Ober-
österreich
Zukunft
Kreativ-
wirtschaft

Herausgeberin
Creative Region Linz & Upper Austria GmbH

Autor*innen
Nina Hawrylow, Thomas Philipp, Julia Pohn-Hörtenhuber,
Gisa Schosswohl, Georg Tremetzberger

Co-funded by the Interreg Central Europe Programme.
Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor.
Die Europäische Union haftet nicht für die Verwendung der darin
enthaltenen Informationen.

Oberösterreich
+ Kreativwirtschaft
= Zukunft

Der Rohstoff der Zukunft 4

Fünf Empfehlungen für eine starke Kreativwirtschaft 5

1 Stark und transformativ: Die Kreativwirtschaft in Oberösterreich 6

2 Kreativität und Technologie auf höchstem Niveau 7

3 Innovation auf allen Ebenen 10

4 Gemeinsam für eine starke oberösterreichische Kreativwirtschaft 11

5 Bewusstsein für den Wert der Kreativwirtschaft stärken 12

5.1 Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft und ihrer Leistungen erhöhen 13

5.2 Kreativwirtschaft verstärkt in regionale Wertschöpfungspartnerschaften integrieren 14

6 Ansiedlung und Wachstum der Kreativwirtschaft unterstützen 15

6.1 Optimale Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von Kreativwirtschaftsunternehmen schaffen 16

6.2 Entstehen von kreativen Communitys fördern 17

7 Kreativwirtschaft umfassend im Innovationsökosystem verankern 18

7.1 Kreativwirtschaft konsequent in Strategien berücksichtigen 19

7.2 Förderprogramme für die Kreativwirtschaft öffnen 20

8 Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anregen 21

8.1 Branchenübergreifende Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anstoßen 21

8.2 Kreative Ansätze und Konzepte in industriellen Produktionsprozessen einsetzen 23

8.3 Kreativwirtschaft für die Modernisierung der öffentlichen Verwaltung nutzen 25

9 Kreativwirtschaft als zukunftssicheres Arbeits- und Berufsfeld etablieren 27

9.1 Kreativität als Kompetenz in allen Bildungseinrichtungen fördern 27

9.2 Berufswege und Karriereoptionen in der Kreativwirtschaft aufzeigen 28

9.3 Fähigkeiten und Fertigkeiten für kreativwirtschaftliches Entrepreneurship ausbilden 29

10 Quellenverzeichnis 31

Der Rohstoff der Zukunft

Kreativität ist das Fundament für alle Innovationen. Neue Ideen werden daraus geboren, exzellente Produkte und Services geschaffen, Transformationen bewältigt, Wachstum wird angestoßen und so erfolgreich an der Zukunft gearbeitet.

Kreativität ist das Fundament für alle Innovationen, egal ob für technologische, ökonomische, soziale oder kulturelle Innovationen. Um etwas grundlegend Neues zu schaffen, braucht es diese schöpferische Kraft. Auch wenn sie als Triebfeder für Innovation nicht immer explizit genannt wird, liegt sie ihr dennoch zugrunde. Ohne Kreativität sind die zahlreichen Herausforderungen der Zukunft nicht zu meistern – vom konstruktiven Umgang mit Digitalität über den Kampf gegen die gegenwärtige globale Erwärmung bis hin zur Gestaltung eines nachhaltigen Wachstums. Kreativität ist in Verbindung mit Technologie der Schlüssel dazu und sie gilt als Reaktion auf die gestiegene Nachfrage nach nicht-routinemäßigen, zwischenmenschlichen und analytischen Fähigkeiten als eine der vier wichtigsten Kernkompetenzen des 21. Jahrhunderts.

Kreativität muss also intensiv gefördert werden. Als Creative Region tun wir genau das. Seit zehn Jahren inspirieren, initiieren und vernetzen wir Ideen, Menschen und Unternehmen sowohl der Kreativwirtschaft als auch anderer Branchen. Im Zentrum unserer Arbeit steht eine starke oberösterreichische Kreativwirtschaft, die Lösungen für die genannten Herausforderungen liefert und so Innovation und Transformation mit voranbringt. Dabei leitet uns unter anderem die Vision der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich: Die Kreativwirtschaft genießt im Jahr 2025 hohes Ansehen und ist gut mit anderen Branchen vernetzt. Die kreativen Talente der nächsten Generation wurden früh erkannt und gefördert. Österreich ist zu einem der besten europäischen Standorte für Kreativwirtschaftsunternehmen avanciert und wird international als kreatives und innovatives Land wahrgenommen.

Wir nehmen das 10-jährige Bestehen der Creative Region zum Anlass, um ausgehend von unseren Erfahrungen und den Erkenntnissen des europäischen Interreg-Projekts InduCCI[1] sowie der Expertise einer zwölfköpfigen Fokusgruppe[2] den Blick auf die Potenziale und Stärken der oberösterreichischen Kreativwirtschaft zu richten. Diese sind in der vorliegenden Broschüre versammelt mit dem Ziel, möglichst viele Entscheidungsträger*innen zu inspirieren. In den folgenden vier Kapiteln wird die Relevanz der oberösterreichischen Kreativwirtschaft verdeutlicht. Daran anschließend werden fünf Empfehlungen im Detail beschrieben und mit Good Practices und wichtigen Aspekten zur Erreichung der Ziele ergänzt. Um das Potential für Oberösterreich noch stärker hervorzustreichen, wurden die jährlich erscheinenden Berichte der Kreativwirtschaft Austria mit der oberösterreichischen Wirtschafts- und Forschungsstrategie #upperVISION2030 und der Raumordnungsstrategie #upperREGION2030 in einen Dialog gebracht.

---

[1] Das INTERREG-Projekt InduCCI (Industry and Cultural and Creative Industries) fokussierte auf die Stärkung der Kreativwirtschaft in nicht-urbanen europäischen Industrieregionen. Neben der Creative Region Linz & Upper Austria GmbH nahmen sieben weitere Partner*innen aus Deutschland, Belgien, Tschechien, Italien, Polen und Slowenien am Projekt teil, das von April 2019 bis März 2022 lief. Die Creative Region hat im Rahmen von InduCCI mehrere Initiativen gesetzt, um die oberösterreichische Kreativwirtschaft mit Industriebetrieben, Forschung, öffentlicher Verwaltung und Öffentlichkeit näher in Kontakt zu bringen. Im Rahmen des Projekts fanden außerdem drei Treffen mit einer Fokusgruppe statt.

[2] Teil der Fokusgruppe waren: Dan Dutescu, Erich Gaffal, Gabriel Gruber (Business Upper Austria), Michaela Gutmann (Kreativwirtschaft Austria), Christina Koch (Austria Wirtschaftsservice), Kerstin Pell (Johannes Kepler Universität Linz), Lucia Schramm-Kaineder (Community-Builderin), Stefan Heinisch (Kulturhauptstadt Bad Ischl – Salzkammergut 2024), Sandra Stromberger (Industry Meets Makers), Christoph Weiermair (Tabakfabrik Linz), Conny Wernitznig (LEADER-Region Mühlviertler Kernland), Kathrin Oberhumer (Innovationshauptplatz Linz) und Andre Zogholy (Kunstuniversität Linz).

Call to action: Fünf Empfehlungen für eine starke Kreativwirtschaft

Bewusstsein für den Wert der Kreativwirtschaft stärken

- Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft und ihrer Leistungen erhöhen
- Kreativwirtschaft verstärkt in regionale Wertschöpfungspartnerschaften integrieren

Ansiedlung und Wachstum der Kreativwirtschaft unterstützen

- Optimale Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von Kreativwirtschaftsunternehmen schaffen
- Entstehen von kreativen Communitys fördern

Kreativwirtschaft umfassend im Innovationsökosystem verankern

- Kreativwirtschaft konsequent in Strategien berücksichtigen
- Förderprogramme für die Kreativwirtschaft öffnen

Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anregen

- Branchenübergreifende Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anstoßen
- Kreative Ansätze und Konzepte in industriellen Produktionsprozessen einsetzen
- Kreativwirtschaft für die Modernisierung der öffentlichen Verwaltung nutzen

Kreativwirtschaft als zukunftssicheres Arbeits- und Berufsfeld etablieren

- Kreativität als Kompetenz in allen Bildungseinrichtungen fördern
- Berufswege und Karriereoptionen in der Kreativwirtschaft aufzeigen
- Fähigkeiten und Fertigkeiten für kreativwirtschaftliches Entrepreneurship ausbilden

1 Stark und transformativ: Die Kreativwirtschaft in Oberösterreich

Laut dem neunten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht waren im Jahr 2018 rund 45.500 Unternehmen (ca. 11 Prozent) aller österreichischen Unternehmen der Kreativwirtschaft zuzurechnen. Jedes neunte Kreativwirtschaftsunternehmen kommt dabei aus Oberösterreich. Rund die Hälfte der oberösterreichischen Kreativwirtschaftsunternehmen ist entweder im Bereich Software und Games oder in der Werbewirtschaft tätig. Gemessen an der Beschäftigung (ca. 21.000 selbstständig und unselbstständig Beschäftigte), dem Umsatz (ca. 2,6 Mrd. Euro) und der Bruttowertschöpfung (ca. 1,3 Mrd. Euro) liegt Oberösterreich[3] an zweiter Stelle unter allen Bundesländern. Hinter diesen Zahlen stehen Produktdesigner*innen, Fotograf*innen, Softwareentwickler*innen, Musikproduzent*innen, Werbeagenturen, Grafikdesigner*innen, Architekt*innen, Webdesigner*innen, Verleger*innen, Schriftsteller*innen, Game-Developer*innen, Animationsstudios, Filmproduzent*innen, Kinos, Journalist*innen, Kulturvermittler*innen, Illustrator*innen, Programmierer*innen, Tonstudios, Schmuckdesigner*innen, Übersetzer*innen, der Buch- und Zeitschriftenhandel, Radiostationen, Fernsehstudios und viele andere in der oberösterreichischen Kreativwirtschaft arbeitende Menschen.

Die oberösterreichische Kreativwirtschaft kann in diesem Zusammenhang auf eine Reihe an besonderen Stärken aufbauen. Zu den wichtigsten unter ihnen zählen:[4]

- Die internationale Bedeutung der oberösterreichischen Industrie, insbesondere in den Bereichen Maschinenbau, Mechatronik, Automotive, Mobilität, Chemie, Leichtbau, Kunststoff, Holzindustrie und Holz: Zahlreiche international erfolgreiche Konzerne wie voestalpine, BMW Motoren, Swietelsky, Pierer Industries, Greiner Group, Lenzing AG, S&T, Engel Austria, Rosenbauer, Miba, Amag, Fronius, BWT oder BRP-Rotax haben ihren Sitz in Oberösterreich. Damit verbunden ist eine besondere Ausprägung in einzelnen kreativwirtschaftlichen Teilbereichen wie etwa Gewerbe- und Industriearchitektur, Produktdesign, Wirtschaftsfilm, Softwareentwicklung oder Wirtschaftswerbung.
- Die ausgezeichneten wirtschafts- und arbeitsmarktpolitischen Rahmenbedingungen: Das Bundesland Oberösterreich steht für kontinuierliches Wirtschaftswachstum, hohe regionale Wertschöpfung, hohe Exportquoten und niedrige Arbeitslosenraten. Dazu tragen die Kreativwirtschaftsunternehmen wesentlich bei.
- Eine außergewöhnliche Mentalität rund um Entrepreneurship, Start-ups und Erfindungskraft: Start-ups in Oberösterreich rangieren etwa im österreichweiten Vergleich im Spitzenfeld in Bezug auf die Akquisition von externem Eigenkapital, gelten als besonders erfolgreich bei der letzten Finanzierungsrunde und sind überdurchschnittlich häufig profitabel. Oberösterreich ist außerdem neben Wien das mit Abstand patentaktivste Bundesland in Österreich.
- Die Dichte und Qualität an Bildungs- und Forschungseinrichtungen im kreativwirtschaftlichen Kontext (Johannes Kepler Universität Linz, Kunstuniversität Linz, Anton Bruckner Privatuniversität Linz, Fachhochschule Oberösterreich mit Campus Hagen-

---

[2] vgl. Neunter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht (Kreativwirtschaft Austria & Wirtschaftskammer Österreich 2021), S. 29 ff.

