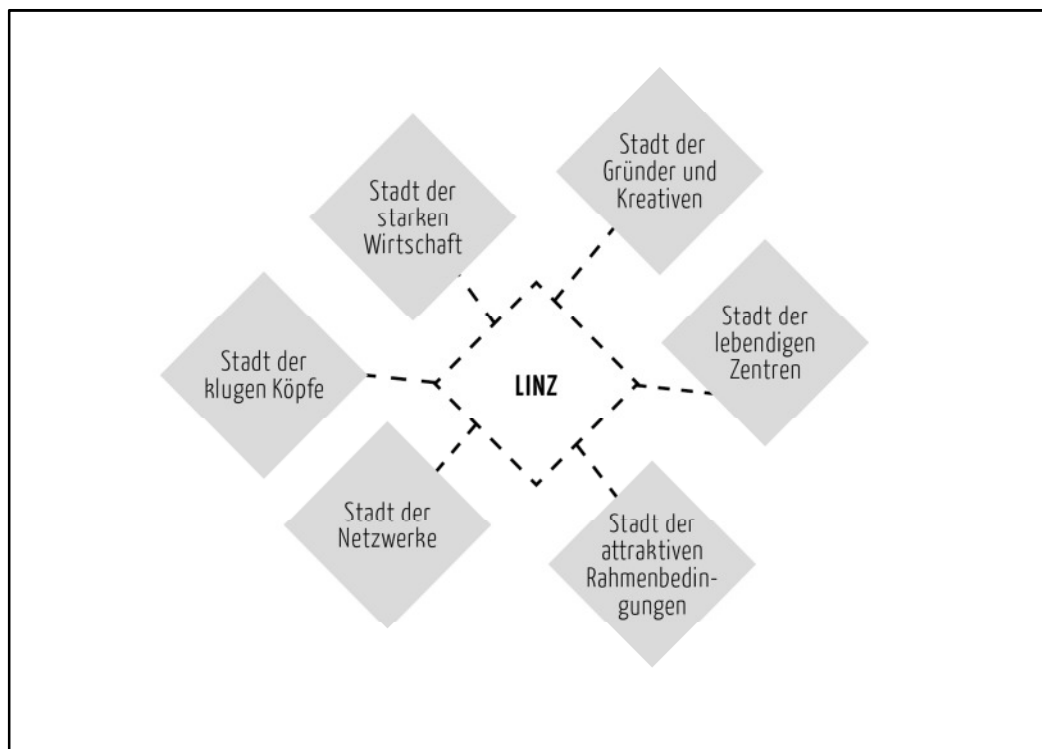


Gründer, Kreative, Netzwerke: Drei Themen, drei Ziele der ÖVP Linz für die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes:

- Linz wird zum **Gründer-Hotspot** Österreichs
- Linz wird zur **Kreativ-Hauptstadt** Österreichs
- Linz wird zur **interessanteste Mittelstadt** im Dreieck zwischen den Metropolen München, Wien und Prag

Diese Zielsetzungen und die entsprechenden Maßnahmenvorschläge finden sich in der neuen „Wirtschaftspolitischen Agenda“, die die ÖVP Linz in den vergangenen Monaten zusammen mit Wirtschaftstreibenden entwickelt hat. Es handelt sich dabei um einen Masterplan gemäß dem sich der Wirtschaftsstandort Linz in den kommenden 10-15 Jahren entwickeln soll. Die Agenda gliedert sich in 6 Potenzialfelder, aus denen 20 Handlungsbereiche und 88 konkrete Maßnahmen der Linzer Stadtpolitik abgeleitet werden.



- **Unternehmensgründungen** sind von hoher Bedeutung für die Zukunft des Wirtschaftsstandortes (Arbeitsplätze, Innovation, Steuereinnahmen)
- **Kreative Lösungen und Innovation** sind wesentliche Triebfedern, um sich von Mitbewerbern abzuheben und den Standort zu branden
- **Bündelung der Kräfte** von vorhandenen gesellschaftlichen Akteuren soll dazu beitragen, Linz Dynamik und urbanes Flair zu verleihen.

