



kreativland.tirol: Von Linz lernen,

Kreativwirtschaft. Linz liefert mit der Tabakfabrik und der Creative Region die Benchmarks für eine florierende Verortung kreativer Transformationsprozesse, die jede Branche vor gigantische Herausforderungen stellt. „Die Kreativität ist das Schmiermittel“, stellte Chris Müller-Bergmann, Direktor der Tabakfabrik Linz, bei seinem Besuch in Tirol fest.

Es tut sich was. Es tut sich richtig viel Gutes. Mit der Gründung des kreativland.tirol ist es vergangenes Jahr gelungen, die Kreativwirtschaft des Landes zu vernetzen und zusammenzuspannen. Corona-bedingt hatte der Start des kreativland.tirol verschoben werden müssen, doch die rundum wilden und viel neues Denken herausfordernden Monate hatten das Bewusstsein gegenüber der Kraft der Kreativität weiter geschärft und Ende Juli 2020 zum offiziellen Startschuss des kreativland.tirol geführt. „Eingebettet in die Clusterorganisation der Standortagentur Tirol stehen den heimischen Kreativwirtschafts-Unternehmen zudem die richtigen Ressourcen und Kontakte zur Verfügung, um erfolgreich zu kooperieren und zu wachsen“, hatte Marcus Hofer, Geschäftsführer Standortagentur Tirol, anlässlich der Gründung festgestellt.

Erfolgreich kooperieren und wachsen sind die treibenden Worte, die in der Zwischenzeit viel bewegt haben. Der Tiroler Kreativwirtschaft beziehungsweise der für alle Bereiche der Wirtschaft notwendigen Kreativarbeit einen Ort zu geben ist dabei ein entscheidender Knackpunkt. Anfang September 2021 wurde ein großer Schritt gesetzt, um dieses Kreativquartier näher rücken zu lassen und der Bewegung selbst einen neuen Takt zu verleihen. „Die Kreativwirtschaft macht sich immer stärker bemerkbar. Bei unserem Termin mit Wirtschaftslandesrat Anton Mattle haben Chris Müller-Bergmann, der Direktor der Tabakfabrik Linz, und der Leiter der Creative Region Linz & Upper Austria, Georg Tremetzberger, die Erfolgsfaktoren der Kreativwirtschaft dargestellt, Zahlen und Fakten auf den Tisch gelegt und inspirativ gekämpft um das, was wir wollen“, sagt Tom Jank, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der WK Tirol. Bei Landesrat Anton Mattle stießen die Kreativ-Kämpfer auf offene Ohren. Kurz nach dem



„Man muss Österreichs
Kreativquartiere
zusammenschließen, denn
Innovationsnetzwerke entstehen
nicht zufällig.“

Chris Müller-Bergmann

Treffen im Landhaus wurde Mattle in der Tiroler Tageszeitung damit zitiert, dass es nicht nur darum gehe, dass sich mehr Unternehmen der Kreativwirtschaft in Tirol ansiedeln, sondern auch darum, den Standort langfristig zukunftsfit zu machen. Im Rahmen der Tiroler Wirtschafts- und Innovationsstrategie gelte es, die nächsten Schritte identifizieren und diese „gemeinsam mit den Pionieren der Kreativwirtschaft Tirol“ umzusetzen.

Unkompliziert andocken

Der Besuch der Oberösterreicher war der Auftakt für mehr. Auch für mehr kollaborative Kooperation der Kreativen, die mit der „AUTline“ eine neue, ungewöhnliche und im wahrsten Sinn des Wortes bewegte Vernetzung erwarten dürfen. „Die Idee gibt es seit drei bis vier Jahren. Covid war dabei ein Brandbeschleuniger“, sagt Chris Müller-Bergmann. Die Westbahnstrecke der ÖBB bildet für die AUT-

line die elegante Basis-Infrastruktur.

Im Jänner 2021 fand die Auftaktveranstaltung zum Thema Innovation-Hubs am Beispiel der Revitalisierungsbestrebungen der Remise Amstetten statt. In diesem Rahmen präsentierte Chris Müller-Bergmann die Idee, entlang der gesamten Strecke HUBs zu entwickeln, die durch die Infrastruktur der ÖBB verbunden sind. Das Konzept sieht vor, dass es den Kreativen entlang dieses Bandes unkompliziert ermöglicht wird, zu den Werkstätten, Fab-Labs, Kreativitäts-Kathedralen oder Programmierstuben zu fahren, dort zu arbeiten, zu schlafen und wieder zurück zu fahren. Mit der Triebkraft der Kreativwirtschaft könnte so der vielbejammerte Braindrain gestoppt und mit den Work- und Living-Labs ein pulsierendes Band durch Österreich gezogen werden, das ein zugkräftiges europäisches Pendant zu Tel Aviv und dem Silicon Valley bildet. Mit vernetzten Strukturen.