[3] vgl. Kreativwirtschaft Linz und Oberösterreich. Bereichs- und Potenzialanalyse (LIquA & KMU Forschung Austria 2012), Oberösterreich – innovativ, vernetzt, erfolgreich (Business Upper Austria 2019), #upperVISION2030 Wirtschafts- & Forschungsstrategie OÖ (JOANNEUM RESEARCH Forschungsgesellschaft mbH - POLICIES - Institut für Wirtschafts- und Innovationsforschung 2020), Austrian Start-up Monitor 2020 (AIT Austrian Institute of Technology GmbH – Center for Innovation 2021), Wirtschaftsstandort OÖ (Wirtschaftskammer Oberösterreich 2021)

berg, Linz, Wels und Steyr, dazu zahlreiche berufsbildende höhere Schulen). Sie ermöglichen es, den Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften für die oberösterreichische Kreativwirtschaft abdecken zu können und tragen durch einzigartige Studienangebote auch dazu bei, dass internationale „High Potentials“ nach Oberösterreich ziehen, um hier zu studieren, zu leben und zu arbeiten.

- Der hohe Grad an Lebensqualität, der sich unter anderem im Kunst- und Kulturbereich (Kulturland Oberösterreich, Linz als Europäische Kulturhauptstadt Linz09 und UNESCO City of Media Art, Bad Ischl und Salzkammergut als Kulturhauptstadt Europas 2024, etc.) und in den vielfältigen Möglichkeiten im Freizeit- und Erholungsbereich zeigt: Für Kreativwirtschaftsunternehmen und ihre Mitarbeiter*innen ist ein atmosphärisches und spannendes Arbeitsumfeld besonders wichtig – Oberösterreich bietet dieses auf vielfältige Art und Weise.
- Eine aktive Technologie-, Innovations- und Kreativitätspolitik: Sie liefert unter anderem durch zahlreiche Projekte und Aktivitäten rund um die Technologie- und Impulszentren sowie Cluster- und Netzwerkinitiativen der Business Upper Austria, die COMET-Kompetenzzentren, die Start-up-Initiativen (tech2b Inkubator, startup300, factory 300, OÖ HightechFonds, hub,ert, etc.), die offenen Makerspaces und Technologielabore (GRAND GARAGE, OTELO, Steyr-Werke, etc.), die Creative Region Linz & Upper Austria u. a. m. wichtige Impulse für die Entwicklung der oberösterreichischen Kreativwirtschaft.
- Eine Vielzahl an international renommierten Institutionen, die sich durch ein hohes Maß an Offenheit, Innovation und Kooperationsbereitschaft auszeichnen (z. B. Tabakfabrik Linz, Ars Electronica, Johannes Kepler Universität Linz, Kunstuniversität Linz, Fachhochschule Hagenberg, Museum Arbeitswelt Steyr/Bildungs- und Kulturcampus Steyr, etc.).

2 Kreativität und Technologie auf höchstem Niveau

Wenn es um die Zukunft von Industrieregionen geht, fokussieren diese oft auf etablierte Industrien und auf Innovationen, die ihren Fortbestand in der Region sichern sollen. An diesen Industrien hängen Jobs und Einkommen, Unternehmen und Steuereinnahmen, Zulieferbetriebe und Dienstleistungen, Infrastrukturen und Investitionen, ja sogar das Selbstverständnis und die Identität einer Region. Ihr Stellenwert und der Wunsch, sie für die Zukunft zu sichern, sind also durchwegs verständlich.

Mit der #upperVISION2030 hat Oberösterreich im Februar 2020 eine neue Wirtschafts- und Forschungsstrategie vorgelegt. Mit ihr soll der Wirtschafts- und Innovationsstandort Oberösterreich für die Zukunft gesichert werden, indem im Sinne von Smart Specialisation technologische Innovationen unterstützt und vorangetrieben werden. Smart Specialisation bedeutet, dass „Investitionen dort getätigt werden [...], wo spezifische regionale Stärken auf Möglichkeiten hindeuten, in der internationalen Wertschöpfungskette aufzusteigen”.[5]

[5] Smart Specialisation: wissens- und innovationsgeleitete Standortpolitik (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung 2022)

Oberösterreich setzt in diesem Zusammenhang auf die rasche Überführung von Forschungsergebnissen in die wirtschaftliche und gesellschaftliche Anwendung, um an die Spitze technologischer Weiterentwicklungen zu kommen. In den Fokus gerückt werden dabei Mechatronik, Werkstoffe sowie Informations- und Kommunikationstechnologien.

Wir fragen uns, ob technologische Innovationen Antworten auf alle Zukunftsszenarien liefern können und ein gutes Zusammenleben, Arbeiten und Wirtschaften ermöglichen werden. Was ist noch notwendig, um das zu erreichen? Wir sind der Meinung, dass es dafür auch andere Formen von Innovation braucht, die insbesondere die Kreativwirtschaft hervorbringen kann.

#upperVISION2030, Website:

„Die digitale Transformation hat Auswirkungen auf nahezu alle Lebensbereiche. Sie stellt die Basis für die Weiterentwicklung neuester Technologien dar und ist somit Weichensteller für die oberösterreichische Wirtschaft und Industrie."

Neunter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2021, S. 93:

„Die Kreativwirtschaft ist Enablerin der digitalen Transformation, sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftlich. Sie ist Brückenbauerin von der analogen in die digitale Welt […] Mit ihrem ausgeprägten digitalen Know-how, ihren kollaborativen Arbeitsweisen und ihrem starken Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer bringen Kreativwirtschaftsunternehmen neue und innovative digitale Technologien und Geschäftsmodelle in alle Wirtschaftsbereiche."

Lasst uns den Blick für die Potenziale des Wirtschaftsstandorts Oberösterreich weiten, zusätzliche Stärken wahrnehmen, globale Trends berücksichtigen und die Gelegenheiten unserer Zeit für eine Transformation und Diversifikation der oberösterreichischen Wirtschaft nutzen – uns also breiter aufstellen, um so den Herausforderungen der Zukunft besser begegnen zu können. Kreativität ist in Verbindung mit Technologie der Schlüssel dazu. Sie gilt als eine der zentralen Kompetenzen, um den Herausforderungen des 21. Jahrhunderts aktiv begegnen zu können. Nicht umsonst wird im OECD-Lernkompass 2030 gefordert, als Reaktion auf die gestiegene Nachfrage nach nicht-routinemäßigen, zwischenmenschlichen und analytischen Fähigkeiten und Fertigkeiten die so genannten 4K-Kompetenzen im Lernkontext besonders zu stärken:[6]

- Kritisches Denken
- Kollaboration
- Kommunikation
- Kreativität

[6] vgl. OECD Future of Education and Skills 2030. OECD Learning Compass 2030 – A Series Of Concept Notes (OECD 2019), S. 62 ff.

Mit Hilfe von Kreativität gelingt es, in technologischen Innovationsprozessen einen Mehrwert zu generieren, etwa wenn es um Fragen der Verwendung und Nutzung von neuen Produkten und Dienstleistungen geht. Eine Stärkung des Wirtschafts-, Technologie- und Forschungsstandorts Oberösterreich benötigt aus diesem Grund unbedingt eine starke oberösterreichische Kreativwirtschaft.

Die 2016 veröffentlichte Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich zeichnet folgende Vision für die Zukunft: Die Kreativwirtschaft genießt im Jahr 2025 hohes Ansehen und ist gut mit anderen Branchen vernetzt. Die kreativen Talente der nächsten Generation wurden früh erkannt und gefördert. Österreich ist zu einem der besten europäischen Standorte für Kreativwirtschaftsunternehmen avanciert und wird international als kreatives und innovatives Land wahrgenommen.

Um diese Vision zu erreichen, verfolgt die Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich vier Ziele:[7]

- Stärkung des österreichischen Innovationssystems im Zusammenspiel mit anderen Strategien, unter anderem: Strategie für Forschung, Technologie und Innovation (FTI-Strategie), Open Innovation Strategie für Österreich, Strategie für geistiges Eigentum (IP-Strategie),
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Kreativwirtschaft,
- Stärkung der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftsbranchen und
- Stärkung der internationalen Reputation Österreichs als kreatives Kultur- und Innovationsland.

Da Oberösterreich nach Wien die zweitstärkste Kreativwirtschaft Österreichs hat, liegt die Schlussfolgerung nahe, dass unser Bundesland einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich leisten wird. Der regelmäßig erscheinende Fortschrittsbericht bescheinigt, dass wir auf einem guten Weg zur Erreichung der Ziele sind und weist gleichzeitig auf Potenziale hin, die im Streben danach noch nicht ausgeschöpft sind.

Siebenter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2017, S. 138:

"[...] zeigen sich auch vielfältige Herausforderungen, die im Bereich mangelnden Bewusstseins, Silodenken in Branchen- und Politikbereichen oder mangelnder Möglichkeiten cross-sektoraler Zusammenarbeit liegen."

#upperVISION2030, Website:

„Um System- und Sektorgrenzen zu überwinden, müssen wir den Brückenschlag zwischen bisher noch getrennten Disziplinen schaffen. Unser Ziel ist es, vermehrt in interdisziplinären Ansätzen zu denken, um die in Oberösterreich vorhandenen Kompetenzen und Expertisen gesamtheitlich zu nutzen."

[7] vgl. die kreativwirtschaftsstrategie für Österreich (Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft 2016), S. 12 f.

Die hier angesprochenen Aspekte einer cross-sektoralen Zusammenarbeit und eines Brückenschlags zwischen bisher noch zu wenig verknüpften Sektoren sind von immenser Bedeutung. In besonderem Maße sind sie zwischen Industrie und Kreativwirtschaft notwendig, um die Verbindung von Kreativität und Technologie auf höchstes internationales Niveau zu heben. Zu diesem Zweck sind die Kompetenzen und Expertisen der Kreativwirtschaft in Oberösterreich systematisch zu nutzen und die Vernetzungen und Kooperationen zwischen Industrie und Kreativwirtschaft gezielt zu fördern. Für Oberösterreich gilt es, dem Anspruch gerecht zu werden, zu den führenden Kreativitäts-, Technologie- und Innovationsregionen im europäischen Raum und darüber hinaus zu gehören.

3 Innovation auf allen Ebenen

Ohne Innovation gibt es kein Wachstum, keinen Wohlstand und keinen sozialen Zusammenhalt. Innovative Lösungen sind notwendig, um aktuellen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen wie der Covid-19-Pandemie, dem Klimawandel oder der Digitalisierung nachhaltig begegnen zu können.

Eine besondere Funktion nehmen in diesem Zusammenhang mittlerweile Cross-Innovation-Ansätze ein. Dabei wirken Unternehmen aus verschiedenen Sektoren beziehungsweise Branchen zusammen, um vorhandenes Wissen und bestehende Kompetenzen zu kombinieren. Ziel ist es, innovative Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse zu entwickeln, um Marktsegmente oder Geschäftsfelder außerhalb des bisherigen Kontexts erschließen zu können. Um dies zu ermöglichen, müssen sich Unternehmen, Organisationen und Institutionen aus den betreffenden Sektoren beziehungsweise Branchen öffnen und sowohl interne als auch externe Ideen für neue Produkte, Dienstleistungen und Prozesse zulassen. In der Kreativwirtschaft werden Cross-Innovation-Ansätze seit längerem auf vielfache Art und Weise genutzt, zunehmend auch in Verbindung mit industriellen Sektoren beziehungsweise Branchen.

#upperVISION2030, Website:

„Die digitale Transformation hat Auswirkungen auf nahezu alle Lebensbereiche. Sie stellt die Basis für die Weiterentwicklung neuester Technologien dar und ist somit Weichensteller für die oberösterreichische Wirtschaft und Industrie."

Neunter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2021, S. 93:

„Die Kreativwirtschaft ist Enablerin der digitalen Transformation, sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftlich. Sie ist Brückenbauerin von der analogen in die digitale Welt […] Mit ihrem ausgeprägten digitalen Know-how, ihren kollaborativen Arbeitsweisen und ihrem starken Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer bringen Kreativwirtschaftsunternehmen neue und innovative digitale Technologien und Geschäftsmodelle in alle Wirtschaftsbereiche."