## LINZ – DIE STADT DER GRÜNDER

Die Gründerszene hat sich in den vergangenen Jahren in Linz positiv entwickelt. Nun gilt es diesen Trend zu verstärken und in der oö. Landeshauptstadt bestmögliche Unterstützung für Unternehmensgründer aufzubauen.

Im Vorjahr wurden in Linz 863 neue Unternehmen gegründet. Der Großteil dieser Gründungen entfällt auf die Sparten Gewerbe & Handwerk (382), Handel (191) sowie Information & Consulting (188). Dazu kamen im Vorjahr in Linz weitere 103 neue Unternehmer in Form von Betriebsnachfolgen.

Laut Angaben der Wirtschaftskammer-Statistik hat die Gründungs-Intensität (Neugründungen pro 1.000 Einwohner) am Standort Linz in den vergangenen 10 Jahren spürbar zugenommen – und zwar von 2,8 (2004) auf 3,8 (2014). Im Städte-Vergleich zeigt sich aber weiterhin deutlicher Aufholbedarf: Da liegt Linz nämlich in der Gründer-Intensität (nur mehr gefolgt von Bregenz und Innsbruck) auf dem drittletzten Platz. Deutlich dynamischer entwickeln sich Eisenstadt (6,0), Klagenfurt (5,6), Graz (5,0), Wien (4,6) und Salzburg (4,4).

Den volkswirtschaftlichen Effekt einer Unternehmensgründung beziffert eine Studie der Universität Klagenfurt mit durchschnittlich +2,3 Arbeitsplätzen. Dazu kommen durch den Zukauf von Vorleistungen zwei weitere Arbeitsplätze sowie ein zusätzlicher Arbeitsplatz durch den Anstieg der Kaufkraft. In Summe hängen an einer Neugründung also im Schnitt 5,3 Arbeitsplätze.

Die wichtigsten Motive für den Weg in die Selbstständigkeit sind laut Erhebung der Statistik Austria: „Neue Herausforderung“ (86 %), „Chef sein“ (78 %) sowie die „Aussicht auf höheren Verdienst“ (62 %).

Die Schwierigkeiten für Unternehmensgründer fokussieren sich laut dieser Erhebung auf folgende Punkte „Rechtliche und administrative Angelegenheiten“ (47 %), „Aufbau von Kundenkontakten“ (46 %), „Finanzierung“ (36 %) und „Personalrekrutierung“ (33 %).

Im Sinne einer Positionierung von Linz als Gründer-Hotspot enthält die „Wirtschaftspolitische Agenda“ der ÖVP Linz folgende Maßnahmenvorschläge:

- Aktive Positionierung und Vermarktung des Standortes Linz (national und international) als optimale Entwicklungsbasis für Start-Ups
- Stärkung des Gründergeistes in der Linzer Bevölkerung durch entsprechende Entrepreneurship-Education an Schulen und Hochschulen
- Einrichtung eines Startup-Beirates zur Präsentation von Gründungsprojekten vor potenziellen Investoren und Finanzierungspartnern
- Aktive Forcierung des Wissenstransfers von Forschung&Kreativität hin zur wirtschaftlichen Verwertung
- „Gründer-Brutkasten“ mit intensivierter Unterstützung (Finanzierung, Marketing, Vertrieb) für besonders erfolgversprechende Neugründungen
- Hebung der Innovationspotenziale in Handwerk, Handel, Dienstleistung durch entsprechende Informations- und Vernetzungsangebote
- Forcierung cross-sektoraler Innovationspartnerschaften zB. zwischen Medizin und IT oder zwischen Kreativ-Design und Industrie
- Einrichtung von offenen Fabrikationslaboren (Fablabs) für die innovative Geister aus der Linzer Bevölkerung

## **LINZ – DIE STADT DER KREATIVEN**

Im europäischen Wirtschafts-, Standort- und Städtewettbewerb gewinnen heute die Pfiffigen und längst nicht mehr die Billigen! 90 % der Änderungen im Wirtschaftswachstum sind laut Studien auf Fortschritte in den Bereichen Bildung, Universitäten, Forschung und Kreativität zurückzuführen. Daher braucht auch Linz in seinem Standort-Management entsprechende Ziele und Weichenstellungen. Ein Ziel ist dabei für die ÖVP klar: Linz muss zur Kreativ-Hauptstadt Österreichs werden - mit hoher Strahlkraft und dichter Vernetzung in die benachbarten europäischen Regionen. Die entsprechenden Weichenstellungen müssen jetzt in Linz auf breiter kommunalpolitischer Basis vorgenommen werden – im Sinne eines umfassenden Masterplans „Linz.kreativ 2030“.

