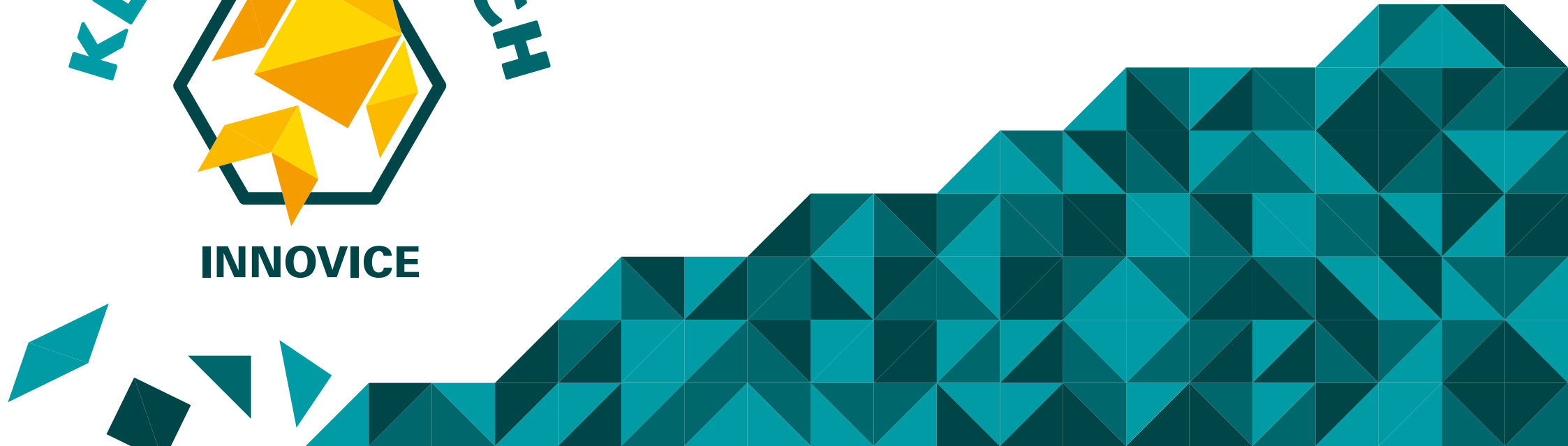


Kreativität als Geschäftsmodell – am Beispiel Pixar

Tim Meinken

Geschäftsführer Kletterfisch Innovince



Warum Pixar

Die erfolgreichsten Filme

1. „Die Unglaublichen 2 “ (2018) 964.8 Mio. \$
2. „Toy Story 3“ (2010) 866.9 Mio. \$
3. „Findet Nemo“ (2003) 846.3 Mio. \$
4. „Findet Dorie“ (2016) 828.5 Mio. \$
5. „Alles steht Kopf“ (2015) 682.6 Mio. \$
6. „Coco“ (2017) 632.1 Mio. \$
- ...
20. „Arlo & Spot“ (2015) 144.7 Mio. \$



Kreativität als Produktionsgut

Oder: Wie Pixar eine Kultur schafft,
um dauerhaft innovativ und erfolgreich zu sein

1. Kommunikation

2. Mut

3. Offenheit

4. Talent



**»You are not your idea,
and if you identify too closely
with your ideas,
you will take offense
when they are challenged.«**

