

BBC II

Workshop BURN-IN Kultur-Koordinaten

Resultate online Umfrage

24.11.2016



Ablauf



1. **Mag. Renate Polzer** - Begrüßung | BURN-IN Kultur-Koordinaten
2. **Stefan Keller** - CSR Zugänge
3. **Dkfm. Sonja Dolzer** - Studienpräsentation | Vorstellung
Workshop | Galerie-Methode
4. Workshop & Ideenkreation
5. Auswertung | Interpretation | Reflexion
6. Buffet

Gesamtdauer ca. 3 Stunden

Workshop Kultur-Koordinaten



Statistische Auswertung



Bewertung BURN-IN Kultur-Koordinaten | 2stufig

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Sum tot	ANZ	Note	Rang	DG1	DG2Irot	ANZsw	ANZrot	DG1 Note	DG2Note	Veränderung
CSR	5	3	4	4	3	3	4	4	4	2	3	5	4	5	53	14	3,8	9	28	25	7	7	4,0	3,6	+
Unternehmenskultur	3	3	3	3	4	5	3	1	3	5					33	10	3,3	5	15	18	4	6	3,8	3,0	+
Authentizität	3	1	3	1	1	1	1	1	5	4	5				26	11	2,4	3	15	11	6	5	2,5	2,2	+
Innovation	1	2	1	1	2	1	5	1	1	5					20	10	2,0	1	10	10	5	5	2,0	2,0	0,0
Kreativität	1	1	2	5	3	2	2	2							18	8	2,3	2	12	6	5	3	2,4	2,0	+
Identität	1	4	2	1	2	5	2	5	3	2					27	10	2,7	4	14	13	5	5	2,8	2,6	+
Marke	3	4	4	4	3	4									22	6	3,7	8	11	11	3	3	3,7	3,7	0,0
Emotion	5	5	5	1	2	4	3	4							29	8	3,6	6	10	19	4	4	2,5	4,8	-
Intuition	5	2	3	5	2	4	4								25	7	3,6	6	13	12	4	3	3,3	4,0	-
sw 1. Durchgang																									
rot 2. Durchgang																									



