

kreativ.land.tirol

// 2025

Kreativwirtschaftsstrategie für Tirol 2019–2025

Ein Initiativprojekt zur Belebung, Förderung
und Vernetzung der Kreativwirtschaft

Oliver Irschitz, Kurt Höretzeder, Tom Jank

Ein Projekt mit Unterstützung der Wirtschaftskammer Tirol, Fachgruppe Werbung
und Marktkommunikation, Tirol Werbung, Standortagentur Tirol

Kurzzusammenfassung

Die Kreativwirtschaft zählt zu den dynamischsten und innovativsten Bereichen der Wirtschaft. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur Erneuerung etablierter Branchen und eröffnet durch ungewohnte Denkansätze neue Perspektiven für nachhaltige Innovationen.

Angeheizt von den großen digitalen Playern und deren innovativer Strahlkraft ist in den letzten Jahren das Ansehen kreativer Unternehmen (kreative Strukturen, kreative Entscheidungsprozesse, kreative Produkte, kreatives Auftreten) stark gestiegen.

Im Sog dieser Dynamik sind überall in der Welt zahlreiche private wie politische Initiativen entstanden, die in der Förderung und Chancenaktivierung der Kreativwirtschaft sowie in deren Vernetzung mit anderen Wirtschaftsbereichen einen der stärksten Impulsgeber für die Entwicklung von Ländern, Regionen und Kommunen sehen.

Diesen „Trend“ wollten wir in einem Konzept für Tirol unter die Lupe nehmen. Wir haben uns dabei die maßgeblichen Vorbilder, Initiativen und Organisationen sowie deren Strukturen und Programme angesehen, mit den Verantwortlichen gesprochen und versucht, daraus eine für Tirol relevante Strategie sowie konkrete Maßnahmen abzuleiten.

Wir haben aber auch die bereits vorhandenen Studien und teils kritischen Befunde zu Tirol in dieser Arbeit berücksichtigt und uns vor allem von der Aussage motivieren lassen: **„Die Kreativwirtschaft in Tirol verfügt über ein großes Potenzial, von dem das Land in viel höherem Maß profitieren könnte als das bisher der Fall ist.“** (Netzwerk-Studie „Kreativwirtschaft Tirol“, Dezember 2014, Dr. Harald Katzmair, FASresearch)

Mit der Unterstützung der WK Tirol, der Standortagentur und der Tirol Werbung sind wir nun soweit und können die im Rahmen des Initiativprojekts **»kreativ.land.tirol//2025«** erarbeiteten Vorschläge zur nachhaltigen Entwicklung der Kreativwirtschaft in Tirol vorstellen:

1. **»Kreativpakt für Tirol«** – 14 Statements, die die Wertschätzung der Kreativbranche und ihre Leistungen im Land stärken.
2. **»kreativ.land.HUB«** – eine Kreativagentur des Landes Tirol und der Stadt Innsbruck, die die Umsetzung der Maßnahmen strategisch und operativ steuert und die Zusammenarbeit zwischen der Kreativwirtschaft und der klassischen Wirtschaft auf eine neue Basis stellt.
3. **»kreativ.land.ACCELERATOR«** – fördert Start-ups und innovative Projekte aus dem Bereich der Kreativwirtschaft.
4. **»kreativ.land.TOURISMUS«** – entwickelt Tirol durch innovative Architektur an schönen Orten flächendeckend zu einem europäischen Hotspot für Kreativtourismus.
5. **»kreativ.land.FÖRDERUNG«** – entwickelt gemeinsam mit dem Land Tirol spezifische Förderprogramme für die Kreativwirtschaft des Landes.

6. » **kreativland.BILDUNG**« – intensiviert die Vermittlung von kreativem und designorientiertem Denken in der Bildungslandschaft Tirols und arbeitet an der Etablierung von universitären Ausbildungsangeboten.
7. » **kreativland.EVENTS**« – organisiert ein flächendeckendes Kreativitätsfestival für den alpinen Lebensraum in Tirol.
8. » **kreativ.QUARTIER(E)**« – ist ein Leuchtturmprojekt für die Kreativbranche des Landes in Innsbruck mit Außenstellen (» **kreativ.DOCKS**«) in allen Bezirken.

Inhaltsübersicht

Kurzzusammenfassung	3
Inhaltsübersicht	5
1. Einleitung: Zum Projekt »kreativ.land.tirol«	7
1.a Vision, Mission	8
1.b Der „Kreativpakt für Tirol“	9
1.c Die Tiroler Kreativwirtschaft hinkt hinterher	11
1.d Zum Konzept	15
2. Das »kreativland.HUB«	16
2.a Potenzielle Partner für das HUB	16
2.b Strategische Leitthemen	18
2.c Aufgaben und Programme des HUB	18
2.d Die Finanzierung des HUB	20
2.e Phasenplan HUB und Maßnahmen	21
2.f Vorbilder für das kreativland.HUB	22
Steiermark: Creative Industries Styria	22
Oberösterreich: Creative Region Upper Austria	23
Dänemark: BLOXHUB Kopenhagen	24
Deutschland: Hamburger Kreativgesellschaft	25
3. Die Programme des kreativland.HUB im Detail	26
3.a kreativland.ACCELERATOR	26
3.b kreativland.TOURISMUS	28
3.c kreativland.FÖRDERUNG	34
3.e kreativland.BILDUNG	35
3.f kreativland.DIGITAL	37
4. kreativland.EVENTS	38
4.a kreativland.SOMMER.tirol	39
4.b kreativland.KONGRESS	40
4.c Überblick zu existierenden Kreativ-Festivals	41
5. kreativ.QUARTIER(E)	43
5.1 Vorbilder für das kreativland.QUARTIER	45
BLOXHUB in Kopenhagen	45
InnHub in La Punt im Engadin	46
Tabakfabrik Linz	46

1. Einleitung: Zum Projekt »kreativ.land.tirol«

Die Kreativwirtschaft zählt zu den dynamischsten und innovativsten Bereichen der Wirtschaft. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur Erneuerung etablierter Branchen und eröffnet durch ungewohnte Denkansätze und intelligente Methoden neue Perspektiven für nachhaltige und zukunftsfähige Innovationen.

Untersuchungen zeigen, dass es in der Kreativwirtschaft Tirols im Vergleich zu anderen Bundesländern markante Defizite gibt. Die von *Wirtschaftskammer Tirol* und *Standortagentur Tirol* 2011 durchgeführte Studie „Zukunftsbranche Kreativwirtschaft“¹ bringt deutlich zum Ausdruck, dass einerseits diesem Bereich eine wichtige Rolle in der künftigen wirtschaftlichen Entwicklung bescheinigt wird, dass aber andererseits öffentliche Wahrnehmung, Unterstützung, Reflexion und Ausbildungsniveau teils gravierende Mängel aufweisen.

Diesen Befund bestätigt auch die Netzwerk-Studie „Kreativwirtschaft Tirol“² der *Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der WK Tirol* (Dezember 2014): In den zurückliegenden Jahren entstanden zwar bemerkenswerte neue Projekte und Innovationen, jedoch ist nach wie vor zu beklagen, dass das Bewusstsein dafür in der Politik, Verwaltung und in der Wirtschaft vielerorts noch nicht entsprechend ausgeprägt ist und damit Chancen brach liegen.

Diese Studien zeigen somit unmißverständlich, dass die Kreativwirtschaft in Tirol über ein großes Potenzial verfügt, von dem das Land in viel höherem Maß profitieren könnte, als das bisher der Fall ist.

Zur Verbesserung der Situation wurden deshalb seit 2016 Ideen, Vorschläge und vorlaufende Prozesse im Projekt »kreativ.land.tirol//2025« gebündelt³. Es wurden *einerseits* eine Vision und ein »Kreativpakt für Tirol« formuliert, andererseits werden mit dem nachfolgend vorgestellten Konzept spezifische und sehr konkrete Vorschläge zur umfassenden Entwicklung der Kreativwirtschaft in Tirol aufgezeigt. Darüber hinaus versucht dieses Konzept die 2016 vorgestellte „Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich“⁴ auf Tirol zu übertragen und für das Land maßgeschneiderte Konzepte zu entwickeln und umzusetzen. – Kurz formuliert:

»kreativ.land.tirol//2025« setzt sich zum Ziel, konkrete Strategien und wirkungsvolle Maßnahmen für die nachhaltige Stärkung der Kreativwirtschaft Tirols in den Jahren 2019–2025 zu entwickeln und zu verwirklichen.

Hinter der Initiative »kreativ.land.tirol//2025« stehen Personen, Unternehmen und Institutionen, die sich für eine starke Kreativwirtschaft in Tirol engagieren. Sie wurde 2017 ins Leben gerufen – nicht als Verein, sondern als freie, unabhängige Interessensgemeinschaft.

¹ Zukunftsbranche Kreativwirtschaft, 2011 initiiert von der *Wirtschaftskammer Tirol* und der *Standortagentur Tirol*

² Netzwerkstudie Kreativwirtschaft Tirol, 2014 initiiert von der *Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der WK Tirol*

³ Daran beteiligt waren federführend Kurt Höretzeder (WEISSRAUM/Designforum Tirol) und Tom Jank (WK Tirol, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation), sowie als Mentoren und Unterstützer Matthias Neeff (Werkstätte Wattens), Arno Ritter (aut. architektur und tirol), Susanne Pedarnig-Abermann (CAST), Josef Margreiter (Tirol Werbung), Marcus Hofer (Standortagentur Tirol) und andere mehr.

⁴ Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich, 2016 vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWF) in Kooperation mit der *Kreativwirtschaft Austria* (KAT), der *Wirtschaftskammer Österreich* und dem *Austria Wirtschaftsservice* (aws) erstellt

1.a Vision, Mission

Architektur, Design, Werbung, Filmwirtschaft, Musikwirtschaft, Buch und Verlagswesen, Radio & TV, Software und Games, Markt für darstellende Kunst⁵: Tirol soll und kann sich – ähnlich wie im Bereich des Tourismus für seine Gäste – zu einem höchst begehrenswerten Raum für die in diesen Branchen tätigen Menschen entwickeln, der gastfreundlichen Botschaft folgend: **Kreative Menschen sollen in Tirol hochwillkommen sein!**

Um diesem Ziel näher zu gelangen, wurde im Rahmen des Projekts »kreativ.land.tirol//2025« folgende Vision formuliert:

Tirol soll bis zum Jahr 2025 zu einem kreativen Kraftzentrum im alpinen Raum werden.

Mit dieser Vision soll Tirol zu einem Land werden, in dem kreative Menschen gerne leben und arbeiten. Kreative, designaffine Menschen und KünstlerInnen sollen mit innovativen Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen verbunden werden, um gemeinsam an der Gestaltung herausragender, erfolgreicher Produkte und Dienstleistungen sowie an einer lebenswerten Gesellschaft mitzuwirken. Das Land braucht intelligente Ideen und damit auch kreative Menschen. Sie sind unverzichtbar für die Schaffung einer lebenswerten Gesellschaft und für die Entwicklung herausragender, erfolgreicher Produkte und Dienstleistungen – mit ihrer Hilfe können die sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Themen der Zukunft in einer für alle zufriedenstellenden, positiven Weise einer Lösung näher gebracht werden.

Was die Initiatorinnen und Initiatoren verbindet: Die gemeinsame Überzeugung, dass Tirol intelligente Ideen und damit auch kreative Menschen braucht und sie auch entsprechend fördern soll. Und eine Mission, die sich in folgende Sätze zusammenfassen lässt:

- **Die Kreativwirtschaft ist Katalysator für Innovation und Wachstum und unterstützt die Weiterentwicklung und Vernetzung der Tiroler Wirtschaft und Gesellschaft durch Crossover-Effekte.**
- **Tirol soll ein lebendiges Ökosystem der Kreativwirtschaft werden – ein Kreislauf, in dem alle Teilnehmer durch Austausch und Kooperation profitieren!**
- **Die Kreativwirtschaft ist Vorbild für die digitale Transformation. Viele Ideen und Innovationen sind für diesen Bereich schon seit Jahrzehnten selbstverständlich gelebte Realität, wurden von ihr erdacht und mitgestaltet.**
- **Innovationen – neue Ideen, Methoden und Ansätze – werden in der Kreativwirtschaft entwickelt, ausprobiert und verfeinert. Kenntnisse und Fähigkeiten aus der Kreativbranche werden mit anderen Bereichen kombiniert!**

⁵ Die genannten Branchen umfassen laut Europäischer Union die „Kreativwirtschaft“, auch die „Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich“ folgt dieser Definition.

1.b Der „Kreativpakt für Tirol“

Kreative Menschen brauchen aber auch ein Umfeld, in dem sie sich entfalten können, das sie schätzt und fördert. Um dies in Tirol – mehr als bisher – zu ermöglichen, um die Bedeutung schöpferischer Menschen und kreativen Denkens in diesem Land für die Zukunft zu betonen, wurden 2017/18 unter Miteinbeziehung von Kreativen des Landes aller Sparten Leitsätze für die gegenseitige Wertschätzung zwischen Kreativszene sowie Wirtschaft und Politik formuliert: der »Kreativpakt für Tirol«.

Die nachfolgend angeführten Leitsätze konkretisieren die allgemeine inhaltliche Basis der zuvor genannten Vision und formulieren in Form von 14 Statements zugleich wichtige Handlungsfelder für eine starke Kreativwirtschaft in Tirol:

- 1. Wir wünschen uns und fördern eine sichtbare und selbstbewusste Kreativwirtschaft in Tirol.**
- 2. Wir sehen eine zeitgemäße, intelligente und reflektierte Kreativität als einen entscheidenden Beitrag zur Entwicklung des Landes und seiner Unternehmen.**
- 3. Wir sind davon überzeugt, dass Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur des Landes autonome Bereiche für Kreativität, Design und Kunst brauchen.**
- 4. Wir wollen kreatives Denken und qualitätsvolles Design stärken und in ihrer umfassenden Bedeutung an den aktuellen Stand internationaler Diskussionen heranführen.**
- 5. Wir schätzen kreative Arbeit als wertvolle Ressource und damit als geistige Dienstleistung, die entsprechend entlohnt und geschützt wird.**
- 6. Wir stehen für eine intensive Zusammenarbeit zwischen Kreativwirtschaft, Kunst und Wirtschaft.**
- 7. Wir sehen gute Gestaltung als umfassende Aufgabe und Denkhaltung und als integralen Bestandteil von Prozessen und Projekten – von Anfang an.**
- 8. Wir begreifen die Digitalisierung als wirtschaftliche Chance ebenso wie als kulturelle Aufgabe und fördern Kompetenzen, die diesen Wandel gleichermaßen kreativ wie verantwortungsvoll gestalten.**
- 9. Wir sehen Förderprogramme für innovative Projekte der Kreativwirtschaft auf Landesebene als wesentlichen Beitrag für eine lebendige Kreativkultur.**
- 10. Wir fördern und bekennen uns zu einer wertschätzenden Wettbewerbskultur und treten konsequent dafür ein, Ideen- und Gestaltungswettbewerbe für kommunale oder unternehmerische Themen fair und transparent auszuschreiben, durchzuführen und zu bezahlen.**

11. **Wir sehen die Entwicklung und Implementierung eines international renommierten Bildungsangebotes für Kreative und kreative Unternehmen in Tirol als essenziell an und fördern daher die Umsetzungen auf allen Ebenen des Ausbildungsangebots.**
12. **Wir treten dafür ein, bestehende und neue Einrichtungen zur Vermittlung zeitgemäßer Gestaltungs- und Kreativarbeit in den Bereichen Architektur, visuelle Kommunikation und Design, Film/New Media als zentrale Akteure der Verbindung von Wirtschaft und Kreativszene finanziell zu fördern, abzusichern und auszubauen.**
13. **Wir wollen junge Menschen im Land aktiv fördern und ihnen mehr als nur eine Chance geben, ihre kreativen Potenziale zur Entfaltung zu bringen.**
14. **Wir unterstützen Synergien mit internationalen Kreativen in und außerhalb Tirols.**

Der Kreativpakt wird mit Herbst 2019 einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt und lädt alle Kreativschaffenden des Landes sowie Menschen, die kreatives Denken als wichtig erachten, dazu ein, sich zu diesen 14 Statements zu bekennen.