### **DIE KREATIVWIRTSCHAFT IN DER STADTREGION LINZ**

In der offiziellen WKO-Statistik umfasst der Begriff „Kreativwirtschaft“ 8 Sektoren des unternehmerischen Schaffens: Architektur, Design, Musik & Buch & Kunst, Radio & TV, Software & Games, Verlage, Video & Film sowie den breiten Bereich der Werbewirtschaft. Im innerösterreichischen Standort-Wettbewerb ist die Kreativwirtschaft deutlich auf urbane Zentren fokussiert. Dort liegt der Anteil der kreativen Unternehmen bei durchschnittlich 10,6 %, in ländlichen Gebieten dagegen vorerst bei 4,4 %.

Die Kreativwirtschaft in OÖ zählt laut WKO-Datenbank 3.848 Firmen mit 15.162 Beschäftigten (davon 11.516 unselbständig Beschäftigten). 2/3 dieser oö. Kreativunternehmen konzentrieren sich auf den Ballungsraum Linz, ihr Anteil an der regionalen Firmenzahl erreicht damit in Linz mehr als 10 %! Auffallend sind dabei vergleichsweise höhere Anteile der Werbewirtschaft und geringere Anteile des Sektors „Musik & Buch & Kultur“. In der Wertschöpfungskette liegt der Schwerpunkt der Linzer Kreativunternehmen in der „Erschaffung kreativer Inhalte“ (81 %) gefolgt von „Produktion und Verarbeitung“ und dem Bereich „Vermarktung und Vertrieb“.

## DIE STANDORT-WÜNSCHE DER KREATIVEN KÖPFE

Die Münchner Beratungsagentur ACTORI beschreibt die Herausforderung wie folgt: *„Im 21. Jahrhundert wird es für Kommunen immer wichtiger, Stadtentwicklung nicht nur nach ökonomischen und sozialen Kriterien zu definieren, sondern das immense innovative Potenzial der Kreativen in einem umfassenden Sinn zu begreifen.“* Auch die EU-Kommission unterstreicht den umfassenden Mehrwert der Kreativwirtschaft für eine Stadt: *„Die Kreativwirtschaft gibt Arbeit, leistet einen maßgeblichen Beitrag zur Wirtschaftsleistung. Darüber hinaus spielt die Kreativwirtschaft eine wichtige Rolle für den sozialen Zusammenhalt mit positiven, innovativen Effekten in Wirtschaft und Gesellschaft.“*

Die ÖVP tritt unter mehreren Aspekten für die Etablierung von Linz zur Kreativ-Hauptstadt ein:

- Know-How und Kreativität tragen entscheidend zur wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit sowie zur wirtschaftlichen Krisen-Resistenz der Standortes bei
- Know-How und Kreativität verstärken die gesellschaftliche Innovationskraft
- Eine blühende Kreativszene bringt neues Image im (inter)nationalen Städtewettbewerb und eine neue regionale Identität
- Know-How und Kreativszenen binden junge, gut ausgebildete, urbane Typen an den Standort Linz und bremsen damit den Abfluss von Humankapital in andere Regionen

Dafür braucht es aber beste Standort- und Arbeitsbedingungen für Kreativunternehmen in der Landeshauptstadt Linz – und auf dem Weg dahin daher einen breit angelegten, nachhaltigen Masterplan der Linzer Kommunalpolitik. Denn die Standort-Wünsche der Kreativen sind breit gefächert und oftmals unkonventionell. Zudem ist der Wettbewerb groß, weil sich nur Teile der Kreativen automatisch an die Stadt gebunden fühlen. Im aktuellen Strategiepapier der Wirtschaftskammer Österreich heißt es dazu: *„Für die Implementierung von Fördermaßnahmen zugunsten der Kreativwirtschaft ist die Einbettung der Kreativ-Strategie in die übergeordneten Entwicklungspläne*

