

# DIE MACHER

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR OBERÖSTERREICH

AUSGABE 01\_FRÜHLING 2014 € 4,80

**speziell.**

VALBORG BURGHOLZER-KAISER:  
WARUM SIE UNTERNEHMERIN  
DES JAHRES 2013 IST.

**aussichtsreich.**

MEDIZIN-UNI LINZ: NEUE  
KARRIERECHANCEN, NEUE  
WIRTSCHAFTSIMPULSE!

**frisch.**

BUNTES MUSTERKLEID  
TRIFFT BLAUEN ANZUG.  
DIE NEUE BUSINESS-  
FRÜHJAHRSMODE.





## KUNST ALS MARKENZEICHEN

ERFOLGREICHE UNTERNEHMEN HABEN LÄNGST ERKANNT, WIE WICHTIG ES IST, DIE IDENTITÄT DER FIRMA NACH AUSSEN ZU TRAGEN. WIE WERDE ICH ALS **EINZIGARTIG** WAHRGENOMMEN? WIE KANN ICH **AUTHENTISCH** DIE FIRMFILLOSOPHIE IN EIN OPTISCHES ERSCHEINUNGSBILD TRANSFORMIEREN? ABSEITS DER GÄNGIGEN KREATIONEN VON WERBEAGENTUREN ARBEITEN EINIGE SPEZIALISTEN AN NEUEN METHODEN UND IDEEN, IN DEREN MITTELPUNKT **KUNST & FARBEN** STEHT - IM ZENTRUM DER CORPORATE IDENTITY STEHEN KUNSTWERKE. EIN SCHULTERSCHLUSS VON KÜNSTLERN, HANDWERKERN UND WERBEPROFIS ZEIGT NEUE PERSPEKTIVEN AUF.

Kunst ist das Ergebnis eines kreativen Prozesses, Kunst bedeutet Emotion. Und 95 Prozent aller Kaufentscheidungen werden aus Emotionen heraus getroffen. Genau dieser Ansatz hat Sonja Dolzer, Eigentümerin der Linzer Marketing- und Werbeagentur Dolzer & Partner, darauf gebracht, Werbung und Kunst miteinander zu verbinden. Unter der Marke BURN IN schafft sie aus der Symbiose von Kunst, Architektur und Marketing einzigartige Identitäten. Dieses sogenannte Kunst-Branding soll den Unternehmen Unverwechselbarkeit und ein positives Image garantieren. „Wir arbeiten mit Kunstschaffenden und den Markenverantwortlichen an einem gemeinsamen Konzept“, sagt Dolzer. Künstler entwerfen maßgeschneiderte Gemälde oder Werke, die zum Unternehmen passen. Nach zwei bis drei Workshops werden Ziele festgelegt und die IST-Lage analysiert. Ist die anfängliche Hemmschwelle einmal überwunden,

würden sich die Mitarbeiter meist begeistert mit der Thematik auseinandersetzen. „BURN IN geht auch in Richtung Employer Branding. Man ist als Mitarbeiter ja auch besonders stolz auf sein Unternehmen, wenn es ein anderes Ambiente wie etwa einen Kunstbereich bietet, und sich so von der Konkurrenz abhebt“. Eines der IN-BURN-Vorzeigeprojekte hebt sich garantiert von der Konkurrenz ab: Im

WIR ARBEITEN GEMEINSAM MIT KUNSTSCHAFFENDEN UND DEN MARKENVERANTWORTLICHEN AN EINEM GEMEINSAMEN KONZEPT.

SONJA DOLZER  
DOLZER & PARTNER



WIR VERWENDEN EINE HOCHWERTIGE LEINWANDFARBE, MIT DER JEDE WAND ZUR HOCHWERTIGEN LEINWAND WIRD – MIT IDEALEN KONTRASTWERTEN AUCH FÜR BEAMER.

MICHAEL GROSSBÖTTL  
MALERMEISTER, MALEREI GROSSBÖTTL

steirischen Liezen wurde auf mehr als 1000 Quadratmetern die Fassade der Steuerberatung Liezen von einer unspektakulären Wand in ein einzigartiges Kunstwerk verwandelt, das die Marke in den Vordergrund rückt.

Die Marke – für neun von zehn Unternehmen ist sie erfolgsentscheidend, jedes zweite Unternehmen schätzt den Anteil des Markenwerts am Gesamtwert des Unternehmens auf mehr als 50 Prozent, zeigt eine Studie der deutschen Beratungsgesellschaft PwC. „Die immateriellen Vermögenswerte

wie Kommunikation und die Marke selbst werden wichtiger als das reine Anlagevermögen“, erzählt Dolzer. BURN IN geht weit über den gestalterischen Aspekt von Räumen hinaus: Das Branding soll Emotionen schaffen und helfen, eine Aura rund um Projekte oder Unternehmen zu kreieren. Dolzer sieht sich dabei als Pionierin: „Das Kunst-Branding, wie wir es betreiben, gibt es in dieser Form international noch gar nicht.“ Im Moment läuft die Expansion nach Wien, dort wird eine Denkfabrik zum Thema installiert, in der Unternehmer und Künstler sich

austauschen und weiterentwickeln können.