	Unternehmen		Beschäftigte	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in Mio. €	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. €
	Anzahl	Veränderung zu 2015 in Prozent				
Burgenland	825	0,1	2.311	1.545	240	132
Kärnten	1.749	0,2	5.280	3.447	563	263
Niederösterreich	5.893	-0,3	17.986	12.113	2.035	866
Oberösterreich	4.649	0,7	19.300	14.479	2.353	1.196
Salzburg	2.805	0,9	11.315	7.871	1.717	675
Steiermark	4.395	0,7	16.093	11.216	1.690	834
Tirol	3.315	0,9	9.529	6.113	1.030	478
Vorarlberg	1.501	-0,7	4.826	3.166	590	256
Wien*	17.152	0,1	66.231	48.810	11.789	4.382
Österreich	42.284	0,3	153.001	108.759	22.006	9.082

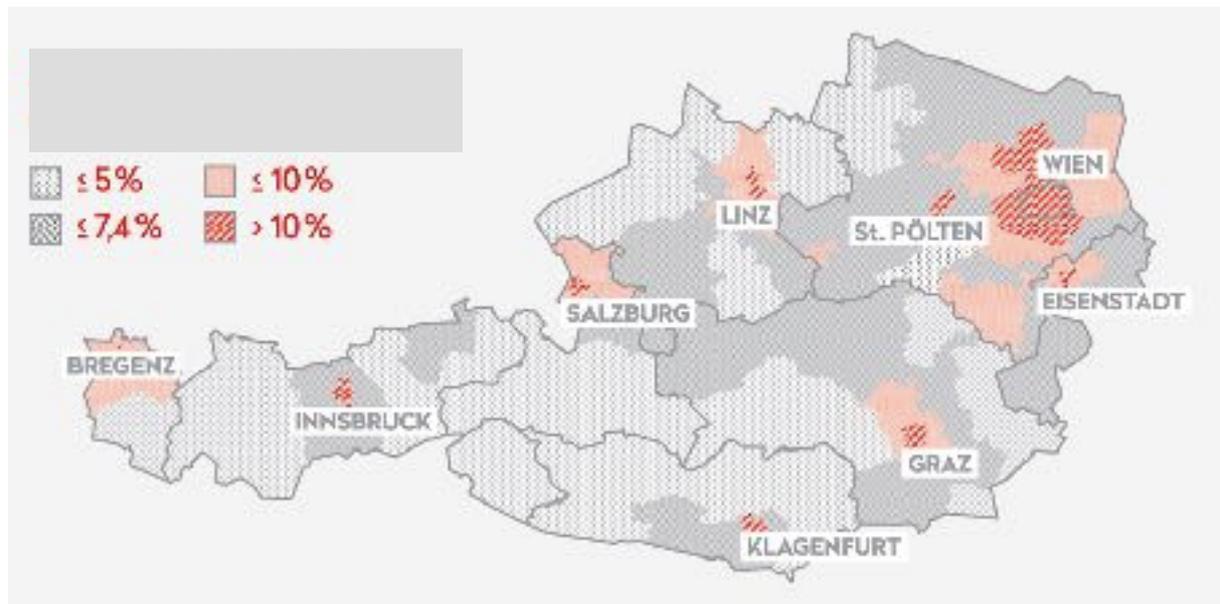
1.c Die Tiroler Kreativwirtschaft hinkt hinterher

Wirtschaftlich steht Tirol im österreichischen Vergleich gut da. Vor allem der Tourismus als Leitbranche sorgt für ein solides wirtschaftliches Fundament: Jedes dritte Gästebett in Österreich steht in Tirol, über 50 Mio. Nächtigungen tragen einen wesentlichen Teil zur Wertschöpfung im Land bei. Auch abseits des Tourismus ist die Tiroler Wirtschaft gut aufgestellt: Leitbetriebe, die auf den globalen Märkten reüssieren, wären hier ebenso anzuführen wie eine Vielzahl an überaus erfolgreichen Klein- und Mittelbetrieben.

Sieht man sich jedoch die Entwicklungen in der Kreativwirtschaft an, so schaut das Bild etwas anders aus. Hier rangiert Tirol im Bundesländervergleich im hinteren Drittel⁶. 10% macht der durchschnittliche Anteil der Kreativwirtschaft in Österreich aus, nur 8% hingegen sind es in Tirol. Projekte wie *CIS* (Creative Industries Styria) und *Creative Region Upper Austria* zeigen es vor, wie die Kreativwirtschaft in Bundesländern aktiv und erfolgreich gefördert werden kann. Auch an Tirol angrenzende Regionen, wie das Engadin oder Landkreis Miesbach in Bayern, haben die Notwendigkeit, in die Kreativwirtschaft zu investieren, erkannt und setzen konkrete Maßnahmen.

Trotzdem Tirol im Vergleich zu anderen Bundesländern im Bereich der Kreativwirtschaft zurückliegt, sind deren Eckdaten durchaus bemerkenswert: Zur Kreativwirtschaft in Tirol zählen knapp 8%, rund 3.315 Unternehmen. Etwa 9.000 Menschen erwirtschaften darin über 1 Mrd. Euro Umsatz pro Jahr. Die Bruttowertschöpfung der Kreativwirtschaft in Tirol betrug 2016 € 478 Mio.⁷

Tabelle 1: Anteil der Kreativwirtschaft in den Regionen ⁸

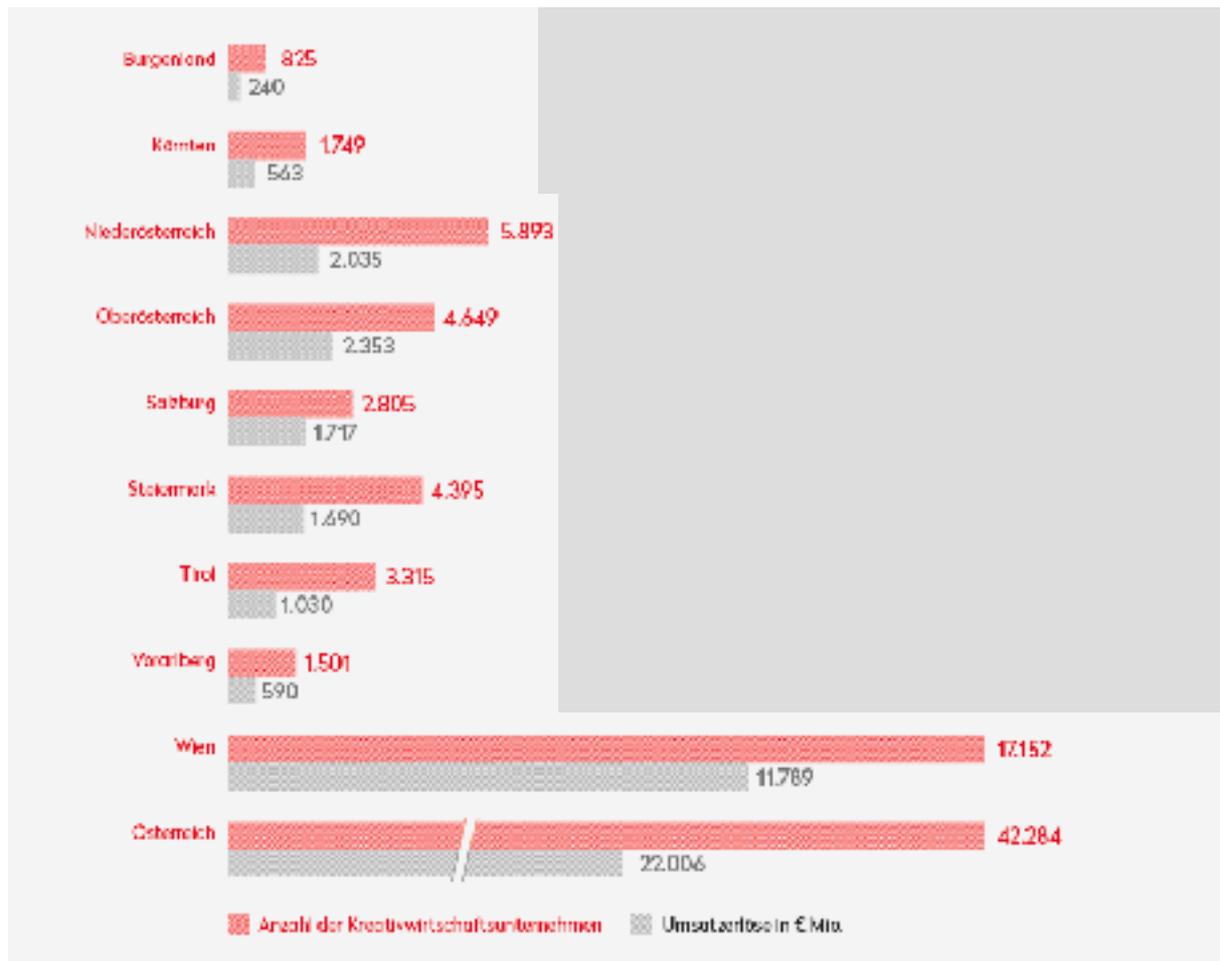


⁶ Daten aus dem achten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht KAT, 2018

⁷ Daten aus dem achten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht KAT, 2018

⁸ Daten aus dem achten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht KAT, 2018

Tabelle 2: Struktur der Kreativwirtschaft nach Bundesländern⁹



2008 bis 2015 sind vor allem die Umsätze der nationalen Kreativwirtschaftsunternehmen stärker gestiegen (+15%) als jene der Gesamtwirtschaft (+6 %).¹⁰

„Jeder ausgegebene Euro für Kreativleistungen schafft einen Mehrwert von 70 Cent.“¹¹

Dieser unter dem Begriff »Kreativwirtschaftseffekt« bekannte Faktor kann auch für die Tiroler Wirtschaft insgesamt (und natürlich auch für die hiesige Kreativwirtschaft) ein Wachstums und Innovationsmotor werden. Vom Kreativwirtschaftseffekt können regionale Innovationssysteme ebenso profitieren wie der Wirtschaftsstandort in seiner Gesamtheit.

Es gibt bereits heute zahlreiche Vorbilder dafür. Wie schon in der Bildung, machen es uns die skandinavischen- und die Benelux-Länder auch in der Kreativwirtschaft vor, wie man

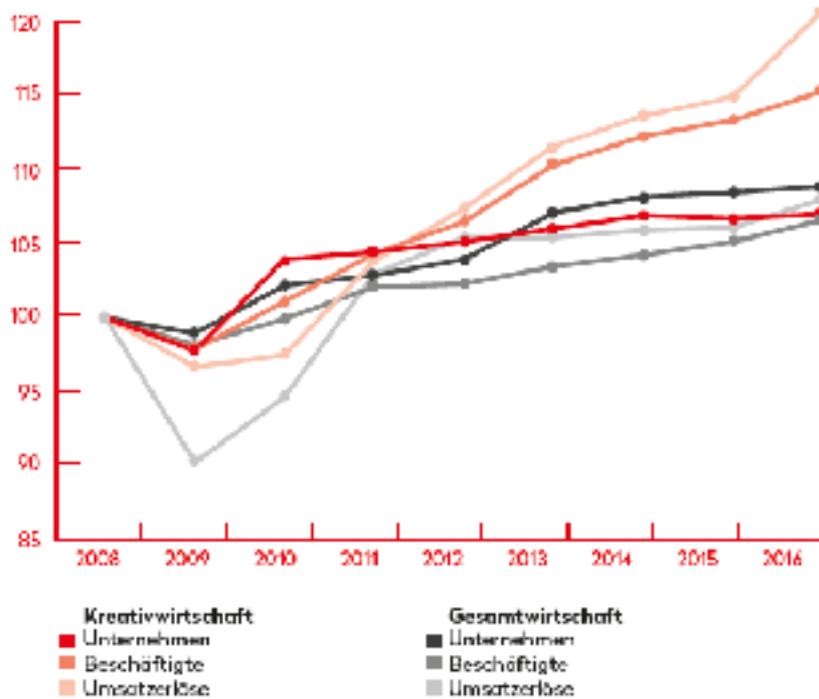
⁹ Daten aus dem achten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht KAT, 2018

¹⁰ Daten aus dem achten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht KAT, 2018

¹¹ Gerin Trautenberger, Vorsitzender Kreativwirtschaft Austria, Achter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht.

kreative Köpfe zur Problemlösung der Zukunft erfolgreich anregt und fördert. Von Holland, Dänemark, Finnland und auch manchen Regionen Deutschlands kann und sollte man lernen – so kommt z.B. in Hamburg bereits jeder fünfte Job aus der Kreativwirtschaft.

Tabelle 3: Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft 2008 bis 2016 (Index: 2008 = 100) ¹²



¹² Daten aus dem achten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht KAT, 2018

Durch Anregung und Förderung von interdisziplinären Teams – bestehend aus Kreativen, Technikern, Wissenschaftler, Mentoren und Beratern aus verschiedensten Bereichen – werden also völlig neue Entwicklungen und Projekte möglich. Erfolgreiche Regionen und Städte boomen gerade aufgrund der Integration von „Kreativität“ und „Design Thinking“ in die Entwicklungsprozesse von Gesellschaft, Wirtschaft und Politik.

Kreative Menschen sind bekannt dafür, dass sie Dinge anders angehen, querdenken und das Bestehende bewusst hinterfragen. Das sind wichtige Eigenschaften, um mit neuen und anderen Lösungen neue Wege aufzuzeigen – **die Kreativwirtschaft als Change-Agent!**

1.d Zum Konzept

Wir müssen [...] zuallererst lauter werden in unserem Plädoyer für die Kreativität!
Wir müssen sie erklären und fördern und feiern, weil eine positive Idee die beste Antwort auf den sich ausbreitenden destruktiven Geist ist. Wir müssen mehr Geld ausgeben, auch für verrückte Einfälle, für neue Kunst, für spontane wie für langfristige Aktionen zur Kreativitätsentfaltung, für alles, was die Denkräume erweitert.¹³

Es ist hoch an der Zeit, ein nachdrückliches, unüberhörbares Plädoyer für eine selbstverständlich gelebte Kreativitätskultur auch in Tirol zu verankern.

Hierzulande überwiegt immer noch die Gegenposition in Gestalt der Behauptungen: „So hat es immer schon funktioniert, also muss sich auch nichts ändern!“ oder „Kreativ sind wir doch irgendwie alle!“ – Diese Aussagen mögen in bestimmten Situationen richtig sein, in Bezug auf die notwendige, grundlegende Transformation und Weiterentwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft sind sie es nicht.

