



# Vorarlberg – ein Land der Kreativwirtschaft.

INNOVATION, GESTALTUNGSKOMPETENZ UND MACHBARKEIT

Vorarlbergs Kreativwirtschaft steht im österreichweiten Vergleich beispielhaft da. Im Äquivalent zu Wien nimmt sich der Standort Vorarlberg mit einem Umsatzerlös von 656 Mio. Euro zu 12,5 Mrd. Euro bescheiden aus, rangiert aber in absoluten Zahlen immer noch vor Kärnten und dem Burgenland. Hingegen stehen Vorarlbergs Kreativunternehmen, gemessen an der Gesamtzahl der Unternehmen der Gesamtwirtschaft mit 9,1 % an ausgezeichneter dritter Stelle nach Wien (18,2 %) und Niederösterreich (9,2 %). Absoluter Spitzenreiter ist der Standort Vorarlberg in der Kreativwirtschaft im Bereich der Architektur (19 %), während Wien die Poleposition mit 23 % im Bereich für den Markt für darstellende Kunst hält.

Martin Dechant, Fachgruppenobmann für Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Vorarlberg und Geschäftsführer von ikp Vorarlberg, sähe den Begriff der Kreativwirtschaft gerne etwas differenzierter. „Wir kaufen uns ein E, also kreative Wirtschaft“, so Dechant. Er spricht damit auf das Kreative in der Wirtschaft an, „Wirtschaft ist prinzipiell erfolgreich, wenn sie kreativ ist“. Kreativität setzt überall ein und geht weit über jene Sparten (Design, Musikwirtschaft, Radio/TV, Film/Fotografie, Architektur, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen, Werbung, Software und Games) hinaus, die unter dem Begriff Kreativwirtschaft reüssieren.



Diskussionsrunde mit Bettina Steindl und Petra Zudrell, der Direktorin des Stadtmuseums Dornbirn, in der CampusVäre

*(Quelle: Neunter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der Kreativwirtschaft Austria, 2021)*



Bettina Steindl, Geschäftsführerin der CampusVäre

» Man muss sich Gedanken machen, *welche Kompetenz* eine Führungskraft für die Zukunft haben muss. «

MARTIN DECHANT,  
IKP VORARLBERG UND  
FACHGRUPPENOBAMANN  
WERBUNG- UND MARKTKOMMUNIKATION  
IN DER WIRTSCHAFTSKAMMER VORARLBERG

Neben betriebswirtschaftlichen sowie spezifischen Produktkenntnissen benötigt es vor allem Innovation und Kreativität in der Produktentwicklung. Benötigt werden interdisziplinäre Teams, die verkrustete Strukturen aufbrechen. Die großen Vorarlberger Unternehmen sind deshalb so erfolgreich, weil sie unterschiedliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Teams besetzen, in denen sich die Kreativität zu Wort meldet. Sie setzen auf Diversität, Menschen aus verschiedenen Kulturkreisen mit unterschiedlichen Wertevorstellungen oder beispielsweise verschiedene Denk- und Zugangsweisen. Eine der zukünftigen Aufgaben der kreativen Wirtschaft in Vorarlberg wird sein, Produkt, Design und Kreativität in Klein- und mittelständische Unternehmen hineinzubringen. Kleine Handwerksbetriebe landauf landab, wie der Gestaltungswettbewerb "Handwerk+Form" im Werkraum Bregenzerwald haben Innovation, Gestaltungskompetenz und Machbarkeit vielfach schon vorgelebt.

Es geht um Arbeitsinhalte, es geht darum, wer das System mit den Tools, die den Unternehmen zur Verfügung stehen, speist. Es geht um die Menschen dahinter, jene, die bereit sind, engagiert mitzuarbeiten. Es geht nicht darum alte Zöpfe abzuschneiden, es geht darum, sie neu zu flechten. Tradition muss neu definiert werden. „Allzu gerne verharren Unternehmen im Ist-Zustand“, so Dechant und „Unternehmen, nicht nur in Vorarlberg, befinden sich nach wie vor in einer starken Gründerabhängigkeit und in Übergabephasen. Man muss sich Gedanken machen, welche Kompetenz eine Führungskraft für die Zukunft haben muss. Soll das Bestehende bestehen bleiben? Welchen Weg wählen wir?“, bringt es Dechant auf den Punkt. Fragen, die nach Antworten verlangen.