Im Hinblick auf neue Arbeitsweisen und -modelle sowie auf die Art der Kooperations- und Innovationsprozesse kommt der Kreativwirtschaft eine Vorreiterinnenrolle zu. Kreativwirtschaftsunternehmen setzen häufig auch auf umfangreiche Innovationsaktivitäten. Der siebente österreichische Kreativwirtschaftsbericht aus dem Jahr 2017 hält dazu fest:[8] 74 % der befragten Kreativwirtschaftsunternehmen haben in den vergangenen drei Jahren neue Produkte beziehungsweise Dienstleistungen, 57 % neue interne Abläufe und Prozesse, 52 % neue interne Herstellungsverfahren, 51 % Neuerungen im Marketing und 21 % Geschäftsmodellinnovationen eingeführt. Insgesamt können 91 % der Kreativwirtschaftsunternehmen als innovationsaktiv eingestuft werden. Auch F&E-Aktivitäten sind in der Kreativwirtschaft bedeutend: 41 % der Kreativwirtschaftsunternehmen mit Innovationsaktivitäten setzen systematische Prozesse im Sinne eigener Forschungs- und Entwicklungsarbeit dafür ein.

Als Innovationsnachfragerin gibt die Kreativwirtschaft dabei auch Lieferant*innen wichtige Innovationsimpulse. 87 % der Kreativwirtschaftsunternehmen setzen neuartige Produkte, Verfahren oder Technologien ein, die von anderen Unternehmen entwickelt wurden. 69 % nutzen im laufenden Geschäftsbetrieb neuartige Softwareanwendungen, einschließlich neuer Internettechnologien, die teilweise von den Herstellerfirmen direkt für sie neu entwickelt oder wesentlich angepasst wurden.

Die wichtigsten Ressourcen für Innovationsprozesse in der Kreativwirtschaft sind qualifizierte Mitarbeiter*innen, eine spezifische Unternehmens- und Teamkultur, ein offenes und kooperatives Mindset, nutzer*innenzentrierte Ansätze und Arbeitsweisen, ein geeignetes Unternehmensumfeld mit Kooperations- und Geschäftspartner*innen sowie ein kulturell aktives und inspirierendes Umfeld. Gleichzeitig stellen diese Ressourcen auch wesentliche Voraussetzungen für Open Innovation dar, das bedeutet die Öffnung von Innovationsprozessen durch die gezielte Einbindung von Kund*innen, Forscher*innen, Lieferant*innen und Partner*innen in die Innovationsaktivitäten.

4 Gemeinsam für eine starke oberösterreichische Kreativwirtschaft

Das Manifest für „Innovation durch Universitas“, verfasst von Teams der Johannes Kepler Universität Linz und der Universität für angewandte Kunst Wien, hält fest, dass sich „die Frage nach einem guten Leben für kommende Generationen nicht durch technologischen Fortschritt allein beantworten lassen [wird]“.[9] Der gesamtgesellschaftliche Blick sollte weiter reichen. Die oberösterreichische Kreativwirtschaft verfügt über eine hohe Katalysatorwirkung für die regionale Transformation der Wirtschafts-, Sozial- und Bildungssysteme. Durch neue, nutzer*innenzentrierte Perspektiven können bisher nicht berücksichtigte Lösungsansätze entwickelt werden, die sich stärker an den Bedarfen der Zielgruppen orientieren. Grundsätzlich ist es dabei notwendig, technologische Innovationen so zu gestalten, dass sie den Menschen, seine sozialen Fähigkeiten und seine kulturellen Bedürfnisse in den Mittelpunkt rücken. Technologische Innovationen, die Kreativität als zentralen Bestandteil in die Entwicklung und Anwendung integrieren, erhöhen ihre Realisierungs- und Durchsetzungschancen um ein Vielfaches.

An der einzigartigen Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur treten wir mit Blick auf die Strategien für Oberösterreich für ein umfassendes Verständnis von Innovation ein und möchten ein Zusammenrücken von Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur und

[8] vgl. Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht (Kreativwirtschaft Austria & Wirtschaftskammer Österreich 2017), S. 6, 9 und 89

[9] Manifest – Innovation durch Universitas (Universität für angewandte Kunst & Johannes Kepler Universität Linz 2019), S. 7

neue Kooperationsformen über Sektoren- und Branchengrenzen hinweg anstoßen. Wir wissen, was sich Oberösterreich für die nächsten Jahre vorgenommen hat und sind der festen Überzeugung, dass Kreativität einer der wertvollsten „Rohstoffe“ auf dem Weg in eine gute Zukunft ist. Daher sagen wir: Setzen wir die Kreativwirtschaft ganz oben auf die oberösterreichische Agenda! Nutzen wir die mit ihr verbundenen wachsenden und zukunftsträchtigen Branchen zum Ausbau unserer regionalen Stärken! Erkennen wir das Potenzial, das die vielen gut ausgebildeten Menschen in der Kreativwirtschaft mit sich bringen!

Im Folgenden geben wir fünf Empfehlungen mit Etappenzielen und Vorgehensweisen, die sich für das Erreichen dieser Ziele als wichtig herausgestellt haben:

- Bewusstsein für den Wert der Kreativwirtschaft stärken
- Ansiedlung und Wachstum der Kreativwirtschaft unterstützen
- Kreativwirtschaft umfassend im Innovationsökosystem verankern
- Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anregen
- Kreativwirtschaft als zukunftssicheres Arbeits- und Berufsfeld etablieren

Diese Empfehlungen bauen aufeinander auf, sind an vielen Stellen miteinander verbunden und führen in Kombination zu einer Reihe an positiven Synergien.

5 Bewusstsein für den Wert der Kreativwirtschaft stärken

Auf Europäischer Ebene wurde die Kreativwirtschaft als transformative Kraft für ein wettbewerbsfähigeres, nachhaltigeres und inklusiveres Europa erkannt. Dies zeigt sich vor allem anhand verschiedener Strategien, Programme und Initiativen. So wird beispielsweise mit der kreativen interdisziplinären Initiative „Neues Europäisches Bauhaus“ der europäische Green Deal um eine kulturelle und kreative Dimension ergänzt, um zu zeigen, wie nachhaltige Innovationen greifbare und positive Erfahrungen in unserem Alltag ermöglichen können. Für die Maßnahmen in den Jahren 2021 und 2022 stehen insgesamt circa 85 Millionen Euro aus mehreren EU-Programmen zur Verfügung.[10] Im weltweit größten Europäischen Forschungs- und Innovationsprogramm „Horizon Europe“ wurde ein Cluster „Kultur, Kreativität und inklusive Gesellschaft“ eingerichtet, für den im Jahr 2022 circa 265 Millionen Euro bereitgestellt werden.[11] Außerdem hat die Europäische Kommission eine strategische Ausrichtung des „European Institute of Innovation & Technology“ für die Jahre 2021 bis 2027 beschlossen, in deren Rahmen ein Fokus auf die Kultur- und Kreativwirtschaft gelegt wird.[12]

Das Bewusstsein für den Wert von kreativwirtschaftlichen Produkten und Dienstleistungen hat sich in den vergangenen Jahren nicht nur auf europäischer Ebene, sondern auch in den einzelnen Staaten und Regionen sukzessive erhöht. Nichtsdestotrotz gibt es hier auch in Oberösterreich noch Aufholbedarf. Dazu gilt es unter anderem die Sichtbarkeit der oberösterreichischen Kreativwirtschaft und ihrer Leistungen zu erhöhen und die Kreativwirtschaft verstärkt in regionale Wertschöpfungspartnerschaften zu integrieren.

[10] vgl. New European Bauhaus. Die Initiative im Überblick (Europäische Kommission, Gemeinsame Forschungsstelle 2022)

[11] vgl. Horizon Europe. Cluster 2: Culture, Creativity and Inclusive society (Europäische Kommission 2022)

[12] vgl. Our activities. Call for EIT Knowledge and Innovation Communities (European Institute of Innovation & Technology 2022)

5.1 Sichtbarkeit der Kreativwirtschaft und ihrer Leistungen erhöhen

Der Mehrwert, der in einer Kooperation mit kreativwirtschaftlichen Unternehmer*innen entsteht, ist vielen klassischen Industriebetrieben und traditionelleren Unternehmen nicht bewusst. Hinzu kommt, dass der Begriff Kreativwirtschaft für viele undurchsichtig bleibt. Wer gehört dazu? Handelt es sich um einen Sammelbegriff für Unternehmen jeglicher Art, die sich als kreativ bezeichnen? Was wird produziert? Wer steckt hinter kreativwirtschaftlichen Leistungen in einem Produkt oder einer Dienstleistung?

In Fotografie, Filmwirtschaft oder Musikwirtschaft ist es gang und gäbe, die Urheber*innen eines Produkts zu nennen. Andere Branchen der Kreativwirtschaft, zum Beispiel das Industrial Design oder die Softwareentwicklung, sind in dieser Hinsicht oft weniger transparent. Auch wenn beispielsweise ein Design schließlich in Form eines Produkts auf dem Markt ist, werden die Urheber*innen des Designs nicht immer ausgewiesen. Wer jedoch als potenzielle*r Projektpartner*in wahrgenommen werden möchte, muss Referenzen vorweisen. Und interessierte Auftraggeber*innen müssen wissen, von wem kreativwirtschaftliche Leistungen erbracht wurden, um selbst einen kommenden Auftrag zu vergeben.

In der Creative Region arbeiten wir seit einem Jahrzehnt daran, das Bewusstsein für den Wert und die Leistungen der oberösterreichischen Kreativwirtschaft zu stärken. Am Ziel sind wir dabei noch lange nicht.

Um die Sichtbarkeit der oberösterreichischen Kreativwirtschaft und ihrer Leistungen zu erhöhen, ist es wichtig,

- das Printmagazin Creative Review auszubauen: In dem 2021 erstmals veröffentlichten Printmagazin der Creative Region wird der Kreativität und ihrem Mehrwert Raum gegeben. Dabei stehen vor allem Menschen, Projekte und Kooperationen der oberösterreichischen Kreativwirtschaft im Vordergrund. Pro Ausgabe wird ein konkreter Beruf der Kreativwirtschaft porträtiert.[13]
- Schaufenster und Vitrinen in Leerständen, Passagen, Verwaltungsgebäuden und ähnlichen für die Präsentation kreativwirtschaftlicher Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen.
- Open Studios („Tag der offenen Tür"-Formate) in verschiedenen Städten und Gemeinden zu organisieren: Kreativunternehmen öffnen ihre Arbeitsorte und Studios für die Öffentlichkeit (siehe z. B. Open Studios Steyr).
- die Creative Week Austria zu etablieren: Das breite Spektrum der Kreativwirtschaft wird in seiner Vielfalt vor den Vorhang geholt und durch unterschiedliche Formate wie Open Studios, Workshops und Vorträge sichtbar gemacht.

Good Practice: Formate und Events der Creative Region Linz & Upper Austria

*Seit 2011 unterstützt und vernetzt die Creative Region Linz & Upper Austria die Kreativwirtschafts- und Innovationsbranche in Linz und Oberösterreich. Sie leistet Aufbauarbeit für die Kreativen aus Wirtschaft, Kunst, Kultur und Wissenschaft, forciert Kreativität als branchenübergreifenden Innovationsfaktor und trägt maßgeblich zur Entwicklung der oberösterreichischen Wirtschaft bei. Um die Wichtigkeit von kreativwirtschaftlichen Leistungen stärker ins Bewusstsein zu rücken, hat die Creative Region mehrere Formate und Events ins Leben gerufen. Regelmäßig wird über Veranstaltungen wie Talks, Open Studios oder Creative Region Journeys ein Blick auf aktuelle Themen und kreativwirtschaftliche Akteur*innen geworfen. Dazu*

[13] vgl. Sie ist da: Die Creative Review #1 (Creative Region Linz & Upper Austria GmbH 2021)

kommen spezielle Events wie die CREATIVE WEEK AUSTRIA, die 2021 das erste Mal in Graz und in Linz durchgeführt wurde. Mit ihr wird das das breite Spektrum der Creative Industries in den beiden UNESCO Creative Cities vor den Vorhang geholt und durch Creative Nights, Workshops und Vorträge sichtbar gemacht. Ein effektives Format zur Sichtbarmachung der oberösterreichischen Kreativwirtschaft sind auch die Creative Coffee Breaks. Einmal im Monat macht sich dabei das Team der Creative Region auf, um Start-ups und Kreativwirtschaftsunternehmen aus Oberösterreich bei einer Tasse Kaffee vor die Kamera zu bitten. In ihren Studios stellen sie sich vor und erzählen über ihre aktuellen Projekte, ihre Motivations- und ihre Inspirationsquellen. Die zehn- bis 15-minütigen Videos werden auf der Website der Creative Region und über ihre Social-Media-Kanäle präsentiert.