Wir sind deshalb davon überzeugt, dass es nur ein kreatives Denken und Handeln auf der Höhe der Zeit ermöglicht, auf die Herausforderungen der Zukunft angemessen und nachhaltig zu reagieren: Klimawandel, Überbevölkerung, Migration, Rohstoffmangel, Rationalisierung durch Roboter und Computer sind nur einige der Herausforderungen, mit denen unsere Gesellschaft und vor allem die zukünftigen Generationen umgehen lernen müssen.

Viele dieser Herausforderungen sind globaler Natur. Dennoch betreffen die damit einhergehenden Veränderungen auch Tirol ganz unmittelbar. Daher ist die Vorbereitung auf die kommenden Herausforderungen und vor allem die Entwicklung nachhaltiger Konzepte essentiell für eine weitere Entwicklung Tirols.

Wir sind davon überzeugt, dass es in einem viel größeren Maß als bisher aufmerksame, kritische und in diesem Sinn kreative Menschen braucht, mutige Denker*Innen und Erfinder*innen, die aus neuen Denk- und Sichtweisen Innovation entstehen lassen und so neue Prozesse, Produkte und Dienstleistungen auf den Weg bringen. Um es prägnant zu formulieren: Wer offenes, kreatives Denken fördert, wird für die Zukunft deutlich besser gewappnet sein.

Es besteht also Handlungsbedarf, denn ohne Kreativität keine Innovation!

Das nachfolgend vorgestellte Konzept ist deshalb ein Ansatz, wie man durch gezielte Maßnahmen und Investitionen in die Kreativwirtschaft diese nachhaltig fördern und ausbauen kann, damit auch in der Tiroler Wirtschaft und Gesellschaft als Ganzes eine nachhaltige Entwicklung ausgelöst wird und wir gerüstet sind für die Herausforderungen der Zukunft.

¹³ Bernd Heusinger, Marcel Loko, Martin Blach: Kreativiert euch, damit Deutschland wieder genial wird! (2018)

2. Das »kreativland.HUB«

Eine Kreativagentur als zentraler Akteur für die gesamte Tiroler Kreativwirtschaft

»HUB« bedeutet Radnabe auf Englisch. In ihr kommen alle Speichen zusammen und leiten die Kraft auf eine zentrale Achse. Der Begriff wird auch viel im Start-up- und Coworking-Umfeld verwendet. Übertragen auf die Wirtschaft bedeutet er, dass eine Vielzahl von Akteuren aus verschiedenen Bereichen an einem Zentrum andocken und somit an einem Strang ziehen, um gemeinsam mehr zu erreichen!

Die Tiroler Kreativwirtschaft hat eine stark heterogene Struktur, ist wenig vernetzt und besteht daher größtenteils aus Einzelkämpfern¹⁴. Es handelt sich häufig um Dienstleister, die den lokalen Betrieben und vor allem dem Tourismus zuarbeiten. Nur wenige heben sich durch einen höheren gestalterischen Anspruch oder nachhaltiges Denken hervor! Genau dieser Zustand soll durch ein solches verbindendes HUB geändert werden.

Das *kreativland.HUB* als zentrale Kreativagentur des Landes Tirol und der Stadt Innsbruck, welche die Umsetzung der Maßnahmen strategisch und operativ steuert und die Zusammenarbeit zwischen der Kreativwirtschaft und der klassischen Wirtschaft auf eine neue Basis stellt. Sie wäre der überregionale Ansprechpartner und Sammelpunkt für Kreativität, Innovation und interdisziplinäres Arbeiten in Tirol.

2.a Potenzielle Partner für das HUB

Ähnlich eines Biotops, das nur funktioniert, wenn alle seine Komponenten ausgewogen sind, ist auch eine gute Mischung der Partner und Proponenten wesentlich. Kreation, Forschung, Produktion, Bildung, Beratung, Distribution, Vermarktung und auch die Anwender und Konsumenten sollen motiviert werden, sich beim *kreativland.HUB* einzubringen:

Kreativwirtschaft

Hier sind Akteure und Firmen aus allen Bereichen der Kreativwirtschaft angesprochen: Design, Architektur, Mode, Grafikdesign, Kunstmarkt, Multimedia/Spiele, Musikwirtschaft/Musikverwertung, Audiovision und Film/Filmverwertung, Medien- und Verlagswesen, Werbewirtschaft. – Deren kreatives Potenzial und kreative Fähigkeit sind wesentliche Eigenschaften, um neue Zugänge und Lösungen für die Aufgaben dieser Zeit zu entwickeln.

¹⁴ vgl. dazu: Netzwerkstudie Kreativwirtschaft Tirol, 2014 initiiert von der *Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der WK Tirol*

Institutionelle und strategische Partner

Wirtschaftskammer Tirol, Lebensraum Tirol, Standortagentur, Tirol Werbung, WEISSRAUM, aut. architektur und tirol und weitere sind jetzt bereits Protagonisten und Unterstützer der Initiative *kreativ.land.tirol//2025*. Wir sehen diese Tiroler Institutionen als strukturelle Partner, mit deren Hilfe man die in diesem Konzept entworfenen Ideen besser und schneller ins Leben bringen wird! Die *Wirtschaftskammer* leistet bereits viel Unterstützung in der Kreativ- und Start-up-Szene mit ihrem Beratungsnetzwerk *Choch3*. Die *Standortagentur* leistet bereits innovative Arbeit mit ihren Clustern, die sich inhaltlich teilweise mit den strategischen Schwerpunktthemen in diesem Konzept überschneiden. Eine der größten Ressourcen, nämlich der Tourismus, wurde bewusst als Triebfeder für die geplanten Aktivitäten gewählt. Daher ist eine enge Zusammenarbeit mit der *Tirol Werbung* naheliegend! In der neuen Landesholding *Lebensraum Tirol* laufen alle Fäden zusammen. Sie wäre daher als Vertreter des Landes Tirol bestens als „Mutter“ des Projektes geeignet.

Forschung & Bildung

Kooperationen mit Universitäten, Fachhochschulen, Bildungs- und Vermittlungseinrichtungen, Forschungs- und Wissenseinrichtungen sind wesentlich, um Projekte mit dem Know-how der besten Köpfe zu unterstützen und gemeinsam Innovation zu gestalten. (Z.B: Uni Innsbruck, MCI, FH Kufstein, Kunstuni Bozen, Werbedesign Akademie, HTL Bau & Kunst usw.)

Unternehmer und die Wirtschaft

Um neue Dienstleistungen und Produkte zu kreieren, braucht es die Einbindung der Wirtschaft und der Industrie. Passend zu den Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkten werden Unternehmen eingeladen, sich an konkreten Projekten zu beteiligen. Umgekehrt können natürlich auch Unternehmen mit Innovationsbedarf an das HUB herantreten und ein Projekt initiieren. In diesen Bereich fällt auch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und sie begleitende Marketingmaßnahmen.

Anwender & Konsumenten

Jeder soll die Möglichkeit haben, seine Ideen, Anregungen und Erfahrungen einzubringen. Man kann entweder selber ein Projekt anregen oder beim Entwickeln, Evaluieren und Testen bestehender Projekte mithelfen. Da die geplanten Projekte zum Teil auch den touristischen Bereich fokussieren, können hier auch Gäste, Touristen und Teilzeit-Einheimische mit eingebunden werden.

2.b Strategische Leitthemen

Die aktuellen Entwicklungen in den meisten Bereichen des Lebens und des Arbeitens zeigen, dass auf unsere Zivilisation – und somit auch auf Tirol – in Zukunft grundlegende Veränderungen und Umbrüche zukommen werden: klimatische, soziale, gesellschaftliche, technische und wirtschaftliche. – Auf diese Veränderungen rechtzeitig und richtig zu reagieren, ist eine Herausforderung. Viele Staaten, Länder und Regionen haben dies bereits erkannt und nutzen die Potenziale der Kreativwirtschaft mit ihren flexiblen Denk- und Arbeitskulturen und ausgeprägten Fähigkeiten zur Offenheit und steten Anpassung an Veränderungen – Stichwort: *Resilienz* –, um daraus neue Produkte, Prozesse, Methoden und Möglichkeiten zu entwickeln und zu realisieren.¹⁵

Daher soll das HUB und seine verschiedenen Programme unter wechselnde strategische **Leitthemen** gestellt werden, die diesen Anspruch abbilden. Diese Leitthemen werden in Abstimmung mit der Landesholding *Lebensraum Tirol* erarbeitet und ausgegeben und sollen für einen Zyklus von 2–3 Jahren gelten.

Die Leitthemen konfigurieren thematisch Förderprogramme und fokussieren die Projekte auf bestimmte Bereiche hin. Erste konkrete Leitthemen könnten etwa »**Nachhaltiges Tourismus-Design**« oder »**Nachhaltige Mobilität**« lauten – beides notwendige und wichtige Themen, für deren Lösung es neue Herangehensweisen braucht und die einen unmittelbaren Nutzen für das Land sicherstellen würden.

2.c Aufgaben und Programme des HUB

„Als Pionier voranzugehen, löst oft Kopfschütteln und auch Widerstände aus. Die Kreativwirtschaft ist als Treiberin des Wandels ein Asset, für das ich dankbar bin und das wir stärker nutzen können.“¹⁶

Im Mittelpunkt der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich stehen die Ziele, die Kreativwirtschaft als zentralen Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor begreifbar zu machen und zu stärken, die impulsgebende Rolle der Kreativwirtschaft für den Innovationsstandort Österreich zu forcieren und das internationale Bild Österreichs als kreatives Kultur- und Innovationsland zu unterstützen, die einander ergänzen.¹⁷

Das HUB hat die Aufgabe Programme zu entwickeln, diese zu implementieren und zu betreuen, die auf folgenden drei Säulen basieren:

¹⁵ Beratung und Coaching in der Kreativwirtschaft. Klaus-Dieter Müller, Wolfgang Flieger, Jörn Krug, 2011

¹⁶ Harald Mahrer, Präsident der Wirtschaftskammer Österreich, Zitat aus dem siebten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht.

¹⁷ Kreativstrategie Tirol_Exposé_1.0.

- **Empowerment** – durch die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Tiroler Kreativwirtschaft.
- **Transformation** – durch das Ausschöpfen der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftszweige, die öffentliche Verwaltung und die Gesellschaft.
- **Innovation** – Etablierung von Kreativität und Design als strategischen Innovationsfaktor

Zusätzlich wurden für das *kreativland.HUB* weitere Handlungsfelder identifiziert, die essenziell für die Stärkung der Tiroler Kreativwirtschaft sind:

- **Vernetzung** – Stärkung von Austausch und Zusammenarbeit in und mit der Kreativwirtschaft, sowohl national als auch international.
- **Wertschätzung** – Stärkung der Wertschätzung und Implementierung kreativer Denkprozesse im gesamten Wirtschaftsleben.

Konkret sind für das *kreativland.HUB* verschiedene Programme ausgearbeitet worden, die in Kapitel 3 genauer beschrieben werden:

- **kreativland.ACCELERATOR**
Programm zur Förderung von Start-ups und innovativen Projekten aus dem Bereich der Kreativwirtschaft.
- **kreativland.TOURISMUS**
Entwicklung von neuen Tourismusangeboten für „kreative Nomaden“ am Standort Tirol.
- **kreativland.FÖRDERUNGEN**
Gezielte Landesförderungen für die Kreativwirtschaft.
- **kreativland.TOOLS**
Ausbau der Website zur Community- und Serviceplattform.
- **kreativland.BILDUNG**
Optimierung und bessere Abstimmung bestehender Angebote, Neuentwicklung eines international anerkannten Ausbildungsangebots im Kreativbereich.
- **kreativland.EVENTS**
Entwicklung und Durchführung von Veranstaltungen für die Kreativwirtschaft.

2.d Die Finanzierung des HUB

Die Basis-Finanzierung des HUB soll grundsätzlich aus öffentlichen Mitteln erfolgen – analog zu den als Vergleich herangezogenen Kreativwirtschafts-Organisationen, wie den *Creative Industries Styria* oder der *Creative Region Upper Austria*.

Zusätzlich dazu muss das *kreativland.HUB* Mittel in Form folgender Einnahmequellen erwirtschaften:

- **Mitgliederprogramme für Personen und Firmen – die meisten anderen Kreativwirtschafts- Agenturen haben auch ein Membership-Modell, z.B. Creative Industries Styria € 200–2000/anno, BloxHUB Kopenhagen € 500–1300/anno, Design Austria € 290–600/anno;**
- **Service-Dienstleistungen für Mitglieder und Kunden;**
- **Einnahmen aus Geschäftsmodellen durch Online-Services und andere Dienstleistungen (hier ist die integrierte Buchungsplattform für den kreativland.TOURISMUS besonders zu erwähnen);**
- **Online-Werbung auf der Website, wenn sie zum Serviceportal ausgebaut wird.**

Die detaillierte Finanzierung wird zum gegebenen Zeitpunkt im Rahmen eines Business-Plans gemeinsam mit den Stakeholdern und strukturellen Partnern erarbeitet. – Nachfolgend eine erste überschlägige Planung einschließlich der grundlegenden Entwicklungsphasen.

2.e Phasenplan HUB und Maßnahmen

1. Aufbauphase

Dauer: **2020–2021 / 1 Jahr**

Personal: **2–3 Mitarbeiter**

Budget: **€ 800.000**

Gründung des kreativland.HUB zur Bündelung aller Aktivitäten
Einmietung in eine bestehende Struktur zur Einrichtung von Arbeitsplätzen
Aufbau des kreativland.HUB
Aufbau Geschäftsmodell / Business-Plan
Aktivierung von Finanzhilfen und Förderungen
Detailentwicklung Programm kreativland.HUB
Infokampagne
Aufbau kreativland.COMMUNITY
Detailkonzeption kreativland.DIGITAL-Tools für die Online-Serviceplattform
Entwicklung kreativland.EVENTS
Projektentwicklung kreativland.QUARTIERS
Planung und Entwicklung kreativland.BILDUNG

2. Implementierungsphase

Dauer: **2021–2023 / 2,5 Jahre**

Personal: **4–6 Mitarbeiter**

Budget: **€ 1.500.000 / Jahr**

Realisierung kreativland.SOMMER
Anmietung von Räumlichkeiten zum Ausbau des kreativland.HUB
Umsetzung der ersten Projekte im kreativland.HUB
kreativland.TV, Einrichtung und Aufbau eines Webcast-Studios
Aktivierung des kreativland.ACCELERATOR-Programms
Implementierung der Online-Tools für die kreativland.DIGITAL-Serviceplattform
Vernetzung mit nationalen und internationalen Partnern
Realisierung von neuen kreativen Lehr- und Studiengängen

3. Ausbauphase

Dauer: **2024–2025 / 2 Jahre ff.**

Personal: **8–10 Mitarbeiter**

Budget: **€ 2.000.000 / Jahr**

Errichtung kreativland.QUARTIER
Bezug kreativland.QUARTIER
Professionalisierung und Ausbau des Geschäftsmodells
Schaffung von leistbarem Arbeits- und Wohnraum für Kreative.
Umsetzung kreativAWARD
Evaluierung der Wirksamkeit der Maßnahmen
Ausbau kreativland.DIGITAL und Implementierung von Geschäftsmodellen
Weiterer Ausbau des Lehr- und Bildungsangebot

2.f Vorbilder für das kreativland.HUB

Steiermark: Creative Industries Styria¹⁸

Zahlen und Daten

- Gründung: **2007**
- EigentümerInnen: **Steirische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (SFG) (80%); Stadt Graz (10%); Wirtschaftskammer Steiermark (10%)**
- UNESCO City of Design
- Mitarbeiter*innen: 11
- Geschäftsführer: **Eberhard Schrempf**

Standort

Marienplatz 1 in Graz

Ziel

Auf Initiative der steirischen Wirtschaft wurde die CREATIVE INDUSTRIES STYRIA GMBH zur Stärkung und Vernetzung der Creative Economy in der Steiermark gegründet.