BURN-IN Kultur-Koordinaten



Brainstorming

Evaluierung

Assoziationslernen

Mindmapping

Galerie-
methode

Phase 1: Einführung

Phase 2: Ideenfindung I

Phase 3: Präsentation

Phase 4: Ideenfindung II

Phase 5: Conclusion

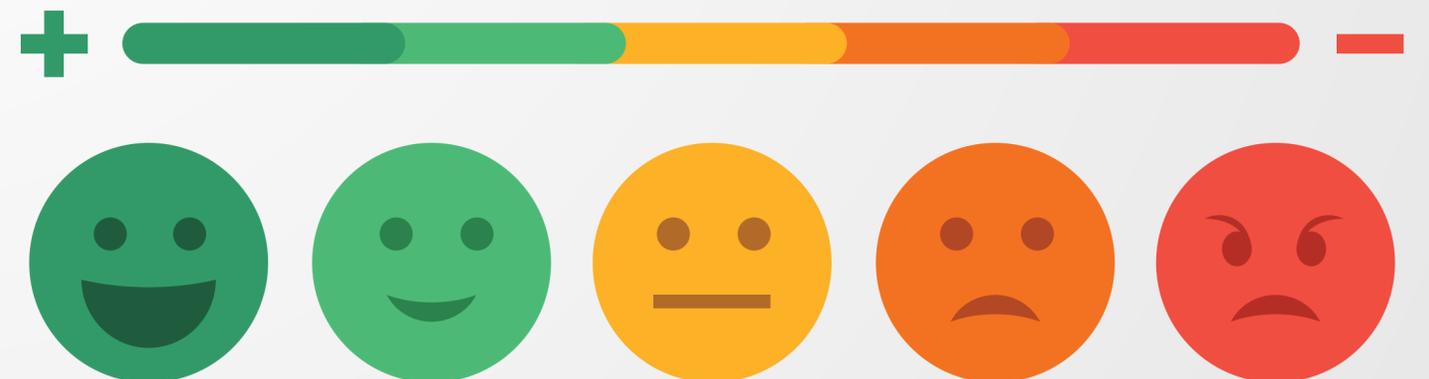
[BURN-IN Kultur Koordinaten] | Facts



BURN-IN USP

BURN-IN online-Umfrage

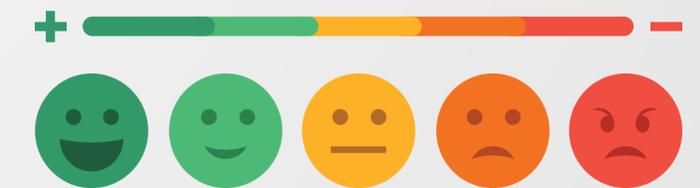
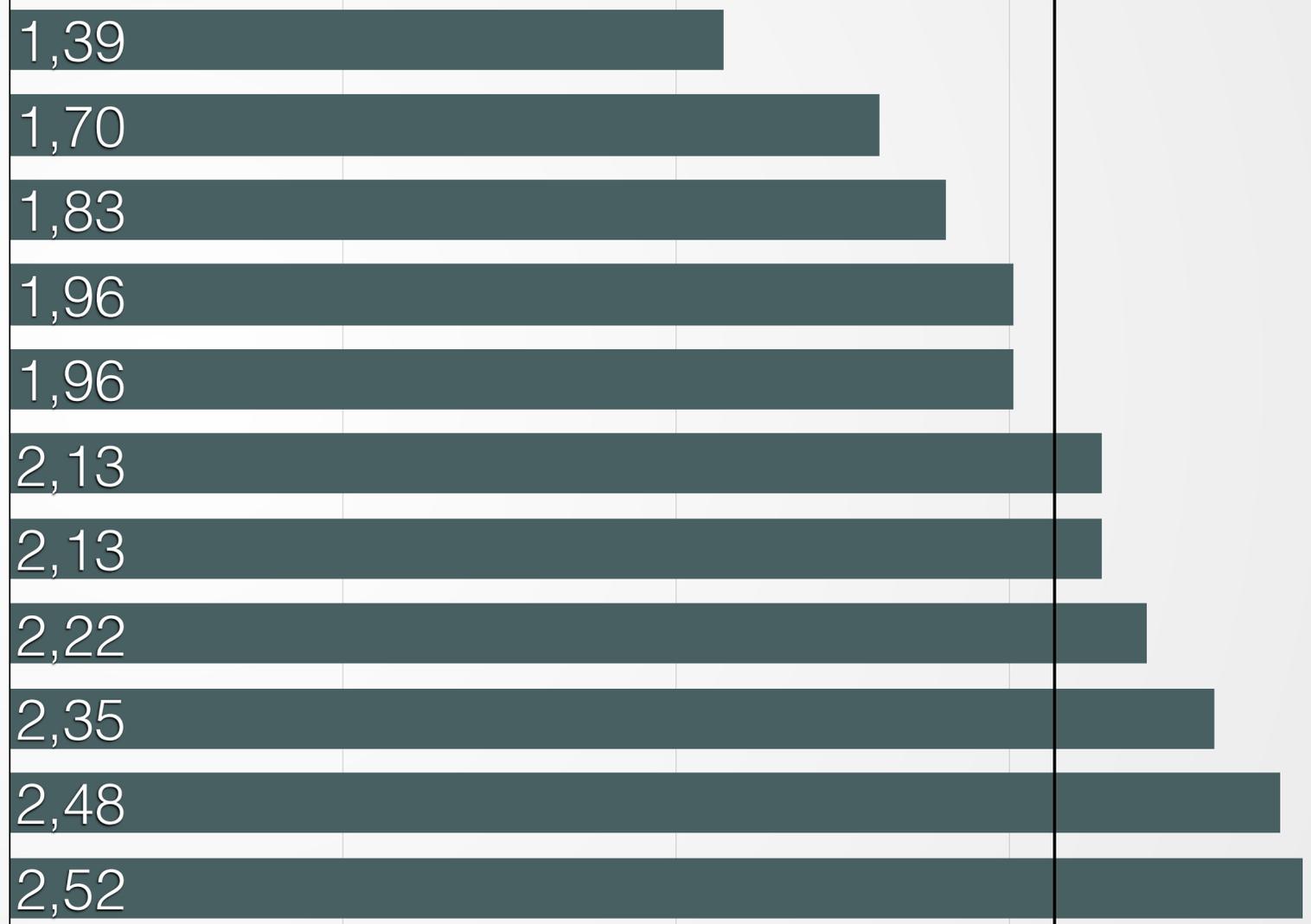
1. relevante Ziele für Unternehmen allgemein
2. Abstimmung Themen
 - 2.1. Regionale Identität der Wieden
 - 2.2. Emotionalisierung & Positionierung durch zeitgenössische Kunst
 - 2.3. Systemische Führung durch künstlerische Intervention
3. Unternehmensidentität, Positionierung, Marke & Kunst im eigenen Unternehmen
4. allgemeine Statistik-Daten



