



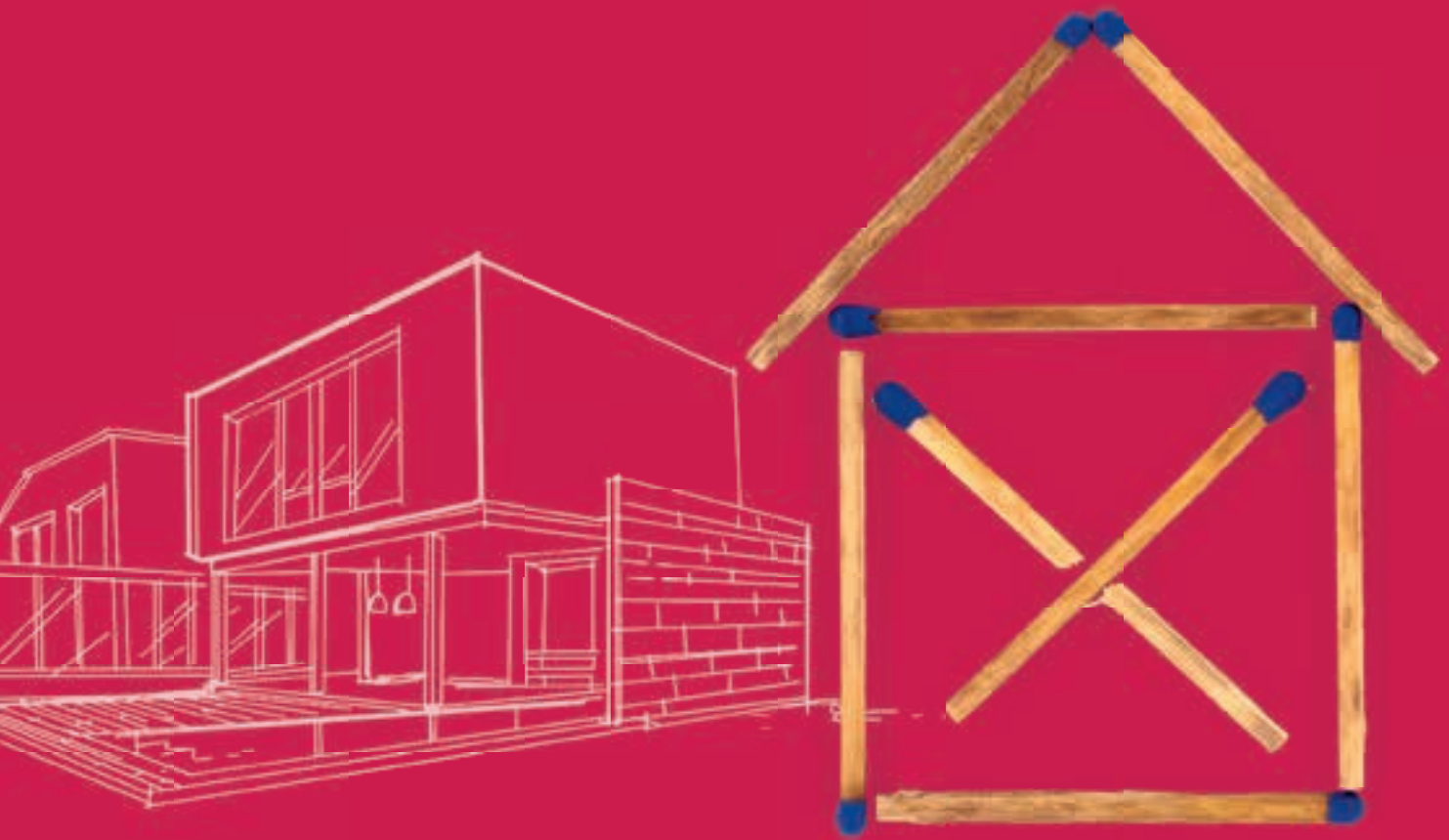
LERNENDE ORGANISATION

Zeitschrift für Relationales
Management und Organisation

Nº 124

Verlag Relationales Management

Euro 28,99 / sFr 30,02
www.irbw.net



GESCHÄFTSMODELL: **NEU**

- Wie sie visionäre, bahnbrechende Produkte entwickeln
von Radhika Dutt
- Neue Geschäftsmodelle über Johnny Carsons Pizza und Elon Musks Impression Amplifiers
von Mario Herger
- Zukunftstrends für ihr Geschäftsmodell
von Sonja Radatz



Dkfm. (FH) Sonja Dolzer

arbeitet seit fast 20 Jahren an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Kunst. In ihrer wissenschaftlichen Arbeit *Return on Culture* setzt sie sich mit den Effekten von Kunst in Organisationen und Regionen auseinander und beschreibt die langfristigen Auswirkungen auf Gesellschaft, Unternehmen und Regionen. Mit der BURN-IN Galerie-Agentur in Linz und Wien etablierte die Betriebswirtin 2009 eine Denk-, Tu- und Sinnfabrik für Unternehmen, Kommunen, Künstler und Kunstsammler. Als Kuratorin entwickelt sie seit mehr als 10 Jahren sinnliche virtuelle und stationäre Kunst- und Denkräume. Seit 2020 bespielt sie atypische Locations, mit dem Sideeffekt der Demokratisierung zeitgenössischer Kunst.



*Dkfm. (FH) Sonja Dolzer (BURN-IN Gründerin) erreichen Sie unter:
s.dolzer@burn-in.at bzw. www.burn-in.at*

GREENART RETURN ON CULTURE: EIN UNGEWÖHNLICHES GESCHÄFTSMODELL

von Sonja Dolzer