Ausrichtung

Die Creative Industries Styria GmbH wurde 2007 als Netzwerkgesellschaft zur Entwicklung und Stärkung der Kreativwirtschaft in der Steiermark ins Leben gerufen. Ihre Aufgabe besteht darin, das breite Angebot an kreativen Leistungen zu koordinieren, weiter auszubauen und im Gesamtkontext der steirischen Wirtschaft zu positionieren. Dabei nimmt sie die Rolle einer Vermittlerin ein, und zwar sowohl für Unternehmen aus dem Bereich der Kreativwirtschaft als auch für jene Betriebe, die an Kooperationen und Partnerschaften mit Kreativ-Unternehmen interessiert sind.

Die Kreativwirtschaft zählt zu einer der am stärksten wachsenden Branchen, wie Analysen in den Jahren 2006, 2010 und 2012 gezeigt haben. Rund zwei Drittel der Creative Economy ist im Großraum Graz angesiedelt.

Die Kreativwirtschaft wurde seitens der steiermärkischen Landesregierung als eine der Kernkompetenzen der Steiermark definiert und in der Wirtschaftsstrategie Steiermark 2020 sowie in der aktuellen Wirtschaftsstrategie der Stadt Graz verankert.

Programme

Open Office. Das B2B-Format der Creative Industries Styria, öffnet die Türen von Unternehmen aus dem Member-Netzwerk der CIS und bietet direkte Einblicke in deren Tätigkeiten. Open Office vernetzt Menschen und schafft Synergien und Kooperationen. Ort des Geschehens ist immer das Unternehmen selbst – das seine Inhalte und Ziele im Netzwerk vorstellt.

Design Transfer. Das Leitprojekt „Design Transfer“ der Creative Industries Styria bringt Design und Unternehmen zusammen, schafft neue Synergien und hilft, bisher unerkannte Potenziale voll auszuschöpfen. Die Creative Industries Styria erstellt gemeinsam mit den Unternehmen einen „Design Transfer“-Fahrplan und leitet daraus genau jene Leistungen ab, die auch gebraucht werden.

Projekte

Erlebniswelt Wirtschaft¹⁹. Das Projekt „Erlebniswelt Wirtschaft – made in Styria“ ermöglicht einen Blick hinter die Kulissen steirischer Betriebe und zeigt die faszinierende Welt der Produktion. 60 Unternehmen in allen Regionen der Steiermark sind bereits Partner des Projekts und tragen das Gütesiegel für eine ausgezeichnete Erlebnistour. Sie alle machen Wirtschaft hautnah und mit allen Sinnen erlebbar und es kommen laufend neue Unternehmen dazu. Die Unternehmen werden bei der Umsetzung von der Creative Industries Styria unterstützt und die SFG bietet Förderungsmöglichkeiten.

Designmonat Graz²⁰. Der Designmonat Graz fasst die Energie der Kreativwirtschaft innerhalb eines Monats zusammen, macht sie nach außen sichtbar und leistet einen zentralen Beitrag zur Verankerung der wirtschaftlichen Relevanz von kreativen Prozessen im Bewusstsein der Menschen.

¹⁸ Die nachfolgenden Informationen basieren auf der Website: <http://www.cis.at/de/aboutus/creative-industries-styria>

¹⁹ www.erlebniswelt-wirtschaft.at

²⁰ www.designmonat.at

Oberösterreich: Creative Region Upper Austria²¹

Zahlen und Daten

- **Gründung: 2010**, 2009 war Linz europäische Kulturhauptstadt (Linz09), seinerzeit war aber die Vernachlässigung der Entwicklung vor Ort bemängelt worden. 2010 wurde dann die Creative Region ins Leben gerufen.
- EigentümerInnen: **Kreativität, Kultur&Veranstaltungen der Stadt Linz Holding GmbH (50%); OÖ Landesholding GmbH (50%)**
- UNESCO City of Media Arts
- Mitarbeiter*innen: 7
- Geschäftsführer: **Patrick Bartos**

Standort

Tabakfabrik Linz

Ziel

Die Creative Region dient als Informations- und Serviceplattform, Ideen- und Projektwerkstatt sowie als Vernetzungs- und Vermittlungsgesellschaft für Unternehmen und Start-ups aus dem Bereich Kreativwirtschaft. Diese bilden für Linz als Kulturstadt und das Bundesland mit dem Fokus auf innovative Technologien einen wichtigen Impulsgeber und sind typischerweise im Bereich der Klein- und Mittelbetriebe (KMU) angesiedelt.

Ausrichtung

Die Creative Region berät und unterstützt die AkteurInnen aus den Creative Industries vor Ort. Sie vernetzt Menschen, Unternehmen und Projekte. Sie steht mit Beratungs-, Coaching- und Weiterbildungsangeboten zur Seite. Veranstaltet Networking-Initiativen und arbeitet aktiv an der Sichtbarkeit von Linz und Oberösterreich als Standort exzellenter kreativwirtschaftlicher Unternehmen. 2017 wurde Linz im „Cultural and Creative Cities Monitor“ der EU, gemeinsam mit Paris (F), Eindhoven (NL), Kopenhagen (DK) und Amsterdam (NL) unter die Top 5 Kultur- und Kreativstädte Europas gereiht. Außerdem ist die Stadt Linz seit 2014 als UNESCO City of Media Arts eine von der UNESCO anerkannte Kreativstadt. Die Einbindung in dieses internationale Netzwerk festigt Linz als Kreativstandort und belebt Stadt und Land durch neue Einflüsse und Impulse.

Programme

Beratung. Von der Unternehmensgründung über Projektfinanzierung bis zu Professionalisierung und Markenentwicklung. Einzelberatungen zu Ausschreibungen, Förderungen und Crowdfunding.

Vernetzung. Neben individueller Kontaktvermittlung aus dem CREATIVE REGION Netzwerk entsteht mit ZAUM eine serviceorientierte Online-Plattform zur Vernetzung von DesignerInnen, FertigerInnen und KäuferInnen.

Weiterbildung. Bei Workshops, Kursen und Vorträgen in Linz und in den Regionen werden Skills in Sachen Marketing, Business Development und Kommunikation vertieft. In der CREATIVE REGION Akademie kann man sich in aufeinander aufbauenden Workshops intensiv mit einem speziellen Thema auseinandersetzen.

Unterstützung. Von kreativwirtschaftlichen Projekten mit kostenfreiem Verleih von WERKZEUG, Besuchen von innovativen Betrieben in den Regionen und Leisten von aktiv inhaltlichen Beiträgen zu Veranstaltungen mit den Themenschwerpunkten Design und Media Entrepreneurship.

Projekte

Forum Creative Industrie. Festival für Innovation und Kreativität in der Tabakfabrik, geht 2018 in die fünfte Auflage; organisiert von der CREATIVE REGION Linz.

RE-FREAM. „RE-FREAM“ ist ein Begriff aus den USA der 50er Jahre. Er beschreibt eine Gruppe von Menschen, die aus der Norm fallen. Die Verrückten, die Genies, die die Dinge anders machen. Mit „Re-thinking Fashion“ sucht das RE-FREAM Projekt genau nach diesen Menschen. Artists, Designers und Creators sind eingeladen, sich die neuesten Produktionstechnologien zu Nutze zu machen, um Fashion und all seine Prozesse neu zu denken und die Zukunft der Mode neu zu gestalten. – Die Bekleidungsindustrie ist aktuell eine der größten umweltverschmutzenden Industrien unsere Gesellschaft, doch neue Technologien haben das Potenzial dies zu ändern. Die Re-FREAM Projektpartner bieten Zugang zu einem technologischen Playground an modernsten Produktionstechnologien, die die Basis für die Umsetzung von innovativen, visionären Ideen bilden.

²¹ Die nachfolgenden Informationen basieren auf der Website: <https://creativeregion.org/creative-region/>

Dänemark: BLOXHUB Kopenhagen²²

Zahlen und Daten

- Gründung: 2016
- EigentümerInnen: **Realdania.org, The City of Copenhagen;**
The Ministry of Industry-Business and Financial Affairs
- Mitarbeiter*innen: 16
- Geschäftsführer: **Torben Klitgaard**

Standort

Kopenhagen, Dänemark

Ziel

BLOXHUB's Mission besteht darin, zu einer nachhaltigen Verstärkung (sustainable Urbanism) weltweit beizutragen. Die Bereiche Architektur, Design, Bau, Stadtplanung und Digitalisierung werden miteinander verknüpft und somit die Entwicklung innovativer und interdisziplinärer Lösungen erleichtert. Das Ziel ist ein nachhaltiges Wirtschaftswachstum und eine Erhöhung der Exportquote durch die Gründung neuer Unternehmen der internationale Vernetzung.

Ausrichtung

BLOXHUB ist eine „non profit organization“, gegründet von realdania.org, einer dänischen philanthropischen Non-Profit- Organisation.

BLOXHUB liegt am Hafen von Kopenhagen und ist Teil der Kulturszene der Stadt und ein Veranstaltungsort. **BLOXHUB** fördert eine nachhaltige Stadtentwicklung im weitesten Sinne. Damit wird ein Rahmen für Aktivitäten, die auf die breite Öffentlichkeit abzielen, sowie auf definierte berufliche Netzwerke abgesteckt. **BLOXHUB** bietet das ganze Jahr über eine breite Auswahl an Aktivitäten. Man kann sowohl nordisches Design und Architektur erleben als auch erstklassige Ausstellungen, Vorträge, Sommerschulen und Aktivitäten für alle Bürger der Stadt.

Programme

BLOXcampus. Der Campus ist ein integrierter Teil der **BLOXHUB** Community. Im **BLOXcampus** wird man Teil eines großen Netzwerks und eines Ökosystems potenzieller Kooperations-Partner für nachhaltige Urbanisierung. Sowohl KMU's als auch öffentliche Organisationen, Forscher, Start-ups und Unternehmen kommen dafür in Frage.

BLOXHUBmatch. Von der Idee zum Business. Mit drei Vernetzungs-Programmen bietet **BLOXHUB** nationales und globales Matchmaking. Es gibt Workshops und Beratung für Partnern um das Potenzial der Projekte auszubauen.

Urbantech Challenge. Zu den neuen Aktivitäten im Jahr 2019 gehört der Start des Urban Tech Acceleration Programmes. **COWI, VKR Holding, Amazon Web Services** und **Ewii** sind eine Partnerschaft eingegangen, die von **Realdania** und **Industriens Fond** mitfinanziert wird. Es handelt sich um ein dreijähriges Programm, für welches jedes Jahr aus mehr als 300 internationalen Tech-Start-ups zehn Unternehmen für ein dreimonatiges Beschleunigungs- programm ausgewählt werden. Diese treffen dann auf Partner, Mentoren und potenzielle Investoren.

AEC Hackathon@BLOXHUB. Ist eine jährliche Veranstaltung, bei der Menschen aus der ganzen Welt zusammenkommen. In Teams arbeiten die Teilnehmer an Lösungen für unsere Städte.

Salon Sputnik. Ein monatliches Format für Unternehmen, Denker und Macher für Pitching, Feedback und Vernetzung. Beratung durch ein ausgesuchtes Team von Spezialisten, zu einem Produkt, einer Geschäftsstrategie oder einer ersten Idee.

BLOXHUB Debates. Ist ein Format, das **BLOXHUB**-Mitglieder verwenden können, um Gleichgesinnte, Gegner oder andere Personen zu einem bestimmten Thema einzuladen und das Publikum entweder zum Wissensaustausch oder zum Brainstorming einzubeziehen.

Projekte

Prototype Lab. Es gibt 3 Labs zur schnellen Entwicklung von praxisnahen Prototypen:

Low Fidelity Lab: Verwandeln einer ersten Idee in einen Prototyp; *High Fidelity Lab:* Digitalisieren von Prototypen mittels 3D-Scanner und 3D-Druckern; *Materiallabor:* Neue Materialien entdecken.

Video- UND Podcast-Studio. Filmen und Aufnahmen von Interviews, Firmenevents und Debatten. Das Studio ist mit modernster Videotechnik und Soundgeräten ausgestattet und verfügt über Arbeitsstationen für die Bearbeitung und Nachbearbeitung. Das Studio ist mobil und ermöglicht auch das Filmen an anderen Orten.

VR-Studio. Projekte von morgen bereits hautnah erleben. Das **BIM-Studio** ist ein 3D-Kino mit 270-Grad-Ansicht, um Projekte als virtuelle 3D-Modelle zu präsentieren. Das Studio kann genutzt werden für Co-Creation, Validierung, Qualitätssicherung, Schulung der Mitarbeiter und Präsentation von Produkten.

DataLab. **DataLab** ist eine Plattform, um mit parametrisierter Stadtentwicklung zu arbeiten. Das Labor bietet Software, die das Analysieren, Visualisieren und Vergleichen von Datensätzen unterstützt, um die städtische Umgebung besser zu verstehen.

²² Die nachfolgenden Informationen basieren auf der Website: <https://bloxhub.org/about/>

Deutschland: **Hamburger Kreativgesellschaft**²³

Zahlen und Daten

- Gründung: 2010
- EigentümerInnen: Hansestadt Hamburg
- Mitarbeiter*innen: 26
- Geschäftsführer: **Egbert Rühl**

Standort

M28 Kreativspeicher, Speicherstadt Hamburg

Ziel

Mehr Wissen, Raum, Finanzierung und Innovation für Hamburgs Kreative – dies ist der Auftrag, dem sich die Hamburger Kreativgesellschaft als Einrichtung der Freien und Hansestadt Hamburg verschrieben hat. Die zentrale Anlaufstelle für alle Akteurinnen und Akteure der Hamburger Kreativwirtschaft.

Ausrichtung

Neben Workshops, Vorträgen und Veranstaltungen zur Vernetzung werden individuelle Beratungen, Coachings, Crowdfunding sowie Hilfe bei der Finanzierung und bei der Suche nach geeigneten Arbeitsräumen für die Akteure der Kreativwirtschaft geboten. Einige der Angebote und Veranstaltungen richten sich ausdrücklich an Studierende von kreativen Studiengängen.

Programme

Jobshadowing. Raus aus den eigenen Routinen und rein in eine neue Arbeitswelt – im Jobshadowing-Programm treffen Berufstätige aus kreativen und anderen Wirtschaftszweigen aufeinander, um sich auf einen gemeinsamen Perspektivenwechsel einzulassen.

