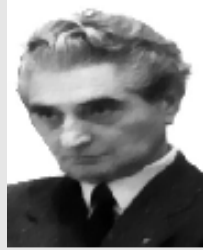


Felix + Marc W.Grünwald: Inhaber + Geschäftsleiter ...



Kunsthhaus „Culture Art“ - Bildungswerkstatt „KKKI“...

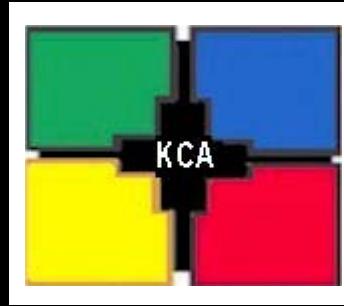
1996

Culture Art – Die Kultur der Kunst im Spannungsfeld West – Ost [-> KCA-Unternehmensvision]



1997

Kunsthhaus Culture Art - The Spirit of Switzerland [-> KCA Mission-Statement]



2001-2005: KCA-Positionierung als **Bildungswerkstatt** für **Kunst-Kreativität-Kultur&Innovation**

ÜBER UNS:

Die 3 Pfeiler des Kunsthhauses Culture Art

Kunst ->

<-Kreativität->

<- Kultur

Kunst - Kreativität - Kultur die **Bildungswerkstatt der Innovation**

Kunst ist die kreative Kraft der **Kultur**, die Quelle der **Innovation-Bildung**, welche uns über den kontinuierlichen Verbesserungs-Prozess projektbezogener Gestaltung zu kreativen Produkten und Leistungen führt. In der **Kunst** wird **Kreativität** wahrgenommen - sichtbar, in der **Kultur** nachvollziehbar. In den Werken und Leistungen der **Kunst** erleben wir den Geist der **Kreativität**, in der **Kultur** eines Unternehmens oder einer Nation nimmt er Gestalt an ...

Kunsthhaus Culture Art Corporate Identity

Vision ->

<-Mission->

<- Position

VMP-Komposition im Zeichen globaler Vernetzung ...

Im Zentrum unserer Tätigkeit als **Kunst- und Kultur-Schaffende** steht immer die Bemühung ein kreatives Produkt zu bilden und eine kreative Leistung zu erbringen, welche in sich das künstlerische und kulturelle Element vereint und als innovativ bezeichnet werden kann. Kennzeichen dieser Bemühung ist der von uns entwickelte **VMP-3S Bildungs-Raster** zur Bewerkstelligung von "Leadership-Management" und Nachhaltiger Entwicklung, welcher hilft der Substanz und dem **Kultur-Gehalt** eines "Unternehmens" (Projekt, Aktion, Programm, Planung u.a.m.) Form zu verleihen, damit das erzielt wird, was wir **Innovation** (Erneuerung bzw. Wandel, Veränderung oder Metamorphose) nennen. Das dafür notwendige Schlüsselwort heisst "**Kultur**" und kennt den **Vision-Mission-Position** ("Leadership") - **3S Struktur-Strategie-System** ("Management") **Bildungs-Raster** als Quality Maker einer "lernenden Organisation", welche "Leadership-Management" als Handlungs-Maxime hat. Dieser (ver)schafft ihr die Grundlage um Gebildetes nachhaltig zu fördern, damit das Ganze Beispiel-Charakter erhält und innovationsfähig wird ...

... zwischen Tradition und Innovation

Hierbei setzen wir neben dem traditionellen Handwerkzeug der bildenden **Kunst** (Zeichnen, Malen, Gestalten) als **Kreativität**-Former und **Kultur**-Erbe, die neuen Bildungs-Medien im **Offline** (Print) und **Online** (Elektronisch) Bereich als Produkt-**Innovations**-Instrument und Marketing-Kommunikations-Mittel ein ...