Die aktive, nachhaltige Gestaltung und Schaffung von lebendigen Unternehmenskulturen und sinnlichen Marken zählt zu den fundamentalen Aufgaben prosperierender Organisationen. Sie bilden das tragfähige Fundament für nachhaltigen Erfolg, sowohl im monetären als auch im immateriellen Kontext. Richtig strategisch eingesetzt verändert zeitgenössische Kunst vieles, meint Sonja Dolzer. Sie beschreibt in ihrem Artikel ihr holistisches Geschäftsmodell des BURN-IN Ansatzes und das Potential, das im Ökosystem Kunst steckt. GreenART steht so für eine ausbalancierte, kultivierte Welt mit lukrativer Rendite, dem Return on Culture.

Die UNESCO verschreibt sich seit vielen Jahren dem weltweiten Schutz von materiellen Kulturgütern (Bauten, Denkmälern) und dem immateriellen Kulturerbe, dokumentiert und publiziert kontinuierlich alle relevanten Positionen weltweit, schafft Bewusstsein für den sorgsamsten Umgang mit den Ressourcen, Kulturgütern und dem Kulturerbe, wurde von 178 Ländern ratifiziert und schafft damit einen wichtigen Meilenstein für zukünftige Generationen.

*Kultur ist auch ein bestimmender Faktor
in der Wirtschaft.*

Doch Kultur ist auch ein bestimmender Faktor in der Wirtschaft und wirkt in Richtung Makro- und Mikroökonomie. Sie prägt und verändert Völker, Organisationen und Personen. Mit diesem Bewusstsein ausgestattet obliegt es uns selbst, be-

wusst eine Welt zu gestalten, die ein konfliktfreies, faires Zusammenleben garantiert.

