



SoulySideUp!

Corporate
Karisma
Festival

12.+13.
Mai
2022

Posthof
Linz
Austria

22butterfly.com



**Auf die Stelle,
fertig, los!**

jobs.derStandard.at

Es geht um Ihre Einstellung. Jetzt schnell und einfach
Jobsuche starten – im STANDARD und auf derStandard.at

DERSTANDARD



Eintauchen

Liebe Leserin, lieber Leser,

Vor dir liegt das Programm-magazin des 22butterfly Corporate Karisma Festivals, das am 12. und 13. Mai im Linzer Posthof die Bühne in einen unternehmenskulturellen Denk- und Spielplatz verwandelt. Das liest sich locker-flockig. Und ja, ist es auch. Schließlich sollst du nach den zwei Tagen tatendurstig in dein Unternehmen zurückkehren – und das wiederum setzt voraus, dass wir dir keine weiteren Management-Mühlsteine um den Hals hängen.

Doch die heimliche Backstory ist eine durchaus ernsthafte: Unternehmen und Organisationen stecken seit geraumer Zeit in Challenges fest, die allesamt, richtig angefasst, auch großartige Chancen sein könnten. Betonung auf „könnten“.

Denn dazu braucht es – mehr denn je – gute Leute, die Lust an der

Zusammenarbeit haben und die Überzeugung, Wichtiges zu leisten. Doch die intrinsische Motivation, von der so gerne gesprochen wird, ist hochgradig irrational, beinahe spirituell.

Und auch wenn es schlauer sein mag, nicht von einem Extrem ins andere zu kippen, aus der vorherrschenden, analytisch performance-optimierten Sicht von Wirtschaften in ihr krudes Gegenteil, so tun wir gut daran, zu verganzheitlichen. Der ausgefeilten Mechanik Respekt zu zollen und gleichzeitig einem Mehr an Kultur Raum zu schenken: Souly Side Up! – So unfassbar und wildwüchsig sie manchmal sein mag.

Für anstehende Herausforderungen sollten wir auf Kreativität, Solidarität und Nachhaltigkeit setzen. Uns allen, diesem globalen Netzwerk an Akteur:innen, könnten wir ein Mehr

an Mitmenschlichkeit gönnen. Von alledem erzählen wir dir bei „22butterfly“. Wie auch über das Phänomen, wenn gelebte Kultur die Strahlkraft prägt („Karisma“), über Seerosen, parallele Wirklichkeiten und das Verlieren. Die Konferenz führt ins Handeln und ins Konkrete und weckt unseren Möglichkeits-sinn: Sie zielt auf das, was noch nicht ist, aber ebenso gut sein könnte.

Ich freue mich, dich am 12. und 13. Mai im Linzer Posthof kennenzulernen.

Viel Spaß beim Durchblättern unseres Programms!

Ernst Demmel,
Initiator 22butterfly



MINDSETS DER ZUKUNFT

Die Keynote-Speaker:innen Steffi Burkhart und Tim Leberecht servieren einen Blick auf Anforderungen kommender Dekaden.

Porträts auf Seite 6 + 7 ...



ZWEI TAGE, 25+ HIGHLIGHTS

Der Karisma-Mix von 14 bis 14 Uhr: Keynotes, Impulse, Breakout-Sessions, Reflexionen, Talks, Performances, Musik, eine Ausstellung und ein nächtlicher Poetry-Slam.

Überblick auf Seite 12 + 13 ...



RECHTZEITIG TICKETS BUCHEN

Sicher ist sicher: Jetzt schon Festival-Pass sichern!
Hybrid-Event: Live-Stream für alle, die nicht vor Ort dabei sein können.

Infos auf Seite 22 ...



Gelebte Unternehmenskultur eröffnet Zugänge zu Möglichkeitsräumen im Unternehmen – wie hier bei Netural in der Linzer Tabakfabrik.

Basis für Denken, Fühlen, Handeln



Herbert Kling
Brandscore
Wien

Sind Sie „Purpose-ready“?

Eine Studie legt offen, wo mehr Sinn Sinn macht – und wo (noch) nicht.

Spätestens seit Simon Sineks berühmten TED-Talk im Trend: die Sinn-Ausrichtung von Unternehmen, der „Purpose“. Doch nicht selten wird vom Management ausgerechnet die Belegschaft als Hemmschuh gesehen. Ein Paradoxon, schließlich ist es die Gesamtkultur, die profitieren soll. Hier setzt der Sozialforscher Herbert Kling an: Wie denken Arbeiter:innen und Angestellte über diese Angebote? Was wünschen sie? Mit seinem Unternehmen

Brandscore analysiert er das Stimmungsbild in Organisationen und identifiziert so die stärksten Hebel zur Verbesserung von Arbeitszufriedenheit und Commitment. Für 22butterfly beleuchtet Herbert Kling in einer neuen Studie die „Purpose-Reife“ österreichischer Betriebe. Die Ergebnisse sollen beides: Mut zur Sinnorientierung schenken – aber auch ein Assessment kreieren, das offen legt, ob eine solche Initiative überhaupt auf fruchtbaren Boden fällt. ■

► Herbert Kling:
„Purpose-Ready“-
Studienpräsentation

Donnerstag

www.brandscore.at

Lange ignoriert, wichtig wie noch nie: die Unternehmenskultur.

Jetzt ist die Unternehmenskultur von einer „netten Begleiterscheinung des Alltags“ ins Zentrum des Interesses gerückt. Sie hat als „weiches“ – aber bestimmendes – Betriebssystem des Denkens, Fühlens und Handelns enormen steuernden Einfluss auf das Ticken und die Entwicklung einer Organisation.

Ist Kultur der wichtigste Treiber für die Wirtschaft von morgen?

Wer oder was soll denn die Entscheidungen ins Handeln führen und umsetzen, die wir jetzt zu treffen haben? *Umdenken wird nicht reichen, wir werden anders handeln müssen.* Und dieses Handeln geschieht in Organisationen gemeinsam und durch intrinsisch motivierte Menschen. Dabei werden gruppenorientierte, stabilisierende Werte das Sagen haben und

individualistisch dynamisierende Einstellungen.

Wie werden wir sonst unsere Wirtschaft nach Corona aktivieren können? Wie das Verschwenden kostbarer Ressourcen stoppen und den Übergang vom Analogen ins Digitale bewältigen? Unternehmenskultur kann zum wirkmächtigen Treiber oder zum destruktiven Bremsen werden. In jedem Fall reicht sie weit über unsere Unternehmen hinaus.

In allen Fächern zuhause. In allen Herzen präsent. In allen Zielen enthalten.