Details unter creativeregion.org

Good Practice: CCA-Venus-Award

Der CCA-Venus-Award gilt als der wichtigste Kreativpreis Österreichs. Er wird jährlich vom 1972 gegründeten Creativ Club Austria in Gold, Silber oder Bronze verliehen und zeichnet die besten Ideen der Kommunikationsbranche aus, die für den österreichischen Markt konzipiert und dort veröffentlicht wurden oder die am Wirtschaftsstandort Österreich entstanden sind.

*Für das Jahr 2021 gab es mehr als tausend Einreichungen, aus denen rund 150 Juror*innen insgesamt 23 Arbeiten mit einer goldenen CCA-Venus prämierten. Die Preise werden in Kategorien wie „Branded Content", „Creative Media", „Creative Strategy", „Creative Effectiveness", „Innovation", „PR-Aktion", „Print", „Social Media", „Mobile", „Promotion & Verkaufsförderung", „Fotografie", „Text" und „Illustration" vergeben. Ausgezeichnete Arbeiten (Gold, Silber, Bronze, Shortlist) haben die Chance auf einen internationalen Award beim Art Directors Club of Europe.*

Details unter creativclub.at/about/award

5.2 Kreativwirtschaft verstärkt in regionale Wertschöpfungspartnerschaften integrieren

Eine regionale Wertschöpfungspartnerschaft ist eine strategische Allianz zwischen den Unternehmen einer regionalen Wertschöpfungskette einerseits und den zentralen Akteur*innen der Region aus Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft andererseits. Ziel ist die Generierung nachhaltiger regionaler Wertschöpfung durch die Ausschöpfung der regionalen Potenziale zum wechselseitigen Nutzen aller Beteiligten.

Obwohl sich die Wahrnehmung schrittweise ändert, wird die Kreativwirtschaft oftmals von regionalen Unternehmen außerhalb der eigenen Branchengrenzen und von der örtlichen Verwaltung nicht als Akteurin für eine solche Wertschöpfungspartnerschaft gesehen.

Wir regen dazu an, in den Gemeinden ein stärkeres Bewusstsein für den Wert der regionalen Kreativwirtschaft zu schaffen. Gleichzeitig sehen wir die Notwendigkeit, dass sich Kreativwirtschaftsunternehmen selbst stärker in derartige Partnerschaften einbringen und wenn nötig den ersten Schritt setzen.

Um die oberösterreichische Kreativwirtschaft verstärkt in regionale Wertschöpfungspartnerschaften zu integrieren, ist es wichtig,

- die lokale und regionale Kreativwirtschaft bei Ausschreibungen stärker zu berücksichtigen und
- koordinierende Strukturen auf lokaler Ebene (Bezirke bzw. Gemeinden) einzurichten, damit sich Kreativwirtschaftsunternehmen in regionale Wertschöpfungspartnerschaften einbringen können (Anlaufstellen, Ansprechpartner*innen, etc.).

#upperREGION2030, 2020, S. 11:

„Das neue Miteinander ist geprägt von gemeinschaftlichem Handeln, auch über die administrativen und institutionellen Grenzen hinweg. Dank aktiver Umsetzungspartnerschaften und der Mitwirkung vieler können auch ambitionierte Ziele erreicht werden."

Siebenter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2017, S. 15:

„Die Kreativwirtschaft ist eine höchst innovative Branche, die gerade durch ihre vielfältigen Verflechtungen Innovationsimpulse und Crossover-Effekte auf die Wirtschaft, das Innovationssystem, die Regionalentwicklung, sowie die öffentliche Hand und die Gesellschaft im Allgemeinen auslösen kann. Diese Effekte gehen dabei weit über ihre eigene Wirtschaftsleistung hinaus und betreffen etwa die Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit anderer Branchen, die Verbesserung öffentlicher Services oder Beiträge zur Lösung gesamtgesellschaftlicher Herausforderungen in den Bereichen Ökologie oder soziale Inklusion."

6 Ansiedlung und Wachstum der Kreativwirtschaft unterstützen

Dass die Kreativwirtschaft die Fähigkeit und Kraft hat, Städte zu transformieren, ist anhand internationaler Beispiele wie Tallinn, Bilbao, Lille, Manchester, Belfast, Dortmund, Antwerpen, Nantes, Rotterdam, Saint-Étienne, Mons, Lyon und Straßburg hinreichend belegt. So hat zum Beispiel in Tallinn der Zuzug von jungen und gebildeten Menschen ein weitreichendes kreatives Milieu geschaffen und die estnische Hauptstadt zu einer der europäischen Städte mit der höchsten Anzahl an Start-up-Gründungen pro Kopf gemacht. Um Titel wie Start-up-City, Smart City oder Green City zu erlangen, benötigt es eine hohe Dichte an Kreativen, die sich vor Ort einbringen.

Dabei profitieren nicht nur Städte von einer hohen Dichte an Kreativen. Die Coronakrise und die digitale Transformation haben den Trend verstärkt, dass Kreative immer häufiger ihren Standort in den ländlichen Raum verlegen und dort wichtige Impulse für die Region setzen. Sie haben nicht nur ihren Arbeitsplatz im Ort und sind dadurch als Dienstleister*innen in der Nähe, sondern bringen oft auch eine intrinsische Motivation mit, um Innovationsprozesse ganzheitlich zu sehen und den Raum um sich herum zu entwickeln. Die oberösterreichische Kreativwirtschaft kann sich damit als wichtige Akteurin in der Stadt- und Regionalentwicklung erweisen und zur Überwindung der Stadt-Land-Kluft beitragen. Beispielhaft bieten sich hier Regionen im Salzkammergut wie Gmunden-Laakirchen oder Bad Ischl-Bad Goisern an, in denen sich traditionelles Handwerk, neue Industrien und abwechslungsreiche Landschaften auf einzigartige Weise verbinden lassen und als Partnerin für Gemeinden von großem Wert sein.

Es geht also darum, dass sich mehr Kreative in Oberösterreich niederlassen, gerne hier arbeiten und leben und an der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Transformation von Land, Städten und Gemeinden mitwirken. Dazu gilt es unter anderem Bedingungen zu schaffen, damit sich Kreative mit ihren Unternehmen ansiedeln und das Entstehen von kreativen Communitys zu unterstützen.

#upperREGION2030, 2020, S. 16:

„Um der Ausdünnung des ländlichen Raumes entgegenzuwirken, sollen kleinere Zentren verstärkt als Ankerpunkte und dezentrale Versorgungszentren entwickelt werden. Die Aufwertung der Städte und Zentren am Land als Impulsgeber und Ankerpunkte für wirtschaftliche Entwicklung, Innovation und soziale Infrastruktur soll Wanderungsbewegungen zu Gunsten ländlicher Regionen beeinflussen."

Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2017, S. 137:

„Durch ihre starke regionale Verankerung entfaltet die Kreativwirtschaft ihre transformative Wirkung insbesondere auch im regionalen Kontext – etwa in Hinblick auf die Attraktivierung von Städten und Regionen, Wachstum und Belebung der Wirtschaft sowie Förderung des Tourismus."

6.1 Optimale Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von Kreativwirtschaftsunternehmen schaffen

Eine hohe Dichte an Kreativen an einem bestimmten Standort hat positive Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft, die von einer Steigerung des Wirtschaftswachstums über die Verbesserung des Images bis hin zur Stärkung der lokalen und regionalen Identität reichen. Ansässige Kreativwirtschaftsunternehmen verändern das Stadt- und Gemeindebild, verleihen Industriebrachen neue Zwecke, machen außerstädtische Lebensräume attraktiver und schaffen Arbeitsplätze in der Region. Sie ziehen darüber hinaus oftmals Unternehmen und Menschen aus anderen Bereichen wie etwa Forschung, Entwicklung, Wissenschaft, Kunst und Kultur an.

Um optimale Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von Kreativwirtschaftsunternehmen in Oberösterreich zu schaffen, ist es wichtig,

- leistbare Arbeitsräume in Lagen mit Mehrwert für die kreative Community zur Verfügung zu stellen, indem zum Beispiel während der ersten drei Jahre mit Mietzinsreduktionen unterstützt wird,
- ebenso leistbare Wohnräume mitzudenken, insbesondere für jüngere Kreative,
- Ideenwettbewerbe zur Nachnutzung von Industriebrachen und Leerständen zu initiieren und deren Umsetzung zu untersützen (z. B. in Form von Makerspaces, kombinierten Ateliers für Künstler*innen und Kreative, Creative Residencies, etc.),
- für ein nachhaltiges Mobilitätsangebot zu sorgen (leistbare und effiziente öffentliche Verkehrsmittel, gut ausgebautes Radverkehrsnetz, umweltfreundliche Sharing- und Verleihangebote für Autos und Fahrräder, etc.)
- und ein attraktives Angebot in Kunst, Kultur und Kulinarik zu schaffen.

Good Practice: Gemeinde Gutenstein in Niederösterreich

*Die niederösterreichische Marktgemeinde Gutenstein im Bezirk Wiener Neustadt-Land ist aus der 2020 veröffentlichten Dokumentation „Rettet das Dorf" der Filmemacherin Teresa Distelberger bekannt. Die Gründer*innen des Kreativwirtschaftsunternehmens Wohnwagon waren auf der Suche nach einer Gemeinde, in der sie sich niederlassen, Arbeitsplätze anbieten, mitbestimmen und eigene Ideen umsetzen konnten. Gutenstein mit seinen knapp 1.300 Einwohner*innen hat sich*

*aktiv um sie bemüht. Auf Initiative von Wohnwagon folgten weitere Kreativunternehmer*innen, die unter anderem das leerstehende Dorfgasthaus als Ort des Austauschs, Lernens und gemeinsamen Essens wiederbelebt haben.*

Details unter dorfschmiede.net

Good Practice: Tabakfabrik Linz

*Die Tabakfabrik Linz gilt als international herausragendes Beispiel für die erfolgreiche Transformation eines ehemaligen Industriestandorts für Zigarettenproduktion. Seit 2009 im Eigentum der Landeshauptstadt Linz stehend, ist die Tabakfabrik Linz mittlerweile ein Hotspot für Kreativwirtschaft, digitale Technologien, Kunst und Bildung. Im Innovationsökosystem werden Vernetzung und Kollaboration aktiv gefördert und besonders Start-ups in ihrer Entwicklung begleitet. Aktuell haben mehr als 2.000 Menschen in rund 250 Unternehmen und Organisationen Zugang zu einem Arbeitsplatz. In der Tabakfabrik Linz finden sich Film- und Fotoproduktionsfirmen, Architekturbüros, Produkt-, Medien- und Grafikdesigner*innen, sozialökonomische Unternehmen, Mode-Labels, Software- und Digital-Media-Unternehmen, zwei Studienrichtungen der Kunstuniversität Linz, Kultur- und Bildungseinrichtungen, Werbeagenturen, Ateliers für Künstler*innen, Büroräume für Start-ups und ein riesiger Makerspace.*

Details unter tabakfabrik-linz.at

6.2 Entstehen von kreativen Communitys fördern

Im Wissen um das Potenzial für die unmittelbare Umgebung, in der sich Kreativwirtschaftsunternehmen ansiedeln, sollten kreative Communitys bereits im Entstehen erkannt und gestärkt werden. Dabei ist es essenziell, nicht für diese Communitys zu arbeiten, sondern von Beginn an mit ihnen.

Um das Entstehen von kreativen Communitys in Oberösterreich zu fördern, ist es wichtig,

- mit regionalen Innovator*innen in Dialog zu treten: Manche Personen bewegen mit ihrer Initiative viel für die Community. Es ist wichtig, diese Personen wahrzunehmen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen.
- Begegnungszonen zu schaffen, in denen sich kreativwirtschaftliche Akteur*innen vernetzen und mit der interessierten Öffentlichkeit in Kontakt treten können; wichtig ist dabei, dass diese Zonen professionell entwickelt und betreut werden.
- Living Labs aufzubauen, in denen unter Realbedingungen kontinuierlich über einen längeren Zeitraum an konkreten Herausforderungen vor Ort in einer Stadt oder Gemeinde gearbeitet wird: Besonderer Wert wird dabei auf offene Prozesse und die Einbeziehung vieler Stakeholder*innen gelegt, um möglichst breite Lerneffekte und nachhaltige Änderungen in eingefahrenen Gewohnheiten zu erzielen.
- Initiativen zu unterstützen, die zu einer erhöhten Sichtbarkeit der oberösterreichischen Kreativwirtschaft beitragen (z. B. den „Verein zur Förderung von Kreativität und Innovation in Handel, Dienstleistung und Gastronomie in der Linzer Innenstadt“, der in seiner Publikation „Linzlabyrinth“ Kreativwirtschaftsunternehmen mit ihrem Angebot präsentiert).