Popup Office. Gezielt gematchte Teams: Kreative aus Design, Fotografie, Presse und Werbung entwickeln gemeinsam mit Führungskräften, Personalverantwortlichen und Innovations-Managern aus Unternehmen verschiedener Branchen und Größenordnungen neue Formen der Zusammenarbeit. Eine gesamte Arbeitswoche nehmen sich die zusammengestellten Teams Zeit, um bestehende Strukturen zu reflektieren und neue Ansätze zu entwickeln.

Cross Innovation Accelerator. Mit dem Cross Innovation Accelerator werden gezielt Gründerteams, die sich aus VertreterInnen der Kreativwirtschaft sowie anderer Wirtschaftszweige zusammensetzen, unterstützt. Drei junge Unternehmen werden in einem komprimierten sechswöchigen Programm finanziell gefördert, mit professionellen Qualifizierungs-Maßnahmen unterstützt und mit wichtigen AnsprechpartnerInnen in der Stadt vernetzt.

Art meets Science. Was können Kunst und Wissenschaft voneinander lernen? Worin unterscheiden sich die beiden Disziplinen? Und wie begegnen sich KünstlerInnen und WissenschaftlerInnen auf der Arbeitsebene?

Hackatons. Programmieren ist nicht jedermanns Sache. Aber was wären IT-SpezialistInnen ohne den kreativen Input aus anderen Fachgebieten? Bei den Hackathons werden gezielt Kreative und Kulturschaffende mit CoderInnen zusammengebracht, um nützliche Soft- und Hardwarelösungen auf den Weg zu bringen.

Cross Innovation Class. Praxiserfahrung kommt im Studium oft zu kurz. Gerade wenn es um die Entwicklung interdisziplinärer Kompetenzen für eine digitalisierte Arbeitswelt geht, können die Lehrpläne sinnvoll ergänzt werden. In der Cross Innovation Class kommen Studierende verschiedener Hochschulen und Fachrichtungen zusammen, um gemeinsam konkrete Herausforderungen aus der Praxis anzugehen – in einem ersten Durchlauf mit besonderem Fokus auf die Entwicklung smarterer Produkte.

Projekte

Cross Innovation Labs. Interdisziplinäre Teams gehen auf einer temporären Workshop- und Ausstellungsfläche Innovationsvorhaben der Industrie an. Innovationszyklen verkürzen sich, Märkte werden komplexer – die Rahmenbedingungen der Industrie befinden sich im Wandel. Neue Lösungen sind gefragt, damit das verarbeitende Gewerbe im globalen Wettbewerb konkurrenzfähig bleibt. Was liegt da näher, als die initiale Phase des Innovationsprozesses für Kreative zu öffnen, die sich tagtäglich mit der Entwicklung neuer, nützlicher Ideen befassen?

Sommerakademie. Virtual Reality-Anwendungen zur Vorbeugung von Stress oder interaktive Exponate, die ein Bewusstsein für das Leben mit Demenz schaffen – in der Sommerakademie entwickeln Studierende verschiedener Fachrichtungen Jahr für Jahr in einer intensiven zweiwöchigen Arbeitsphase kreative Lösungen für alltägliche Herausforderungen.

Cross Innovation Konferenz. Öffentliche und halböffentliche Institutionen aus ganz Europa treffen sich in Hamburg, um sich über einen zukunftsweisenden Ansatz zur Förderung von Innovationen in Zusammenarbeit mit der Kreativbranche auszutauschen.

²³ Die nachfolgenden Informationen basieren auf der Website: <https://kreativgesellschaft.org/uber-uns/>

3. Die Programme des *kreativland.HUB* im Detail

»Durch neue Formen der Zusammenarbeit mit ExpertInnen und SpezialistInnen außerhalb und innerhalb der Kreativwirtschaft und durch den Einsatz von neuen Methoden und Anwendungen entstehen innovative Lösungen und andere Crossovers. In dieser Verbindung tauchen neue Perspektiven und Kombinationen in der Zusammenarbeit zwischen einzelnen Sektoren, Branchen, StakeholderInnen und ExpertInnen auf. Innovationen – neue Ideen, Methoden und Ansätze – werden in der Kreativwirtschaft entwickelt, ausprobiert und verfeinert und können in transformativen Prozessen von anderen Unternehmen übernommen werden.«²⁴

3.a kreativland.ACCELERATOR Fördert Start-ups und innovative Projekte aus dem Bereich der Kreativwirtschaft.

Ergänzend zu bestehenden Accelerator- und Inkubator-Programmen aus dem Start-up-Bereich des Landes Tirol – wie etwa *innkubator*, *startup.tirol* –, wird ein Accelerator-Programm für die Kreativwirtschaft aufgesetzt. Ein Accelerator ist ein zeitlich begrenztes Programm (4–12 Wochen), das dabei hilft, die Entwicklung von guten Ideen zu beschleunigen und sie schneller marktreif zu machen. Geld, Know-how, Coaching, Netzwerk – kurz gesagt alles, was das Projektteam braucht, um rascher ans Ziel zu kommen – wird den interdisziplinären Projektgruppen, bestehend aus kreativen und klassischen Unternehmen, zur Verfügung gestellt.

Der Output dieses Programms wird dann entweder von den bereits beteiligten Unternehmen vermarktet, oder es werden neue Strukturen dafür geschaffen. Es ist auch denkbar, dass Kreative für ihren Input über eine Lizenz am Output beteiligt werden (z.B.: 2–5% vom Umsatz).²⁵

Der kreativland.ACCELERATOR ist auch den strategischen Leitthemen untergeordnet (vgl. 2.b). Mittels Ausschreibungen, Wettbewerben und Crowdsourcing werden aktiv potenzielle Projekte und Ideen gesucht. Die Einreichungen werden von einer Jury gesichtet, bewertet und ausgewählt. Am Ende des Programms werden die besten Projekte im Zuge eines kreativland.AWARD prämiert. Die Award-Zeremonie wird im Zuge des *kreativland.SOMMER.tirol* abgehalten (vgl. 4.a).

Aus allen bereits im *kreativland.HUB* genannten Gruppen, die sowohl regional als auch international zusammengesetzt sein können, ist es möglich interdisziplinäre Teams zu bilden und neue Ideen für Produkte und Services einzureichen.

²⁴ Gerin Trautenberger, Vorsitzender Kreativwirtschaft Austria, Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht

²⁵ Ein gutes und erfolgreiches Beispiel für diesen Ansatz ist Lego-Ideas, eine Crowdsourcing-Plattform, die Ideen der Lego Community in das Unternehmen bringt. <https://ideas.lego.com>

Die Projekte müssen dabei eine eigeninitiierte Innovation darstellen, für die bereits erwähnten kreativwirtschaftlichen Bereiche des Landes einen echten Fortschritt darstellen und einen sichtbaren wirtschaftlichen und allgemeinen Nutzen für Tirol darstellen.

Durch diese Rahmenbedingungen wird sichergestellt, dass das Land Tirol in jedem Fall Nutznießer seiner Förderungen ist. Somit können auch internationale Teams einreichen und mitmachen, solange die Projekte den Nutzen und die Wertschöpfung in das Land Tirol bringen. Damit wird zusätzlich ein Durchmischen der Teams von regionalen und internationalen Kreativen angeregt.

Vorbilder für das Accelerator-Programm:

Cross Innovation Accelerator. Die *Hamburger Kreativgesellschaft* fördert gezielt interdisziplinäre Gründerteams aus VertreterInnen der Kreativwirtschaft sowie anderen Wirtschaftszweigen. Bis zu vier junge Unternehmen werden in einem komprimierten sechswöchigen Programm finanziell gefördert, mit professionellen Qualifizierungsmaßnahmen unterstützt und mit wichtigen AnsprechpartnerInnen in der Stadt vernetzt. Die Teilnehmenden arbeiten intensiv mit der Unterstützung von ExpertInnen an der Weiterentwicklung ihrer Geschäftsidee. Die beste Idee gewinnt € 10.000.²⁶

AWSfirst. Ist ein nationales pre-Start-up-Förderprogramm vom Austria Wirtschaftsservice. Das Programm richtet sich an junge Menschen unter 26 Jahren, die noch nicht gegründet haben und Unternehmer werden wollen. Es unterstützt diese mit einem Stipendium von bis zu € 20.000, mit bis zu € 4.500 Mietkostenzuschuss für einen Raum zum Arbeiten, mit Mentoring und Coaching durch externe Experten und auch durch Vernetzung mit wichtigen Multiplikatoren, um innerhalb eines Jahres ein tragfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln.²⁷

Alpinetech Innovation HUB. Bietet verschiedene Accelerator- und Innovations-Programme an und ist eine Kooperation von *Werkstätte Wattens* und *I.E.C.T. Hermann Hauser*. Ein Innovations-Sprint in 3 Tagen oder das Accelerator-Programm über 3 Monate stehen zur Auswahl. Ein breites Netzwerk an Firmen und Industriepartnern unterstützen den Prozess.²⁸

Red Bull Amaphiko Connect the Alps. Ist ein von *Red Bull* ins Leben gerufenes, zweitägiges Innovation-

Event für Social Entrepreneurs. Es wird Know-how im Bereich Unternehmensführung, Marketing, Storytelling und vor allem auch Inspiration angeboten. Workshops, Lectures und spannendes Networking helfen dabei, das individuelle Potenzial zu entfalten und die Ideen auf die nächste Stufe zu heben. Das Programm findet regelmässig im *Mesnerhof-C* statt.²⁹

Y-Combinator im Silicon Valley. Y-Combinator versorgt Start-ups in der Gründungsphase für einen Zeitraum von drei Jahren mit Geld, Ratschlägen und Kontakten und verlangt dafür 6 % Firmenanteile. Bis 2013 hat Y-Combinator 500 Firmen in über 30 verschiedenen Marktsegmenten bei der Gründung geholfen, darunter reddit, Airbnb, Dropbox usw.³⁰

weXelerate in Wien, ist das österreichische Pendant zum Y-Combinator, mit dem Unterschied, dass sie keine Firmenanteile für ihre Leistung nehmen. Diese wird durch die teilnehmenden Partnerfirmen, die von den Start-ups profitieren, bezahlt³¹. *weXelerate* hat unlängst in Zusammenarbeit mit der BTV eine Niederlassung in Dornbirn gegründet³².

²⁶ <https://kreativgesellschaft.org/uber-uns/presse/cross-innovation-accelerator/>

²⁷ <https://awsfirst.submit.to/landing/award/uber-aws-first>

²⁸ <https://alpinetech.at/#programs>

²⁹ <https://www.redbull.com/at-de/events/amaphiko-connect-the-alps>

³⁰ <https://www.ycombinator.com/>

³¹ <https://www.wexelerate.com/startups/>

³² <https://www.trendingtopics.at/startup-hub-wexelerate-eroeffnet-im-herbst-zweiten-standort-in-dornbirn/>

3.b kreativland.TOURISMUS

Entwickelt Tirol durch innovative Architektur an schönen Orten flächendeckend zu einem europäischen Hotspot für Kreativtourismus.

»70% der neuen Ideen entstehen außerhalb der Unternehmensgrenzen, mit Abstand am meisten im „Kontext der Natur“, z.B. beim Wandern.«³³

Coworkation³⁴ – dort arbeiten, wo andere Urlaub machen. Digitales Arbeiten macht es möglich: Informatiker, Kreative, Wissensarbeiter oder Blogger müssen nicht mehr an einem festen Ort arbeiten. Ob Szene-Café oder Coworking-Space: In vielen Großstädten haben sich vielfältige Formen für ortsunabhängiges Arbeiten etabliert. *Coworkation* heißt der Trend, der Arbeiten und Urlaub verbindet – meist mit warmen und exotischen Orten, wie Thailand, Malaysia und Südafrika.³⁵ Aber dieser Trend kommt inzwischen auch zu uns in die Berge! Einige Regionen in und um Tirol beginnen bereits diese Form des Arbeitstourismus zu entwickeln und anzubieten.

Das Potenzial dieses Projektes ist groß und deshalb sollte man es nicht nur punktuell anbieten, sondern ganz Tirol zur **kreativland.TOURISMUS**-Destination entwickeln, bewerben und vermarkten. Dazu ist es notwendig, ein **Netzwerk an Coworking Spaces, Ateliers, kreativHUB's, FabLab's und Werkstätten an besonders schönen Plätzen in Tirol** zu entwickeln. Idealerweise teilen sich diese Orte auf die einzelnen Bezirke Tirols auf – vor allem auch in den strukturell schwächeren Regionen.

Diese kleinen Studios und Ateliers zum Rückzug, zum konzentrierten Arbeiten und zur Kontemplation an den schönsten Orten in der Natur werden an die **kreativland.DOCKS** mit erweiterter Infrastruktur, wie Druckern, FabLab's, Werkstätten etc., angebunden (vgl. Kap.5).

Wichtig ist ein gemeinsamer Auftritt nach außen unter einer Dachmarke sowie eine gemeinsame Buchungsplattform, die von kreativland.tirol³⁶ betrieben und mit der *Tirol Werbung* zusammen vermarktet wird! Das Betreiben dieser Buchungsplattform ist ein interessantes Geschäftsmodell (sh. Vermittlungsprovision bei *airbnb*), hat Potenzial und kann als zusätzlicher Umsatz Teile des *kreativland.HUB* finanzieren.

Manche Unternehmer, wie z.B. der *Mesnerhof-C* in Steinberg am Rofan, der *Kessler Stadl* und der *Kollreiderhof* in Osttirol, haben dieses Potenzial bereits erkannt und erste Projekte als „early adopter“ ins Leben gerufen. Das Land Tirol hat nun die Möglichkeit, mit einer gezielten Landesförderung den Umbau und Ausbau von geeigneten Gebäuden und Strukturen und somit eine Vielzahl von Projekten anzuregen. Diese Infrastruktur kann dann sowohl von den einheimischen Kreativen als auch von den Kreativtouristen genutzt werden. Der

³³ Zitat von Hans Jörg Bullinger, ehemaliger Präsident der Fraunhofer Forschungsgesellschaft.
<https://www.gem-online.de/pdf/markendialog/16/Bullinger.pdf>

³⁴ <https://coworkation.com/>

³⁵ <https://www.rayaworx.eu/blog/post/coworkation-was-wer-coworking-reisen>

³⁶ www.kreativland.tirol

kreativland.TOURISMUS.tirol ist daher eine geeignete Maßnahme, um die lokalen und die internationalen Kreativen miteinander zu vernetzen und so zum Austausch und zur Zusammenarbeit zu bewegen.

kreativland.TOURISMUS als (nachhaltiges) Geschäftsmodell

»Dafür müssen wir uns aber selbst öffnen, müssen viel Musik hören, Bücher lesen, in Theater, in Museen, in fremde Umgebungen und Länder gehen, dürfen kontroverse Ansichten nicht meiden, sondern sie suchen und uns an ihnen reiben. Offen sein, Gegensätze zusammenbringen, mit sehr unterschiedlichen Menschen brainstormen und diskutieren, sich und seine Ideen immer wieder hinterfragen lassen und selbst hinterfragen – so entsteht Kreativität!«³⁷

Wie bereits erwähnt, gibt es schon einige Pilotprojekte in Tirol, die auf Coworkation setzen und dafür alte Bauernhöfe revitalisiert und restauriert haben, die nun über *airBnB* vermietet werden. Es zeigt sich, dass das neue Angebot gut angenommen wird und viele Unternehmen die Locations für Workshops, Events, Klausuren usw. nutzen (vgl. dazu weiter unten).