Obwohl man das alles schon lange weiß, waren die „Kulturthemen“ bisher Nebensache. Man hat über ihre Wirkungen gestaunt und sich darüber geärgert, wenn das Umsetzen sachlogischer Konzepte

an der „falschen Einstellung“ der Mitarbeiter:innen gescheitert ist. Oder wenn es unmöglich war, genug Facharbeiter an Bord zu holen, die dann auch gern und lang im Betrieb geblieben sind.

Bei der Unternehmenskultur geht es immer ums Ganze:

Vom Appeal des Betriebes im Employer Branding über Brand Activism, die zur Unternehmensphilosophie passen, und über einen Purpose, der Gutes in die Welt bringt. Und nicht zuletzt: Narrative und Rituale sind für die Selbstvergewisserung der Mitarbeiter:innen von ebenso zentraler Bedeutung wie ein unbedingtes Ja zu Kreativität und Innovation.

Der Wandel verlangt nach den besten Geschichten, die wir nur finden und uns gegenseitig erzählen können. Sie werden neue Wirklichkeiten und Möglichkeiten eröffnen, die so ganz anders sein werden als alles, wovon wir bisher nur geredet haben. ■

www.cucocu.com



Brandscore und DIE FABRIKANTEN präsentieren:

Purpose-ready – Macht mehr Sinn Sinn?

März/April 2022: Das sagen Arbeiter:innen und Angestellte. | So schneiden Branchen ab. | Die stärksten Hebel. | Studienbasierendes Assessment.

ET: Mai 2022. Zusammenfassung kostenlos bestellen unter: purpose-ready.fabrikanten.com



Tim Leberecht
House of Beautiful Business
Berlin/Lissabon

Musenkuss reloading

Aufnahmebereite Stille statt wilder Aktionismus.



„Concrete Love“ in Lissabon, Herbst 2021. Mit dem Gongschlag Raum frei für das nächste Level des Wirtschaftslebens: Business Romantik a la Tim Leberecht.

Es kann nie genug Räume geben, in denen die emotionale Wahrheit Raum, Gehör und Anerkennung findet. Im Zeitalter von Facebook und Co. ist unsere emotionale Mobilität die einzige verbleibende Verteidigungslinie.

– Im Gespräch mit Tim Leberecht:

Kann man Ihr House of Beautiful Business besuchen wie ein Retro-Museum des Wirtschaft?

Tim Leberecht: Das eben gerade nicht. Nichts wird mehr so sein, wie es einmal war. Da wäre alles Rückwärtsgewandte eine gefährliche Missweisung. Die Schockwellen des Verlierens kommen schon näher, und es ist ein schleichendes Verlieren. Daher unsere amorphe Angst und unsere Ohnmachts-Phantasien.

Wo setzen Sie konkret an?

Wir schaffen zunächst liminale Räume, in der die einzige Gewissheit zu Hause ist, die es derzeit gibt: die Mehrdeutigkeit.

Limen bedeutet ja „Schwelle“. Liminalität beschreibt die Zwischenräume, die einen Wandel von einer Identität in eine andere markieren. Genau das ist unsere jetzige Position.

Sind wir diesen Effekten auf Gedeih und Verderb ausgeliefert?

Wir müssen auf Rituale setzen, die den Zwischenraum zwischen dem Alten und dem Neuen markieren. Sie sind notwendig, um „heilige Räume“ wiederherzustellen, die Dritten Räume für unsere Seele: nicht das eigene Zuhause und auch nicht der Arbeitsplatz, sondern Homes away from Home.

Befinden sich da Wissensarbeit und Ihre Form der Romantik nicht auf einem Kollisionskurs?

Die Wissensökonomie hat viele quantifizierbare Aufgaben automatisiert. Sie wird uns nur noch den unscharfen Bereich der subjektiven Aufgaben überlassen: Wahrnehmungen prägen, Beziehungen und Zusammenhänge aufbauen; unsere Reputation managen; unausgesprochenes Wissen sammeln und teilen; sich Respekt, Popularität, Autorität und Einfluss erarbeiten.

Welche Fähigkeiten werden für diese Art von Performance ganz besonders wichtig sein?

Mit dem Wandel umgehen lernen und Fremdsprachen beherrschen, um neue Denkrichtungen erfahren und artikulieren zu können. Vor allem so tun zu können, als wäre man schon jemand anderer. Das ist nämlich der erste Schritt dazu, auch wirklich jemand anderer zu werden. ■

► **Tim Leberecht:**
„Die schöne neue Wirtschaft“

Donnerstag

www.houseofbeautifulbusiness.com



Steffi Burkhart
Human Capital Evangelist
Köln

The Millennials Soul at Work

Sie tragen massiv zum Wandel der Arbeitswelt bei: die Generationen Y und Z.



Mehr Sinn, weniger Wachstum: Nachfolgende Generationen gestalten Arbeit wie sie es für richtig halten.

Millennials wurden zwischen 1980 und 2010 geboren. Sie werden zum flüchtigsten Molekül des künftigen Arbeitsmarktes werden und im Laufe ihres Berufslebens mehr als achtmal den Job wechseln (müssen). Mehr als 30% von ihnen werden in die Gig Economy abwandern und von Projektarbeit leben. – Das ist die Perspektive. Wie ist damit (schon jetzt) umzugehen?

wirksamkeit spüren. Darin suchen sie ihr berufliches „Seelenheil“.

Und sie werden Unternehmen vorziehen mit einer Kultur, die sie in ihrer (Erwartungs-)Haltung wahrnimmt, kognitive Verzerrungen vermeidet, Empowerment fördert und Möglichkeiten bietet, in und mit der Arbeit Wirkung zu erzeugen: Die Frage ist also: Wie muss eine Organisation gestaltet sein, die Commitment, Innovation und Resilienz ermöglicht? Diese zu beantworten wird zur Herausforderung, wenn wir die High Potentials von morgen in unsere Teams bekommen und hier halten wollen.

Status und geldwerte Vorteile wie Prämien, Autos und große Büros sind als Motivationsquelle in der Gunst der Jungen gefallen. Sie suchen etwas anderes: Sie wollen sinnvolle Beiträge leisten, Nutzen stiften, Gemeinschaft erleben und Selbst-

Steffi Burkhart ist promovierte Gesundheitspsychologin, Human Capital Evangelist und Jahrgang 1985. Sie verkörpert selbst die Millennials Generation: Authentischer geht's nicht. ■

► Steffi Burkhart:
„Die Millennials Soul at Work“

Donnerstag

www.steffiburkhart.com



Georg Wolfgang
Culturizer
München

Soul Searching

Suche nach der Seele der Organisation

Eine Soul-Search-Mission ist kein kulturphilosophisch abstraktes Gedankenexperiment, sondern eine faszinierende Reise zu den Wurzeln der Unternehmenskultur:

- Prägen Intellekt und Analytics den „Verstand“ des Unternehmens? Verkörpern Strukturen und Methoden den „Körper der Organisation“?
- Was passiert, wenn Leib, Seele und Verstand im Unternehmen ins Ungleichgewicht geraten?

