

Praxisforum Berufsorientierung - Kultur wird zunehmend ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation, sowohl der internen als auch externen.

Von: Johannes Schrievers

In: Kulturmanagement Network – Brancheninformationsdienst für Kultur und Management (Weimar)

Praxisforum Berufsorientierung

Kultur wird zunehmend ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation, sowohl der internen als auch externen. Auf dem Karrierekongress Kulturkommunikation des Praxisforums Berufsorientierung am 13. Februar im Mediapark in Köln konnten sich die anwesenden Studierenden und Absolventen geisteswissenschaftlicher Fächer ein Bild von den vielfältigen Möglichkeiten der Zusammenkunft von künstlerischem Potential und Ideen mit profilierten Unternehmen machen.

Viele Beispiele erfolgreicher "Kultur-Kommunikation" verschiedenster Aufgabenstellung wurden in dichter Folge an diesem Tag praesentiert. Hier nun kurze Blitzlichter auf die Beispiele.

Im ersten Beispiel, der "Identity Art Exhibition" belegten Frau Ruth Riechert, Projektleiterin der Group Internal Communications der Deutschen Bank AG (Frankfurt und New York) in Zusammenarbeit mit Professor Bernd Kracke, Dekan des Fachbereichs Visuelle Kommunikation, eindrucksvoll die Möglichkeiten künstlerischer Konzeptionen als transkulturelles Kommunikationsinstrument einer Bank, die sich global engagiert.

Judiz und Ignoranz, was belebt Unternehmenskultur? Dr. Thomas Wessel, Mitglied des Vorstands der AXA Art Versicherungs AG und Kunsthistoriker, lieferte nicht nur in den beruflichen Daten zu seiner Person eine mögliche Antwort.

Dr. Johannes Terhalle, ebenfalls Kunsthistoriker, setzt in seiner Unternehmensberatung Kunst und spielerische Erfahrung als erlebnisbasierte Methodik von Problemlösungen ein.

Frau Christiane Zentgraf, Leiterin des Referats Kulturkommunikation der BMW Group, belegte an einem gut dokumentierten und in der Fachwelt stark diskutierten Beispiel die Bedeutung der Kulturkommunikation als einen besonderen Zweig der Unternehmenskommunikation.

Wie neue Allianzen zwischen Kultur und Wirtschaft zum Gewinn beider hergestellt werden könne, zeigte Andreas Grosz mit dem Sony Kulturprogramm.

Sozusagen als abschließende Abrundung stellte Dr. Susanne Litzel, die Geschäftsführerin des Kulturkreises der Deutschen Wirtschaft im BDI, Chancen und Perspektiven unternehmerischer Kulturförderung dar.

Was bleibt konkret zu tun für Absolventen geisteswissenschaftlicher, hier besonders kultureller Fächer? Sich zu aktivieren und sich individuell initiativ und zielgerichtet zu bewerben. Frau Anke Stein, Personalberaterin der access AG, gab sozusagen den konkreten Startschuss für die Zeit nach einem anregungsreichen Tag!

[Ein Beitrag unseres Korrespondenten Johannes Schrievers, Email: schrievers@kulturmanagement.net]

aus: Kulturmanagement Network – Brancheninformationsdienst für Kultur und Management (Weimar)
www.kulturmanagement.net/termine/kulturkommunikation.htm

auch in: Kulturmanagement Newsletter Nr. 31
hrsg. Von Kulturmanagement Network, Weimar