

Themenwelt für Vorträge: Auftrittswirkung, Wirtschaftsästhetik, Kunst als Führungsinstrument

Rednerin:



Prof. Dr. Brigitte Biehl

- ✓ Betriebswirtin, Theaterwissenschaftlerin, Prof. für Medien und Kommunikationsmanagement an der SRH Hochschule der populären Künste (hdpk), Berlin
- ✓ Vortragsrednerin, Buchautorin („Business is Showbusiness. Wie Topmanager sich vor Publikum inszenieren“, Campus; „Wirtschaftsästhetik“, Springer Gabler)
- ✓ Autorin zum Auftrittsverhalten von Topmanagern z. B. für das Handelsblatt und wissenschaftliche Publikationen wie das Journal of Management Studies
- ✓ Ausgezeichnet für ihre Forschung mit dem Albert-Oeckl-Preis der Deutschen Public Relations Gesellschaft

Referenzen:

Institut für Kunst und Wirtschaft, KEA – European Affairs, and British Council, Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer, Bauhaus-Universität Weimar (Fakultät Medien), Universität der Künste Berlin (Zentralinstitut für Weiterbildung), Universität Leipzig (Institut für Kunstpädagogik), Westfälische Wilhelms-Universität Münster (Institut für Kommunikationswissenschaft), Philipps-Universität Marburg (Soziologische Fakultät), Universität Leipzig (Institut für Public Relations), Ecole Supérieure de Commerce de Dijon-Bourgogne (Marketing Department), weitere

Beispiele für Vortragstitel:

Business is Showbusiness. Wie Topmanager sich vor Publikum inszenieren

Topmanager wollen nicht nur strategische Planer sein, sondern auch gute Selbstdarsteller. Für ihre Auftritte setzen sie Mittel aus der Theaterwelt ein: Durch Beleuchtung, Kulissen und ausgefeilte Rhetorik wollen sie ihr Publikum bei Hauptversammlungen, Presse- und Analystenkonferenzen in ihren Bann ziehen. Doch warum tritt die gewünschte Wirkung oft nicht ein? Zudem es geht es darum, wie Manager mit Fragen umgehen und diese beantworten.

Manager-Porträts: Wie Vorstände auf Bildern wirken

Managerporträts stehen in der langen Tradition der Selbstdarstellung, die im 14. Jahrhundert mit Gemälden von Adligen und Klerikern begann. Heute sind Fotos und Gemälde ein Kommunikationsmittel und sollen Unternehmen menschlich erscheinen lassen. Als bildliche Form des Wirkungsmanagements – der Kunst, einen guten Eindruck zu hinterlassen – haben sie eine hohe Öffentlichkeitswirkung. Doch was sehen die Betrachter: sympathische Inszenierung oder Machtdemonstration?

Wirtschaftsästhetik: Kunst als Instrument und Inspiration für Unternehmen

Kunst hilft, Produkte und Manager zu inszenieren, Kunden zu gewinnen sowie Mitarbeiter und Strategien zu entwickeln. In diesem Vortrag werden folgende Fragen beantwortet: Was haben Manager und Künstler gemeinsam? Warum werden Unternehmen als Theater verstanden? Wie wird Kunst – von Bildersammlungen über Firmenhymnen bis zu Theaterworkshops – eingesetzt? Wie wirken Managerauftritte und Firmenarchitektur? Wie reagieren kritische Künstler auf diesen Trend?

Preis:

Nach Vereinbarung, abhängig von Vorbereitungs-, Reise- und Einsatzzeiten