- Was treibt seelenlose Unternehmen an, die sich wie Zombies im Rahmen des kapitalistischen Systems bewegen?

Georg Wolfgang von Culturizer:

„Kollektives Soul-Searching bedeutet, die Unternehmenskultur und damit die informellen Regeln und Normen immer wieder zu hinterfragen. Und sie bei Bedarf aktiv anzupassen.“ ■

► Georg Wolfgang:
„Kollektives Soul Searching“

Donnerstag

www.culturizer.app



Uni-Center, Johannes Kepler Universität Linz

COLLABORATION 'TIL 2030
HR Connect(s) – 15.-16.9.2022

business upper austria

www.hrconnects.at

Bild: Stock/Thinkstudio



BEYOND
STORYTELLING
PARTNERS

Motto | *Beginnings & Endings*

StoryCamp
im Schloss Goldegg

vom 22. bis 25. Juni 2022

Anmeldungen unter: www.beyondstorytelling.com



HR?

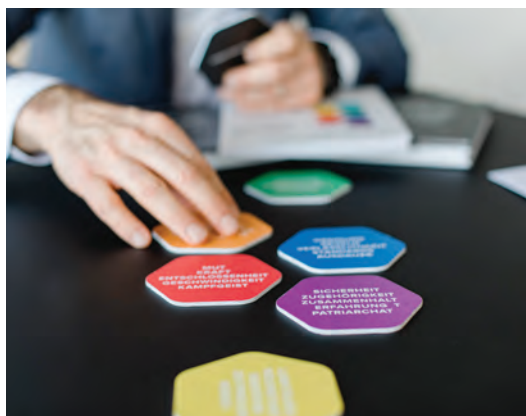
www.magazintraining.com



Simon Sagmeister
The Culture Institute
St. Gallen

Ticken wir noch richtig?

Unternehmenskultur sichtbar machen



Von St. Gallen bis New York im Einsatz: Die Culture Map. Sieben Hexagone in sieben Farben beschreiben die kulturelle Grundausrichtung eines Unternehmens.

Kultur wird konkret: Zum Mitverfolgen, zum (Um-)Gestalten und um sie allen anschaulich und verständlich zu machen: von der Ist-Analyse über das Entwickeln kultureller Zielbilder bis zur Gestaltung konkreter Maßnahmen und Culture Hacks.

Viele Unternehmen „ticken“ noch immer nach den Regeln früherer Erfolgsrezepte. Aber die Anforderungen für die Zukunft zeichnen ein ganz anderes Bild: Tayloristische Prinzipien geraten unter Druck, wo Agilität und Resilienz gefragt sind. Unternehmen müssen lernen, mit Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Widersprüchlichkeit umzugehen. Dafür muss die Lernkurve auf allen Ebenen des Betriebes viel steiler werden. Kultur wird dabei zum Schlüsselthema.

Vor 15 Jahren hat Simon Sagmeister seine Dissertation zur Analyse, zum Sichtbarmachen und zum Entwickeln von Unternehmenskulturen geschrieben. Aus den Thesen entstand ein Werkzeugkasten, der heute internationalen Kunden des von ihm gegründeten The Culture Institute zur Verfügung steht und ein weltweit anerkanntes Standardwerk der Unternehmenskultur darstellt. ■

Jede Culture Map ist Landkarte, Lernbehelf, Werkzeug und „Schauplatz“ in einem. Sieben Culture Map Hexagone unterschiedlicher Größe und Farbe spiegeln wider, wie das Kulturmuster eines Unternehmens aussieht und geben Einblick in die tieferen Schichten der Organisationskultur, die sich den Blicken normalerweise entziehen.

► **Simon Sagmeister:**
„Ticken wir noch richtig?“

Donnerstag

www.culture.institute



Doris Rothauer
Büro für Transfer
Wien

It's the Creativity, Stupid!

Kreativität als Schlüssel für eine neue Wirtschaft und Gesellschaft

Offen sein für das Neue, etwas riskieren, mit Unsicherheit umgehen, mitgestalten und Wirkung entfalten – Kreativität ist immer neugierig und auf Entfaltung, Bewegung und Veränderung aus. Neue Ideen wurden in den wettbewerbs- und leistungsorientierten 1980er und 1990er Jahren allerdings oft als ungeliebte Störungen gesehen ... und unter dieser Fehleinschätzung leiden wir noch heute. Gerade jetzt tut das besonders weh,

weil uns der Wandel laufend neue Ideen und höchste Flexibilität abverlangt. Doris Rothauer ist Kulturmanagerin und Strategieberaterin und arbeitet an der Nahtstelle von Kunst, Kreativität und Wirtschaft. Sie sieht in der Kreativität eine Schlüsselkompetenz und einigende Kraft von schöpferisch-innovativen Qualitäten und erfolgreichen Business-Modellen: „Eine Idee ist noch keine Lösung. Aber ohne Ideen gibt es keine Lösung.“ ■

► **Doris Rothauer:**
„It's the Creativity, Stupid!“

Freitag

www.dorisorothauer.com

Wolfgang Preisinger, Ernst Demmel, Gerald Harringer
Die Fabrikanten
Linz

Kommunikativ-künstlerische Strategien für Employee
Experience, Employer Branding und Brand Activism:
Wolfgang Preisinger, Ernst Demmel und Gerald Harringer
= Die Fabrikanten.



Kulturfragen sind Überlebensfragen

Die Fabrikanten entwerfen Energieschübe, die nach innen wie außen wirken.



„Wir begeben uns mit Unternehmen auf Entdeckungsreisen. Unsere Kunden dürfen viel von uns erwarten, nur keine ausufernden, langweiligen Beraterkonzepte“, unterstreicht Co-Gründer Wolfgang Preisinger.

Jedes Unternehmen weist Bruchlinien auf, mehr oder weniger sichtbare. Blinde Flecken im Betrieb. Zugrunde liegende Werte, die nicht immer bewusst gelebt werden. Daraus können tektonische Störungen entstehen im Gefüge, die die Leistungsfähigkeit schwächen. Aber auch Chancen bieten.

Spannungsfelder kennen Die Fabrikanten nur zu gut. Mehr als dreißig Jahre lang haben sie neben Kunst- auch Kommunikationsprojekte realisiert. Kultur und Wirtschaft. Zwei Welten, die auf den

ersten Blick unterschiedlicher nicht sein könnten. Mit den Jahren haben sie gelernt, mit dieser Ambivalenz zu leben und zu arbeiten. Als Mittler zwischen den Welten.