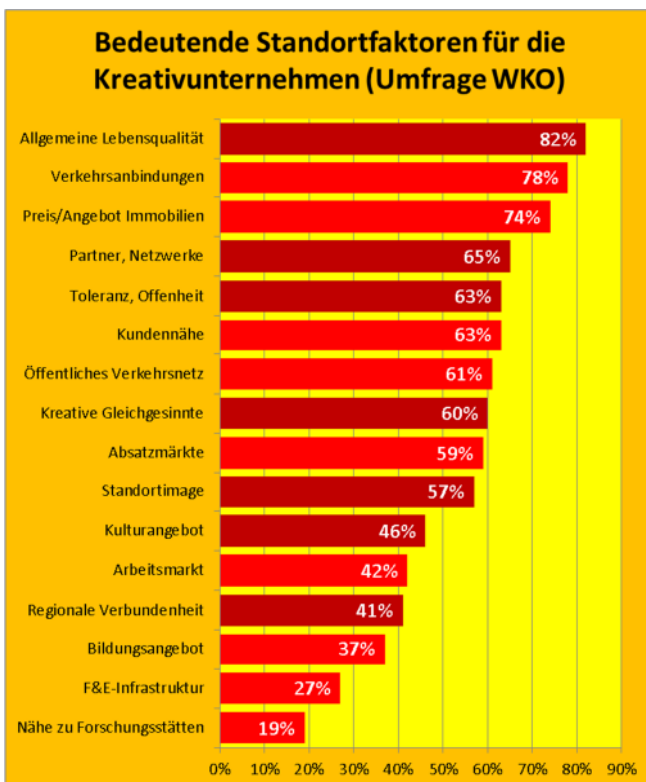
*bedeutsam.*“ Um diese Vernetzung im Sinne einer integrierten Stadt(teil)entwicklung zu erreichen, schlägt die WKO den regionalen Akteuren folgenden Stufenplan vor:



Als zentrale Entscheidungspunkte auf dem Weg zu einem regionalen Masterplan „Linz.kreativ 2030“ werden seitens der WKO somit unterstrichen: konzeptionelle und integrierte Zusammenarbeit sämtlicher Stadtsenatsressorts, die Festlegung eines durchgängigen Linzer Schwerpunktes im bunten Spektrum der Kreativwirtschaft und vor allem auch die frühzeitige Einbindung der relevanten Player zB. aus Wirtschaft, Industrie, Kultur, Bildung, Stadtteil und aus der Freien Linzer Kulturszene. Zu berücksichtigen sind bei der Konzeption auch neue Themenfelder, die für Kreative in Zukunft neue Aktivitätsfelder bringen können – zB. Nachhaltigkeit und Ökologie (Architektur, Planung, Design), Smart Living (Software), Regionalmarken (Werbung) oder Regionalmedien (Grafik, Design).

Ein besonderes Augenmerk muss den Wünschen und Ansprüchen jener kreativen Köpfe gelten, die in Studien als „intrinsic motivierte Stadtkreative“ bezeichnet werden. Also jenen Unternehmern, die über hohe räumliche Flexibilität in der Arbeitsausübung verfügen und über ihren Standort eher spontan als konzeptionell entscheiden. Zu 80 % betrifft dies EPU, schwerpunktmäßig in den Sektoren Musik, Literatur, Kunst, Software.

Eine Erhebung der WKO (Wien, 2013) liefert wichtige Hinweise auf Standort-Wünsche und Standort-Entscheidungen der Kreativunternehmer: 47,5 % entscheiden nach unternehmerischen und privat-atmosphärischen Standortbedingungen, lediglich 28,5 % blenden bei der Standort-Entscheidung die „weichen Standortfaktoren“ völlig aus und disponieren ausschließlich nach ökonomischen Gesichtspunkten. Im Detail haben Kreativunternehmer die folgenden Ansprüche an einen Unternehmensstandort:



Es zeigt sich also neben den harten Fakten (v.a. Verkehrsnetz, Immobilienangebot und regionale Absatzmöglichkeiten) eine große Bedeutung weicher Standortfaktoren auf dem Weg zu einer Kreativ-Stadt Linz. Die wichtigsten atmosphärischen Maßstäbe sind dabei die Lebensqualität in einer Stadt, die Verfügbarkeit von Kreativ-Netzwerken in einer Stadt sowie die Toleranz und Offenheit in einer urbanen Gesellschaft. Diese hohe Bedeutung atmosphärischer Argumente gilt insbesondere für Ein-Personen-Unternehmen und dabei ganz speziell auch hinsichtlich der flexiblen Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Unterschiedliche Nuancen bei der Gewichtung der Standortfaktoren zeigen sich dabei zwischen jenen Kreativunternehmen, die sich aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit an die Stadt gebunden sehen und „Freelancern“ mit weitgehend flexibler Standort-Disposition: Freelancer bewerten dabei einen Standort noch einmal deutlich stärker nach der Lebensqualität wogegen Stadtgebundene Branchen deutlich höher gewichten: Standortimage, Arbeitsmarktpotenzial und die Verfügbarkeit von Forschungskapazitäten.

Erste deutliche Hinweise auf noch bestehende Verbesserungswünsche der Kreativwirtschaft an die Politik ergeben sich in der Zusammenschau von Standortfaktoren und der derzeitigen Zufriedenheit mit diesen Standortbedingungen: Unter den als besonders wichtig erachteten kreativen Standortfaktoren zeigen sich in der Erhebung der WKO die größten Änderungswünsche der Kreativunternehmer beim Angebot an Kreativ-Locations, bei der lokalen Vernetzung der Kreativunternehmer sowie im Angebot an öffentlichen Verkehrsdienstleistungen.

Allesamt auch wichtige Herausforderungen am Kreativstandort Linz. Kreative Köpfe suchen leistbare Start-Ups und unkonventionelle Ateliers-Szenen. Kreative Köpfe suchen Möglichkeiten des Networkings mit Gleichgesinnten. Und kreative Köpfe wünschen sich eine Location mit guten öffentlichen Verkehrsverbindungen – das spart Nerven sowie Zeit und trägt dem trendigen Gedanken der Nachhaltigkeit Rechnung.

### **HANDLUNGSBEDARF UND MASTERPLAN FÜR LINZ**

Der aktuelle UNO-Bericht zur weiteren Etablierung der Kreativwirtschaft bringt die konzeptionelle Herausforderung auf den Punkt: *„Politische Strategien zur Entwicklung der Kreativwirtschaft müssen die multi-disziplinäre Herausforderung dieser Aufgabe berücksichtigen. Es geht dabei nämlich um die wirtschaftliche, soziale, kulturelle und technologische Verknüpfung des Kreativsektors mit seinem Umfeld. Politische Strategien zur Entwicklung der Kreativ-*



*wirtschaft müssen daher in ressortübergreifenden Initiativen bestehen, um deren Stringenz, Nachhaltigkeit und Widerspruchslosigkeit sicherzustellen.“*

Genau vor dieser Herausforderung steht Linz jetzt: Linz braucht einen akkordierten Masterplan für Kreativwirtschaft. Eine Strategie, die die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen genauso erfasst wie das gesellschaftliche Klima, das kulturelle Umfeld und die technologischen Rahmenbedingungen. Es braucht somit in der Stadt Linz rasch einen akkordierten politischen Kraftakt hin zur Kreativ-Hauptstadt Österreichs.

Aus den geschilderten Ergebnissen der Grundlagenstudie leiten sich folgende Handlungsfelder und Handlungsaufträge ab (10-Punkte-Programm für ein kreatives Linz):