KNOWLEDGE-CAPITAL:

Das Knowledge-Capital des Kunsthaus Culture Art ist abrufbar unter der Internet-Adresse www.kca.ch, dessen Index1 + 2 Site Map Inhalt rund 850 Webpages bzw. 4 Ordner ausgedruckt umfasst und folgende Inhalt-Struktur kennt, wobei diese hier nicht vollständig und ohne Text-Links wiedergegeben wird ...

Index1:



Site Map1:

1. Kunsthaus Culture Art:

Kunst-Kreativität-Kultur als Bildungswerkstatt der Innovation, Vision-Mission-Position-Aktionsprogrammdokument; 3-S Total Quality Konzept, Struktur: Kreativität (IQ) + Innovation (EQ), Strategie: Kreativ sein + Innovativ werden als Mission Statement, System: TEAM-Work Quality Makers als Mission Statement u.a.m.

2. Bildungswerkstatt für Kunst-Kreativität-Kultur&Innovation:

Vision-Mission-Position der KCA-Unternehmens-Identität, Vision: Leitbild-Leitidee-Leitbegriff als Leitlinien-Führungsinstrument, Mission: Visualisierung-Präsentation-Moderation als Gestaltungs-Mittel; Position: Kunst-Kreativität-Kultur als Innovation-Ressourcen u.a.m.

3. UnternehmenSPhilosophie-Politik-Produkte-Potential:

USP1: UnternehmenSPhilosophie Management Art Modell integrierter Führung, USP2: UnternehmenSPolitik produkt-, tätigkeit- und marktbezogen, USP3: UnternehmenSProdukt Leitbild – Programm – Publikationen – Team, USP 4: UnternehmenSPotential Input-Output Potentialanalyse u.a.m.

4. Kunst als Lebens-ART&Bildungs-Rohstoff:

Betrachtungen zur Krise der Kunst, Was ist Kunst? Bildende und angewandte Kunst, Technik + Kunst: IQ-Fertigkeit + EQ-Fähigkeit, Die Wesensmerkmale der bildenden Kunst: Form-Farbe-Bewegung&Bewegtsein, Der Entwicklungsweg moderner Kunst und dessen Kommunikationsmittel u.a.m.

5. Kreativität als Lebens-Elexier&Bildungs-Ressource:

Kreativität-Ressourcen Natur und Kunst & Kunst und Kultur, Kreativität: Natur-System + Personality-Management-Positionen, Kreativität = Konvergenz + Divergenz; Links: Herr Konvergent – Rechts: Frau Divergent, Konvergent: Wissenschaft als Stereotyp – Divergent: Kunst als Stereotyp, 7-P der Kreativität (Innovationsfähigkeit), Das kreative Potential des Profit- und Non-Profit-Marketing u.a.m.

6. Kultur als Lebens-Qualität/Wert&Bildungs-Gut:

Kultur-Positionen – Der Kultur-Begriff des NFP 21, Kultur im engeren + weiteren Sinne, Die Rundum-Qualität der Kultur, KaiZen das Wesen des Kulturschaffens, Benchmarking der amerikanisch-europäische KaiZen-Gegenpol, E-Culture: Kultur schaffen im Zeitalter des Internets, Kultur schaffen mittels 5-i u.a.m.

7. Innovation als Lebens-Kntext&Bildungs-Potential

Das Tao – Die Kultur und der Weg der Innovation, Der Weg von der Idee zur Innovation, Die 5-P innovativer Leadership, Das Leadership ABC des Unternehmens Innovation A) das Richtige: Die Strategie der Innovation, B) richtig: Die Kultur der Innovation, C) aufrichtig tun: Die Kultur der Innovation u.a.m.