Good Practice: HSB Living Lab in Göteborg

*HSB ist eine schwedische Wohnungsbaugenossenschaft mit rund 560.000 Mitgliedern. Das Gebäude für das HSB Living Lab im Johanneberg Science Park auf dem Campus der Chalmers Technical University wurde 2016 fertiggestellt und die ersten Studierenden zogen noch im selben Jahr ein. Rund um ihren Lebens- und Arbeitsalltag wird Wissen gesammelt und geforscht, um innovative Lösungen zu entwickeln, die einen umweltfreundlicheren Lebensstil unterstützen. Das HSB Living Lab besteht aus vier modularen Gebäuden, die umgebaut und versetzt werden können. Dadurch ist das Labor für Forscher*innen, Entwickler*innen und Innovator*innen leicht zugänglich. Es beherbergt 29 Wohnungen mit fast 40 Bewohner*innen, aber gleichzeitig ist das gesamte Gebäude ein Labor. Mit regulären Wohnungen und Co-Living-Apartments ist es möglich, verschiedene Wohnformen zu erforschen. Das Ziel des HSB Living Lab ist es, eine Arena zu bieten, in der alle Beteiligten neue Konzepte in einer realen Umgebung erproben können, um neue Materialien und Technologien zu testen, zu analysieren und zu innovieren sowie Verhaltensstudien durchzuführen, um Lösungen zu finden, welche die Nachhaltigkeit fördern. So sind in den Labors und Wohnungen 2.000 Sensoren installiert, die beispielsweise Energieflüsse oder die Funktion verschiedener Materialien messen.*

Details unter hsb.se/hsblivinglab

7 Kreativwirtschaft umfassend im Innovationsökosystem verankern

Die notwendigen Fähigkeiten, um Innovationen anzustoßen, liegen bei unterschiedlichen Akteur*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Politik und Gesellschaft. Es ergibt deshalb Sinn, dass Menschen aus verschiedensten Bereichen zusammenarbeiten und ihre Kompetenzen bündeln: „In einem Innovationsökosystem treffen Menschen, Kultur und Technologie aufeinander und interagieren, um Kreativität zu fördern, Erfindungen anzustoßen und Innovationen über wissenschaftliche und technologische Disziplinen hinweg sowie im öffentlichen und privaten Sektor zu beschleunigen. Die grundlegenden Prinzipien dabei lauten Ko-Existenz, Ko-Evolution und Ko-Spezialisierung.“[14]

Die Forschungsarbeiten des Fraunhofer Center for Responsible Research and Innovation zeigen, dass sich durch die Integration in ein Innovationsökosystem Mehrwerte für alle Beteiligten ergeben. Sie nehmen Innovationsimpulse in ihre Arbeit auf und erschließen technologische und gesellschaftliche Potenzialfelder. Organisationen, die kollaborativ arbeiten, haben eine bessere Sensorik für Zukunftstrends, passen ihre Strukturen und Geschäftsmodelle leichter an und sind für junge Fachkräfte attraktiver.

Wir streben eine umfassende Verankerung der Kreativwirtschaft im oberösterreichischen Innovationsökosystem an. Dazu gilt es unter anderem die Kreativwirtschaft konsequent in oberösterreichische Strategien zu integrieren und die Förderprogramme für die oberösterreichische Kreativwirtschaft zu öffnen.

[14] Innovation Ecosystem Strategy Tool (Fraunhofer Center for Responsible Research and Innovation 2019), S. 5

#upperVISION2030, Website:

„Dabei bauen wir auf den bestehenden Stärken unserer Wirtschaft auf und unterstützen die oberösterreichischen Leitbetriebe beim Ausbau ihres technologischen Vorsprungs. Durch frühzeitiges Erkennen von disruptiven Technologien und der raschen Identifikation von Anwendungsfeldern forcieren wir die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, um zukunftsfähige Arbeitsplätze zu schaffen. Die Positionierung Oberösterreichs als moderner Technologiestandort erhöht die Attraktivität und Sichtbarkeit des Standorts für qualifizierte Arbeitnehmer und Talente im internationalen Wettbewerb."

Siebenter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2017, S. 138:

„Auch die verstärkte Ausdehnung der Innovationspolitik und -förderung auf Innovationsarten abseits jener traditioneller Produktionssektoren und High-Tech-Industrien ist ein Anliegen, das zur Förderung von Crossover-Effekten weiter vorangetrieben werden sollte. Die Aufnahme nicht-technologischer, dienstleistungsbasierter Innovationsformen in die Innovations- und F&E-Politik sowie die Etablierung eines breiten Innovationsbegriffs erfordern dabei Anstrengungen auf allen politischen Ebenen – regional, national sowie auf EU-Ebene."

7.1 Kreativwirtschaft konsequent in Strategien berücksichtigen

Die Stärken der Kreativwirtschaft sind vielfältig: kreativitätsorientierte Lösungen, nutzer*innenzentrierte Designs, zirkuläre Wertschöpfung, offene und kollaborative Innovationsparadigmen oder die Wiederbelebung von Stadtteilen und Regionen zählen dazu. All diese und weitere Stärken sind für oberösterreichische Entwicklungsstrategien von großem Wert und können zur Erreichung der darin gesteckten Ziele maßgeblich beitragen.

Es ist daher von essenzieller Bedeutung, die Kreativwirtschaft konsequent in landesweite und regionale Strategie- und Evaluierungsprozesse zu integrieren. Zu diesen Strategien zählen etwa die bereits zitierte #upperVISION2030 (inklusive der jährlichen Erstellung von Programmbüchern), aber auch oberösterreichische Raumplanungsstrategien, Landes-Tourismusstrategien, Landes-Kulturstrategien und Strategien auf regionaler und lokaler Ebene.

Um die Kreativwirtschaft konsequent in oberösterreichischen Strategien zu integrieren, ist es wichtig,

- eine regelmäßig zu aktualisierende Daten- und Informationsbasis zur oberösterreichischen Kreativwirtschaft zu erstellen, die für zukünftige Strategien verwendet werden kann, und
- dass die Creative Region GmbH bei der Erstellung und Evaluierung von oberösterreichischen Strategien in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Tourismus, Wissenschaft, Forschung, Bildung, Digitalisierung, Regionalentwicklung und ähnlichen als Sprachrohr für die oberösterreichische Kreativwirtschaft fungiert und bei deren Einbindung in diese Strategien unterstützt.

Good Practice: Digitalstrategie NRW

In der 2018 veröffentlichten Strategie für das digitale Nordrhein-Westfalen werden an mehreren Stellen explizit die besonderen Potenziale der Kreativwirtschaft erwähnt. Eines der drei zentralen Handlungsfelder lautet „Start-up-Szene". In ihm wird auf die Bedeutung von Digital Hubs wie Founders Foundation (Bielefeld), Garage 33 (Paderborn) oder Startport (Duisburg) hingewiesen, die erfolgreich Wirtschaft, Wissenschaft und junge Kreative zusammenbringen. Im zweiten zentralen Handlungsfeld „Transformation von Unternehmen und Branchen" wird festgehalten, dass durch die Verbindung der „starken industriellen und mittelständischen Basis mit den Ideen junger kreativer Start-ups der Digitalen Wirtschaft eine Innovationskraft entstehen [kann], die unseren Standort einzigartig macht. Wir wollen daher, dass alle Unternehmen branchenübergreifend die Aufgabe und die Potenziale der digitalen Transformation für sich erkennen und nutzen."[15]

Details unter digitalstrategie.nrw

7.2 Förderprogramme für die Kreativwirtschaft öffnen

Förderprogrammen liegen zumeist konkrete Entwicklungsstrategien zugrunde. Findet ein Sektor oder eine Branche Eingang in eine bestimmte Strategie, eröffnet sich damit auch ein Zugang zu Förderungen. Umgekehrt heißt das, dass Förderprogramme für diejenigen, die sich in einer Strategie nicht wiederfinden, weitgehend unzugänglich bleiben. Die regionale Innovationsförderung „easy2innovate" ist beispielsweise aufgrund ihrer Ausrichtung entlang der #upperVISION2030-Strategie auf Kooperationen zwischen technologischen Forschungspartner*innen ausgelegt. Hinzu kommt, dass die Kriterien für die Vergabe von Förderungen oftmals die Eigenheiten der Kreativbranche – etwa hinsichtlich ihrer Unternehmensstrukturen und Finanzierungsmöglichkeiten – nicht berücksichtigen und diese daher von Kreativwirtschaftsunternehmen nicht erfüllt werden können. Der Leitgedanke eines fairen Zugangs zu Förderprogrammen für die Kreativwirtschaft wurde von der „European Creative Industries Alliance" so formuliert: „The objective is not to provide special treatment for creative SMEs, but to provide fair treatment compared to SMEs in established industries."[16]

Um die oberösterreichischen Förderprogramme für die Kreativwirtschaft zu öffnen, ist es wichtig,

- bereits vorhandene oberösterreichische Förderprogramme für Kreativwirtschaftsunternehmen zugänglicher zu machen. Beispielsweise bietet sich an, das Förderprogramm „easy2innovate" auf kreativwirtschaftliche Innovationspartner*innen auszudehnen.
- zusätzliche regionale Innovationsförderungen einzurichten, die auf die spezifischen Bedürfnisse von Kreativwirtschaftsunternehmen ausgerichtet sind und insbesondere auf die Zusammenarbeit zwischen der Kreativwirtschaft mit anderen Sektoren fokussieren. In der Konzeption der regionalen Innovationsförderungen kann eine Anlehnung an Förderprogramme auf Bundesebene erfolgen, zum Beispiel aws impulse XS und XL, creative solutions oder Innovationsscheck (FFG).
- die Förderberatung für Kreativwirtschaftsunternehmen auszubauen.

[15] vgl. Strategie für das digitale Nordrhein-Westfalen | 2019. Teilhabe ermöglichen – Chancen eröffnen (Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen 2018), S. 14 ff.

[16] create innovate grow. A new policy agenda to maximise the innovative contributions of Europe's creative industries (European Creative Industries Alliance 2014), S. 30

8 Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anregen

Die Kreativwirtschaft ist eine „Querschnittsbranche". Sie kooperiert mit sämtlichen klassischen Wirtschaftsbranchen, aber auch mit öffentlichen Einrichtungen, gemeinnützigen NGOs, Forschungseinrichtungen, Universitäten und Fachhochschulen. Weil sie mit so vielen Partner*innen kooperiert, reichen die Ausstrahlungseffekte der Kreativwirtschaft laut dem Siebenten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht „von positiven Effekten für die Wirtschaft, das Innovationssystem, die Regionalentwicklung und öffentliche Verwaltung bis hin zu positiven Auswirkungen auf die Gesellschaft im Allgemeinen."[17]

Wir streben an, dass die Kreativwirtschaft noch stärker als Kooperationspartnerin verstanden wird und ihre Fähigkeiten in sektorübergreifenden Kollaborationen einbringen kann, insbesondere in Industrie, Forschung und Verwaltung. Dazu gilt es unter anderem, branchenübergreifende Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anzustoßen, kreative Ansätze und Konzepte in industriellen Produktionsprozessen einzusetzen und Kreativwirtschaft für die Modernisierung der öffentlichen Verwaltung zu nutzen.

8.1 Branchenübergreifende Kooperationen mit der Kreativwirtschaft anstoßen

87 Prozent der Cross-Kollaborationen zwischen Kreativwirtschafts- und Industrieunternehmen sind in der Regel langfristig und ergeben positive Spillover-Effekte, das heißt mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit werden positive Wirkungen in beide Richtungen übertragen.[18] Zum einen kommt es zu einem Wissens-Spillover: Kreativwirtschaft und Industrie entwickeln – mit Forschung im Verbund – neue Ideen, Verfahren und Innovationen, und das Wissen darüber verbreitet sich in der gesamten Wirtschaft und Gesellschaft. Das ist etwa der Fall, wenn neue Organisationsformen, Arbeitsweisen und Techniken der Kreativwirtschaft in andere Wirtschaftsbereiche übernommen werden.

