

Strategie, Profil, Stärken

M. RKE



Linz



WO WÄNDEL IDENTITÄT SCHAFFT.



Linz ist eine Stadt, die sich aus ihren Stärken heraus immer wieder weiterentwickelt. Ihre Identität ist geprägt von industrieller Kompetenz, kultureller Eigenständigkeit, technologischem Fortschritt und einem respektvollen, direkten und pragmatischen Miteinander.

Die Identität einer Stadt entsteht nicht am Schreibtisch. Sie wächst aus ihrer Geschichte, ihren Orten und den Menschen, die in ihr leben, arbeiten und Verantwortung übernehmen. Sie zeigt sich darin, wie eine Stadt mit Veränderungen umgeht, welche Möglichkeiten sie eröffnet und wie sie gemeinsam Zukunft gestaltet.

Veränderung wird in Linz nicht nur gedacht, sondern umgesetzt. Kreative Impulse treffen auf lösungsorientierte Tatkraft und die Bereitschaft, gemeinsam Verantwortung zu übernehmen. Daraus entsteht eine Stadtidentität, die sich in vier prägenden Eigenschaften zeigt:

KREATIV PULSIEREND

Linz ist eine Stadt der Lebensfreude und der kreativen Impulse, und das für alle.

SOZIAL VERLÄSSLICH

Linz ist eine familienfreundliche und soziale Stadt, auf die man sich verlassen kann.

MODERN ARBEITEND

Linz gestaltet die Zukunft der Arbeit und verbindet Industrie, Digitalisierung und kreative Wirtschaft.

NATUR NAHE

Linz ist mit der Natur verbunden. Eine Stadt mit viel Grün, der Donau und Lebensqualität.



UNSER MARKEN-

Die Value Proposition der Stadt bringt den besonderen Wert von Linz auf den Punkt. Sie beschreibt, was die Stadtmarke auszeichnet, was sie möglich macht und welches Versprechen daraus für ihre unterschiedlichen Zielgruppen entsteht.

In Linz treffen Industrie, Innovation, Kultur und Lebensqualität auf Kooperationsgeist, kurze Kommunikation und den Mut, Neues möglich zu machen. Zwischen Donau, urbanem Leben und gemeinschaftlicher Gestaltung entwickelt sich Linz mit Offenheit, Haltung und Tatkraft weiter – wandlungsfähig, nahbar und authentisch.

VERSPRECHEN

MARKE MIT HALTUNG UND CHARAKTER

Die Markenpersönlichkeit zeigt, wie Linz denkt, handelt und Menschen begegnet. Sie macht die Identität der Stadt spürbar und schafft eine klare, emotionale Verbindung nach innen und außen.

Tonalität & Beziehung

Nach außen zeigt sich diese Persönlichkeit in einer Kommunikation, die aktiviert, respektvoll bleibt und auf Augenhöhe stattfindet. Linz spricht klar, direkt und verständlich – mit kurzen Sätzen und einem unkomplizierten Zugang.

Auch in der Zusammenarbeit wird die Marke erlebbar: verlässlich, zugänglich, lösungsorientiert und mit dem Anspruch, gemeinsam zu konkreten Ergebnissen zu kommen. So entsteht eine Marke, die Haltung zeigt, Nähe schafft und Veränderung möglich macht.

Haltung & Charakter

Linz übernimmt Verantwortung, denkt pragmatisch und hat Mut für Neues. Die Stadt bleibt dabei authentisch, gestalterisch und entwickelt sich immer wieder weiter.

Welche Charaktereigenschaften prägen die Marke Linz?

Haltung & Charakter

aktivierend
respektvoll
kurze Sätze
per Du

verlässlich
unkompliziert
ergebnisorientiert
zugänglich

Tonalität & Beziehung

verantwortungs-
bewusst
pragmatisch
mutig

authentisch
gestalterisch
wandlungsfähig



AKRONYM

Die vier Stärkenfelder sind keine wörtlichen Zuschreibungen und keine starren Vorgaben. Sie dienen als Impulsgeber für Bilder, Geschichten und Assoziationen, die mit Linz verbunden werden.