Aus dem Dreisäulen-Modell der Nachhaltigkeit entwickelte sich die CSR (Corporate Social Responsibility). Die bewusste Auseinandersetzung mit der Verantwortung von Unternehmen für Auswirkungen auf die Gesellschaft wurde zu „dem“ Wettbewerbsfaktor für erfolgreiche Organisationen schlechthin — und sie bildet die Grundlage für unser Geschäftsmodell: Denn oberflächliches Greenwashing wird seit einiger Zeit rigoros enttarnt und zerstört sogar stabile Beziehungen, die durch immaterielle Ressourcen (Humankapital, Marken und die Unternehmenskultur) maßgeblich geprägt werden. Der Megatrend dieser stark steigenden immateriellen Vermögenswerte in Unternehmen in Relation zu den Sachwerten dokumentiert diese dynamische Entwicklung und verdeutlicht, dass beide Faktoren enormen Einfluss auf eine authentische DNA einer Organisation haben, die es aktiv zu gestalten und weiterzuent-



wickeln gilt, um langfristig erfolgreich am Markt agieren zu können.

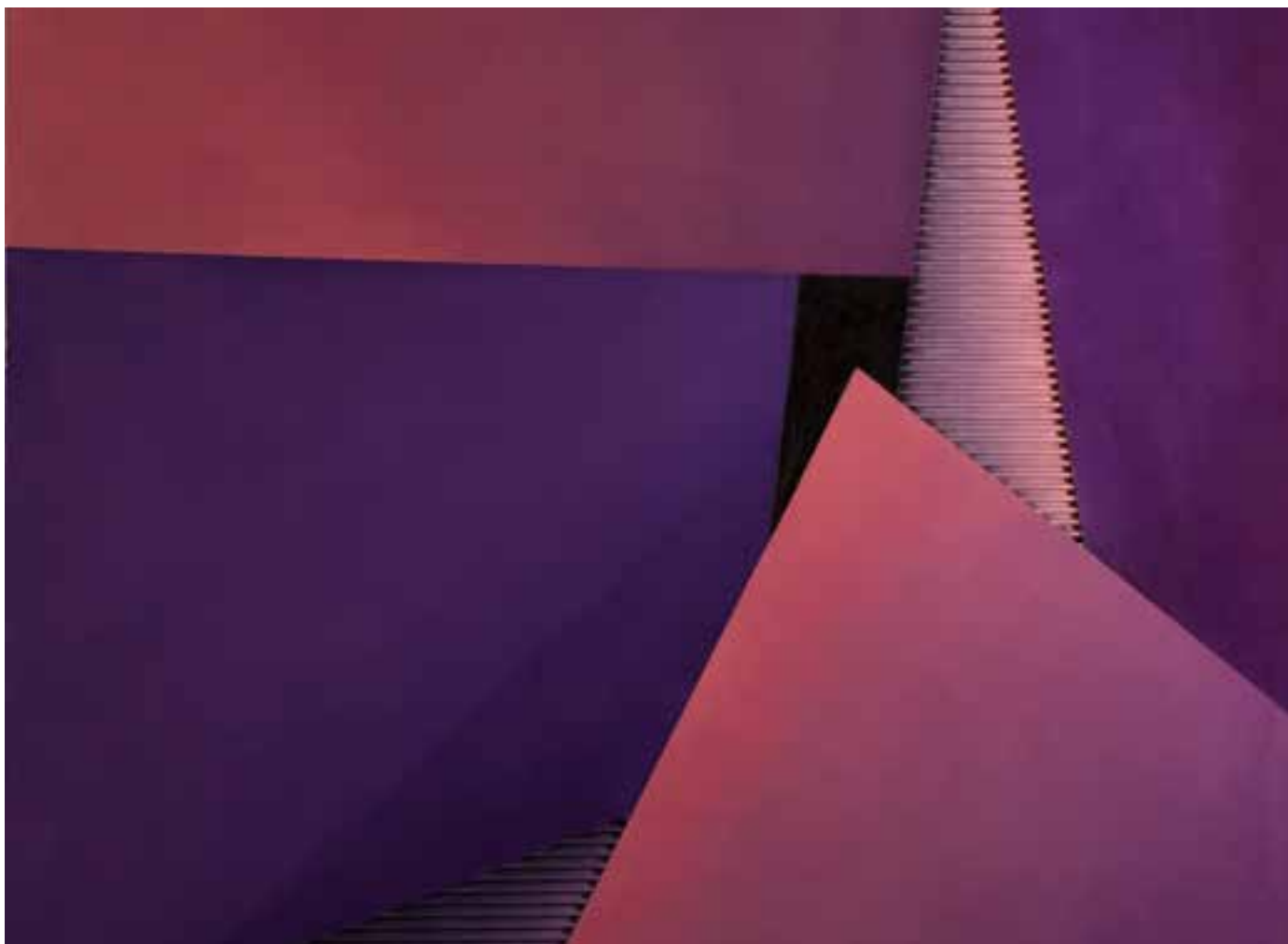
Es gilt dabei — und das ist durchaus herausfordernd —, den Interessen aller Anspruchsgruppen gerecht zu werden. Ernest Hemingway schrieb in seinem Bestseller „Wem die Stunde schlägt“ zu John Donne folgende Zeilen, die gerade in Zeiten der Pandemie und des Kriegs größte Aktualität besitzen: „Kein Mensch ist eine Insel, ganz für sich. Jeder Mensch ist ein Stück des Kontinents, ein Teil des Ganzen. [...] und darum lasse nie jemanden wissen, für wen die Glocke schlägt. Sie schlägt für dich!“ Auf das Thema der CSR übertragen, steht jeder vor der Herausforderung, transformativ im Sinne der CSR zu agieren und die immateriellen Ressourcen kreativ und effektiv zu „kultivieren“.