Zum anderen trägt die Kreativwirtschaft zur Innovation von Geschäftsmodellen und zur Neupositionierung von Marken bei – von Industrie und Bauwesen über Handel bis hin zu Tourismus. Sie liefert Strategien zur Bewältigung des Strukturwandels, beispielsweise durch Unterstützung bei der Digitalisierung, bei der Attraktivierung von Standorten oder bei der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber. Wesentlich ist dabei der Einsatz von ganzheitlichen und nachhaltigen Designprozessen, die dazu dienen, Geschäftsmodelle zu inszenieren, Kaufprozesse zu vereinfachen, Räume und Arbeitsplätze interessant zu gestalten und ein Erlebnis zu schaffen.

Die Praxis zeigt: Ist eine Kooperation zwischen einem Industriebetrieb und einem Kreativwirtschaftsunternehmen einmal initiiert und trägt erste Früchte, läuft sie häufig ohne externes Zutun weiter. Oft braucht es aber einen ersten Anstoß, damit Unternehmen, die bereits mit dem Gedanken an solche Kooperationen spielen, den nächsten Schritt tun.

Um branchenübergreifende Kooperationen in Oberösterreich zu erleichtern, ist es wichtig,

- Anstoßfinanzierungen für Kooperationen zwischen Kreativwirtschaft, Industrie und Forschung einzurichten (analog zum SKU-Programm des Landes Oberösterreich zur Stimulierung von Kooperationen zur Umsetzung von kooperativen Forschungs- und Entwicklungsvorhaben bzw. zur Umsetzung von kooperativen Organisationsvorhaben bei den oberösterreichischen Unternehmen).
- zielgruppenspezifische Matchmaking- und Kooperationsformate wie Hackathons und Ideathons umzusetzen: Beispielgebend dafür ist der „Creative Hackathon" der Creati-

[17] vgl. Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht (Kreativwirtschaft Austria & Wirtschaftskammer Österreich 2017), S. 120

[18] vgl. Oslo Manual 2018. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation (OECD & Eurostat 2018)

ve Region, bei dem drei Unternehmen spezifische Herausforderungen an die Teilnehmer*innen stellten. Sieben Teams entwickelten in 48 Stunden Ideen und Prototypen.

- gemeinsame Arbeitsorte und -plätze für Kreativwirtschaft, Industrie und Forschung zu schaffen.
- vielfältige Begegnungsorte zu schaffen, in denen sich Vertreter*innen aus Industrie, Kreativwirtschaft und Forschung über die Zukunft des Industriestandorts Oberösterreich austauschen.
- Allianzen von Hochschulen und Wirtschaft, insbesondere der kreativorientierten Bereiche (z. B. an der Kunstuniversität Linz, an den geistes-, sozial- und kulturwissenschaftlichen Instituten der Johannes Kepler Universität Linz, ...) mit Industriebetrieben zu stärken und auszubauen.
- kreativwirtschaftliche Ideen mit neuen Formen des Tourismus, die auf Langzeitaufenthalte, Slow Tourism, Nachhaltigkeit und Coworkation setzen, zu verbinden. Dazu gehören auch innovative Formate, die etwa gemeinsam von der Creative Region mit den oberösterreichischen Tourismusverbänden gestaltet werden.

Good Practice: Industry meets Makers

*Industry meets Makers ist ein auf Open Innovation basierendes Community-Building- und Matchmaking-Format. Die Grundidee besteht darin, dass führende Industrieunternehmen (ABB, Bosch, Fronius, Greiner Group, Infineon, Nokia, Wacker Neuson, ...) spezifische Herausforderungen in Zukunftstechnologien wie etwa Internet of Things, Robotik, Künstliche Intelligenz, Blockchain oder 3D-Druck ausschreiben und dann Maker*innen – freiberufliche Entwickler*innen, Hobbyist*innen, Schüler*innen, Student*innen, KMU oder Start-ups – einladen, diese gemeinsam mit ihnen im Rahmen eines etwa sechsmonatigen Prozesses zu lösen. Ziel ist es, dass im Idealfall ein Geschäftsabschluss entsteht, von dem beide Seiten profitieren. Dies kann zum Beispiel in Form von Arbeits- und Auftragsvergaben, Neugründungen, Beteiligungen, gemeinsamen Markteinführungen, Vertriebs-/Marketing-/Produktionskooperationen und Ähnlichem realisiert werden. Industry meets Makers wird von der „In2Make Industry meets Makers GmbH" geplant und organisiert, einem im Impact Hub Vienna ansässigen Unternehmen. Das 2016 gestartete Format findet mittlerweile neben Wien auch in Graz, Linz und Salzburg statt.*

Details unter industrymeetsmakers.com

Good Practice: Kurzfilm „Maybe Palermo or what E100304 is all about"

Was haben ein Yellow Cab, ein durchgeknallter Kammerjäger, saure Orangen, Albert Einstein und eine Pizzeria in Palermo gemeinsam? Sie alle sind Hauptdarsteller in dem trashigen Science-Movie „Maybe Palermo or what E100304 is all about". Eigentliches Kernthema des Films ist jedoch ein neues Patent in der Krebsforschung, entwickelt von Linzer Chemiestudierenden. Gemeinsam mit der Kunstuniversität Linz, dem Wissenstransferzentrum West und dem Institut für Chemie der Polymere der Johannes Kepler Universität Linz wurde dazu von Las Gafas Films ein Filmkonzept ausgearbeitet, das beweist, dass Wissensvermittlung im Bereich Forschung und Wissenschaft auch durchaus anders kann, als spröde und trocken zu sein.

Details unter maybepalermo.wordpress.com

Good Practice: STARTS Prize

*STARTS (Science, Technology & the ARTS) ist eine Initiative der Europäischen Kommission, mit der Technologie und künstlerische Praxis bestmöglich verbunden werden. Im Mittelpunkt stehen Menschen und Projekte, die dazu beitragen, Europas soziale, ökologische und ökonomische Herausforderungen meistern zu können. Teil der STARTS-Initiative ist der mit insgesamt 40.000 Euro dotierte STARTS Prize. Der jährliche Wettbewerb zeichnet innovative Projekte an der Schnittstelle von Kunst, Technologie und Wissenschaft aus, die das Potenzial haben, zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Weiterentwicklung beizutragen. Ausgeschrieben wir der STARTS Prize in den beiden Kategorien „Innovative Collaboration" und „Artistic Exploration". Neben den Preisgeldern werden die Gewinner*innen auch beim Festival Ars Electronica und weiteren Events der Konsortiumpartner*innen wie BOZAR in Brüssel, Waag Society in Amsterdam oder French Tech Grande Provence in Avignon präsentiert.*

Details unter starts-prize.aec.at

8.2 Kreative Ansätze und Konzepte in industriellen Produktionsprozessen einsetzen

Erfindungskraft ist kein Selbstzweck, er hat einen hohen praktischen Nutzen. Ein Maßstab dafür sind Patente. Der Jahresbericht 2020 des österreichischen Patentamts bezeichnet Oberösterreich als „Rekordland bei Erfindungen und Heimat von Staatspreisträgern". Mit 638 Erfindungen von Unternehmen und Forschungseinrichtungen liegt Oberösterreich zum siebten Mal im Bundesländervergleich an der Spitze.[19] Zentral ist in diesem Zusammenhang, dass Ergebnisse aus der universitären und industriellen Forschung möglichst oft zu markttauglichen Anwendungen führen. Hier sind kreative Zugänge von Open Innovation über Co-Creation bis hin zu Design Thinking gefragt.

#upperVISION2030, Website:

Wir setzen auf Smart Specialisation und die rasche Überführung von Forschungsergebnissen in die wirtschaftliche Anwendung, um Oberösterreich an die Spitze technologischer Weiterentwicklungen zu führen."

Dritter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2008, S. 107:

„Der hohe Anteil an AkademikerInnen spiegelt die starke Wissenschaftsorientierung und -vernetzung der Branche wider. Fast ein Viertel der Unternehmen kooperiert im Rahmen von Forschungs- und Entwicklungsprojekten mit der Wissenschaft. Die Kreativwirtschaft ist damit ein wichtiges Bindeglied zwischen wissenschaftlichen Forschungsergebnissen und ihrer kreativen Anwendung in der Wirtschaft."

Die Kreativwirtschaft mit ihren Stärken kann dazu mit Out-of-the-Box-Ansätzen und nutzer*innenzentrierten Konzepten einen Beitrag leisten, um bereits frühzeitig im industriel-

[19] vgl. Statistik Jahresbericht 2020 (Österreichisches Patentamt 2021). Außerdem wurden 2020 in Oberösterreich 673 Marken angemeldet.

len Produktionsprozess potenzielle Nutzungsmöglichkeiten aufzuzeigen und somit Forschungsergebnisse besser in den Markt überführen zu lassen. Wir plädieren dafür, kreative Köpfe offensiv in industrielle Produktionsprozesse einzubinden.

Um kreative Ansätze und Konzepte stärker in industriellen Produktionsprozessen in Oberösterreich zu bringen, ist es wichtig,

- „Pitch your Patent“ Veranstaltungen durchzuführen: Ähnlich wie bei einem Hackathon werden Patente und Forschungsergebnisse an Universitäten und Fachhochschulen oder in Industriebetrieben einem Publikum präsentiert und von Teams erste Ideen und Konzepte zur Anwendung erarbeitet.
- Creatives in Lab Residencies einzurichten: Schriftsteller*innen als Stadtschreiber*innen sind wir gewohnt, Designer*innen an Technischen Universitäten und Fachhochschulen oder in Industriebetrieben eher weniger. Creatives in Lab Residencies sind ein bewusstes Zusammenbringen von Fähigkeiten und Fertigkeiten, die sonst eher getrennte Wege gehen.
- eine Co-Creation-Börse aufzubauen: Einrichtung einer Plattform, auf der Kollaborationen von Kreativwirtschaftsunternehmen mit potenziellen Kund*innen und Nutzer*innen im industriellen Kontext initiiert und präsentiert werden.

Good Practice: Labor für Kreative Robotik

*Das 2016 gegründete Labor für Kreative Robotik an der Kunstuniversität Linz ist ein Kooperationsprojekt mit dem Ars Electronica Center, der KUKA Roboter CEE GmbH, der Johannes Kepler Universität Linz sowie der Association for Robots in Architecture. Es ist interdisziplinär ausgelegt und kooperiert eng mit einer Vielzahl an Partner*innen, von Medienkünstler*innen und Designer*innen über KMU und Handwerksbetriebe hin zu großen Konzernen wie Adidas und KUKA. Gleichzeitig steht das Labor im Rahmen der forschungsgeleiteten Lehre Studierenden aller Studienrichtungen der Kunstuniversität Linz offen, um eigene Roboterprojekte umzusetzen. Seit 2019 besteht eine Kooperation mit der mehr als 3.000 Quadratmeter umfassenden Innovationswerkstätte GRAND GARAGE in der Tabakfabrik Linz, im Rahmen derer ein zweites Roboterlabor aufgebaut wird und besonders Aktivitäten in der Wissenschaftsvermittlung und im Technologietransfer gesetzt werden. Gefördert wird das Labor für Kreative Robotik durch das Hochschulinfrastrukturmittel-Programm des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft.*

Details unter ufg.at/Labor-Kreative-Robotik.13780.0.html

Good Practice: Linz Institute of Technology (LIT)

*Das Linz Institute of Technology, oder einfach LIT, bündelt die technologischen Kompetenzen in Lehre und Forschung der Johannes Kepler Universität Linz unter einem Dach. Ziel ist es, Forscher*innen unterschiedlicher Fachbereiche und Fakultäten zu technologischen Zukunftsthemen besser zu vernetzen und durch kompetitive Mittelvergabe interdisziplinäre Technikforschung auf höchstem Niveau zu stimulieren. Neben der projektorientierten Förderung mittels Calls sind am LIT auch dauerhafte Forschungszentren eingerichtet. Die LIT Research Labs fokussieren auf ausgewählte Schwerpunkte wie „Artificial Intelligence“, „Cyber-Physical Systems“, „Future Energy“, „Robopsychology“ und „Soft Materials“. Angesiedelt sind die Labs gemeinsam mit Unternehmen, Start-ups und Spin-offs im 2019 eröffneten LIT Open Innovation Center auf dem Campus der Johannes Kepler*

Universität. Das 8.000 Quadratmeter große Gebäude dient als Ort für Kollaborationsprojekte und bietet gemeinsam mit der LIT Factory eine offene Plattform, die Potenziale und Technologien der Digitalisierung erforscht, entwickelt und auch branchenübergreifende Lösungen für die Produktion innovativer Produkte schafft.

