-Dienstleistungen mit Einsparmöglichkeiten, S. 39

powered by BusinessPartner PBS
Die Zeitschrift für Handel und Industrie

Künstler Hans Nordmann: „10 Jahre maxpool"; Siebdruck auf Holz – 100 x 140 cm – 2008; Auftragskunst von maxpool Servicegesellschaft für Finanzdienstleister mbH, Hamburg. Kunstkonzept: www.identity-of-art.de

Der erste Eindruck zählt

Das gilt nicht nur für Menschen, sondern auch für Firmengebäude und -räumlichkeiten. Wenn eine Büro-Neugestaltung umgesetzt ist, fehlen manchmal „nur" noch die Bilder an den Wänden. Hier kommt Identity of art Ltd., spezialisiert auf Auftragskunst, ins Spiel.

Zunehmend mehr Unternehmen beziehen künstlerische Arbeiten in ihre Unternehmensentwicklung mit ein, um ihre Unternehmenskultur zu zeigen.
Das geschickte Zusammenspiel von Kunst und Unternehmen signalisiert dem Betrachter auf angenehme und anregende Weise die Unternehmensphilosophie und verschafft ein positives Image. Aber es geht nicht darum, einfach nur Gemälde die Wand zu hängen.
Um eigene Werte zu transportieren, müssen Kunst und Unternehmen zusammenpassen. Image und künstlerischer Ausdruck müssen harmonieren. Um das herauszufinden, führt Petra Obermayr, Geschäftsführerin der identity of art Ltd., Gespräche mit den Entscheidern und entwickelt danach stimmige Kunstkonzepte, die auf die Unternehmenswerte abgestimmt sind.
Petra Obermayr, die jahrelang im Außendienst Dienstleistungen an Konzerne und mittelständische Unternehmen verkauft hat, weiß aus dem Besuch von über 800 Unternehmen, wie entscheidend der erste Eindruck ist. „Besucher oder Kunden eines Unternehmens sind sehr sensibel, wenn sie zum ersten Mal in fremden Räumen sind. Sie haben Zeit genug, den Auftritt auf sich wirken zu lassen." Die innere Einstellung „pro oder contra" zum Unternehmen läuft genau in diesen Augenblicken instinktiv ab. Und diese Chance lässt sich nutzen, wenn man mit Bildern die eigenen Werte transportiert. „Kunst ist ein ideales Medium, um mit Kunden, Besuchern und Mitarbeitern ins Gespräch zu kommen und Bindungen zu schaffen."
Petra Obermayr hat im Zuge ihrer „identity of art Ltd." einen Künstlerpool aufgebaut, auf den sie aufsetzt, um als Dienstleisterin Künstler und Unternehmen in einzigartigen Kunstkonzepten zusammenbringt.

Petra Obermayr, Geschäftsführung identity of art Ltd.

Zahlreiche Beispiele und Referenzen belegen die erfolgreiche Arbeit der Agentur. Zu den Kunden zählen zum Beispiel Versicherungen, Banken- und Finanzdienstleister sowie Software-Hersteller.
www.identity-of-art.de