Dem Corporate Karisma auf der Spur

Im Stil von Pionieren haben Die Fabrikanten immer wieder neue Territorien gesucht und gefunden, Perspektivenwechsel gestaltet. Und die Erfahrung gemacht, dass ihre künstlerischen Strategien auch in Unternehmen gefragt sind. Mit kreativen Methoden und Settings liefern sie neue Impulse, etwa für Innovationsarbeit. Und sie machen kulturelle Stärken sicht- und gestaltbar.

Die Zeit für spielerische Bewusstseinsprozesse, für gelebte Unternehmenskultur war noch nie reifer als jetzt. Heute ist Corporate Culture Wettbewerbsfaktor und Überlebensfrage. Die Zukunft gehört Unternehmer:innen, die dem Verlangen von Mitarbeiter:innen, Talenten und Kund:innen nach mehr Sinn, Identität und nachhaltigem Handeln offen entgegengehen. ■

► Gerald Harringer:
„Das methodische Erarbeiten
eines Leitnarrativs“

Donnerstag

► Wolfgang Preisinger:
„Karisma Gap“

Freitag

www.fabrikanten.com

^ L E X

eine Buchhandlung

Hauptplatz 21, 4020 Linz
0732.78 24 400, buchhandlung@deralex.at, www.deralex.at

Soul

- **STEFFI BURKHART:** „The Millennials Soul at Work“
- **SIMON SAGMEISTER:** „Ticken wir noch richtig? Unternehmenskultur sichtbar machen.“
- **GEORG WOLFGANG:** „Kollektives Soul Searching“
- **GEORG TARNE:** „Was tun, wenn's menschelt? – Konflikte in New Work“
- **THOMAS OLBRICH:** Reflexion *SOUL*

Purpose

- **FRANZISKA FINK:** „Purpose Driven Organizations“
- **PATRICK RAMMERSTORFER:** „Die Kultur als Garten für Innovation“
- **KARIN KROBATH:** „Purposeful Rwanda – Von Afrika lernen“
- **HERBERT KLING:** Präsentation der Studie „Purpose ready“
- **IRENE BOUCHAL-GAHLEITNER:** Reflexion *PURPOSE*
- **TIM LEBERECHT:** „Die schöne neue Wirtschaft“
- **PHILIPPE NARVAL:** „Souly Side Up“-Talk

Breakout
Sessions

● **GERALD HARRINGER:**
„Das methodische Erarbeiten
eines Leitnarratives“

● **RAINER PERAUS:**
„Nachhaltiger Wandel? Utopisch?
Wirksame Wege ins Neue.“

● **CLAUDIA FROSCHAUER:**
„Kampf der Persönlichkeiten“

Souly Side Up
New Work
Poetry Slam

Donnerstag, 21:30 Uhr
Posthof, Mittlerer Saal



Eine Show der Superlative:
Ausgewählte Poet:innen
performen ihre New Work-Story-
Miniaturen – das Finale Grande
des ersten Festivaltages!

Details auf Seite 15.

Freitag

Story

- **VERENA HAHN-OBERTHALER + GERHARD OBERMÜLLER:**
„Zukunftsraum Geschichte: Wieviel Gestern braucht das Morgen?“
- **WOLFGANG PASTL:** „Am Anfang war die Story“
- **WOLFGANG TONNINGER:** „Von harten Plots und weichen Fakten – Über narrative Organisationen“
- **MARKUS PARGFRIEDER:** Reflexion *STORY*

Art

- **WOLFGANG PREISINGER:** „Karisma Gap“
- **STEFANOS PAVLAKIS + HANS GEISSLINGER:**
„Interventionen in felsenfeste Zonen – Zur Transformation von Organisationen und Kultur“
- **DORIS ROTHAUER:** „It's the Creativity, Stupid!“
- **KARIN WOLF:** Reflexion *ART*
- **DIE RADIKALEN TÖCHTER:**
„Macht kommt von Machen!“

KARIN KROBATH:

„Mit Eigenland intuitiv der Kultur auf der Spur“

PETRA MASCHER:

„Mein sehter Sinn, oder wie divers bin ich eigentlich?“



An beiden Tagen: Ausstellung
CEOs FOR FUTURE-Lehrlingsfotoprojekt.

Ulrike Jung (Moderatorin)

DIE ORGANISATIONSENTWICKLERIN, WIEN. „Die höchste Form menschlicher Intelligenz ist die Fähigkeit, zu beobachten ohne zu bewerten“, sagt sie in Bezug auf ihr Wirken als geschäftsführende

Gesellschafterin von *hrdiamonds*. Bei 22butterfly schlüpft Ulrike Jung in eine gänzlich andere Rolle: In die einer fachlich versierten und begeisternden Brückenbauerin zu den Teilnehmer:innen.

www.hrdiamonds.com | Moderation 22butterfly | Donnerstag und Freitag





REFLEXION 1

Thomas Olbrich

DER THERAPEUT, LINZ. Mit seiner Organisationsberatung *Culture Office* begleitet er kulturelle Entwicklungsprozesse in Organisationen. Sein Ziel: Die größte Wirksamkeit durch Effektivität und soziale Kompetenz auf allen Ebenen. Bei 22butterfly führt Thomas Olbrich durch die Reflexion „Soul“.

www.culture-office.at | Reflexion „Soul“ | Donnerstag



REFLEXION 2

Irene Bouchal

DIE NETZWERKERIN, LINZ. Als CPO gestaltet sie das Miteinander in der agilen Linzer Digitalschmiede *Netural*. Die Fachwelt kennt sie als Mitbegründerin der *HR Lounge* und Gastgeberin der *HR Coworking Days*. Bei 22butterfly reflektiert Irene Bouchal-Gahleitner den Themenblock „Purpose“.

www.hr-lounge.at | Reflexion „Purpose“ | Donnerstag



REFLEXION 3

Markus Pargfrieder

DER SZENOGRAF, LINZ. Mit seinem Unternehmen *Responsive Spaces* entwickelt er immersive und interaktive Erlebniswelten für glanzvolle Marken. Dank spektakulärer Projekte sammelt er nicht nur internationale Awards, sondern öffnet auch – spürbar – den Raum von „Storytelling“ zu „Storyliving“. Für 22butterfly moderiert Markus Pargfrieder die Reflexion „Story“.