- Ganz oben steht zunächst die Sicherstellung optimaler **Wohn- und Lebensqualität** für Menschen mit hohem Bildungsniveau, mit Anspruch auf unkonventionelle Locations und mit hohem Bedarf an Vereinbarkeit von Familie und Beruf.
- Kreatives Klima braucht eine entsprechende Vernetzung in **leistbaren Start-Ups** sowie in unkonventionellen **Locations** zum Wohnen und Arbeiten.
- Strukturell muss die Vernetzung durch den Aufbau eines **Kreativ-Clusters** unterstützt werden, der die Kreativwirtschaft nach außen repräsentiert sowie nach innen integriert.
- Es braucht in der Stadt Linz ein **Klima der Offenheit und Toleranz** gegenüber Neuem, Unkonventionellem und auch gegenüber der „positiven Provokation“ durch Kreative.
- Der Weg zur Kreativ-Hauptstadt erfordert zudem Vorleistungen im **Bildungssektor**. Dies betrifft einerseits Kreativschwerpunkte für Kinderbetreuungseinrichtungen und Schulen sowie andererseits die vernetzte wissenschaftliche Aufbauarbeit mit den Universitäten, (Fach)Hochschulen sowie betrieblichen Forschungs- und Entwicklungsstätten.
- Auf dem Weg zur Kreativ-Hauptstadt Österreichs muss Linz daran gelegen sein, mehr **Spitzen-Forschung** an Land zu ziehen sowie generell den Stellenwert der tertiären Ausbildung in der Bevölkerung zu erhöhen (zB. durch ein Programm „Studenten-Stadt Linz“ im Kampf gegen die Abwanderung von Humankapital).

- Es braucht auch **öffentlichkeitswirksame Schaufenster** für die Linzer Kreativwirtschaft. Das unterstützt die Herstellung einer gesellschaftlichen Offenheit und Wertschätzung sowie den Aufbau von Netzwerken und neuen Absatzkanälen.
- **Gute Erreichbarkeit** und leistungsfähige (öffentliche) Verkehrsnetze sind gerade auch in Hinblick auf die Flexibilitäts-Ansprüche der kreativen Köpfe zentrale Standortfaktoren. Dies betrifft vor allem auch die Erreichbarkeit von Linz auf dem Luftweg.
- Linz muss sich rund um bereits bestehende tolle Leuchtturm-Projekte (AEC, Tabakfabrik, Kunstuniversität etc.) innerhalb des Metropolen-Dreiecks München-Wien-Prag als die **starke kreative Mittelstadt** positionieren. Dazu braucht es die grenzüberschreitenden Kooperations-Projekte mit den drei zugkräftigen Metropol-Regionen.
- Linz braucht auch generell eine **Öffnung zum europäischen Umland** etwa in Form des Einklinkens in die EU-Donauraumstrategie mit Kooperations- und Förderungsprojekten. Eine Notwendigkeit ist dabei der gezielte grenzüberschreitende Wissenstransfer zB. mittels Austauschprojekten für kreative Schüler, Lehrlinge und Studenten.

## LINZ – DIE STADT DER NETZWERKE

Neue Impulse für die Weiterentwicklung des Standortes Linz ergeben sich auch aus der Vernetzung lokaler Akteure des Wirtschafts- und Gesellschaftslebens. Gleiches gilt auch überregional, indem sich der Standort Linz internationalisieren und in europäische Netzwerke einklinken muss. Dies gilt speziell auch in Bezug auf Networking mit Partnern und Zielmärkten im Umkreis von 250 km rund um die öö. Landeshauptstadt.

Daher beinhaltet die „Wirtschaftspolitische Agenda“ der ÖVP Linz auch einen Schwerpunkt beim Aufbau von Netzwerken beziehungsweise beim Einklinken der Wirtschaftstreibenden in gesellschaftliche Netzwerke – dies insbesondere vor dem Hintergrund der großen Bedeutung weicher Standortfaktoren (Lebensbedingungen) gerade für Unternehmen der Kreativwirtschaft.

Diese Netzwerke braucht es zunächst im unmittelbaren Wirtschaftsleben für die Etablierung neuer Vertriebsketten, Marken oder Kooperationsnetzwerke.

Ausdruck gelungener Partnerschaften müssen im Anschluss entsprechende Angebote der Information und Präsentation nach innen sein (zB. Workshop Innovation, Innovation im Handwerk etc.)

Im Sinne des Umgebungsklimas muss aber auch in der Linzer Bevölkerung – ausgehend von diesen Netzwerken – das Bewusstsein für Innovation und Kreativität gestärkt werden (zB. durch publikumswirksame Veranstaltungen zu Zukunftsthemen mit besonderer Relevanz für den Standort Linz).



*Internationale Kooperations-Netzwerke  
EU-Donauraumstrategie (oben) und  
Europaregion Donau-Moldau (rechts)*