Tirol hat alle Voraussetzungen, ein ebenso umfangreiches wie nachhaltiges Coworkation-Modellnamens ins Leben zu rufen. Folgende Maßnahmen würden wir dafür vorschlagen:

- **Umnutzung bestehender Gebäude**, wie Bauernhöfe, Hotels, Werkstätten, alpine Bauten usw.; damit schafft man den Raum für die Kreativität.
- **Popup-Architektur, spektakuläre architektonische Statements**, mobil und temporär, an besonderen Orten, sollen die Menschen verführen und animieren, die Ruhe und Zurückgezogenheit in der Natur zu suchen, um sich auf ihre Arbeit zu fokussieren. Ein gutes Beispiel ist der *Ufogel*³⁸ in Osttirol.



³⁷ Kreativiert euch, damit Deutschland wieder genial wird! Blach/Heusinger/Loko

³⁸ Kreativiert euch, damit Deutschland wieder genial wird! Blach/Heusinger/Loko

- **Entwicklung eines Förderprogramms** als Anreiz für Touristiker, Bauern, Gewerbetreibende und andere Unternehmer, um mehr solcher Umnutzungs-Projekte zu initiieren.
- **»kreativ.land.tirol« als Landingpage und eigenständige integrierte Buchungsplattform.** Eine entsprechenden Dachmarke (z.B.: kreativland.TOURISMUS), die in Zusammenarbeit mit der Tirol Werbung entwickelt und vermarktet wird.
- **Ausarbeitung eines Designguide** als Leitfaden für die notwendigen Funktionen, Adaptierungen und deren Gestaltung für die Coworking und oder Coliving Spaces.
- **Ausschreibung der Design- und Planungsleistungen in Form eines Wettbewerbs oder mittels Crowdsourcing.** Architekten, Designer und Planer werden aufgerufen, ihre Ideen und Vorschläge einzubringen. Umsetzung durch lokale Firmen.
- **Vernetzung mit Organisation und Institution in den Quellmärkten des Tiroler Tourismus,** wie z.B. Deutschland, Holland, Österreich, Schweiz, England, Dänemark usw. Diese Nationen sind auch führend im Kreativwirtschaftsbereich und haben starke Förderungs- und Vernetzungseinrichtungen, mit denen man in der Vermarktung kooperieren kann.

Zu erwartende Effekte durch den kreativland.TOURISMUS

- *kreativland.TOURISMUS* ist eine effiziente **Fördermaßnahme für die lokale Kreativwirtschaft** durch die Schaffung einer vernetzten Coworking-, Coliving- und Fablab-Infrastruktur – verteilt über ganz Tirol.
- **Reziproke Internationalisierung** durch eine gemeinsame Nutzung der Coworking-Strukturen von heimischen Kreativen und Kreativtouristen. Dadurch wird der Austausch, die Vernetzung und auch die Kooperation angeregt. Gemeinsame Events und Veranstaltungen, zu denen auch die lokale Bevölkerung miteingebunden wird, verstärken diesen Prozess weiter. Vorträge, Diskussionsrunden, Ausstellungen, Performances werden das lokale kulturelle Leben erweitern und somit den Zugang der Bevölkerung zu innovativem Denken, Design, Kunst und Kultur erleichtern.
- **Belebung von strukturell und konjunkturell schwächeren Regionen.**
- **Saisonale Unabhängigkeit** durch gleichmäßigere Verteilung der touristischen Kapazitäten außerhalb der Hauptsaison.
- Eine **längere Verweildauer** der Kreativtouristen ist zu erwarten.
- **Ankurbelung der lokalen Konjunktur** durch Integration der neuen Strukturen in die lokale Wirtschaft und Gesellschaft.
- **Durch die Umnutzung bestehender Baustrukturen wird kein weiteres Bauland verbraucht.** Tirol ist in seinen Nutzflächen sehr eingeschränkt, nur 12% der Fläche ist potenzielles Bauland, ca. zwei Drittel besteht aus Wald und Bergen.
- **Erhaltung des traditionellen und kulturellen Erbes Tirols** durch Renovierung und Restaurierung alter und zum Teil denkmalgeschützter bäuerlicher Architektur-Juwelen.

Vorbilder der „Early Adopter“ im Bereich Coworkation

Wie schon erwähnt, gibt es einige interessante und positive Beispiele von Regionen und Unternehmern, die bereits auf *Coworkation* setzen und an Angeboten in diesem Bereich arbeiten:

mia Engiadina ³⁹

Will Lebensraum und Traditionen teilen. Will eine Gemeinschaft von Engadinern, Teilzeitengadinern und Globetrottern sein. Will Menschen und Themen zusammenführen, Innovationen und Dialoge initiieren! Mia Engiadina macht das Engadin zum bevorzugten Rückzugs-, Inspirations- und Vernetzungsort der Schweiz. Zur idealen Kombination von Arbeit und Erholung, zum Third Place erster Wahl. Inspirierend für die Menschen, die zwei, drei Tage kommen um hier zu sein, in Klausur zu gehen, fokussiert zu arbeiten, Gleichgesinnte zu treffen – und zu erfahren, dass sich hier oben plötzlich mehr bewegt als gewohnt.

Um die Idee des Mountain-Coworkings weiter zu spinnen, wird nun dort das Projekt „InnHub“ in La Punt entwickelt. Die Idee, im Engadin ein Innovations- und Begegnungszentrum zu errichten, war von Beginn an ein zentraler Punkt im mia-Engiadina-Entwicklungsmodell für das Engadin. mia Engiadina ist es nun gelungen, nicht nur die Gemeinde La Punt als möglichen Standort und die Finanzierung sicherzustellen, sondern mit Norman Foster auch einen Architekten von Weltklasseformat für die Realisierung zu gewinnen.

Der «InnHub» – Abkürzung sowohl für das Hub am Inn in La Punt als auch für Innovationhub – soll ein Ort sein, an dem Firmen, Projektgruppen, Studierende und Einheimische zwischen 3 Tagen und 3 Monaten konzentriert an Projekten arbeiten können. Zur Verfügung stehen werden auch Räumlichkeiten für ortsansässige Gewerbetreibende, lokale Bauern und Handwerker sowie junge Engadiner, die ihre Ideen verwirklichen wollen. Und das in einem



³⁹ Die nachfolgenden Informationen basieren auf der Website: <https://www.miaengiadina.ch/>

inspirierenden Umfeld aus Weltklasse-Architektur umgeben von einzigartiger Landschaft und ausgestattet mit modernster Infrastruktur. Die Realisierung und konkrete Ausgestaltung des Dienstleistungsangebots wird Arbeit mit Sport, Gesundheit, Bildung und touristischen Angeboten verbinden. Das Projekt ist breit abgestützt und wurde unter anderem von der Gemeinde La Punt, vom Kantonalen Amt für Arbeit, Wirtschaft und Tourismus, von der Region Maloja, von den Zweitwohnungsbesitzern, von der Universität St. Gallen und von verschiedenen Privatpersonen inhaltlich und finanziell unterstützt.

Coworkation-Alps

Die Entwicklergruppe *Coworkation-Alps* hat es sich zum Ziel gesetzt, dieses Angebot auch im Alpenraum zu institutionalisieren. Zum Lokalaugenschein trafen sich Vertreter der Gruppe, unter anderen von Standortmarketingorganisationen aus Bayern, Tirol und Südtirol, in Osttirol und stellten das Projekt im *Kesslerstadel*⁴⁰ in Matrei vor.

„Es geht darum, abgelegene Regionen zu revitalisieren. Wir wollen den Ansatz verfolgen, bestehende Strukturen, die brach liegen, zu nutzen“, erklärt Alex Schmid vom Standortmarketing Miesbach (Bayern). Das Angebot Arbeiten und Urlaub machen sei besonders für Regionen wie Osttirol geeignet. Das Angebot Coworkation gibt es im Bezirk bereits, allerdings nicht unter diesem Titel. Der *Kollreiderhof*⁴¹ in Anras ist seit seiner Renovierung im Jahr 2012 immer wieder „Herberge“ für Firmen, die Arbeit und Urlaub verbinden wollen. Auch der *Kesslerstadel* soll künftig ein Coworkation-Standort werden. Der nächste Planungsschritt für die Entwicklergruppe Coworkation-Alps ist die Gründung eines länderübergreifenden Vereins und die Schaffung einer Plattform, über die sich Anbieter und Suchende vernetzen und austauschen können.⁴²



⁴⁰ <https://www.kesslerstadel.com/>

⁴¹ <https://www.airbnb.at/rooms/>

⁴² <https://www.meinbezirk.at/osttirol/c-lokales/coworkation-arbeiten-und-gleichzeitig-urlaub-machen>

Mesnerhof-C Tirol

C wie Creation, Communication & Concentration. Das Mesnerhof-Ensemble in Steinberg am Rofan, inmitten der schützenden Berge Tirols, entspricht wohl der Traumvorstellung eines Urlaubsidylls. Umso mehr mag überraschen, dass der Revitalisierung ausgerechnet die Auseinandersetzung mit neuen Arbeitswelten zu Grunde liegt. Folglich sind unsere Sensoren laufend auf die Stadt ausgerichtet, wo Kreativschaffende, Entrepreneure und zunehmend auch die „Etablierten“ Biotope des neuen Arbeitens erblühen lassen. Der *Mesnerhof-C* bildet für urbane New & Co-Worker gewissermaßen den Brückenschlag aufs Land bzw. in die Berge. Es geht um die Rettung alpiner Baukultur, um den Zusammenhang von Raum und Innovation, um alternative Tourismuskonzepte für ein Zusammensein. Die Buchung erfolgt über *airbnb*.⁴³



⁴³ Die nachfolgenden Informationen basieren auf der Website: <https://www.mesnerhof-c.at>

3.c kreativland.FÖRDERUNG

Entwickelt gemeinsam mit dem Land Tirol spezifische Förderprogramme für die Kreativwirtschaft des Landes.

Grundsätzlich sind bereits einige gute Bundes-Förderprogramme im Bereich Kreativwirtschaft verfügbar. Vom *Austria Wirtschaftsservice* gibt es das *Impuls*-Programm in XS und XL. Mit dem XS-Programm werden erste Prototypen und der „Proof of Concept“ mit einer Förderquote von 70% unterstützt. Mit dem XL-Programm wird die Markteinführung mit 50% Förderquote unterstützt. Leider wird das Programm von den Kreativen in Tirol nur wenig in Anspruch genommen. Im Zeitraum von 2012-2017 wurden nur 14 Projekte aus Tirol gefördert. – Es wäre daher sinnvoll, das Programm in Tirol aktiv zu bewerben und den einreichenden Firmen und Personen Unterstützung bei der Erstellung des Antrags anzubieten.

Ein weiteres Förderprogramm ist das *AWSfirst*-Programm, das eher einem Accelerator- bzw. Inkubator-Programm entspricht. Hier geht es um die Förderung der ganz jungen Personen die Unternehmer werden möchten und bereits eine gute Idee haben. Die von einer Jury ausgewählten Personen werden ein Jahr lang mit Geld, Raum zum Arbeiten und Know-how und durch das zur Seite stellen eines Mentors beim Ausarbeiten ihres Projektes unterstützt.

Dennoch wäre es notwendig, zusätzliche Förderprogramme auf Landesebene anzubieten, die gewisse Punkte dieses Konzeptes finanziell ermöglichen bzw. unterstützen.

Die Eckpunkte eines Förderprogramms für die Kreativwirtschaft durch das Land Tirol könnten sein:

- Entwicklung einer **Projektförderung durch das Land Tirol** für die ausgewählten Gewinner-Projekte im **kreativland.ACCELERATOR**. Hier wäre eine Förderquote von 50-70% sinnvoll. Die Restfinanzierung soll von den am kreativland.ACCELERATOR beteiligten Firmen übernommen werden.
- Entwicklung einer Förderung durch das Land Tirol als Impulsgeber für die notwendigen **Umbaumaßnahmen** für den **kreativland.TOURISMUS**. Grundsätzlich geht es hier um das Schaffen von leistbarem Arbeitsraum für Kreative und Künstler und um die Vernetzung von lokalen Kreativen mit den Kreativtouristen.
- **Substanzielle Absicherung und Weiterentwicklung bestehender Bildungs- und Vermittlungseinrichtungen** wie *aut. Architektur und Tirol, WEISSRAUM, Designforum Tirol, bilding Kunst- und Architekturschule, die Bäckerei Kulturbackstube* und andere.
- **Förderprogramm zur Vernetzung und Internationalisierung** von Tiroler Kreativen sowie bestehenden Institutionen.
- **Stipendien und Förderungen** für Aus- und Weiterbildung sowie Forschung im Kreativbereich.

Das *kreativland.HUB* sieht sich bei den Förderungen als Initiator und Vermittler zwischen Förderungswerber und dem Land Tirol, es sollen darin jedoch keine Fördergelder direkt verwaltet und vergeben werden – diese Kompetenzen verbleiben beim Land Tirol.

3.e kreativland.BILDUNG

Intensiviert die Vermittlung von kreativem und designorientiertem Denken in der Bildungslandschaft Tirols und arbeitet an der Etablierung von universitären Ausbildungsangeboten.

Eine gute Bildung und Ausbildung ist die Voraussetzung, um als Unternehmer oder Mitarbeiter erfolgreich zu sein. Das gilt für alle Bereiche – natürlich auch für den Kreativbereich. Leider gibt es für junge Menschen, die sich in kreativen Disziplinen ausbilden lassen möchten, nur sehr wenige Möglichkeiten, dies in Tirol zu tun. Viele gehen daher in andere Bundesländer oder ins Ausland, um eine weiterführende, vertiefende Ausbildung zu erhalten und kommen dann meistens auch nicht mehr so schnell in ihre Heimat zurück. Diese Menschen fehlen im Land – es gibt dadurch einen „**Brain Drain**“, dem begegnet werden sollte!

Am besten kann man dem entgegenwirken, indem man national und auch international anerkannte Bildungsangebote im Kreativbereich entwickelt und anbietet. Dies würde nicht nur dem „Brain Drain“ entgegenwirken, sondern auch Menschen aus den Bundesländern und dem Ausland zu uns bringen. Diese wiederum werden, nach Abschluss der Ausbildung, vielleicht auch versuchen in Tirol Arbeit in ihrem Bereich zu finden und somit als kreative Mitarbeiter für lokale Kreativ-Unternehmen zur Verfügung stehen. Manche werden vielleicht auch ihr eigenes Kreativ-Unternehmen gründen und somit die lokale Kreativwirtschaft stärken!

Neuentwicklung und Ausbau von Ausbildungsmöglichkeiten im Kreativbereich ist daher eine essentielle Forderung für das Land Tirol – und damit auch eine der zentralen Forderungen für das Projekt »kreativ.land.tirol//2025«!

Fachhochschullehrgang für »Communication & Design«

Die Entwicklung eines zeitgemäßen und wegweisenden Bildungsangebots auf Fachhochschulniveau im Bereich Kreativität, Design und New Media in Tirol ist eine überfällige und absolut notwendige Maßnahme. Hier böte sich etwa die Weiterentwicklung der *WerbeDesignAkademie* (WDA) in Innsbruck an, aber auch der FH-Standort Kufstein wäre für einen derartigen neuen Lehrgang denkbar.