1. relevante Ziele

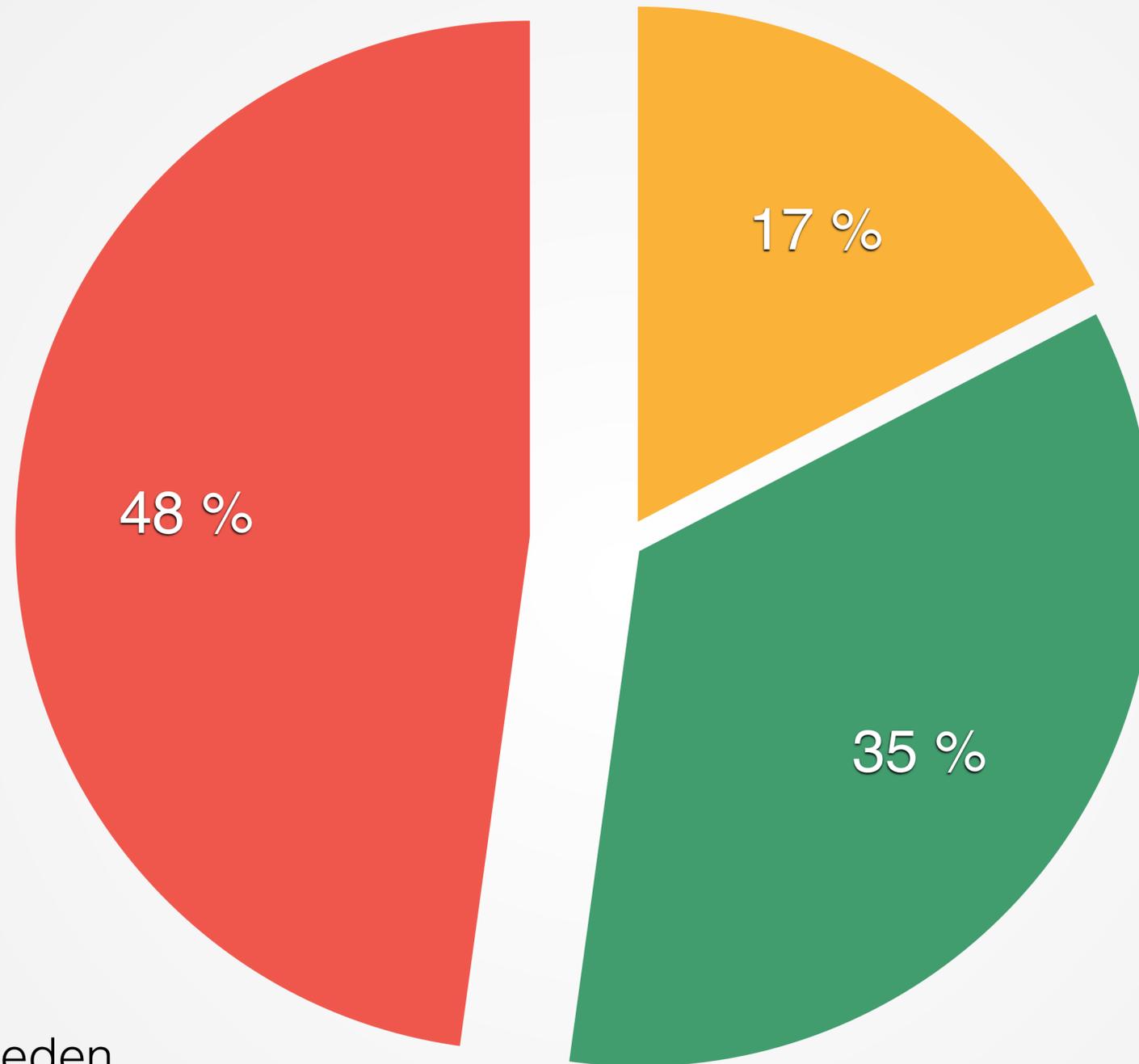
2,06 Durchschnittsnote

- nachhaltig handeln - Social Corporate Responsibility
- Unternehmen neu positionieren
- mehr Umsatz, Gewinn
- Marke entwickeln, stärken
- Employer-Branding - Mitarbeiter binden & finden
- mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit
- regionale Zusammenarbeit der Unternehmen fördern
- Kunstschaaffende fördern
