

## **'Cause Creativity Matters: 10+1 Orte und Erlebnisse, an denen du die Wirkung von Kreativität spürst**

**Kreativität ist ein entscheidender Faktor für wirtschaftlichen Erfolg, Innovation und Lebensqualität. Anlässlich des Tags der Kreativität am 21. April zeigt die Creative Region, wie vielfältig und messbar die Wirkung kreativer Leistungen ist – an Orten und in Erlebnissen, die uns im Alltag begegnen und oft ganz selbstverständlich wirken. Mit einer Reihe von Talks lädt sie außerdem dazu ein, sich genau diese Wirkung bewusst zu machen.**



Bild 1: Georg Tremetzberger (Geschäftsführer Creative Region) & Doris Lang-Mayerhofer (Stadträtin für Kreativwirtschaft Linz) © Antje Wolm Bild 2: Young Creative Club mit Marco Steiner & Hanna Burgstaller © Creative Region

Ob Architektur, Produktdesign oder Kommunikationskampagne: Kreative Arbeit prägt, wie wir arbeiten, denken und konsumieren. Sie strukturiert, verbindet und macht komplexe Inhalte verständlich – oft im Hintergrund, und genau dort besonders wirksam.

„Kreativität beeinflusst ganz konkret, wie erfolgreich Unternehmen sind, wie wohl wir uns in Räumen fühlen oder wie lange wir uns mit Inhalten beschäftigen. Kreative Leistungen sind ein zentraler Motor für Innovation und Wertschöpfung“, meint Doris Lang-Mayerhofer, Stadträtin für Kreativwirtschaft in Linz.

Manchmal muss man Kreativität nicht erklären, sondern einfach erleben. Hier sind zehn Tipps für Orte und Situationen, an denen sichtbar wird, was kreative Arbeit tatsächlich bewirkt:

### **1. Im MIC Gebäude: Wenn Architektur dein Arbeiten verändert**

Eine gut durchdachte Arbeitsumgebung – von der Raumgestaltung bis hin zum Lichtdesign – hat wesentlichen Einfluss auf Wohlbefinden und Produktivität, gerade in Zeiten hybriden Arbeitens. Betritt zum Beispiel das MIC Headquarter in Linz, dessen Kantine öffentlich zugänglich ist: Man merkt sofort, dass hier anders gearbeitet wird. Offene Zonen, durchdachte Materialien und ein klares Raumkonzept des Linzer Designstudios OFFORA

schaffen eine Umgebung, die Konzentration ebenso unterstützt wie gemeinsames Arbeiten. Hier wird spürbar, wie Gestaltung Wohlbefinden fördert und Arbeitskultur aktiv mitgestaltet. Link: <https://www.offora.at/project/042-mic-lg78>

## **2. Im Technischen Museum Wien: Wenn du länger bleibst als geplant**

Komplexe Inhalte verständlich aufzubereiten, ist eine der großen Stärken kreativer Arbeit. Im besten Fall regt Gestaltung sogar dazu an, sich länger und intensiver mit einem Thema auseinanderzusetzen. So zu erleben in der Ausstellung „Klima. Wissen. Handeln!“ im Technischen Museum Wien: Das Linzer Studio MOOI hat gemeinsam mit studio itzo eine Ausstellung entwickelt, die Besucher\*innen intuitiv durch Themen führt – durch Interaktion, Gestaltung und eine klare visuelle Dramaturgie. Was auffällt: Man bleibt gerne. Und lange.

Link: <https://mooi-design.com/project/klima-wissen-handeln/>

## **3. Wenn du durch Linz spazierst: Wie durchdachtes Branding eine Destination spürbar macht**

Linz ist als Tourismusdestination in den vergangenen Jahren spürbar und erlebbar geworden – für Besucher\*innen ebenso wie für Bewohner\*innen. Dazu tragen die preisgekrönten Videos von FORAFILM, das neue Branding der Linzer Agentur Fredmansky und die im neuen Design gestaltete gelbe „Zeitkapsel“ von kest bei. Alles zusammen ist eine Einladung zum Entdecken, die die Stadt als offen, energiegeladen und in Bewegung zeigt. Mit Sprache, Bildern und einer klaren Haltung entsteht ein Auftritt, der Orientierung gibt und zugleich Raum für eigene Entdeckungen lässt.