www.re-spaces.com | Reflexion „Story“ | Freitag



REFLEXION 4

Karin Wolf

DIE KULTURMANAGERIN, WIEN. Das von ihr geführte *Institut für Kulturkonzepte* trägt wesentlich zur Aus- und Weiterbildung heimischer Kunst- und Kulturschaffender bei. Gemeinsam mit Helga Stattler gründete sie 2011 das *Institut für Kunst und Wirtschaft*. Bei 22butterfly führt Karin Wolf durch die Reflexion „Art“.

www.kunstundwirtschaft.at | Reflexion „Art“ | Freitag



TALK „SOULY SIDE UP“

Philippe Narval

DER KRITISCHE GEIST, ST. GALLEN. Der ehemalige Generalsekretär des renommierten *Forums Alpbach* leistet heute visionäre Aufbauarbeit an der Universität St. Gallen. Seit Februar 2022 leitet er mit *SQUARE* einen neuen Ort für inspirierende Begegnungen und lebhaften Dialog über soziale, disziplinäre und kulturelle Grenzen hinweg. Bei 22butterfly brilliert Philippe Narval als griffig mitdiskutierender Gastgeber der donnerstagsabendlichen „Soully Side Up“-Talkrunde:

Wie jene Werte freilegen und hegen, die Orientierung geben und Motivation schenken? Wie erkennen, wie man tickt und eine gefühlvollere, kreativere, lebendigere und widerstandsfähigere Kultur entwickeln? Wie sich selbst und anderen vergegenwärtigen, wer man ist, wer man werden möchte ... und wieso? Wie Starre, Farblosigkeit und Ignoranz begegnen? Wie die Fantasie anregen? Wie sich stören lassen, blinde Flecken beleuchten und Energieschübe holen?

www.hsg-square.ch
„Soully Side Up“-Talk
Donnerstag

Souly Side Up New Work Poetry Slam

Eine Show der Superlative: Fünf der besten österreichischen Poetry-Slammer:innen performen ihre New Work-Einblicke im fliegenden Wechsel mit freien Texten. Lebendig, fesselnd, kritisch und begeisternd. – Das Finale Grande des ersten Festivaltages.



Es darf geflüstert, geschrien, rhythmisch gesprochen, gelesen oder frei vorgetragen werden. Einzige Bedingungen: Zeitlimit von sechs Minuten, die Texte sind selbst geschrieben, keine Requisiten, keine Verkleidung, kein Gesang. Nur geniale Texte und ein euphorisiertes Publikum.

Da stehst du nun.

Auf einer der schönsten Bühnen in Linz. Die Anstrengung im Nacken, die Haare stellen sich auf, es liegt Elektrizität in der Luft. Jeder Schritt bringt den Boden zum Beben, das Licht ist grell, nahezu blendend. Synapsen flattern im Wind, der Kopf ist voll und der Körper angespannt. Die

Moderation holt dich auf die Bühne und nun 6 Minuten voller Wortkaskaden, Phrasentsunamis, Mitgefühl, Gelächter und mitreißender Publikumsinteraktion. Danach Jubelstürme und ein Applaus, der die Stahlstadt erzittern lässt. Das ist gelebte Bühnenperformance, das macht Poetry Slams aus.*

Donnerstag, 12.5.:

Beginn 21:30 Uhr

Dauer: 2 Stunden

Posthof Mittlerer Saal

*Post Skriptum – Verein zur Förderung der Poetraton von
gesprochener Schrift und des geschriebenen Wortes

Die Story Dealer:

Seit über 30 Jahren experimentieren die Story Dealer mit Geschichten als Erfahrungsraum.



Hans Rudi Fischer, Hans Geißlinger,
Stefanos Pavlakis
Story Dealer, Berlin/Heidelberg

Geschichten nicht nur erzählt bekommen, sondern sie ins eigene Handeln bringen: denken, empfinden und Entscheidungen treffen. Beim Story Dealing konstruieren die Menschen „eigenhändig“ die Handlung. Sie tauchen aktiv in die Geschichte ein, sie konzentrieren sich auf sie, werden in ihr Zentrum gezogen und gestalten sie nach ihren eigenen Vorstellungen mit: Entschleunigung pur.

Resonanz entsteht, und mit dem Gefühl, wahrgenommen zu werden, erfüllt sich auch das existenzielle Bedürfnis nach Anerkennung: *Esse est percipi* – Sein heißt wahrgenommen werden.

Story Dealing meint stets den gesamten Prozess von der Entwicklung einer Geschichte bis zu ihrer Realisierung. Seit den frühen 1990er Jahren experimentieren die Story Dealer – Hans Rudi Fischer, Hans Geißlinger und Stefanos Pavlakis – mit Interventionen in Organisationen. Dabei wirkten sie für namhafte Auftraggeber:innen wie die Daimler AG oder A1 Telekom Austria. Viele ihrer „Überfälle auf die Wirklichkeit“ sind mittlerweile legendär. „Wer Wirtschaft nicht kulturell zu verstehen lernt, kann sie langfristig weder begreifen noch Erfolg mit ihr haben“, sagen sie. ■

► Hans Rudi Fischer,
Hans Geißlinger und
Stefanos Pavlakis:
„Interventionen in felsenfeste
Zonen - Zur Transformation von
Organisationen und Kultur“

Freitag

www.storydealer.de

Die Story wandert aus dem Kopf in die Location. Es kann Unvorhergesehenes geschehen, Fantasie wird freigesetzt. Man kann scheitern und lernt, sich auf den anderen und die Umwelt zu beziehen.



Karin Krobath
Partnerin von identifiere
und wortwelt

Purpose! Pur oder Pose?

Runter von den Begriffswolken, hinein ins Business.

Vorsicht! Auch Sinn-Suche kann schnell in Un-Sinn münden. Begriffswolken vernebeln die Aussicht auf klare Perspektiven, und Visionen, die zu kurz greifen, sind nicht tragfähig.

Anhand von Beispielen aus dem Silicon Savannah (Kenia) und dem Proof-of-Concept-Country Ruanda erklärt und illustriert Karin Krobath, wie Geschäftsmodelle in Subsahara-Afrika planetenverträglich und enkelfähig aufgebaut werden – von Mobile Banking über Elektromobilität bis

hin zu Off-Grid-Solaranlagen. Klar, dass da mehr Purpose als Pose drinnen steckt, wenn man sagen kann: „We exist to transform Lives oder We leave no one behind!“ Das ist Vision pur.