- Kreativität & Innovation fördern
- Unternehmenskultur verändern
- Standortmarketing & Creative Placemaking

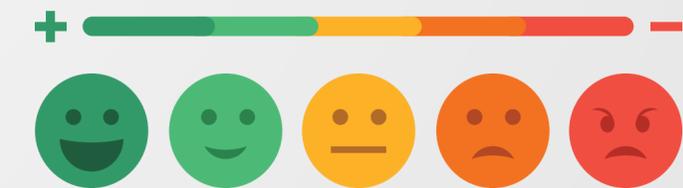


n=23

2. Themen



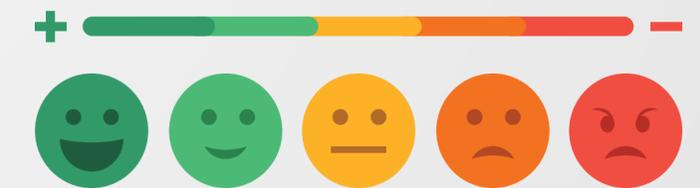
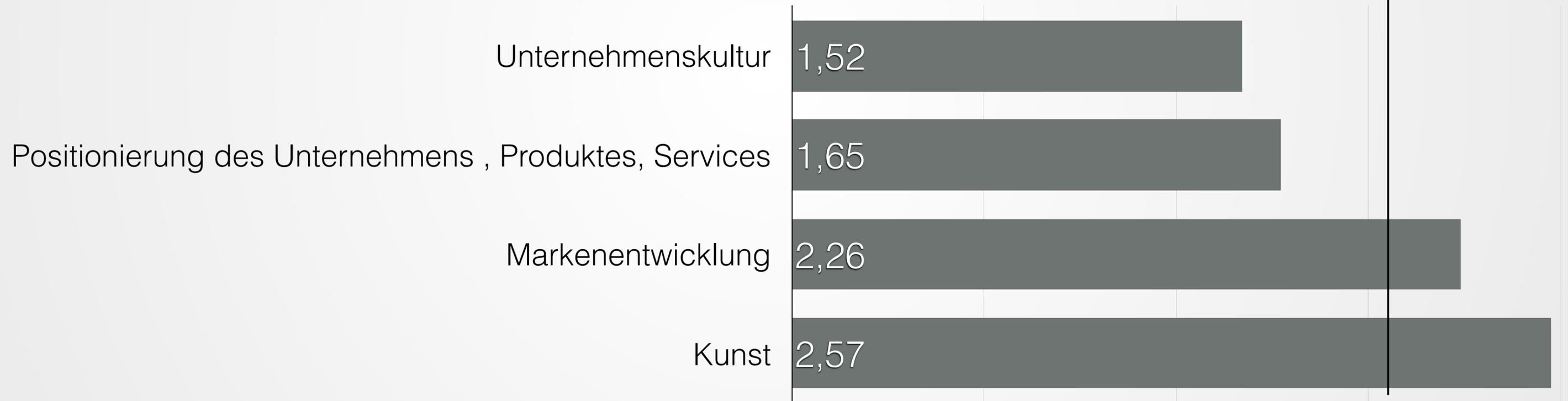
- Regionale Identität der Wieden
- Emotionalisierung & Positionierung durch zeitgenössische Kunst
- Systemische Führung durch künstlerische Intervention



