

## Wie man den Mehrwert von Kunst kommuniziert.

Für BIG Art, den Kunstbereich der Bundesimmobiliengesellschaft, wurde ein gänzlich neuer Auftritt erarbeitet. Neben einer klassischen Kampagne für Architektur-, Bau- und Kunstpublikationen, die unter dem Motto „Raum, Kunst, Contemporary“ vor allem die vielfältigen Kunst & Bau Projekte der BIG vorstellt, wurde auch eine neue Gestaltungswelt entwickelt und der gesamte Bereich Publikationen überarbeitet.

Ziel ist, den Zugang der öffentlichen Hand zu Kunstprojekten im Zusammenhang mit Immobilien im gesellschaftspolitischen Kontext spürbar zu machen.

[www.big-art.at](http://www.big-art.at)

Jahr: 2010 – 2015



raum,  
kunst,  
contem  
porary.