GREENART UND BURN-IN: DAS GESCHÄFTSMODELL

Mit zeitgenössischer Kunst, in diesem Fall GreenART, schaffen wir Game Changer für Unternehmen

und die Gesellschaft. Die Soziale Plastik, also der Anspruch von Kunst, auf die Gesellschaft positiv einzuwirken, verändert das gesamte System durch ihre unvergleichliche Ästhetik und Aussagekraft, und transferiert Umweltrelevanz und Sinnstiftung im Tun und in der Arbeit. Sie steht für Innovation, Dynamik, Diversität, Interdisziplinarität, Offenheit, vernetztes Denken und Arbeiten, Authentizität und visuelles Storytelling. Sie entwickelt enorme Strahlkraft und mutiert so zu einem besonders wertvollen Asset.

Mit BURN-IN verfolgen wir ein Geschäftsmodell, das mit der Denk-, Tu- und Sinnfabrik nachhaltige, maßgeschneiderte GreenART Beratungen, Schulungen und Konzepte für Organisationen und Unternehmen bietet und so an der Schnittstelle zwischen Kunst und Unternehmen agiert. Mit einem Portfolio aus Kampagnen & Workshops (Kunst-Branding, Creative Placemaking, Vision, Positionierung, Teambuilding und Konzepten), Kunst-Ausschreibungen, curated by, Kunst-Ausstellungen, Storytelling, Corporate Art, Corporate Architecture und der Nutzung von Ge-



bäuden als Markenbotschafter sowie dem Kunst-online-Depot (1.000 Werke, 20 Kunstschaaffende) und nicht zuletzt mit Auftragskunst helfen wir Unternehmen, auf „strategische“ GreenART zu setzen und das in ihr ruhende Potenzial zu nutzen. So gestalten wir mit dem Ökosystem Kunst facettenreiche, lebendige Unternehmenskulturen und authentische emotionale Marken, und modellieren mit Natur- und Kunstschönem auch die Welt, die unsere Kundenorganisationen umgeben.

Die „Strategische Kunst“ wirkt gleichermaßen in Richtung (potenzieller) MitarbeiterInnen und Kunden.

Das Ergebnis ist dann jeweils ein hoher Return on Culture als vielversprechender Perspektive und zentraler Asset.