Links: <https://www.kest.net/work/cases/linz-tourismus-destinationsstrategie-4020in2040>  
<https://fredmansky.at/w/linz-tourismus>  
<https://www.forafilm.com/VISIT-LINZ>

## **4. Im Stadion oder in der Stadt: Wenn Gestaltung Gemeinschaft stärkt**

Auch Traditionsclubs entwickeln ihre visuelle Identität weiter. Genau darin liegt große Kraft. Die vom Linzer Studio Zunder entwickelte Markenwelt des LASK zeigt, wie Design Identität erlebbar macht. Von Merch und Fanshop über Bildwelten und Videos von BESTHE bis hin zur von AhoiKapptn! umgesetzten Webpräsenz entsteht ein stimmiges Gesamtbild, das Zugehörigkeit schafft und die Verbindung zwischen Club und Community stärkt.

Links: <https://zunder.studio/projekte/lask-branding/>  
<https://besthe.at/case-lask-1>  
<https://ahoikapptn.com/projekte/lask>

## **5. Bei einer Kampagne, die dich wirklich berührt: Wenn Kreativität Menschen eine Stimme gibt**

Gute Kommunikationsarbeit gibt Themen Sichtbarkeit und Menschen eine Stimme, die sonst oft wenig Beachtung finden. Sie löst Emotionen aus und regt dazu an, aktiv zu werden. Zum Beispiel für Kinder in Oberösterreich, die dringend Pflegeeltern suchen. Die Kampagne von Superbrilliand für die Kinder- und Jugendhilfe des Landes OÖ setzt auf eine bewusst unwerbliche „Zettelkommunikation“, die an kindliche Handschrift erinnert und Pflegekindern selbst eine Stimme gibt – mit Abrisszetteln, Stickern, Postkarten und

creative

linz and  
upper  
austria

region

einer spielerischen Landingpage. So entsteht eine Form der Ansprache, die aufmerksam macht, berührt und Menschen dazu einlädt, Verantwortung zu übernehmen.

Link: <https://www.superbrilliand.com/pflegeeltern>

## **6. Im Produktdesign: Wenn langfristige Zusammenarbeit Innovation möglich macht**

Viele starke kreative Lösungen entstehen nicht in einem einzelnen Projekt, sondern in gewachsenen Beziehungen. Die langjährige Zusammenarbeit von Christian Schwaighofer (Aspöck) und Johannes Scherr Design steht exemplarisch für die Kraft solcher Partnerschaften innerhalb einer Region. Von innovativen Tischlösungen bei Bene über die Entwicklung einer neuen Jet-Ski-Generation für den österreichischen Hersteller Belassi bis hin zu mehreren Leuchtengenerationen bei Aspöck Systems zeigt sich, wie über Jahre hinweg ein Netzwerk aus Vertrauen, gegenseitigem Verständnis und Know-how entsteht. Gerade diese Kontinuität ermöglicht Informations- und Technologietransfer über Branchen hinweg – und damit echte Innovation.

Link z.B. <https://www.johannes-scherr.com/work/product/workpoint>

## **7. Am Loxone Campus: Wenn eine Marke zum erlebbaren Raum wird**

Der Loxone Campus in Kollerschlag ist das globale Headquarter von Loxone – ein einzigartiges Gebäude-Ensemble bestehend aus Büro, Hotel, Schulungs- und Logistikzentrum, das 2023 seine Pforten öffnete. Das architektonische Konzept von ARKFORM-Architekt Marcel Amrhein stellt die Landschaft in den Mittelpunkt: Das Gebäude wächst aus dem Gelände heraus und fließt wieder in es zurück. Das Wiener Büro PLANET architects gestaltete die 200 m<sup>2</sup> große Experience Zone, in der Besucher\*innen über audiovisuelle Stationen und eine spektakuläre Infinity-Installation aus 500 LEDs die Technologie von Loxone hautnah erleben können.