### Innovative Umsetzung

Die Umsetzung dieser Konzepte verlangt nach Handwerkern, die mit innovativen und außergewöhnlichen Aufgabenstellungen zurechtkommen. Einer der Pioniere im Bereich der Oberflächen-Veredelung und Wandgestaltung ist Michael Großböttl. „Wir wollen erreichen, dass der Kunde in den Geschäftsräumlichkeiten erlebt, wofür das Unternehmen steht, und nachhal-

MALERSHOP.at

Die ganze Welt

der Farben online!



BioRid  
Schimmelsaniersystem



DIE RICHTIGE FARBGESTALTUNG KANN AUCH ZUM WOHLBEFINDEN UND DAMIT ZUR WORK-LIFE-BALANCE BEITRAGEN. ICH BESCHÄFTIGE MICH INTENSIV MIT DEM THEMA UND HALTE VORTRÄGE DAZU.

**KURT KAINDELEINSBERGER**  
MALERMEISTER, MALEREI FARBENFROH

„...tig beeindruckt ist“, sagt er. Bekannt ist die Malerei für ungewöhnliche Oberflächengestaltung. Bei Kunden wie Metallbauern oder Metallveredlern wurden etwa Elemente aus verrostetem Eisen als Gestaltungselement verwendet. Viele Unternehmen kämen mit dem Wunsch nach Nachhaltigkeit auf Großbötzl zu. „Abfälle lassen sich zu hochwertigen Produkten verarbeiten“, sagt der Maler. Für einen Innviertler Kunden wurde etwa Kokosnussschalen-Rinde aus Indonesien zu hochwertigen Wandfliesen weiterverarbeitet. Mit einem positiven Nebeneffekt: Vor Ort sicherte das 40 Arbeitsplätze. Aber auch die Funktionalität ist ein wichtiger Aspekt für Großbötzl. Gemeinsam mit einem niederländischen Unternehmen entwickelte man eine sogenannte Magnetfarbe weiter. Trägt man die Grundierung mit Eisen auf, lassen sich danach Unterlagen oder Tabellen per Magnet direkt auf die Wand pinnen. Mittlerweile nicht mehr neu – im Gegensatz zu einem anderen innovativen Produkt, dem Catchpaint. Der farblose oder weiße Whiteboard-Lack kann auf Holz und Wandfarbe aufgetragen werden, mit den passenden Stiften wird die Oberfläche dann beschrieben und bequem wieder gereinigt. „Dann verwenden wir noch eine hochwertige Leinwandfarbe, mit der jede Wand zur hochwertigen Leinwand wird – mit

idealen Kontrastwerten auch für Beamer“, sagt Großbötzl. In Kooperation mit Agenturen wird an Beschriftungstechniken gefeilt, gemeinsam beschäftigt man sich mit Rauminszenierung innen und außen. Dabei spielt nicht nur die farbpsychologische Gestaltung eine wichtige Rolle. Spezialfarben verringern sogar die Anzahl der Krankheitserreger in der Luft. Das ist wissenschaftlich erwiesen, sagt Großbötzl.

Farbe ins Unternehmen zu bringen ist auch die Philosophie von Kurt Kaindleinsberger, dessen Malereibetrieb Farbenfroh einen Schwerpunkt auf die Umsetzung der Unternehmens-Farben im Arbeitsumfeld der Mitarbeiter legt. Die Identifikation und Bindung der Arbeitnehmer zum Unternehmen hängt nicht unwesentlich mit der systematischen Farbgebung der Räumlichkeiten und einem authentischen Arbeitsumfeld zusammen. „Farbberatung ist bei uns keine Nebendienstleistung. Gute Beratung für Farben in Räumen ist mehr als zu sagen – wir machen hier die Farbe hin, was meinen sie dazu?“ Bei jeder Farbberatung arbeitet er mit Farbtests und schriftlichen Konzepten, in denen die Vorschläge begründet werden. Natürlich gäbe es Farben, die sich besonders für Arbeitsräume eignen. Dabei käme

es aber vor allem auf die Funktion der jeweiligen Arbeitsräume an. „Generell empfehlen wir Pastelltöne – dazu haben wir unser eigenes Farbsystem aus 145 Farben entwickelt“, erzählt Kaindleinsberger. In Großraumbüros werden neben einer Einheitsfarbe auch individuell den Vorlieben der Mitarbeiter angepasste, unterschiedliche Farben verwendet – etwa auf Trennwänden. „Je mehr sich der Mitarbeiter wohlfühlt, desto produktiver ist er“, sagt der Maler. Mit dem Thema Burnout-Prävention beschäftigt er sich besonders intensiv – und hält Vorträge dazu. Auch wenn der Effekt der Mitarbeitermotivation durch Büro(farb)gestaltung oft nicht direkt messbar ist, rät er, den Aspekt unbedingt zu berücksichtigen. „Die Identität einer Firma sollte nach innen und außen leuchten – das Stichwort ist: Präsenz zeigen.“

DIE NUMMER **1** IN SACHEN DURCHBLICK!

**bohm & partner**  
STEUERBERATER

**pottinger & partner**  
STEUERBERATER

Buchhaltung  
Personalverrechnung  
Steuerberatung  
Wirtschaftsprüfung  
Bilanzierung  
Unternehmensberatung  
Kostenrechnung

T 0732 / 77 91 17  
www.boehm-partner.co.at

T 07248 / 630 10  
T 0732 / 77 91 17  
www.pottinger-partner.at