Masterlehrgänge »Kreativität und Design im Tourismus«

Schaffung eines maßgeschneiderten, stark designorientierten universitären Ausbildungsangebots für den Tourismusbereich, z.B. Masterlehrgang für touristisches Markendesign, Akademie für Kreativität im Tourismus etc.⁴⁴

⁴⁴ Auch die Kreativ-Strategie-Austria sieht Kreativität und kollektive Vernetzung als einen Megatrend im Tourismus.

Ausbau und Förderung der HTL für Bau und Design

Die HTL für Bau und Design in Innsbruck zählt seit Jahrzehnten zu den besten Schulen Österreichs, wenn es um die Vermittlung der gestalterischen Grundlagen geht. Diese Schule weiter auszubauen und zu einem Vorzeigeprojekt für ganz Österreich zu machen, ist ein zentraler Punkt einer Bildungsstrategie für den Kreativbereich in Tirol.

Bessere Koordination und Vernetzung der Schulen

Zahlreiche Schulen in Tirol bieten Fachrichtungen im Bereich Grafik, Mediendesign, Mode etc. an – hier bedarf es einer intensiven Koordination der bereits bestehenden Angebote im Bereich des Regelschulwesens, um diese Angebote fachlich und inhaltlich zu vertiefen und zu fördern, zu vernetzen und jungen SchülerInnen neue Horizonte und Kontakte zu ermöglichen. – Dies zu bewerkstelligen, wäre eine wichtige Aufgabe aller Angebote im *kreativland.HUB*.

Kreativität inner- und außerhalb der Schulen fördern

Soft Skills, wie Tanzen, Schauspiel, Gesang, Zeichnen, Malen oder Werken, werden immer mehr vernachlässigt, stattdessen wird der Schwerpunkt zusehend auf die MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) gelegt. Gerade in jungen Jahren ist es aber – wie viele Studien belegen – wichtig, dass die Plastizität des Gehirns durch die Förderung kreativer Fähigkeiten angeregt wird.

Eine verstärkte kreative Bildung inner- und außerhalb des Lehrplans ist deshalb unbedingt anzustreben – auch in dieser Hinsicht gilt es für das *kreativland.HUB*, entsprechende bestehende Initiativen (wie etwa *bilding. Kunst- und Architekturschule* in Innsbruck oder die zahlreichen sonstigen Initiativen zur Förderung der Kreativität bei Kindern und Jugendlichen, die bereits in ganz Tirol angeboten werden) zu unterstützen und gemeinsam mit ihnen neue Aktivitäten und Programme zu entwickeln.

Substanzielle Absicherung und Weiterentwicklung bestehender Bildungs- und Vermittlungseinrichtungen

Wie an anderer Stelle erwähnt: Die bereits bestehenden Bildungs- und Vermittlungseinrichtungen in Tirol, die sich in Österreich und darüber hinaus zu Vorzeigeprojekten entwickelt haben, sind ein wichtiger Teil der Kreativszene des Landes und müssen in ihrer Arbeit auch durch entsprechende öffentliche Zuwendungen substanziell abgesichert und weiterentwickelt werden. Insbesondere zu nennen sind hier:

- **aut. Architektur und Tirol**
- **WEI SRAUM. Designforum Tirol**
- **bilding. Kunst- und Architekturschule**
- **die Bäckerei Kulturbackstube**

3.f kreativland.DIGITAL

Ist die zentrale Informations- und Vernetzungsplattform für alle Angebote und Aktivitäten der Kreativwirtschaft Tirols.

Der Offensive *digital.tirol* folgend, ist es selbstverständlich eine prioritäre Aufgabe des *kreativland.HUB*, bestimmte Dienstleistungen und Angebote zu digitalisieren und somit die Website **kreativland.tirol** zur Online-Serviceplattform auszubauen. – Hier eine Auswahl an Angeboten, die dafür in Frage kommen:

- Der **kreativland.TOURISMUS** braucht eine Online-Plattform. Deshalb schlagen wir eine integrierte Buchungsplattform nach dem Vorbild von *airbnb* vor. Dort werden Buchungen, sowohl von Coworking und Coliving als auch touristischen Angeboten (Hotel, Pension, Ferienwohnungen, Freizeitangebot), vorgenommen. Die Entwicklung und Vermarktung dieser Plattform soll in Zusammenarbeit mit der Tirol Werbung und anderen potenziellen Partnern erfolgen. Umsätze werden durch Vermittlungsprovisionen generiert und tragen zur Budgetfinanzierung bei.
- **Bekanntmachungsplattform** für Ankündigungen, Ausschreibungen, Wettbewerbe, Events und Veranstaltungen. Beim Blog kann man auch noch eine Votingfunktion zum Abstimmen in der Community einbauen. Somit sind kleine Meinungsumfragen zum Einbinden der Gemeinschaft jederzeit möglich.
- **Crowdsourcing** erleichtert das Einreichen und Umsetzen von Ideen und bietet auch die nötige Transparenz für die Community. Auf diese Weise können auch Teilnehmer für das Accelerator-Programm gefunden werden. Bekanntmachung, Crowdsourcing und Crowdfunding hängen inhaltlich zusammen und können daher auch als gemeinsames Tool gestaltet werden. Crowdfunding bietet eine zusätzliche Möglichkeit zur Finanzierung der selektierten Projekte und kann zu einem späteren Zeitpunkt die Crowdsourcing-Plattform ergänzen. In diesem Bereich gibt es auch bereits anerkannte Anbieter, mit denen eine Kooperation anzustreben ist. Deren Technologie könnte als eine Whitelabel-Variante in die kreativland.tirol-Website integriert werden.⁴⁵
- Eine **Online-Job-Börse** für Aufgaben und Arbeitsplätze im kreativwirtschaftlichen Bereich. Dieses Tool kann auch in die Bekanntmachungsplattform miteingebunden werden.
- Ein **Online-Forum** zur Diskussion und zum Austausch in der Community rundet das Angebot an Online-Tools ab.

⁴⁵ <https://www.neurovation.net/>

4. kreativland.EVENTS

Veranstaltungen für die Community – und natürlich für alle Menschen in Tirol

»So gut wie immer hat die kreativ engagierte Minderheit die Welt
in einen besseren Ort verwandelt.«⁴⁶

Tradition und Brauchtum werden in Tirol groß geschrieben. Dadurch ergibt sich auch eine tendenziell konservative Lebenseinstellung und eine Portion Skepsis dem Neuen und Anderen gegenüber. Infolge auch ein verhaltener Zugang zu Kunst, Kultur und Kreativität.

Dass diese Haltung auf kreative Menschen mitunter nicht unbedingt animierend wirkt, in diesem Land zu leben und zu arbeiten, wird bei der eingangs bereits erwähnten Studie der Wirtschaftskammer Tirol und Standortagentur Tirol „Zukunftsbranche Kreativwirtschaft“ mehr als deutlich: „Die konservative Einstellung der hiesigen Gesellschaft und die daraus resultierende geringe Nachfrage nach kreativer Leistung“ empfänden viele als Hemmschuh, heißt es dort, weshalb das Land für Kreative „derzeit nur bedingt attraktiv“ ist.⁴⁷

Genau bei diesem Umstand sollte man deshalb ansetzen und versuchen, durch gezielte Veranstaltungen mit breiter öffentlicher Wirkung Skeptikern den Wind aus den Segeln zu nehmen und sie eines Besseren zu belehren.

„Best Practice“-Beispiele und Showcases zu strategischen Leitthemen sollen den Menschen zeigen, wie aus Kreativität Innovation entsteht und somit Probleme des Alltags und der Zukunft proaktiv und anders angegangen werden können. Dies ist ein Ansatz, um die gegebene Skepsis aufzuweichen und starke Argumente für eine verstärkte Einbindung der Kreativwirtschaft in Problemlösungsprozesse der Wirtschaft, der Gesellschaft und somit des Lebensraums in Tirol aufzuzeigen.

Kreativveranstaltungen wären natürlich nicht nur für die Einheimischen interessant, sondern durch Promotion und Vermarktung im touristischen Bereich könnten auch viele Menschen aus dem Ausland nach Tirol gebracht werden. Die Mischung des Prinzips des kreativland.TOURISMUS mit dem Festival wäre sinnvoll und würde auch gleich die Aktivitäten dieses Programms in aller Welt promoten.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wird es nicht reichen einmal im Jahr einen kreativland.KONGRESS oder ein kreativland.EVENT auszurichten, denn damit werden hauptsächlich Spezialisten und Leute aus der Branche erreicht.

Um ein breiteres Publikum anzusprechen und vor allem die Einheimischen und Touristen mit der Kreativwirtschaft in Kontakt zu bringen und zu zeigen, dass Kreativität eine Voraussetzung für Innovation und gute Problemlösungen ist, sollte das Thema breiter und vor allem länger angelegt werden: Ein **kreativland.FESTIVAL** für ganz Tirol über ein Monat hinweg wäre ein möglicher Ansatz dafür.

⁴⁶ Martin Luther King

⁴⁷ Zukunftsbranche Kreativwirtschaft, 2011 initiiert von der Wirtschaftskammer Tirol und der Standortagentur Tirol

4.a kreativland.SOMMER.tirol ein Festival der Kreativität für Tirol

kreativland.SOMMER.tirol ist eine Idee für ein zweijährlich stattfindendes, großes Festival der Kreativität für ganz Tirol zu wechselnden strategischen Leitthemen. Es soll eine Vielzahl von Events, Performances, Präsentationen, Vorträgen, Diskussionen, Happenings, Installationen unter der Dachmarke „kreativland.SOMMER.tirol“ vereinen.

Diese werden über das ganze Land verteilt (vgl. Kap. 3.b und 5, kreativland.DOCKS) und in Partnerschaft mit der kreativen und lokalen Wirtschaft, mit den Kommunen (Bezirke, Gemeinden) und Tourismusverbänden (TVBs) sowie Bildungs-, Vermittlungseinrichtungen und Institutionen abgehalten. Inspirierende Vorbilder in Österreich dafür sind etwa die *Vienna Design Week* (10 Tage) und der *Designmonat Graz* (ca. 30 Tage).

Eine Festivalzentrale in Innsbruck bildet die Hauptanlaufstelle für die Besucher und Interessierten. Dort befindet sich auch eine Ausstellung, die in das Leitthema einführt und kuratierte Festivalbeiträge beleuchtet. Zusätzlich zur Ausstellung sorgt ein mehrtägiger Fachkongress für die Vertiefung ins Thema, der auch in der Festivalzentrale verortet ist. Passende Festivalzentralen wären z.B: Haus der Musik, BTV Stadtforum und andere!

Der **kreativland.KONGRESS** (siehe unten) wird den *kreativland.SOMMER.tirol* in der Landeshauptstadt eröffnen, alle weiteren Programmpunkte werden sich übers ganze Land verteilen. Das Programm wird von Experten kuratiert, zusätzlich kann mittels Crowdsourcing auch die *kreativland.COMMUNITY* mit ausgewählten Projekten beitragen. Über einen Wettbewerb können sich interdisziplinäre Teams mit Ideen für Programmpunkte im Festival einbringen und somit das Programm mitgestalten.

Die Hauptquellmärkte für den Tiroler Tourismus sind Deutschland, Holland, Österreich, Schweiz & Liechtenstein und England. Diese Länder sind auch in der Förderung der Kreativwirtschaft sehr gut aufgestellt. Vor allem Holland und Deutschland können es mit einer sehr starken Design- und Kreativlandschaft aufwarten. Man sollte dieses Potenzial nutzen und diese Länder als Partner in die Events mit einbinden. Darüber hinaus könnte es jedes Jahr ein alternierendes Land als „Guest of Honour“ geben. Somit können wir von unseren Gästen lernen und noch enger zusammenarbeiten.

Ziel ist es, für gute kreative Lösungen zu werben, zu sensibilisieren und das Leitthema einer breiten Öffentlichkeit näher zu bringen. An Hand von aktuellen und „Best Practice“-Beispielen soll gezeigt werden, was Kreativität und Innovation alles zu leisten imstande ist. Die Vernetzung der lokalen mit der internationalen Kreativwirtschaft und deren Verknüpfung mit der Tiroler Wirtschaft ist ein weiteres wesentliches Ziel.

Bisher ist Tirol ja hauptsächlich als herausragende Tourismus-Region in der Welt bekannt. Ein solches Festival könnte Tirol in einem neuen Kontext positionieren, entlang der Grundfrage: **Wie können durch nachhaltige Ideen, Kreativität und Vernetzung der richtigen Akteure Innovationen und somit Lösungen für die Zukunft des Alpenraums entstehen. – Ein Showcase für das ganze Land und seine Wirtschaft, der zeigt, wie durch**

gezielte Förderung der Kreativwirtschaft ein reales Wirtschaftswachstum und eine nachhaltige Steigerung der Lebensqualität im Lebensraum Tirol möglich ist.

Das Programm wird so angelegt, dass wichtige Programmpunkte zeitlich und örtlich arrangiert um die Wochenenden stattfinden. Dadurch lassen sich unterschiedliche Festivalpakete schnüren. Frei nach dem *kreativland.TOURISMUS*-Prinzip, wird das Festivalprogramm mit einem ausgewählten touristischen Angebot verknüpft und als Coworkation-Angebot für Design- und Kreativ-Begeisterte vermarktet. Die Programmpunkte werden filmisch dokumentiert und sind online abrufbar über einen YouTube-Channel (*kreativland.TV*). Partnerschaften mit lokalen TV-Sendern sind anzustreben.

Die Finanzierung des *kreativland.SOMMER.tirol* muss mehrschichtig erfolgen, neben einer öffentlichen Basisfinanzierung, etwa durch Tirol Werbung und Land Tirol, tragen mit Fortdauer selbstverständlich eigenerwirtschaftete Mittel aus Sponsoren, Ticketverkauf, Tourismus und Cross-Selling maßgeblich zum Gesamtbudget bei. – Zur Orientierung: Der Designmonat in Graz wird mit jährlich ca. € 400.000,- aus dem Budget des Landes Steiermark unterstützt.

4.b kreativland.KONGRESS

Der *kreativland.KONGRESS* soll, wie bereits erwähnt, den Opening-Event des *kreativland.SOMMER.tirol* bilden und das Leitthema des Festivals aus den verschiedensten Perspektiven im Detail beleuchten. Das *kreativland.SOMMER.tirol*-Festival an sich ist eher auf die Vermittlung von kreativwirtschaftlichen Themen an eine breite Masse ausgelegt.

Im Kontext dazu wäre der *kreativland.KONGRESS* ein ein- bis zweitägiges Forum für Experten der verschiedensten Bereiche aus und um die Kreativwirtschaft. Ein gutes Vorbild für dieses Setup wäre etwa die DRIVE-Konferenz, die im Zuge der *Dutch Design Week* in Eindhoven abgehalten wird. Es geht um das Lernen von anderen, um Austausch von Know-how. Die Vernetzung von Experten untereinander als auch mit der Wirtschaft und diversen Institutionen ist ein weiteres Ziel. Auch die im *kreativland.ACCELERATOR* entwickelten Lösungen können hier der Öffentlichkeit vorgestellt und auch prämiert werden. (*kreativland.AWARD*)

In Form von Impulsvorträgen, Keynote Sessions, Workshops und interaktiven Formaten soll den Besuchern das Leitthema nähergebracht werden.