Corporate Culture soll Fragen des WHY und des HOW aufgreifen und immer wieder in ein begeistertes WOW münden, das auch gebührend gefeiert wird. Dann ist sie Kultur und keine Pose. Karin Krobath ist international in den Feldern Employer Branding, Employee Experience sowie Innovations- und Sprachkultur tätig. ■

► Karin Krobath:
„Purposeful Rwanda -
Von Afrika lernen“

Donnerstag

www.identifiere.at



Franziska Fink

DIE PURPOSE-EXPERTIN, WIEN. Wie erzeugen wir mit Sinn mehr Drive? Franziska Fink, Partnerin der *Beratergruppe Neuwaldegg* und Autorin des Bestsellers „Purpose Driven Organizations“ schildert in ihrem Impuls, wie Unternehmen in einer VUCA-Welt durch einen klaren „Sense of Direction“ Orientierung, Klarheit und Kraft gewinnen.

www.neuwaldegg.at | „Purpose Driven Organizations“ | Donnerstag



Wolfgang Tonninger

DER WANDERER ZWISCHEN DEN WELTEN, SALZBURG.

Der Filmmacher, Autor, Coach und Mitbegründer des internationalen *Beyond Storytelling Networks* erzählt in seinem Beitrag „Von harten Plots und weichen Fakten“, weshalb narrativen Organisationen die Zukunft gehört.

www.beyondstorytelling.com | „Von harten Plots und weichen Fakten – Über narrative Organisationen“ | Freitag



Verena Hahn-Oberthaler und Gerhard Obermüller

DIE GESCHICHTSSCHREIBER:INNEN, LINZ. Aus Wissenschaft, Wirtschaft und Journalismus kommend, gründeten sie 2009 die History Marketing Agentur *Rubicom*.

Nach dem Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben hat schon der Philosoph Friedrich Nietzsche gefragt und diese Frage hat nichts an Aktualität verloren. Sind Geschichtsbewusstsein und Zukunftsorientierung Antagonisten oder kommunizierende Gefäße in der

strategischen Unternehmensführung? Verena Hahn-Oberthaler und Gerhard Obermüller sehen die Bereitschaft, sich auf Unternehmensgeschichte einzulassen als Teil einer reflektierenden, an Entwicklung orientierten Unternehmenskultur. In „Zukunftsraum Geschichte: Wieviel Gestern braucht das Morgen?“ beleuchtet das Duo die Chancen, die sich für Strategie und Miteinander aus der Herkunft ergeben.

www.rubicom.at | „Zukunftsraum Geschichte: Wieviel Gestern braucht das Morgen?“ | Freitag



Patrick Rammerstorfer

DER INNOVATIONSGÄRTNER, LINZ/WIEN. „Wann wäre der richtigere Zeitpunkt, New Work und Agilität zu entwickeln, als jetzt?“, fragen Patrick Rammerstorfer und seine Kolleg:innen von *Pro Active*. Innovationen gedeihen, wo der kulturelle Rahmen sie zulässt. Doch – frei nach Qualtinger – „Wer auf frischen Wind wartet, darf nicht verschnupft sein, wenn er kommt“.

www.pro-active.at | „Die Kultur als Garten für Innovationen“ | Donnerstag



Georg Tarne

DER SERIAL SOCIAL ENTREPRENEUR UND NEW WORK CONSULTANT, BERLIN/WIEN. Wo miteinander gearbeitet wird, entstehen Spannungen. In seinem Beitrag „Was tun, wenn's menscht?“ macht sich der *dwarfs and Giants-Katalyst* Georg Tarne auf die Suche nach einer tragfähigeren Konfliktkultur, die weder vertuscht noch verletzt.

www.dwarfsandgiants.org | „Was tun wenn's menscht?“ | Donnerstag



Wolfgang Pastl
Prime Concept
Linz

Visuelles Storytelling

Das Ich-Format von innen



Eine unverwechselbare Story entwickelt sich von innen nach außen.

Die (Entstehungs-) Geschichte einer Organisation hat meist viele Anfänge. Erfolgreich bleibt sie, wenn sie stets neue Bezüge zu ihnen herstellen kann. Die Backstory verbindet dann über Zeiten und Umstände hinweg und wird somit im besten Wortsinn intergenerativ und nachhaltig. Geschichte entwickelt sich auf der Zeitachse „Bild für Bild“ und wird so letztlich zu einem Film, der Dynamik entwickelt, mitreißend wirkt und im Idealfall authentisch bleibt.

**Die Geschichte in sich selbst finden:
Man muss nicht Everybody's Darling
sein, um gut anzukommen**

Wolfgang Pastl von Prime Concept
vergleicht *Visuelles Storytelling* gern mit

dem Freilegen des Kernholzes bei einem Baum: „Kernholz“, so sagt er, „ist farbig und enthält differenzierende Kernstoffe. Beim Visuellen Storytelling schälen wir diese Kernstoffe heraus und machen ihre Unverwechselbarkeit sichtbar. So entsteht Aufmerksamkeit schon lange vor dem Anfang einer Handlung. Wir entwickeln eine Geschichte deshalb immer von innen nach außen und wurden für die Ergebnisse dieser Denk- und Arbeitsweise schon mehrfach ausgezeichnet.“

**„Fange nie mit dem Anfang an,
sondern immer drei Meilen vor
dem Anfang! Kurt Tucholsky**

Wenn der Spannungsbogen auf uns selbst verweist, erschließt er damit auch das Karisma, das uns gegeben ist. Dazu bedarf es guter Bilder, glaubwürdiger Auftritte, einleuchtender Beispiele, erkennbarer Handlungsmuster und einer Storyline, die das Verbindende deutlich macht.

Wolfgang Pastl: „Auch wenn es im Zeitalter der Sozialen Medien verlockend ist, nach Likes zu spielen, adressieren wir unsere Produktion immer an Menschen und nicht an Algorithmen. Menschenbilder sind und bleiben das Interessanteste, was unsere (Medien-)Welt zu bieten hat.“ ■

► Wolfgang Pastl:
„Am Anfang war die Story“

Freitag

www.primeconcept.at

Claudia Froschauer

**DIE KOMMUNIKATIONSEXPERTIN,
LINZ.** Als Strategin von *primeconcept+* beschäftigt sich Claudia Froschauer intensiv mit Learnings, mittels Employer Branding Werte und Kultur eines

Unternehmens erlebbar zu machen. In ihrer Breakout-Session „Kampf der Persönlichkeiten – Die Anziehungskraft der Arbeitgeber-Marke“ gibt sie Einblick in die wichtigsten Do's and Don'ts.



www.primeconcept.at | „Breakout-Session „Kampf der Persönlichkeiten“ | Donnerstag



Die Radikalen Töchter
Berlin

Macht kommt von Machen!

Die Radikalen Töchter zeigen, wie man für das Richtige einstehen kann.



Aktionskunst kann man lernen.