Index2:

	<p>Die KCA <u>Index2</u>-Website behandelt:</p> <p>Die 3 Pfeiler des Kunsthaus Culture Art und dessen Corporate Identity/Personality Vision-Mission-Position als Action Research Non-Profit-Organisation [Naviationsleiste oben] für Kunst-Kreativität-Kultur&Innovations-BILDung [Index1] Die KCA Service Public Publikationen im Dienste der NPO-Managementlehre und NEAT-ZukunftGestaltung der Schweiz AG + Wallis AG als ein "Unternehmen guter Bürger" - Corporate Citizenship [Naviationsleiste links] ...</p> <p>1996-2006 © kca - letzte Änderung: 14.1.06</p>
---	--

Site Map2:

1. Action Research Programme&Projekte:

5-1 Unternehmens-Struktur als Corporate Identity&Personality, Innovation: Die Managementlehre von Non-Profit-Organisationen, Idee: Die Methode der Aktionsforschung, Impuls: Kunst + Kultur als Basisstrategie zur Steigerung der Innovationsfähigkeit, Initiative: Allez-hopp CH-Kunst+Kultur als Aktionsprogramm, Investition: Internet als Ressourcen-Optimierungs-Instrument u.a.m.

2. Service Public Publikationen:

Dokumente zur ZukunftGestaltung der Confoederatio Helvetica&Schweiz-Wallis AG, Deckblätter und Inhaltangaben, inkl. Zahlenmaterial, Leitfaden + Leitlinien für das Projekt-Management mit strategischen Erfolgspositionen und der AMEN-Verhaltensstrategie u.a.m.

3. Unternehmen Confoederatio Helvetica:

Leitbegriff – Leitbild – Leitmotiv – Werte. Kultureller Brückenschlag als Synergie-Partnerschaft Leitgedanke, Kunst-Kreativität-Kultur als Produkt-Innovations-Kontext, Leitbild OKAL-CH Plus: Offen + Kooperativ – Attraktiv + Lebenwert, Leitmotiv: Wertschöpfung: Ordnung + Freiheit – Geist + Materie, Plus-Zeichen als Wertschöpfungs-Symbol, Wert-Denken-Begriffe-Massstab-Zumessung-Schöpfung-Wert u.a.m

4. Unternehmen Schweiz-Wallis AG:

3S-Total Quality Konzept: Struktur: Quality Leadership Management, Strategie: Unternehmerisch handeln + Vernetzt denken als Mission Statement, System: Kongruenz herstellen + Synergien bewerkstelligen als Mission Statement, Market-Identity + Personality, E-Culture Benchmark Asien-Schweiz, E-Service Benchmark Amerika-Schweiz, E-Culture-Service Projekte, Imagepflege nach Innen und Aussen, Tourismus- & Politik-Leitbild u.a.m.

5. Unternehmen Schweiz AG

TQM-Bausteine zur Erzielung von Business Intelligence, TQM-System: Input-Output-Systematik, TQM-Kulturpositionen des Schweiz AG TQM-Leadershipkonzeptes, TQM Vision-Mission-Position-Grundlagen, TQM-Vision: Total Quality Mind, TQM-Mindware: Ideen-Vorschläge-Verbesserungen, TQM-Mission: Total Quality Mentality, TQM-Position: Total Quality Management, TQM-Grundlagen: Mind-Mentality-Management-Maker, The Quality Makers: Mind-Mentality-Management-3M-Menschenbild u.a.m.

6. Unternehmen Wallis AG

Wallis Quo vadis? Die Quintessenz 1000 Jahre Eigenstaatlichkeit, Aktionsgebiet: II Grossregionen + 8 SubRegionen Wallis AG Corporate Identity + Personality, Das Wallis und die Walliser, Das Wallis im Bild der Miteidgenossen, Die neue Definition der Gastfreundschaft 1+2, Imagepflege nach Innen und Aussen, Das harte Urteil der Walliser Eliten, Vision-Mission-Position, Vision: 13 Sterne-Kreativität, Mission: Valais Excellence, Position: Marke Wallis, Die Marke Wallis zwischen Licht und Schatten, 5-Leitfiguren der Walliser Kulturlandschaft als Wegbereiter u.a.m.