Details unter jku.at/linz-institute-of-technology/das-lit

8.3 Kreativwirtschaft für die Modernisierung der öffentlichen Verwaltung nutzen

Die öffentliche Verwaltung ist in vielfacher Hinsicht damit konfrontiert, ihr Handlungsumfeld innovativer zu gestalten und gute Services für komplexe gesellschaftliche Herausforderungen anzubieten. Den Verwaltungsmitarbeiter*innen fehlt oft die Zeit, das Handwerk und der Freiraum, um Veränderungen einzuführen. Was es benötigt, sind kreative Ansätze und Methoden, die auf Offenheit, Partizipation und Kollaboration setzen.
Seit einigen Jahren trägt der Einsatz von Kreativität in der Verwaltung einen Namen: Creative Bureaucracy. Ihr Ziel ist es, eine positive Haltung zum öffentlichen Sektor herzustellen und Experimentierfreude und Kreativität in ihm zu kultivieren. Der britische Städteforscher Charles Landry und die britische Stadtentwicklungsexpertin Margie Caust haben das Konzept der Creative Bureaucracy entwickelt, um agile, kreative und innovative Verwaltungen entstehen zu lassen. Das von den beiden initiierte European Creative Bureaucracy Festival zog im Jahr 2021 rund 18.000 Teilnehmer*innen aus mehr als 89 Ländern an.[20] Mitarbeiter*innen aus der öffentlichen Verwaltung tauschten dabei fünf Tage lang ihre kreativen und innovativen Projektvorhaben aus.

Um die Kreativwirtschaft für die Modernisierung der öffentlichen Verwaltung in Oberösterreich zu nutzen, ist es wichtig,

- die Auseinandersetzung mit dem Konzept der Creative Bureaucracy zu fördern.
- oberösterreichische GovLabs gemeinsam mit dem GovLabAustria zu implementieren: Das GovLabAustria ist ein offener und interdisziplinärer Experimentierraum, in dem zentrale Herausforderungen des öffentlichen Sektors angesprochen und organisationsübergreifende Lösungsansätze erarbeitet werden. Dabei finden kreative Methoden Anwendung, Kollaboration wird unterstützt und die verschiedenen Stakeholder*innen werden miteinander vernetzt.[21]
- Formate für Verwaltungsmitarbeiter*innen und Entscheidungsträger*innen zu gestalten, um die oberösterreichische Kreativwirtschaft kennenzulernen und kreative Ansätze in die Verwaltung zu bringen.
- Förderprogramme wie Erasmus+ für bildungsbezogene Mobilitätsaktivitäten zu bewerben und nutzen (z. B. Studienreisen für Verwaltungsmitarbeiter*innen in Gemeinden, die Creative Bureaucracy bereits in die eigene Arbeit integriert haben).
- Meet-ups zum Thema „Open Innovation“ für Verwaltungsmitarbeiter*innen zu organisieren.
- Bürger*innenbeteiligungsformate mit Unterstützung der kreativen Community vor Ort umsetzen, zum Beispiel im Rahmen der Kohäsionspolitik der EU[22].

[20] vgl. The Creative Bureaucracy Festival 2021 (Creative Bureaucracy Initiative 2022)

[21] vgl. Über uns (GovLabAustria 2022)

[22] vgl. EU regional and urban development. Priorities for 2021–2027 (Europäische Kommission 2022)

Good Practice: InnovationCamp ANZETTELN

Permanente Kommunikation, digitale Transformation oder demografischer Wandel: Die rasanten technologischen und sozialen Entwicklungen unserer Zeit sorgen für Bewegung in den Verwaltungen. Um mit den Entwicklungen Schritt zu halten, braucht es agile Prozesse, schnellere Kommunikationswege und mehr Beteiligungsplattformen, das heißt kreative Lösungen für die Bürokratie. Doch wie kann Kultur- und Kreativwirtschaft dazu beitragen, den Veränderungsprozess auf allen Verwaltungsebenen voranzutreiben? Wie können Kooperationen zwischen Kultur- und Kreativwirtschaft und Verwaltung aufgeschlossen und umgesetzt werden? Im November 2019 wurde zu diesen Fragestellungen das InnovationCamp ANZETTELN in Mönchengladbach durchgeführt. Mit Blick auf konkrete Fallbeispiele aus Verwaltungen wurden in vier Gruppen Ideen, Lösungsansätze und Prototypen zu elementaren Herausforderungen erarbeitet.

Details unter kreativ-bund.de/camp/anzetteln

Siebenter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, 2017, S. 137:

„43 % der österreichischen Kreativwirtschaftsunternehmen zählen öffentliche Einrichtungen zu ihren wichtigen KundInnen und AuftraggeberInnen. Rund ein Viertel der Kreativunternehmen unterstützt öffentliche Einrichtungen bei Innovationen und weitere 16 % der Kreativbetriebe kooperieren bei ihren Innovationsaktivitäten mit PartnerInnen aus öffentlichen Einrichtungen. Kreativwirtschaftliche Inputs kommen dabei insbesondere der Umsetzung des New Public Managements und E-Government-Lösungen zugute.“

#upperREGION2030, 2020, S. 16:

„Die Digitalisierung in Kombination mit einer leistungsfähigen Infrastruktur sowie neue Wohnmodelle bieten dabei neue Chancen für ländliche Regionen. Verbunden mit einem zielgerichteten und verstärkten Einsatz öffentlicher Mittel für Kooperationsprojekte im Bereich der Daseinsvorsorge kann zum einen der finanzielle Spielraum der Gemeinden vergrößert und zum anderen die Wirtschaftlichkeit einzelner Angebote optimiert werden.“

9 Kreativwirtschaft als zukunftssicheres Arbeits- und Berufsfeld etablieren

Die Kreativwirtschaft ist überwiegend kleinbetrieblich strukturiert. Knapp mehr als 60 Prozent der Unternehmen sind Einzelunternehmen, weitere 28 Prozent beschäftigen bis zu vier Personen.[23] Das bedeutet, dass viele Aufgaben in den Unternehmen von derselben Person ausgeführt werden müssen. Kreativwirtschaftsunternehmer*innen verfügen zwar über Detailwissen und spezifische Kompetenzen in ihrem Fachgebiet, bei den notwendigen unternehmerischen Fähigkeiten und Fertigkeiten, um den eigenen Betrieb erfolgreich zu führen, zu organisieren, zu finanzieren und wachsen zu lassen, gibt es aber oftmals Aufholbedarf.

Die Präambel dieses Strategiepapiers beginnt mit dem Satz: Kreativität ist das Fundament für alle Innovationen. Schlussendlich ist Kreativität eine Fähigkeit, die zu einer Fertigkeit trainiert und als Kompetenz weiterentwickelt werden kann. Sie ist eine schöpferische Kraft, die es ermöglicht, Neues zu gestalten, und die selbstverständlich nicht nur der Kreativwirtschaft vorbehalten ist. Es gilt, ihren Mehrwert zu erkennen und sie möglichst frühzeitig auf vielfältige Art und Weise zu fördern. Sie muss als zentrale Lösungskompetenz für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts auf breiter Ebene geübt, geschult und gelernt werden.

Es ist notwendig, die Kreativwirtschaft in Oberösterreich für die Herausforderungen der Zukunft resilient zu machen und als zukunftssicheres Arbeits- und Berufsfeld zu vermitteln. Dazu gilt es unter anderem, Kreativität als Kompetenz in allen Bildungseinrichtungen zu fördern, Berufswege und Karriereoptionen in der Kreativwirtschaft aufzuzeigen und die Fähigkeiten und Fertigkeiten für kreativwirtschaftliches Entrepreneur-ship verstärkt auszubilden.

9.1 Kreativität als Kompetenz in allen Bildungseinrichtungen fördern

Zeitgemäße Bildung zielt auf die Förderung der sogenannten 4K-Kompetenzen ab: kritisches Denken, Kollaboration, Kommunikation und Kreativität. Diese „21st Century Skills“ des OECD-Lernkompass 2030 dienen dazu, sich in komplexen Systemen zu orientieren und diese mitzugestalten und fließen auch mehr und mehr in das Bildungssystem ein.[24]

Um Kreativität als Kompetenz in allen oberösterreichischen Bildungseinrichtungen zu fördern, ist es wichtig,

- die 4K-Kompetenzen kritisches Denken, Kollaboration, Kommunikation und Kreativität ab der vorschulischen Bildung in den oberösterreichischen Bildungseinrichtungen verstärkt zu berücksichtigen,
- die Lehrer*innen mit Methoden zum Aufbau von Kreativkompetenz wie Co-Creation, Design Thinking oder Creative Writing auszustatten,
- Sommerschulen und Kinderunis verstärkt in Zusammenarbeit mit Akteur*innen aus der Kreativwirtschaft zu organisieren, um den Wert von Kreativität zu vermitteln und kreatives Lernen zu fördern,
- Förderprogramme zur verstärkten Einbindung von Kreativwirtschaftsunternehmer*innen in den Unterricht an Schulen und die Lehre an Hochschulen einzurichten.

[23] vgl. Neunter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht 2021 (Kreativwirtschaft Austria & Wirtschaftskammer Österreich 2021), S. 29.

[24] vgl. OECD Future of Education and Skills 2030. OECD Learning Compass 2030 – A Series Of Concept Notes (OECD 2019), S. 62 ff.

Good Practice: Makerspace Carlo-Schmid-Oberschule Berlin-Spandau

*An der Carlo-Schmid-Oberschule Berlin-Spandau wurden in den vergangenen Jahren vorhandene Werkstätten in Richtung eines Makerspace ausgebaut. Digitale Maschinen wie 3D-Drucker, Lasercutter oder Schneideplotter wurden angeschafft, der Umgang mit digitalen Technologien vermittelt und in der Projektarbeit verstärkt auf die Entfaltung unternehmerischen Denkens sowie Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit Wert gelegt. Mittlerweile betreibt die Schule mehrere erfolgreiche Schüler*innen-Firmen, die in die Making-Aktivitäten integriert sind wie etwa ein Druckstudio, in dem die Schüler*innen das Bedrucken von fair produzierten ökologischen Textilien in Auftrag nehmen. Darüber hinaus bemühen sich die Lehrkräfte bei den Unterrichtsprojekten immer um einen Realitätsbezug. So werden Ersatzteile für die Hausmeister*innen konstruiert oder kleine Aufträge für Spezialanfertigungen angenommen. Damit erfahren die Schüler*innen direkt die eigene Selbstwirksamkeit.*

Details unter carlo-schmid-oberschule.de

Good Practice: Ausbildungsprogramm CAP. und Makerspace GRAND GARAGE

Seit 2010 vereint das in Linz befindliche Ausbildungsprogramm CAP. die Oberstufe der Allgemeinbildenden Höheren Schule mit einer Mechatroniklehre. Möglich wird dies unter anderem durch die enge Zusammenarbeit mit zahlreichen oberösterreichischen Leitbetrieben. Ziel von CAP. ist es, den Betrieben Kontaktmöglichkeiten zu jungen Menschen mit einer Vielzahl an Fähigkeiten und Fertigkeiten zu bieten und gleichzeitig diese auf die unterschiedlichsten Herausforderungen des Wirtschaftslebens vorzubereiten. Im Jahr 2016 äußerten vier Teilnehmende des Ausbildungsprogramms der Wunsch nach einer öffentlich zugänglichen Werkstätte, in der Prototypenbau und Ideenaustausch möglich sind. Dies führte zur Gründung der GRAND GARAGE, einem rund 4.000 Quadratmeter großen Makerspace in der Tabakfabrik Linz. Mitglieder der GRAND GARAGE können kostengünstig auf mehr als 90 professionelle Maschinen und digitale Technologien zugreifen, von der Schweißwerkstatt über CNC-Fräsen bis hin zu 3D-Druckern, Industrierobotern und Lasercuttern. In einem sicheren Umfeld wird dabei die professionelle Entwicklung und Realisierung von Prototypen ermöglicht, wozu auch laufend Einschulungen und Workshops stattfinden.