► Die Radikalen Töchter:
„Macht kommt von Machen!“

Freitag

www.radikaletoechter.de

Die neue Generation tritt in Aktion: Engagierte Töchter, die wahrgenommen werden und andere dazu befähigen, es ihnen gleichzutun. Mit Aktionskunst ausbrechen, sich und anderen frischen Mut beweisen, Selbstwirksamkeit erfahren, sich wie-

der spüren und als selbstbewusster Teil eines größeren Ganzen agieren. Schwung und Kraft in die Intervention und die Sache auf den Punkt bringen – manchmal

setzt nur das Radikale die Unternehmenskultur in Marsch. Das heißt: Alles auf den Kopf stellen, was den Kopf schwer macht, raus aus Routine und Komfortzone und auch einmal den Umweg über die Straße nehmen.

Die Radikalen Töchter arbeiten in und für Unternehmen und Nonprofit-Organisationen mit Hand-on-Mentalität, fördern selbstmotiviertes Handeln und verfolgen dabei immer drei Ziele: Menschlichkeit, Haltung und Leidenschaft. ■

Die Künstlerinnen vor Ort:



Crystn Hunt Akron – die interdisziplinäre Ausnahme-Künstlerin spannt in ihrer Arbeit einen Bogen aus den Bereichen Kunst, Musik, New Media, Dance, Performance bis hin zu musikalischen Installationen. Als mehrfach ausgezeichnete Sängerin und Komponistin tourte sie bis in den asiatischen Raum. Ihre Werke wie die Frachtschiff-Symphonie „Ebriphon“ und die „Plastic Trash“-Symphonie sorgten im europäischen Raum für Aufsehen. Für 22butterfly schafft sie einen außergewöhnlichen musikalischen Rahmen.

www.crystn-hunt-akron.com



Death Positiv – als professionelle Begleiterinnen bei Todesfällen und Impulsgeberinnen bei Verlusterfahrungen sind die beiden Profis für Abschiede. Mit ihrer „SargBar“ sorgen sie clownesk und performativ für Tröstliches. Dabei offerieren Verena Brunnbauer und Nicole Honeck Zeit, in der sie aktiv zuhören und Perspektiven schaffen: Denn wenn etwas endet, wächst Raum für Neues, ergeben sich Chancen auf Veränderung und Wachstum.

www.deathpositiv.at

Tausenddank

Eine Veranstaltung wie das 22butterfly Corporate Karisma Festival wäre ohne das Engagement von Wohlgesinnten bis Begeisterten keinesfalls denkbar.

Wir betreten mitunter Neuland, versuchen, für Antworten auf die Frage, wie Unternehmen ihrer Kultur mehr Leben einhauchen können, Consulting, Kreativwirtschaft und Kulturschaffende zusammenzuführen.

Umso mehr gehört unser Tausend-dank unseren Partner:innen. Ihr Glaube an die Idee, ihr Glaube an die Akteur:innen ist für den Erfolg von 22butterfly unheimlich viel wert.

Tausenddank sagt man am besten ganz persönlich ...



BRANDSCORE.AT

BUSINESS/ART

DIE FABRIKANTEN

rubicom
Agentur für Unternehmensgeschichteprimeconcept⁺identifire
www.identifire.com

DERSTANDARD

neuwaldegg

TRAINING
www.magazintraining.comCEOS FOR
future

CULTURIZER

G
dwarfs
and
Giants
rewriting
the future of
organization

The Culture Institute

PROACTIVE

LINZ
TOURISMUSlinz
verändeBEYOND
STORYTELLING
NETWORK

BUSINESS/ART

WIRTSCHAFT MIT/WEIT/BLICK

Das Magazin für Manager*innen, die nachhaltige Herausforderungen in strategische Möglichkeiten verwandeln. Gönnen Sie sich ein Abo um Euro 25,- pro Jahr! www.businessart.at



Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit

Die Initiative CEOs for Future vernetzt Manager:innen, die einen klimapositiven Wandel in die Wege leiten wollen.



Lukas Kienzl (C4F) mit Doris Schmidauer, Botschafterin der C4F Generationenplattform, und Wolfgang Anzengruber, Botschafter der C4F Wirtschaftsplattform

Digitalisierung, Klimakrise oder der Verlust der Artenvielfalt – Veränderung ist allgegenwärtig. Diesen Herausforderungen kann man nicht mit Abwarten begegnen, da die Auswirkungen des heutigen (Nicht-)Handelns noch in den nächsten Jahrzehnten spürbar sein werden.

Unter dem Dach von CEOs for future haben sich bereits mehr als 40 Topmanager:innen zusammengeschlossen, um die Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft voranzutreiben. So können durch das Umschwenken auf eine klimaverträgliche und ressourcenschonende Wirtschaft Impulse zur Belebung der Wirtschaft gesetzt und die Lebensgrundlagen für zukünftige Generationen gesichert werden.

Dazu hat CEOs FOR FUTURE zwei Initiativen ins Leben gerufen: Bei der *Wirtschaftsplattform* stehen der branchenübergreifende Austausch und die Zusammenarbeit von Unternehmen im Fokus. Bei Projekten werden gemeinsame Standpunkte erarbeitet, Wissen geteilt und Veränderungen in den Unternehmen angestoßen.

Bei der *Generationenplattform* wird unter Einbindung eines breiten Spektrums von Vertreter:innen der Jugend der Dialog zwischen CEOs und jungen Menschen forciert. So verfolgt das Lehrlingsprojekt das Ziel, Lehrberufe aufzuwerten und Lehrlinge für Nachhaltigkeit zu sensibilisieren.

Um diesen tiefgreifenden Wandel zu meistern, braucht es eine an nachhaltigen Werten orientierte Unternehmenskultur und ein zeitgemäßes Selbstverständnis von Führung und Zusammenarbeit.

www.ceosforfuture.at

IMPRESSUM:

Medieninhaber und Herausgeber: cucocu.com GmbH, Fadingerstraße 14, 4020 Linz / Österreich, redaktion@cucocu.com, www.cucocu.com.
Chefredaktion: Ernst Demmel. **Autor:innen:** Harry Jeschke, Cornelia Lehner, Ernst Demmel. **Produktionsabwicklung:** Gerald Harringer. **Event Identity + Cover Visual:** Bernd Sommariva. **Fotos:** S. 3: Ernst Demmel ©Zoe Goldstein; Concrete Love ©Joao Nogueira; Post Skriptum ©Christoph Leeb/ subtext.at; Posthof Linz ©Groxpress Günther Gröger / S. 4: Netural ©Netural / S. 6: Tim Leberecht ©Darius Ramazani; Concrete Love ©Joao Nogueira / S. 7: Steffi Burkhardt ©Simon Wegener; Mehr Sinn ... ©Jason Goodman, unsplash / S. 9: Simon Sagmeister ©Culture Institute; Doris Rothauer ©Katharina Gossow / S. 10+11: Die Fabrikanten ©Zoe Goldstein / S. 12: Sevi Agostini ©Christoph Leeb/ subtext.at / S. 14: Thomas Olbrich ©Melanie Peterseil; Irene-Bouchal ©Netural; Karin Wolf ©Martin Angerer; Philippe Narval ©Andrei Pungovschi / S. 15: Post Skriptum ©Christoph Leeb/ subtext.at / S. 16: Story Dealer ©Story Dealer / S. 17: RUBICOM / Verena Hahn-Oberthaler, Gerhard Obermüller ©Heidemarie Pleschko; Patrick Rammerstorfer ©Nova Zone; Georg Tarne ©Maria Noisternig / S. 18: Wolfgang Pastl ©Monika Reiter; Eine unverwechselbare Story ©Wolfgang Pastl; Claudia Froschauer ©Monika Reiter / S. 19: Radikale Tochter ©Daniel Zenker, ©Patryk Witt; Crystn Hunt Akron ©Robert Maybach; Death Positiv ©Reinhard Winkler / S. 21: CEOs for Future ©Tsitsos / S. 22: Posthof Linz ©Groxpress, Günther Gröger. Fotocredits wie oben angegeben, ansonsten © beim jeweiligen Speaker, bei der jeweiligen Speakerin. **Nicht mit einem © versehene Bilder:** Unsplash.com, cucocu.com, pexels.com.

Gestaltung: Eigenbrot, Birgitt Müller, Hauptplatz 23, 4020 Linz / Österreich, studio@eigenbrot.at, www.eigenbrot.at. **Druck:** Gugler GmbH, Auf der Schön 2, 3390 Melk an der Donau / Österreich, office@gugler.at, www.gugler.at. **Papier und Druck:** FSC-, UWWZ- und EU-Ecolabel-zertifiziert. Nachhaltigkeit: Gugler erhielt 2020 das Cradle-to-Cradle-Zertifikat in GOLD. Weitere Infos unter: www.c2c.ngo. **Grundlegende Richtung des Druckwerks:** Dies ist

das Programmmagazin des „22butterfly Corporate Karisma Festivals“. Weitere Infos unter www.22butterfly.com. **Rechtsinformation:** Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in elektronische Datenbanken sowie sonstige Vervielfältigungen nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers.



PurePrint®
innovated by gugler* DruckSinn
Gesund. Rückstandsfrei. Klimapositiv.
drucksinn.at

greenprint*
klimapositiv gedruckt

Infos zur Teilnahme



Tickets

Festival Pass:

EUR 600 exkl. MWSt.

Early Bird Festival Pass:

EUR 450 exkl. MWSt. | Bis 11. März 2022!

Live Streaming Pass:

EUR 150 exkl. MWSt.

Registrierung unter:

www.22butterfly.com/tickets

Du hast bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn die Möglichkeit, kostenfrei zu stornieren. Wir nehmen Covid-19 sehr ernst und verlangen einen 2G-Nachweis (Genesen, Geimpft) für den Einlass.

Posthof – Zeitkultur am Hafen
Posthofstraße 43
4020 Linz

Anreise: Mit Öffis: direkt vom Hauptbahnhof Linz mit den Linz-Linien-Bussen 27, 45 und 46. Zustieg im Stadtzentrum: Mozartkreuzung.

Mit dem PKW: via A7, Abfahrten Prinz-Eugen-Straße oder Hafenstraße.

Parkplätze: in der Industriezeile und in der Posthofstraße. E-Mobility-Ladestationen in unmittelbarer Nähe.

Abendtransfer ins Zentrum: 22butterfly-Shuttle-Dienst, Linz Nachtbus N83 oder AST-Anruf-Sammeltaxi (0732/661266).

Hotel-Tipps: Nächstgelegenen: Hotel Prielmayerhof www.prielmayerhof.at
Im Herzen der Stadt: Hotel Schwarzer Bär www.linz-hotel.at

Durch die Teilnahme an der Veranstaltung stimmst du dem Aufnehmen und Verbreiten von Fotos und Videos zu, auf denen du möglicherweise zu sehen bist.

Veranstaltungs-AGBs und Datenschutz:

www.22butterfly.com/teilnahmebedingungen

www.22butterfly.com/datenschutz

Service-Kontakt: festival@22butterfly.com

Alle aktuellen Informationen unter: www.22butterfly.com



22butterfly ist ein Green Event und lebt ein nachhaltiges Veranstaltungskonzept.

LINZ IST OUT

A woman with dark hair pulled back is standing in a European-style city street. She is wearing a dress made of numerous layers of white doner kebab wrappers. Each wrapper has a red logo that says 'DÖNER KEBAB' and features a small illustration of a chef. She has her hands raised to her face, framing it. The background shows historic buildings with arched windows and a cobblestone street.

Hell yeah: Far out sogar. Zu Deutsch: Sehr unkonventionell. Denn Linz ist die Stadt der Gründerinnen, Experimentierfreudigen, Entwicklerinnen und Forschenden. Da kann es schon vorkommen, dass CO₂ in Alkohol umgewandelt wird. Oder Dönerschiffchen in ein schickes Kleid.

Für alle Neugierigen:
Linz-Trip ab 189 € auf linzistlinz.at

#linzistlinz
linztourismus.at

Corporate Karisma, das

Wortart: **Substantiv, Neutrum**
Häufigkeit: **rar**
Aussprache: **[ˈkɔ:pərɪtˈka:ʁɪsma]**

Cor | po | ra | te Ka | ris | ma

Bedeutung: Appeal (v. Unternehmen) durch Haltung und bewusst gelebte, inszenierte Kultur.

Etymologie: Im November 2020 von 22butterfly-Initiator Ernst Demmel in einem Blogbeitrag verwendet, um ein Phänomen zu beschreiben, das bis dahin zwischen „Corporate Reputation“, „Employer Branding“ und „Strategic Narratives“ waberte. Das „K“ in Karisma sollte mit Pfiff ausdrücken, um was es geht: Ausbrechen aus dem „Everybody’s Darling“-Modus.

Ab März 2021 von DIE FABRIKANTEN weiterentwickelt, als Ernst zur Truppe stieß: „Freilegen, Feintunen, Festigen, Feiern und Sichtbarmachen markenprägender Narrative, Praktiken und Inszenierungen.“

Im Oktober 2021 als Subline fürs geplante Festival fixiert, da „Corporate Culture Convention“ schlicht zu farblos schien, um das auszudrücken, was wir ankündigen wollten.

Kennenlernen: perplexia.fabrikanten.com 