© CMB.industries/Michael Hozer

mit ganz Österreich arbeiten

„Man muss Menschen und Kompetenzen an einem Ort zusammenbringen und Österreichs Kreativquartiere zusammenschließen, denn Innovationsnetzwerke entstehen nicht zufällig. Innerhalb dieser Netze können die digitalen Nomaden – wie vor ihnen die Zimmerleute, die auf Walz, oder Dombauer, die auf Tippelei gingen – ihre Qualitäten weiter ausbauen und durch Kollaboration wachsen. Hier trennen wir auch nicht zwischen technischen oder künstlerischen Innovationen, denn das gehört alles zusammen. Unser Ziel muss sein, einen Verbund zu kreieren, der durch seine Attraktivität auf internationaler Ebene Bedeutung erlangt und dadurch Talente nach Österreich zieht“, erklärt Chris Müller.

Wirtschaftswunder Tabakfabrik

Um diese Vision Realität werden zu lassen, braucht es eben die Andock-Orte entlang der Strecke. Auch in Tirol, wo Chris Müller-Bergmann und Georg Tremetzberger Anfang September nicht nur den AUTline vorstellten, sondern anhand des „Wirtschaftswunders Tabakfabrik“ aufzeigten, wie erfolgreich die Kreativwirtschaft strahlen kann, wenn Rückendeckung und Rahmenbedingungen passen.

„Wir trennen nicht zwischen technischen oder künstlerischen Innovationen, denn das gehört alles zusammen.“

Chris Müller-Bergmann

Mit dem Ende für die traditionsreiche Linzer Tabakproduktion im Herbst 2009 waren in der „Tschickbude“ auch 284 Industriearbeitsplätze verloren gegangen. Das riesige Areal erhielt eine neue, offene und magnetische Widmung und zwölf Jahre später ist dieser Verlust mehr als wettgemacht. Chris Müller-Bergmann: „Aktuell arbeiten auf dem Areal rund 3.000 Menschen auf insgesamt 80.000 Quadratmetern. Das Areal wird aber ständig erweitert, im Endausbau werden 5.000 Personen Zugang zu einem Arbeitsplatz in der Tabakfabrik haben. Von typischen Technologie-Start-ups über Ein-Personen-Unternehmen aus Bereichen wie Design, Kunst oder Sozialem bis zur Kunstuniversität Linz reicht die Palette.“ Im März 2021 wurde mit der Umsetzung des Neubauprojektes Quadrill begonnen, wo die Tiroler Bodner-Gruppe 190 Millionen Euro investiert und wo nicht nur Zusatzplatz zum Arbeiten sondern auch zum Wohnen geschaffen wird.

Erfolgsrezept Diversität

Dass die Tabakfabrik als Leuchtturm gilt, hat viele Gründe, gelingt es den Verantwortlichen doch, auf dem Areal kleine und große Organisationen, lokale und globale Unternehmen zu vereinen und innerhalb einer einzigartigen Innovationsökologie in Einklang zu bringen. Diese Diversität unterscheidet das Kreativzentrum im Herzen von Linz von anderen, oft homogenen Innovations-Hubs und sie befeuert auch die Kollaboration entlang ganzer Wertschöpfungsketten.

Mehr als 250 Unternehmen, Organisationen, Start-ups und Initiativen sind Teil dieses Ökosystems, in dem Ermöglichung ein Leitgedanke ist. So können Jung-Entrepreneure nicht nur auf klassische Büroinfrastrukturen sondern für wenig Geld etwa auch auf 3-D-Drucker zurückgreifen, wenn sie das wollen. „Die Tischlerin braucht keine Maschinen kaufen, die haben wir“, lenkt Müller-Bergmann den Blick zum großen Maschinenpark der Fabrik, der nicht nur den „Tabakfabrikanten“ zur Verfügung steht: „Ab einem Alter von sechs Jahren kann man dort Schweißen lernen, es gibt Schweißen auch für Ladies only oder Glasblasen, es ist einfach fantastisch, wenn man da durchgeht.“

„Unser Ziel muss es sein, einen Verbund zu erzielen der durch seine Attraktivität auf internationaler Ebene Bedeutung erlangt und so Talente nach Österreich zieht.“

Chris Müller-Bergmann

Klingt nach einem großen Ausprobier-Quartier – und das ist es auch. „Ein weiteres großes Thema der Tabakfabrik ist es, die lokale Produktion zurückzuholen. Für Tirol sind da die Rolff-Brillen ein gutes Beispiel. Es geht um die Frage, wie ich den Mehrwert eines lokal produzierten Produktes kommunizieren kann. Die Kreativschaffenden können hier Innovationen anstoßen“, weiß Creative Region-Chef Georg Tremetzberger, der zudem betont: „Die Leute kommen mit extrem vielen Ideen, mit Rohdiamanten. Unsere Aufgabe ist es, Produkte daraus zu schleifen, damit man nicht beim Stammtischbier hängen bleibt und sagt, schön wär’s.“ Dieses Bier sollte nie getrunken werden müssen. Nirgendwo.

„In der Tabakfabrik wird seit 350 Jahren produziert. Erst Textilien, dann Tabak und jetzt Kreativität. Sie ist das Schmiermittel für die Transformation, die vor uns liegt“, betont Chris Müller-Bergmann und stellt zur angestrebten, großen Kollaboration der Kreativschaffenden klar: „Wir haben nicht vor, einen Kuchen zu verteilen, sondern gemeinsam eine Konditorei zu bauen.“ ▲