Ed Catmull

**Mitgründer Pixar und President von Pixar
und Walt Disney Animation Studios**



Mut

**»I'm not the first
to say that failure,
when approached properly,
can be an opportunity
for growth.«**

Ed Catmull

**Mitgründer Pixar und President von Pixar
und Walt Disney Animation Studios**



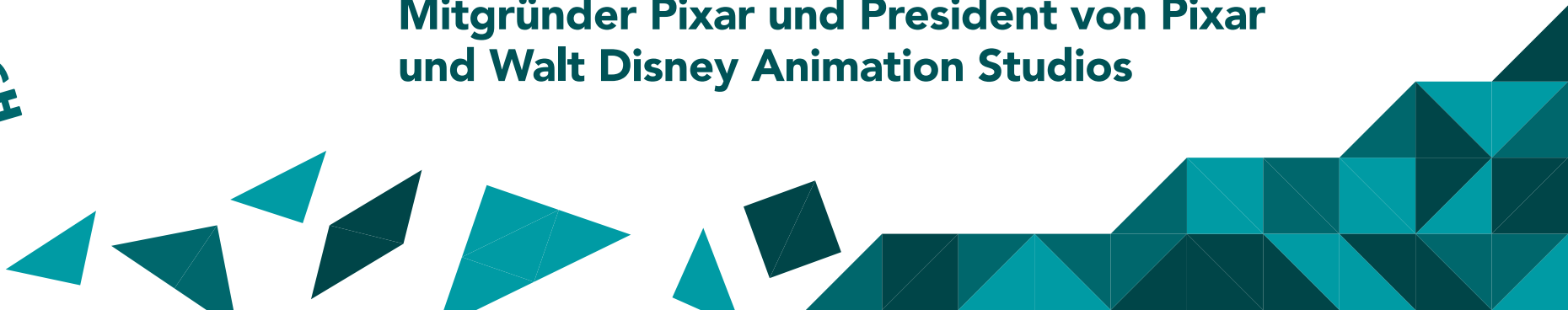


Offenheit

**»Craft is what we are
expected to know;
art is the unexpected use
of our craft.«**

Ed Catmull

**Mitgründer Pixar und President von Pixar
und Walt Disney Animation Studios**



»Always try to hire people who are smarter than you. Always take a chance on better, even if it seems like a potential threat.«

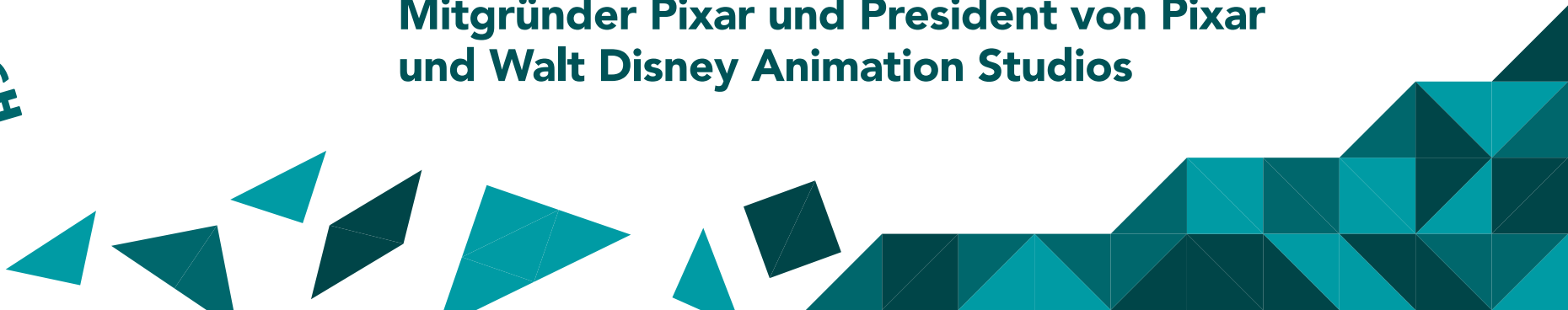
Ed Catmull

**Mitgründer Pixar und President von Pixar
und Walt Disney Animation Studios**

**»The best way
to predict the future
is to invent it.«**

Ed Catmull

**Mitgründer Pixar und President von Pixar
und Walt Disney Animation Studios**



Tim Meinken

KLETTERFISCH INNOVICE

Hindenburgstr. 14b

23843 Bad Oldesloe

0176 37 07 87 89

tim.meinken@kletterfisch.de

www.kletterfisch.de

KLETTERFISCH



INNOVICE



Design: Janka Meinken