n=23

3. Stellenwert

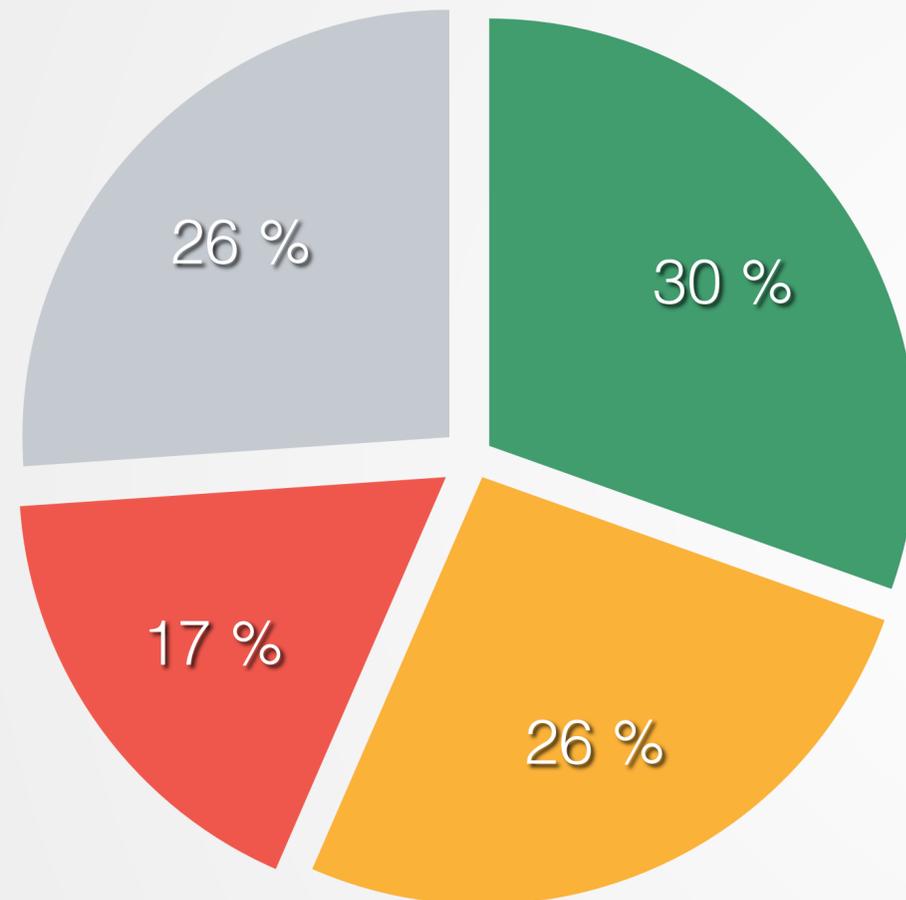
2,00 Durchschnittsnote



n=23

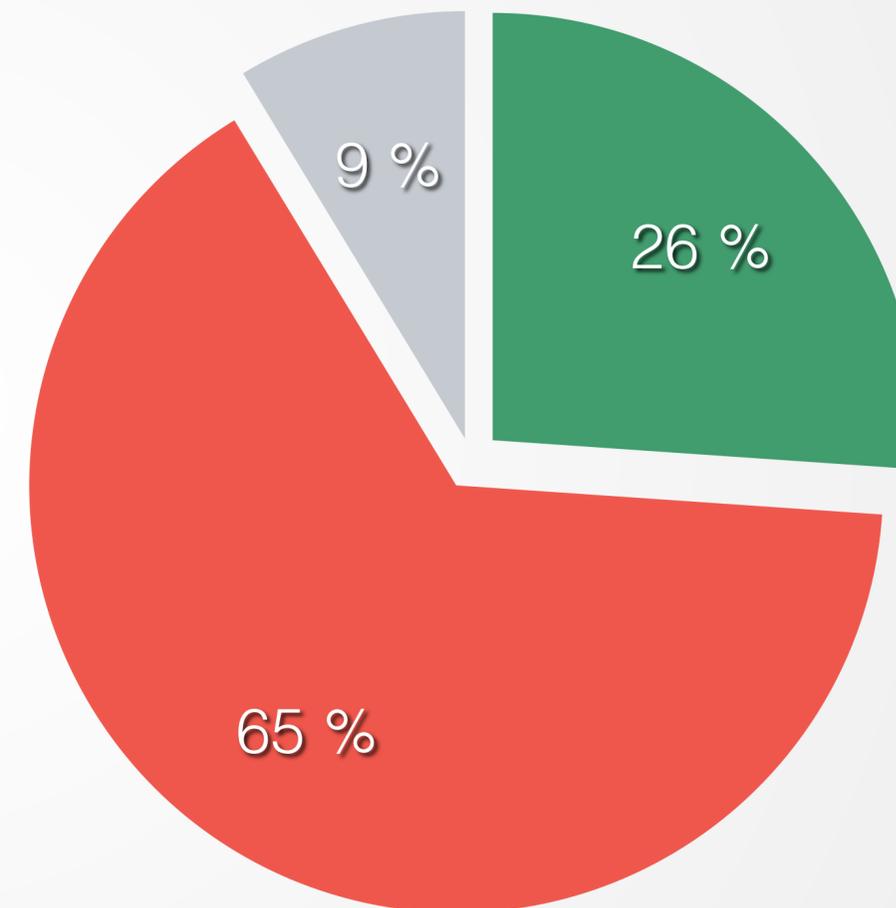
4. Statistik

Typologie

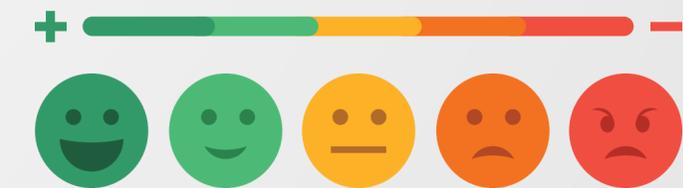


- dynamisch, jung, innovativ
- beständig, etabliert, traditionell
- international
- kA

Markenregistrierung



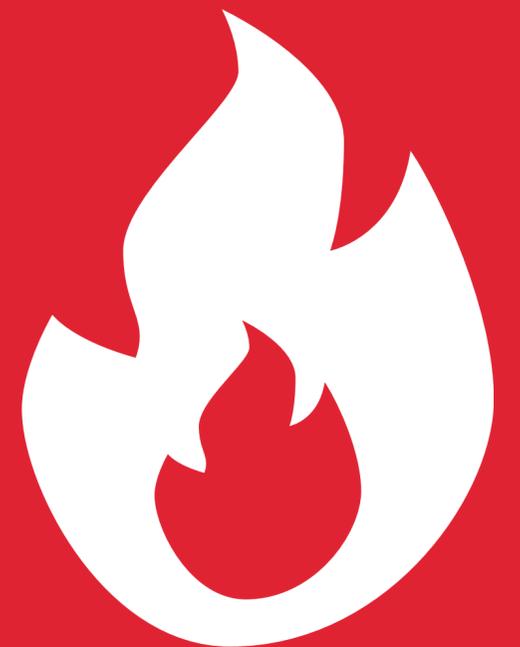
- ja
- nein
- kA



n=23

Philosophie | Portfolio

1. Investitionen in Kunst, Kultur & Kreativität zahlen sich aus und sind **immaterielle Assets für Unternehmen und wirkliche Wettbewerbsvorteile**
2. **Return on Culture** | monetär & nicht monetär (Gesellschaft, Kultur) | UNESCO - Identität, Integration, Positionierung
3. BURN-IN = **Denk- und Tu-Fabrik** - Studienpräsentation | Vorstellung Workshop | Galerie-Methode
4. Background: 10 Künstler | Experten in Kunst & Management | Agentur | Galerie



- Gegründet 2009
- 10 Künstler
- 2 Kuratoren
- 1 Medien-Designer
- 1 Projekt-Manager
- 600 Kunstwerke im online-store | depot





zündendes Kunst-Branding

galerie & denkfabrik

BBC II 24. Nov. 2016
BBC III 11. Mai 2017
BBC IV 09. Nov. 2017

**neue Wege
im Kunst-
betrieb**

Danke!