<https://www.planet-architects.com/projekte/loxone>

<https://www.arkform.at/tourismus/projekt/loxone-campus>

## **8. Bei der Verbindung von KI und Kreativität: Wenn neue Technologien kreative Arbeit erweitern**

Künstliche Intelligenz verändert kreative Arbeit und eröffnet neue Möglichkeiten im Umgang mit Bild, Idee und Prozess. Die Linzer Fotografin Ines Thomsen hat das als Anlass genommen, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen und ihren Zugang gemeinsam mit anderen weiterzuentwickeln. Zusammen mit dem Fotografen Martin Dörsch entstand ein Buch, das Kreative, Fotograf\*innen und alle, die mit Bildern arbeiten, als praxisnaher Leitfaden durch den Wandel begleiten soll. Gerade hier zeigt sich, dass Kreativität auch bedeutet, neue Werkzeuge reflektiert, mutig und kompetent in die eigene Arbeit zu integrieren.

Link: <https://www.ai-mindset.art/das-buch>

## **9. Beim Besuch des Traditionshauses "der eiler": Wenn Einkaufen zum Erlebnis wird**

Der eiler auf der Linzer Landstraße zeigt, wie stark Gestaltung auf das Einkaufserlebnis einzahlen kann. Das Traditionshaus inszeniert auf zwei Stockwerken internationale Trends so, dass Materialien spürbar, Looks aus verschiedenen Perspektiven erlebbar und

creative

linz and  
upper  
austria

region

die ersten Schritte im neuen Paar sofort ausprobiert werden können. Das Linzer Studio Ortner etc. hat dafür die Visual Identity entwickelt. So entsteht ein Store, der Beratung, Atmosphäre und Markenbild ganz selbstverständlich zusammenführt.

### **10. In der Herrenstraße bei Kleider Machen Leute oder inthebox: Wenn Fair Fashion, Community und Experience zusammenkommen**

Die Linzer Unternehmerin Anita Huber-Katzengruber arbeitet seit mehr als 17 Jahren daran, aus Ideen lebendige Orte zu machen. Aus einem kleinen Fair-Fashion-Laden sind mehrere Standorte, ein Webshop und unterschiedliche Projekte entstanden. Mit linzlabyrinth hat sie außerdem ein Netzwerk aus 60 lokalen Betrieben aufgebaut und zeigt damit, dass stationärer Handel mehr ist als Verkaufsfläche: Er prägt Stadt, Atmosphäre und Begegnung. Gerade im lokalen Handel wird sichtbar, wie wichtig Experience, Haltung und persönliche Verbindung geworden sind, um Menschen für den analogen Raum zu begeistern.

Link: <https://kleidermachenleute.at/>

### **11. Beim Young Creative Club der Creative Region: Die Anlaufstelle für junge Creatives**

Der Young Creative Club ist ein Get-together-Format für Real Talks, Drinks und Themen, die junge Kreative manchmal nachts wachhalten: kreative Blockaden, Selbstzweifel, Skills, Geld und Mut. Der Club findet viermal im Jahr in Linz statt. Erfahrene Kreativschaffende wie Magdalena Wahlmüller, Marco Steiner oder Carina Lindmeier geben dort Einblicke, Tipps und ein offenes Ohr weiter.

Link: <https://creativeregion.org/events/young-creative-club-carina-lindmeier/>

Diese Liste ist nur ein kleiner Ausschnitt aus der Fülle kreativer Leistungen aus der Region und darüber hinaus. Sie zeigt, wie vielfältig Kreativität wirkt – im Alltag, in Unternehmen und im öffentlichen Raum. Klar ist auch: Viele dieser Projekte entstehen in enger Zusammenarbeit mit lokalen Kreativschaffenden. Sie verbinden Ideen, Kompetenzen und Perspektiven und stärken damit den Standort nachhaltig.