Als gemeinsame Leitlinie helfen sie dabei, die Stadt in ihrer Vielfalt konsistent zu vermitteln. Sie geben Orientierung für Themen, Inhalte und Kommunikation und machen sichtbar, welche Eigenschaften das Profil von Linz prägen.

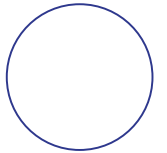
L – Lebendig

Linz schafft Raum für Leben. Die Stadt öffnet Orte für Begegnung, Kultur, Bewegung und neue Ideen – nicht nur bei großen Events, sondern auch im Alltag. Die Donau, kurze Wege und viele fußläufig erreichbare Orte machen Linz lebendig und zugänglich. Ars Electronica, Klangwolke, Pflasterspektakel oder das Brucknerfest zeigen diese Energie nach außen. Dahinter steht mehr: der Anspruch, Räume gemeinsam nutzbar zu machen, Neues auszuprobieren und Stadt für viele Menschen erlebbar zu gestalten. Linz entwickelt sich weiter.

I – Ideenreich

In Linz wird Zukunft entwickelt. Die Stadt verbindet Industrie, Technologie und Forschung auf direkte und pragmatische Weise. Starke Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Wissenschaft sowie Kunst- und Kreativszene schafft Raum für Fortschritt, Wertschöpfung und neue Perspektiven. Ars Electronica als internationaler Ort digitaler Kunst, die Johannes Kepler Universität, die Tabakfabrik und innovative Industriebetriebe zeigen, wie vielfältig Linz denkt, arbeitet und weiterdenkt. Die Stadt denkt in Wertschöpfungsketten, probiert aus, entwickelt weiter und gestaltet Wandel aktiv mit.

Das Akronym L.I.N.Z. verdichtet die Stadtidentität in vier prägnanten Begriffen: lebendig, ideenreich, natürlich und zusammen. Sie stehen für unterschiedliche Facetten einer Stadt, die sich authentisch, respektvoll und wandlungsfähig weiterentwickelt.

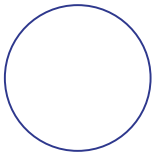


N – Natürlich

Linz bleibt menschlich. Die Donau prägt das Lebensgefühl der Stadt. Sie schafft Raum zum Durchatmen, Begegnen und unterwegs sein – mitten im urbanen Alltag. Dazu kommen Grünräume, kurze Wege und eine Stadt, die vieles unkompliziert macht. Menschen begegnen sich direkt und auf Augenhöhe. Vieles wirkt nicht inszeniert, sondern echt. Genau das macht Linz authentisch und lebenswert. Die Stadt entwickelt sich weiter, ohne sich zu verstellen.

Z – Zusammen

Linz bringt Menschen zusammen. Die Stadt schafft Raum, um gemeinsam zu leben, zu arbeiten und Neues entstehen zu lassen. Kurze Wege, direkte Zusammenarbeit und ein respektvolles Miteinander machen vieles einfacher – im Alltag genauso wie in Unternehmen, Bildung, Kultur oder Nachbarschaft. Unterschiedliche Perspektiven gehören in Linz selbstverständlich dazu. Vielfalt, Verlässlichkeit und Eigenverantwortung prägen das Zusammenleben der Stadt. Linz entwickelt sich gemeinsam weiter. Pragmatisch, nahbar und mit hoher Lebensqualität.



EINE MARKE

Die Markenarchitektur ordnet das Zusammenspiel der unterschiedlichen Themen, Angebote und Akteur*innen. Sie sorgt dafür, dass Linz trotz seiner Vielfalt als zusammengehörige und wiedererkennbare Stadtmarke wahrgenommen wird.

Linz wird von vielen Akteur*innen gestaltet: von der Stadtverwaltung, städtischen Unternehmen und Institutionen ebenso wie von Partner*innen aus Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Tourismus und Stadtgesellschaft.

Sie alle tragen dazu bei, wie Linz wahrgenommen und erlebt wird. Damit daraus ein stimmiges Gesamtbild entsteht, braucht es eine klare Markenarchitektur. Für Linz bildet die Dachmarke den gemeinsamen strategischen Rahmen. Sie verbindet unterschiedliche Absender*innen und Themen mit der Identität, den Werten und der Haltung der Stadt.



