

Kunst prägt Unternehmen

Kunst-Branding. Wenn Gebäude sprechen und Kunst erregt, entsteht meist eine nachhaltige, große Leidenschaft.



**BURN-IN Kunst-Branding
Projekt MGI Liezen (STMK)
Upwards - innovativ denken,
verantwortlich handeln**



Kunst erzählt stets spannende Geschichten, regt zum Nachdenken und manchmal auch zum Kopfschütteln an. Sie kommuniziert immer mit dem Betrachter und ermöglicht bei geschicktem Investment durchaus überdurchschnittliche Gewinne. Gezielt und strategisch eingesetzt, wirkt sie wahre Wunder und besticht durch ihre einzigartige Aussage sowohl im privaten als auch im unternehmerischen Umfeld.

Kunst & Unternehmen. Die individuelle Auftragskunst spielt dabei stets eine entscheidende Rolle. Die Plattform BURN-IN, die 2009 von der Linzer Markenexpertin Sonja Dolzer initiiert wurde, entwickelte aus diesen Überlegungen das Konzept des zündenden Kunst-Brandings, das Schaffen von einzigartigen Unternehmensidentitäten mittels Kunst. Dabei bringt sie Kunstsammler, Unternehmer und Künstler an einen Tisch und entwickelt bzw. realisiert maßgeschneiderte Lösungen, die einzigartige Aussagen nach außen kommunizieren.

Geballte Kompetenzen. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit im künstlerischen, strategischen, handwerklichen und industriellen Kontext spiegelt sich auch in der erfolgreichen „Kooperation Kunst am Bau - Gebäude als Markenbotschafter“ mit Synthesa und Fassadenbild.com wieder und zeigt völlig neue Perspektiven in der Präsentation von Kunstwerken auf Außenfassaden.

Nachhaltigkeit & soziale Verantwortung. Die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung zählen zu den wichtigsten Wettbewerbsvorteilen von Unternehmen. Das BURN-IN Kunst-Branding Projekt „Upwards - innovativ denken | verantwortlich handeln“ für MGI in Liezen stellt dies eindrucksvoll unter Beweis. Der steirische Wirtschaftstreuhandler und Businessparkbetreiber platzierte dafür auf über tausend Quadratmetern blaue Skylines in eine kleinstädtische Wirklichkeit. Eine einzigartige Positionierung mit umfangreichen Kommunikationseffekten. 15 Mio. Blickkontakte bei zehnjährigem Lebenszyklus sprechen für sich.

„Kunst emotionalisiert, schafft nachhaltige Werte und prägt Unternehmensidentitäten.“

Dkfm. Sonja Dolzer
GF BURN-IN, Linz

Lentos. Im Februar 2012 präsentierte BURN-IN im Linzer Kunstmuseum Interessantes zum Thema „Empathie“, darunter eine Vernissage mit den Künstlern erpe Vienna, Susanne Chmel und Manuela Schwenkreich. Kunstharz-Werke, Edelstahlbilder, Skylines und QUIREA (Kunst mit genetischen und technischen Codes) standen im Mittelpunkt.

Dolzer & Partner Agentur für strategische Markenentwicklung OG
Beutlmayrweg 3, 4020 Linz
Tel.: +43 732 68 03 91,
E-Mail: office@dolzer.at,
www.dolzer.at, www.burn-in.at