Die seit 2011 von Stadt Linz und Land Oberösterreich unterstützte Creative Region hat die Kernaufgabe, Exzellenz in den Creative Industries sichtbar zu machen, zu fördern und zu stärken. Mit rund 70 Veranstaltungen und Formaten pro Jahr – von niederschweligen Networking-Angeboten bis hin zu Workshops und Talks – bringt sie Kreativschaffende, Auftraggeber\*innen und Institutionen zusammen.

Georg Tremetzberger, Geschäftsführer der Creative Region Linz & Upper Austria: „Kreativität wird oft mit visueller Ästhetik gleichgesetzt, hat aber viele unterschiedliche Aspekte. Je stärker Kreativität in der DNA eines Unternehmens verankert ist, desto mehr langfristige Wirkung kann entstehen: für Arbeitsplätze, Innovation und regionale Wertschöpfung. Dazu braucht es Mut, Offenheit und vor allem Vertrauen in kompetente Partner\*innen.“

## **Creative Region lädt zu Talks über die Wirkung kreativer Arbeit**

Genau darüber wird auch in den kommenden Creative Region Talks gesprochen: Wie lassen sich kreative Leistungen sichtbarer machen? Welche Rolle spielen sie für Innovation und regionale Wertschöpfung? Und wie läuft die Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber\*innen und Kreativunternehmen konkret ab?

### **Talk: Kreativität & Design als Erfolgsfaktoren für Unternehmen**

Datum: 6. Mai 2026, 16:00 - 19:00 Uhr

Ort: WKO Gmunden, Miller-von-Aichholz-Straße 50, 4810 Gmunden

Ein Abend mit echten Projekten, echten Partner\*innen – und dem, was dahintersteckt. Mit Claudia Haslinger/SFK Technologie Manufaktur & Robert Mayr/FalkenOhr, Johannes Scherr Design & Christian Schwaighofer/Aspöck Systems, doppel paula & Vitalija Saleh Pascha/co/lab Gmunden. Eine Veranstaltung im Rahmen des EU-Projekts x-Inno Radar, in Kooperation mit der WKO Gmunden.

Link: [TALK: Kreativität & Design als Erfolgsfaktoren für Unternehmen | Creative Region](#)

### **Talk: Vom Traditionshaus zum Markenerlebnis**

Datum: 17. Juni 2026, 10:00 - 12:00 Uhr

Ort: Nordico Stadtmuseum Linz

Im Rahmen der Ausstellung "Made in Linz" sprechen wir mit Peter Bangelmeier (der eiler) und Wolfgang Ortner (Ortner etc.) über Rebranding, Retail Experience und die Frage, wie aus der Zusammenarbeit zwischen Kund\*in und Creative eine Markenwelt mit spürbarer Wirkung entsteht.

Link: [TALK: Vom Traditionshaus zum Markenerlebnis | Creative Region](#)

### **Talk: Why Go To The Store? Wie kleine Händler\*innen gegen große Plattformen bestehen**

Datum: 18. September 2026, 10:00 - 12:00 Uhr

Ort: Nordico Stadtmuseum Linz

Ein Gespräch mit Anita Huber-Katzengruber über Slow Fashion, stationären Handel und die Frage, wie kleine Stores mit Haltung, Beratung, Convenience und echter Experience relevant bleiben. Anita Huber-Katzengruber betreibt in der Linzer Herrenstraße die beiden Stores Kleider machen Leute und inthebox, dazu einen Webshop; ihre Arbeit verknüpft Fair Fashion, lokale Verankerung und digitale Präsenz.

Link: [TALK: Why Go To The Store? | Creative Region](#)

## **Ansprechperson für Rückfragen**

### **Creative Region Linz & Upper Austria GmbH:**

Michaela Scharrer

+43 664 8830 2998

[michaela@creativeregion.org](mailto:michaela@creativeregion.org)