Eigenständig auftreten.

Gemeinsam Linz stärken.

Die Dachmarke gibt Orientierung, ohne individuelle Profile einzuschränken. Bereiche wie Wirtschaft, Kultur oder Tourismus sprechen unterschiedliche Zielgruppen an und setzen eigene Schwerpunkte. Sie bleiben in ihrer Kommunikation eigenständig, ordnen sich jedoch sichtbar in die gemeinsame Marke Linz ein. So entsteht ein Zusammenspiel, bei dem einzelne Akteur*innen ihre Stärken einbringen und gleichzeitig das übergeordnete Profil der Stadt stärken.

Die Dachmarke schafft Klarheit, Wiedererkennbarkeit und eine gemeinsame Richtung.

Marke mitdenken

Die Marke Linz wird nicht allein durch Logos, Kampagnen oder zentrale Kommunikation geprägt. Sie zeigt sich in Projekten, Veranstaltungen, Services, Entscheidungen und in der täglichen Zusammenarbeit.

Marke mitzudenken bedeutet, sich bei der eigenen Arbeit zu fragen:

Passt unser Beitrag zur Haltung von Linz?

Stärkt unsere Kommunikation das gemeinsame Profil?

Und wird Linz dadurch glaubwürdig, klar und wiedererkennbar erlebbar?

VIELE ABSENDER*INNEN

KONZENTRISCHE KREISE DER MARKE LINZ

Die konzentrischen Kreise zeigen, welche Akteur*innen zur Marke Linz beitragen und welche Rolle sie dabei übernehmen. Je näher eine Organisation am Zentrum steht, desto größer sind ihre Verantwortung, ihre Identifikation und ihr Einfluss auf die Marke.

Kreis 1 – Magistrat Stadt Linz

Im Zentrum steht der Magistrat. Er steuert die Marke strategisch, verankert sie in der Organisation und sorgt für abgestimmte Prozesse. Das Markenmanagement ist beim Geschäftsbereich Kommunikation & Marketing angesiedelt, zentrale Entscheidungen werden gemeinsam mit den relevanten Bereichen vorbereitet.

Rolle: steuern, koordinieren, verankern

Kreis 2 – Städtische Beteiligungen

Städtische Unternehmen und Institutionen machen Linz im Alltag sichtbar und erlebbar. Je nach Aufgabe prägen sie das Funktionieren der Stadt, ihre öffentliche Wahrnehmung oder ihre kommunikative Reichweite.

Rolle: anwenden, sichtbar machen, Reichweite bündeln



Kreis 3 – Vereine und Institutionen

Vereine und Institutionen ergänzen die Marke durch fachliche, kulturelle und gesellschaftliche Perspektiven. Sie wirken projektbezogen mit oder prägen das Profil von Linz langfristig.

Rolle: mitgestalten, ergänzen, Profil stärken

Kreis 4 – Weitere Akteur*innen

Weitere Partner*innen, Netzwerke und Multiplikator*innen erweitern die Wirkung der Marke. Sie geben Resonanz, ermöglichen Kooperationen und tragen das Bild von Linz nach außen.

Rolle: vernetzen, verstärken, vermitteln

Alles zur Marke Linz

Die Markenstrategie wird dort konkret, wo sie angewendet wird. Die neue Markenwebsite bündelt die zentralen Markenelemente, strategischen Grundlagen und hilfreichen Materialien an einem Ort. Sie macht die Marke Linz einfach zugänglich und unterstützt dabei, sie in Kommunikation, Projekten und Kooperationen konsistent mitzudenken.

QR-Code scannen und die Marke Linz entdecken.



Impressum

Herausgeberin, Medieninhaberin:

Landeshauptstadt Linz, Kommunikation und Marketing, Hauptplatz 1, 4020 Linz

Fotos: Landeshauptstadt Linz

Druck/Herstellung: Landeshauptstadt Linz, Personal und Zentrale Services, Hauptplatz 1, 4020 Linz