Die Basisfinanzierung des *kreativland.KONGRESS* soll aus dem Budget für den *kreativland.SOMMER.tirol* erfolgen. Ergänzende Finanzierungsbeiträge liefern der Verkauf von Tickets und Sponsoring-Paketen.

4.c Überblick zu existierenden Kreativ-Festivals

FORUM CREATIVE INDUSTRIE⁴⁸ Ein Festival für Innovation und Kreativität in der Tabakfabrik in Linz, ging 2018 in die 5. Auflage. Es wird organisiert von der CREATIVE REGION Linz und jährlich im Dezember abgehalten. Die Tabakfabrik Linz ist einer der internationalen Kreativwirtschafts-Hotspots. Thema und Location der 5. Festival-Ausgabe: Unter dem Motto 'THE FABULOUS FACTORY' werden die Tabakfabrik und die dort angesiedelten Unternehmen und Projekte im Rahmen der OPEN STUD/OS erlebbar und begreifbar gemacht. Es werden auch Workshops rund um die Themenbereiche NEW WAYS OF WORK, KOMMUNIKATION und MARKETING angeboten. Ein absolutes Highlight sind die NITE & KEYNOTES. Den Abschluss bildet das Forum Creative Industries mit dem INNOVATION CITIES SYMPOSIUM.

VLOW!⁴⁹ Festival in Bregenz, im Zwischenraum Kommunikation, Design, Architektur eine internationale Plattform für Bildung, Begegnung, Vernetzung. Sie beschäftigt sich mit Kommunikationsstrategien im Raum und innovativen Arbeits- und Kooperationsprozessen. Teilnehmende sind GrafikdesignerInnen und ArchitektInnen, SzenografInnen, FotografInnen, Audio/Video-GestalterInnen und Führungskräfte aus den Bereichen Branding, Marketing und Werbung. Veranstaltet wurde die VLOW! im Bregenzer Festspielhaus von Kongresskultur Bregenz. Die VLOW! gibt es inzwischen nicht mehr. Sie wurde biennial abgehalten, dauerte 2 Tage und hatte ca. € 200.000 Budget. Diverse Partner aus der Wirtschaft und vor allem Zumtobel sponserten einen Teil davon und organisierten auch die teils weltbekanntesten Keynote Speaker (z.B. Bjarke Ingels BIG). Der Rest des Budgets kam aus Förderungen und Ticketverkauf.

Forward⁵⁰ Festival für Kreativität, Design und Kunst in Wien, München, Hamburg und Zürich. In Wien fand es 2019 vom 4.-6. April im Gartenbaukino statt. Die besten internationalen und lokalen kreativen Köpfe kommen zusammen und geben Einblicke in ihre Erfolgsgeschichten. Es gibt eine Vielzahl von Talks, Keynotes und Happenings.

DRIVE⁵¹ Festival für Design Research & Innovation, findet jährlich im Oktober im Zuge der Dutch Design Week⁵² in Eindhoven statt und wird von CLICKNL veranstaltet. Es dient als Forum für Designer, Forscher, Entwickler und Personen aus Wirtschaft, Industrie, Politik usw. Im Jahr 2019 konzentriert sich DRIVE auf die Rolle der Kreativwirtschaft in der auf Missionen ausgerichteten Innovationspolitik⁵³ und die darin genannten gesellschaftlichen Herausforderungen zu den Themen: Landwirtschaft, Wasser und Lebensmittel, Gesundheits- und Gesundheitsfürsorge, Energiewende & Nachhaltigkeit, Sicherheit. Die innovativen Projekte in diesen Bereichen und deren Präsentationen und Vorträge werden zum Teil mittels Crowdsourcing direkt aus der Kreativcommunity⁵⁴ bezogen.

Designmonat Graz⁵⁵ Der Designmonat Graz bündelt und verdichtet die Energie der steirischen Kreativwirtschaft innerhalb eines Monats, macht sie nach außen hin sichtbar und leistet somit einen zentralen Beitrag zur Verankerung der Kreativwirtschaft im Bewusstsein der Menschen. Er bietet innovativen Projekten – sei es auf experimenteller oder auf kommerzieller Ebene – einen (Zeit-)Raum und schärft damit die Wahrnehmung für die Bedeutung von Design: Dabei geht es nicht um die rein dekorative Behübschung (Design als Styling), sondern um die ökonomische Relevanz (Design als Entwicklungs- und Wertschöpfungsprozess) sowie um die Transformationskraft von Design in Wirtschaft und Gesellschaft. Neben den jährlichen Formaten, wie **Design in the City**, der **CIS-Design Battle** und **Ausstellungen im designforum Steiermark** sowie dem **Schloß Hollenegg for Design**, ist die **UNESCO City of Design Istanbul 2019 enger Kooperationspartner** der Creative Industries Styria. Weiterer fester Programmpunkt ist das **Designfestival assembly**,

⁴⁸ <https://www.forumcreativeindustries.at/>

⁴⁹ <http://www.vlow.net>

⁵⁰ <https://www.forward-festival.com/vienna/overview>

⁵¹ <https://www.clicknl.nl/en/drive>

⁵² <https://www.ddw.nl/en/about-ddw>

⁵³ <https://www.clicknl.nl/en/knowledge-and-innovation-agenda/mission-driven-innovation/>

⁵⁴ https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfnutlPCkanPGDJLRfYdEloegDR6_47e6Rkl1f5GhABuP4zg/viewform?vc=0&c=0&w=1

⁵⁵ <https://www.designmonat.at/>

welches einen **Schwerpunkt auf Modedesign** setzt. 2019 liegt der Programmfokus des Designmonat Graz auf dem Thema „**Frauen & Design**“. – Das Budget für den Designmonat liegt bei ca. € 400.000 und ist im Jahresbudget der CIS enthalten. Im ersten Jahr (2008) hatten sie ca. 40.000 Besucher, inzwischen verzeichnet man ca. 100.000 Besucher. Der Begriff „Designmonat“ fungiert als Dachmarke und versammelt die einzelnen Aktivitäten unter einem einheitlichen Auftritt. Ökonomische Relevanz sowie die Transformationskraft von Design in Wirtschaft und Gesellschaft sind die Leit motive der Veranstaltung.

VIENNA DESIGN WEEK⁵⁶ Die VIENNA DESIGN WEEK ist Österreichs größtes kuratiertes Designfestival. Seit 2007 bespielt sie Wien mit zuletzt rund 200 Veranstaltungen mit 40.000 BesucherInnen. 2019 wird die VIENNA DESIGN WEEK vom 27. September bis zum 6. Oktober stattfinden. Dabei werden übersehene Ecken der Stadt zum Schauplatz für Gestaltung, kritische ebenso wie spielerische Auseinandersetzung, niederschwellige Vermittlung genauso wie fachlicher Diskurs entdecken neue Perspektiven auf die Gegenstände, die uns umgeben, und Entstehungs- sowie Produktionsprozesse werden oft experimentell und direkt vor Ort offengelegt. Im Mittelpunkt der VIENNA DESIGN WEEK steht das vielfältige Schaffen, das die Qualitäten der heimischen Designszene ausmacht: Produkt-, Möbel- und Industriedesign, Architektur, Grafik- und Social Design sowie experimentelle und digitale Ansätze. Das Festival arbeitet gezielt daran lokale Potenziale international zu vernetzen, was sich auch im Programm niederschlägt. Neben den Festivalformaten, wie Passionswege, Stadtarbeit, Labor/Grafik, Debüt und Urban Food & Design, setzt die VIENNA DESIGN WEEK Schwerpunkte mit jeweils aktuellen Themen. Eine weitere Ergänzung des Festivalprogramms sind die von den zahlreichen Programmpartnern gestalteten Beiträge.

⁵⁶ <https://www.viennadesignweek.at/>

5. kreativ.QUARTIER(E)

Ein Leuchtturmprojekt für die Kreativbranche des Landes in Innsbruck mit Außenstellen (»kreativ.DOCKS«) in allen Bezirken.

Anspruchsvolle, spektakuläre Architektur entspringt unmittelbar der Kreativwirtschaft und ist ein Statement für sich. Sie macht international auf sich aufmerksam, zieht Menschen an und regt Diskussionen an – Dinge, die für die Kreativwirtschaft überaus wichtig sind!

Linz ist hierbei einer der Vorreiter in Österreich mit der Umnutzung und Entwicklung der Tabakfabrik in Linz. In der Schweiz im Engadin ist das InnHUB von Sir Norman Foster in Planung und Kopenhagen hat mit Rem Koolhaas das BLOXHUB realisiert.

Das **kreativ.QUARTIER** in Innsbruck wäre ein architektonisches Leuchtturm-Projekt in der Mitte der Stadt, das auf Tirol und seine Kreativwirtschaft regional und international aufmerksam macht und damit den wertschätzenden Umgang des Landes mit seinen Kreativen eindrucksvoll unterstreicht. – Es geht dabei allerdings nicht nur um Auffallen und um Setzung eines Zeichens. Durch ein entsprechendes Bauwerk würde sich auch die Möglichkeit weiterer Geschäftsmodelle ergeben. Durch das Einmieten von Firmen und durch die Vermietung von Event-Locations werden zusätzliche Umsätze zur Basisfinanzierung generiert. Es kann sich sowohl um einen Neubau als auch um die Umnutzung einer bestehenden Struktur handeln.

In Linz z.B. werden die nicht denkmalgeschützten Teile der **Tabakfabrik** von Peter Behrens abgerissen und mit der Firma *Bodner Bau* als Investor ein neuer Bauteil entwickelt. Dafür werden € 110 Mio. vom Investor eingebracht, der sich in einem internationalen Bieterverfahren durchgesetzt hat.

Der Betreiber der Tabakfabrik in Linz hat darüber hinaus bereits das Konzept der AUTline⁵⁷ entwickelt. Sie sehen die Westbahnstrecke als „Produktionsband“ durch Österreich, an dem kreative Arbeiter quer durch Österreich verteilt werden können. Eine enge Kooperation mit Linz ist daher sinnvoll.



⁵⁷ <https://tabakfabrik-linz.at/2018/01/autline-die-hubtische-produktionskette-der-creative-industries/>

kreativ.DOCKS in ganz Tirol

Da Tirol an sich durch seine Topographie regional stark gegliedert ist, wäre es auch sinnvoll, ergänzend zum zentralen HUB in der Landeshauptstadt – dem **kreativland.QUARTIER** – in den Bezirkshauptstädten kleinere **kreativland.DOCKS** anzubinden. Diese kleineren Zentren verteilen das Potenzial auf das ganze Bundesland Tirol und ermöglichen somit auch in abgelegeneren Teilen einen besseren Zugang zu kreativwirtschaftlichen Strukturen. Die **kreativland.DOCKS** würden in Zusammenarbeit mit lokalen Investoren und Kommunen entwickelt, gefördert und betrieben.

Auch sind diese **kreativland.DOCKS** integraler Bestandteil des Projekts **kreativland.TOURISMUS**, indem sie Kreativtouristen und ansässigen Kreativen die darin angebotenen Features, wie FabLabs, Werkstätten und Ateliers, zur Verfügung stellen.

Rund um diese **kreativland.DOCKS** kann sich ein reichhaltiges Angebot an eindrucksvollen Coworkation-Orten entwickeln, die von dieser Infrastruktur profitieren.

5.1 Vorbilder für das kreativland.QUARTIER

BLOXHUB in Kopenhagen⁵⁸

BLOXHUB ist eine gemeinnützige Organisation – ein interdisziplinärer Coworking-Space für Unternehmen, Organisationen und Forscher, die sich auf nachhaltige Urbanisierung konzentrieren. BLOXHUB wurde 2016 von Realdania, der Stadt Kopenhagen und dem Ministerium für Industrie, Wirtschaft und Finanzen gegründet. BLOXHUB hat sich zum Ziel gesetzt, weltweit zu einer nachhaltigen Urbanisierung beizutragen.

Entworfen und gebaut wurde das BLOXHUB im Zentrum von Kopenhagen vom holländischen Stararchitekten Rem Koolhaas. Im BLOXHUB sind auf 28.000 m² folgende Einrichtungen untergebracht:

- ein großer interdisziplinärer Co-Workingspace für 500+ Personen
- das Danish Architecture Centre
- die „Golden Gallery“ mit der Installation „Multiple Shadow House“ von Olafur Eliasson
- ein Spielplatz
- Büros
- ein Fitnessstudio
- ein Restaurant
- eine öffentliche Tiefgarage mit 300 Stellplätzen

Finanziert wird das BLOXHUB aus Mitgliedsbeiträgen, Mieteinnahmen und Einnahmen aus Dienstleistungen. BLOXHUB hat ein Jahresbudget für den Betrieb von ca. 4 Mio. €.



⁵⁸ <https://bloxhub.org/>

InnHub in La Punt im Engadin⁵⁹

Der *InnHub* soll Einheimischen und Auswärtigen mitten im Dorf moderne Büros und Räume für Workshops zur Verfügung stellen. Ein Sportzentrum, ein Café, ein Laden für einheimische Produkte und ein überdachter Dorfplatz machen ihn zum «Dorf im Dorf» für alle Generationen. Diese „Arbeitstouristen“ sind eine große Chance, denn sie kommen dann, wenn Hotels und Ferienwohnungen Kapazitäten frei haben. Der *InnHub* ist eine gemeinsame Initiative von Einheimischen, Gästen und der Gemeinde. Er ist privat finanziert und der Betrieb ist nicht gewinnorientiert! Der Architekt Norman Foster ist eng mit dem Engadin verbunden und hat den HUB entworfen. Auf der Fläche von einem Fußballfeld wird das Gebäude im Ort errichtet. Die *InnHub La Punt AG* wird den Betrieb sicherstellen. Sie ist eine AG mit genossenschaftlichem Charakter. Die Baukosten werden auf ca. € 35 Mio. geschätzt.



Tabakfabrik Linz⁶⁰

Ein kreatives Leuchtturmprojekt für Linz, Oberösterreich und ganz Österreich – aus der ehemaligen Zigarettenproduktion der Austria Tabak wurde ein „kreativer Konzern“. Initiiert von der Stadt Linz 2012 mittels einer Anschubfinanzierung von € 7 Mio. Gründung der Tabakfabrik Linz Entwicklungs- und Betriebsgesellschaft mbH durch die Stadt Linz. 80.000 m² vermietbare Fläche, durch Vermietung und Events ist die Tabakfabrik bereits seit 2014 in der Gewinnzone! Mieter werden mittels Kuratierungsprozess ausgewählt, um bestmöglich in den Organismus Tabakfabrik zu passen. 590 Firmen sind auf der Warteliste.

Eine ausgewogene Mischung aus Mietern die in verschiedenen Phasen ihrer Unternehmensentwicklung stehen (Ideenphase, Start-up-Phase, Etablierungs- und Reifephase, Krisen- und Restrukturierungsphase) wird angestrebt. Ausbau der Tabakfabrik auf 126.000 m² zusammen mit dem Investor BODNER Bau.



⁵⁹ <https://www.miaengiadina-innhub.ch/>

⁶⁰ <https://tabakfabrik-linz.at/>

kreativ.land.tirol

// 2025

Unsere Vision:

Tirol soll bis zum Jahr 2025
zu einem kreativen Kraftzentrum
im alpinen Raum werden.