Die „Strategische Kunst“ wirkt dabei gleichermaßen in Richtung (potenzielle) MitarbeiterInnen (Employer-Branding) und Kunden (Image, Be-

kanntheitsgrad, Kommunikation, Unternehmenskultur). Mit GreenART behandeln wir die relevanten großen Themen unserer Zeit, eröffnen einen zeitgenössischen Dialog und geben unterschwellig Antworten auf die brennenden Fragen der Stakeholder. Wir transportieren Werte und Haltungen und machen Wichtiges sichtbar, auch unterschwellig und emotional.

Unsere Möglichkeiten sind dabei breit gefächert. Auftragskunst, künstlerische Interventionen und Workshops (mit den Schwerpunkten Kreativität, Offenheit Neuem gegenüber, Innovationsförderung, Teambuildings, Unternehmenskultur) bilden ein breites Spektrum an neuen Zugängen, die zusätzlich durch die facettenreiche Vielfalt an Disziplinen wie Malerei, Plastik, Installationen, Performance, Video- und Konzeptkunst maßgeschneidert und emotional aufgeladen werden. Für Organisationen eröffnet sich eine bunte, lebendige Spielwiese, die sich abseits der klassischen Corporate Art Collections und des bewährten (aber durch Evaluierungen in Diskussion geratenen) Kunst- und Kultursponsorings aufbaut. ■

Gestalten Sie regelmäßig Ihre Zukunft

Wer die LO regelmäßig liest, gestaltet die Zukunft bewusst – und erfolgreich. Die LO erscheint 6 x jährlich zu einem Schwerpunktthema.



Wählen Sie jetzt Ihr maßgeschneidertes Abo-Angebot!



ZUM EINSTIEG

LO Print-Mini-Abo
2 Ausgaben um nur € 27,26 + MwSt.



FÜR HAPTISCH ANSPRUCHSVOLLE

LO Print-Jahresabo
6 Ausgaben um € 109,08 + Versandkosten + MwSt.



FÜR TABLET-FREAKS

LO PDF-Jahresabo
6 Ausgaben um € 49,99 + MwSt.



FÜR THEMEN-USER

LO Komplett-Abo
1 Jahr Zugriff auf alle bisherigen LO Artikel
UND Jahres-PDF-Abo (6 Ausgaben) gesamt um € 166,66 + MwSt.

Jetzt bestellen: www.irbw.net

Hier gestalten Sie ihre Zukunft

Der Relationale Ansatz des IRBW bringt Sie in Führung.

Wer hinter der Zeitschrift LO Lernende Organisation steht:
Das IRBW mit seinem Relationalen Ansatz.
Im Schloss Schönbrunn in Wien und in Ihrem Unternehmen.

BERATUNG – *Relationaler Change* • *Relationale Unternehmensbegleitung* • *Führungsbegleitung*

WEITERBILDUNG – *Offenes Weiterbildungsprogramm* • *Inhouse Weiterbildung*

ZEITSCHRIFT LO – *Kostenloses Probeheft* • *Print Abo* • *PDF Abo*

WEITERLESEN – *Toolbox* • *Bücher* • *Artikel* • *Blog „Radatz inspiriert“* • *XING & LinkedIn*



Newsletter, Weiterlesen & Bücher zum Relationalen Ansatz:
www.irbw.net

Telefon-Hotline: +43 1 409 55 66
Anfragen: irbw@irbw.net

Institut für Relationale Beratung und Weiterbildung
Zielorientierte Entwicklung von Menschen, Teams und Unternehmen GmbH
Schloss Schönbrunn, Zuckerbäckerstöckl 39, 1130 Wien

**INSTITUT
FÜR
RELATIONALE
BERATUNG
UND
WEITERBILDUNG**
Zielorientierte Entwicklung von
Menschen, Teams und Unternehmen GmbH
www.irbw.net