*Autor: Thomas Schiretz ist Kulturredakteur und freischaffender Kurator. Er war über viele Jahre Mitarbeiter im Kulturreisbüro der Landeshauptstadt Bregenz.*



MARTIN DECHANT UND BERNHARD TSCHANN, IKP DORNBRIN

## FORM FOLLOWS FUNCTION

Vielleicht hat das alte apodiktische "form follows function" noch nicht ausgedient, aber es sukzessive immer mehr durch "form follows vision/imagine" verdrängt. So gilt heute der Produktion und der Distribution von Produktimages die gesteigerte Aufmerksamkeit. Das Verhältnis von Verpackung und Inhalt hat sich umgekehrt. Diente einst die Verpackung dem Inhalt, muss dieser nun jener dienen. Ein Produkt vermarkten heißt: eine Vision verkünden. Damit ist definitiv die Zeit der "visioneers/imagineers" angebrochen.

## WERKSTATT ZUR ENTWICKLUNG DER ZUKUNFT

Ein ambitioniertes Projekt der Vorarlberger Kreativwirtschaft ist gerade in der CampusVäre in Dornbirn im Entstehen. Die Geschäftsführerin der CampusVäre, Bettina Steindl, startete einen "Online Call" für Unternehmen, die einen Raum in der CampusVäre anmieten möchten. Innerhalb kürzester Zeit waren bereits über tausend Zugriffe registriert und über 70 Interessenten gefunden, von einem Ableger der Universität Wien, Werbeagenturen über Handwerksbetriebe bis hin zu Kunstbetrieben. Zusammen mit den Studierenden der FH-Dornbirn wurde der Begriff "Werkstatt zur Entwicklung der Zukunft" geprägt. Gemeinsam mit dem Architekten Johannes Kaufmann (JK&P) geht es nun an die Umsetzung, an die Adaption der Räume. Es sollen Vorhandenes und vor allem nachwachsende Ressourcen verwendet werden. Es entsteht kein hochtechnisiertes Bürogebäude. Es geht um "low tech" in einem Begegnungsraum für und von Menschen. Statt linear soll zirkulär gedacht werden, es soll im besten Sinne des Wortes Kreislaufwirtschaft entstehen. Steindl ist gefordert, es ist „wie wenn man ein Dorf gründen und aufbauen will.“ Den richtigen Mix, eine Symbiose aus Kreativität und Ökonomie zu finden, ist das Credo. „Ein Pionierprojekt, das zukunftsweisend sein wird“, davon ist Steindl überzeugt. Steindls größter Wunsch: „Dass möglichst viele Delegationen unterschiedlichster Prägung speziell aus Mittelstädten die CampusVäre besuchen und sich dort selbst vor Ort ein Bild machen.“



**11 % ALLER UNTERNEHMEN DER ÖSTERREICHISCHEN WIRTSCHAFT ZÄHLEN ZUR KREATIVWIRTSCHAFT UND DIESE RUND 45.500 KREATIVUNTERNEHMEN ERWIRTSCHAFTEN EINEN JAHRESUMSATZ VON RUND 24 MRD. EURO. DAS ENTSPRICHT NAHEZU 4 % DER GESAMTEN WIRTSCHAFTSLEISTUNG ÖSTERREICHS.**

*(Quelle: Neunter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der Kreativwirtschaft Austria, 2021)*



**TABEA MAGDALENA MARTIN**

*↗ Geschäftsführerin, BUERO LUDWINA*

Innovation und Kreativität sind untrennbar miteinander verbunden – das ist bei uns gelebte Überzeugung. Unsere Stärke liegt in vielfältigen Teams, in denen unterschiedliche Menschen mit besonderen Persönlichkeiten gemeinsam neue Perspektiven formen. Als Creative Director sehe ich mich in der Rolle, aktiv die Zukunft der Kreativbranche (mit) zu gestalten und nötige Fähigkeiten anzupassen.



**SIMON ENDER**

*↗ Geschäftsführer, Ender Werbung*

Kreative Leistungen finden sich in allen Branchen. Durch interdisziplinäre Ansätze regen sie Innovationen an und sind meist Vorreiter für Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft.