Details unter grandgarage.eu

9.2 Berufswege und Karriereoptionen in der Kreativwirtschaft aufzeigen

Viele kreativwirtschaftliche Unternehmen inserieren aufgrund ihrer geringen Größe offene Stellen nicht auf großen Jobplattformen, sondern besetzen diese über die Aktivierung ihres persönlichen Netzwerks. Jobs in der Kreativwirtschaft sind daher für Jugendliche, Studierende, Hochschulabsolvent*innen, Quereinsteiger*innen und Jobsuchende oftmals schwer zu finden. Es mangelt in dieser Hinsicht an Transparenz am Arbeitsmarkt – was durch die Heterogenität der kreativwirtschaftlichen Branchen nochmals verschärft wird.

Schwierig gestaltet sich auch die Frage von Qualifikation und Ausbildung. Eine formale Ausbildung ist zwar je nach kreativwirtschaftlicher Branche eine mehr oder weniger gute

Basis für die Arbeit, aber bei weitem nicht ausreichend. Ständig ist auf aktuelle Trends zu reagieren und das aktuelle Branchen-Know-how ändert sich schnell, etwa wenn es um digitale Kreation oder innovative Markenführung geht. Die Methode eines Learning by Doing ist von immanenter Bedeutung. In der Kreativwirtschaft entwickeln sich dadurch laufend neue Jobprofile, für die es noch keine formalen Ausbildungsmöglichkeiten gibt.

All diese Informationen sollten für Jugendliche, Studierende, Hochschulabsolvent*innen, Quereinsteiger*innen und Jobsuchende bestmöglich verfügbar sein, um in der Kreativwirtschaft Fuß zu fassen.

Um Berufswege und Karriereoptionen in der oberösterreichischen Kreativwirtschaft aufzuzeigen, ist es wichtig,

- im Rahmen der schulischen Berufsorientierung auch regionale Kreativwirtschaftsunternehmen zu besuchen,
- Kontakte zwischen Schulen, Universitäten und Fachhochschulen und der regionalen Kreativwirtschaftsszene aufzubauen,
- auf Bildungsmessen gemeinsam mit Kreativwirtschaftsunternehmen aufzutreten,
- eine Praktika- und Jobbörse für die oberösterreichische Kreativwirtschaft zu etablieren,
- Role-Models und deren Karrieren in der Kreativwirtschaft sichtbar zu machen.

9.3 Fähigkeiten und Fertigkeiten für kreativwirtschaftliches Entrepreneurship ausbilden

Die Kreativwirtschaft wird nachhaltig unterstützt, wenn Entrepreneurship und spezifische Fortbildungen im Sinne eines lebenslangen Lernens gefördert werden. Gleichzeitig ist es für Gründer*innen kleiner Betriebe aber schwierig, neben der täglichen Geschäftstätigkeit Zeit für weiteren Kompetenzaufbau und Wissenserwerb zu finden. Daher sind hier an die Bedürfnisse der Kreativwirtschaftsunternehmer*innen angepasste Learner Journeys besonders wichtig. Dabei handelt es sich um selbstbestimmte und individuell angepasste Lernpfade innerhalb eines Lernprozesses, die einen unmittelbaren Transfer in die eigene Arbeit erleichtern.

Für eine erfolgreiche Unternehmensführung in der Kreativwirtschaft sind eine Reihe an spezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten notwendig. Dazu zählen etwa das Erkennen von neuen Entwicklungen und Trends, die Fähigkeit zur kreativen Zusammenarbeit in ständig wechselnden interdisziplinären Teams, unternehmerisches Handeln im Sinne von Entrepreneurship, ein produktiver Umgang mit dem digitalen Wandel, die Einbeziehung von Nutzungs- und Anwendungsverhalten durch Design Thinking oder eine umfassende Kenntnis von Wertschöpfungsketten.

Um Fähigkeiten und Fertigkeiten für kreativwirtschaftliches Entrepreneurship in Oberösterreich auszubilden, ist es wichtig,

- Gründer*innenservices für angehende Unternehmer*innen in der Kreativwirtschaft auszubauen,
- das Angebots an Beratungs- und Coaching-Angeboten für kreativwirtschaftliche Unternehmen zu verstärken,
- ein möglichst kostengünstiges modulares Entrepreneurship-Training anzubieten, das den Arbeitsalltag der Teilnehmer*innen und die Eigenheiten der kreativwirtschaftlichen Branchen berücksichtigt,

- vorhandene Entrepreneurship-Unterstützungsformate auf ihre Kompatibilität mit den Anforderungen der Kreativwirtschaft zu überprüfen und bei Bedarf eine entsprechende Öffnung für die Kreativwirtschaft einzuführen,
- ein Mentoring-Programm für Kreativwirtschaftsunternehmer*innen zu starten,
- Peer Groups, in denen sich Jungunternehmer*innen gegenseitig unterstützen können, zu fördern.

Good Practice: Kreativwirtschaftscoaching „C hoch 3“

*Seit 2008 bietet die Kreativwirtschaft Austria das Kreativwirtschaftscoaching „C hoch 3“ (Creative Community Coaching) an. In einer Reihe von Tagesworkshops und Kleingruppentreffen werden maximal 20 Teilnehmer*innen, die jeweils aus unterschiedlichen kreativwirtschaftlichen Branchen eines Bundeslandes kommen, bei der Weiterentwicklung ihres Unternehmens begleitet. Dabei werden aktuelle Themen und Herausforderungen für die Kreativwirtschaft diskutiert, bestehende Geschäftsmodelle auf den Prüfstand gestellt und neue Kooperationsprojekte initiiert. Peer-Learning und Bottom-up-Ansätze sind zwei der tragenden Säulen des „C hoch 3“-Coachings.*

Details unter kreativwirtschaft.at/kreativwirtschaftsservice/c-hoch-3-kreativ-wirtschaftscoaching

Good Practice: For Your Business Growth

*Anfänglich als Pilotmaßnahme im Rahmen des InduCCI-Projekts umgesetzt, bot die Creative Region im Jahr 2021 in Kooperation mit dem „Netzwerk Werbung“ der Wirtschaftskammer Oberösterreich ein kostenloses modulares Fortbildungsprogramm für Jungunternehmer*innen aus der Kreativwirtschaft an. Das Konzept ermöglicht eine Teilnahme von bis zu 15 Personen, setzt auf Praxisbezug, ausreichend Zeit zwischen den Modulen, um einen ersten Transfer in die eigene Tätigkeit zu ermöglichen und die Fortbildung trotz Tagesgeschäft besuchen zu können, sowie auf Peer-to-Peer-Learning.*

Details unter creativeregion.org/events/business-growth

10 Quellenverzeichnis

AIT Austrian Institute of Technology GmbH – Center for Innovation 2021, Austrian Start-up Monitor 2020, Wien 2021, abrufbar unter https://austrianstartupmonitor.at/wp-content/uploads/2021/05/Austrian-Startup-2020.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Smart Specialisation: wissens- und innovationsgeleitete Standortpolitik, Wien 2022, abrufbar unter https://www.bmbwf.gv.at/Themen/Forschung/Forschung-in-%C3%96sterreich/Strategische-Ausrichtung-und-beratende-Gremien/Leitthemen/Standortpolitik/Smart-Specialisation--wissens--und-innovationsgeleitete-Standortpolitik.html, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (Hrsg.), die kreativwirtschaftsstrategie für Österreich, Wien 2016, abrufbar unter https://www.bmdw.gv.at/dam/jcr:71334791-c74e-4f33-bb13-7270d16d1000/Kreativwirtschaftsstrategie_Langfassung_barrierefrei.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Business Upper Austria, Oberösterreich – innovativ, vernetzt, erfolgreich, Linz 2019
Creative Bureaucracy Initiative, The Creative Bureaucracy Festival 2021, Berlin 2022, abrufbar unter https://creativebureaucracy.org/festival-2021, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Creative Region Linz & Upper Austria GmbH, Sie ist da: Die Creative Review #1, 2. August 2021, Linz 2021, abrufbar unter https://creativeregion.org/2021/08/sie-ist-da-die-creative-review-1, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Europäische Kommission (Hrsg.), Horizon Europe. Cluster 2: Culture, Creativity and Inclusive society, Brüssel 2022, abrufbar unter https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe/cluster-2-culture-creativity-and-inclusive-society_en, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Europäische Kommission, EU regional and urban development. Priorities for 2021–2027, Brüssel 2022, abrufbar unter https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/how/priorities, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Europäische Kommission, Gemeinsame Forschungsstelle (Hrsg.), New European Bauhaus. Die Initiative im Überblick, Brüssel 2022, abrufbar unter https://europa.eu/new-european-bauhaus/about/about-initiative_de, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

European Creative Industries Alliance, create innovate grow. A new policy agenda to maximise the innovative contributions of Europe's creative industries, Brüssel 2014, abrufbar unter https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/ECIA-report-create-innovate-grow.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

European Institute of Innovation & Technology, Our activies. Call for EIT Knowledge and Innovation Communities, Budapest 2022, abrufbar unter https://eit.europa.eu/our-activities/call-for-eit-communities, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Fraunhofer Center for Responsible Research and Innovation, Innovation Ecosystem Strategy Tool, Berlin 2019, abrufbar unter https://www.cerri.iao.fraunhofer.de/content/dam/iao/cerri/de/Leistungsspektrum/InnovationEcosystemStrategies/Fraunhofer_CeRRI-Innovation_Ecosystem_Strategy_Tool.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

GovLabAustria, Über uns, Wien 2022, abrufbar unter https://www.govlabaustria.gv.at/ueber-uns, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022
JOANNEUM RESEARCH Forschungsgesellschaft mbH – POLICIES – Institut für Wirtschafts- und Innovationsforschung, #upperVISION2030 Wirtschafts- & Forschungsstrategie OÖ, Graz 2020, abrufbar unter https://www.uppervision.at, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Kreativwirtschaft Austria & Wirtschaftskammer Österreich, Neunter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht 2021, Wien 2021, abrufbar unter https://www.kreativwirtschaft.at/wp-content/uploads/2021/06/9KWB_barrierefrei_fin.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Kreativwirtschaft Austria & Wirtschaftskammer Österreich, Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht 2017, Wien 2027, abrufbar unter https://www.kreativwirtschaft.at/wp-content/uploads/2017/04/7KWB-final-WEB.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022
LIquA & KMU Forschung Austria, Kreativwirtschaft Linz und Oberösterreich. Bereichs- und Potenzialanalyse, Linz 2012, abrufbar unter https://liqua.net/liq/kreativwirtschaft-linz-und-oberoesterreich-bereichs-und-potenzialanalyse, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Strategie für das digitale Nordrhein-Westfalen | 2019. Teilhabe ermöglichen – Chancen eröffnen, Düsseldorf 2018, abrufbar unter https://www.wirtschaft.nrw/sites/default/files/asset/document/digitalstrategie_nrw_endfassung_final.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022
OECD & Eurostat, Oslo Manual 2018. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, Paris/Luxemburg 2018, abrufbar unter https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018_9789264304604-en, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

OECD, OECD Future of Education and Skills 2030. OECD Learning Compass 2030 – A Series Of Concept Notes, Paris 2019, abrufbar unter https://www.oecd.org/education/2030-project/contact/OECD_Learning_Compass_2030_Concept_Note_Series.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Österreichisches Patentamt, Statistik Jahresbericht 2020, Wien 2021, abrufbar unter https://www.patentamt.at/fileadmin/root_oepa/Dateien/Allgemein/STATISTIK_Jahresbericht_2020.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Universität für angewandte Kunst & Johannes Kepler Universität Linz, Manifest – Innovation durch Universitas, Kepler Tribune, Ausgabe Nr. 4/2019, Linz 2019, abrufbar unter https://www.jku.at/fileadmin/gruppen/219/LIT_Art_Science/JKU-Manifest.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022

Wirtschaftskammer Oberösterreich, Wirtschaftsstandort OÖ, Linz 2021, abrufbar unter https://www.wko.at/service/ooe/zahlen-daten-fakten/2021_12_01_WKOOe_Wirtschaftsstandort_deutsch.pdf, Zugriffsdatum: 10. Jänner 2022