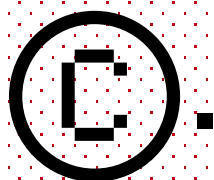


# Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht - Kurzfassung



creativwirtschaft.austria

·idee gewinnt

[www.creativwirtschaft.at](http://www.creativwirtschaft.at)

eine Initiative der





## Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht

### Wien 2006

Diese Studie wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, des Staatssekretariats für Kunst und Medien des Bundeskanzleramts sowie der Arbeitsgemeinschaft „creativ wirtschaft austria“ der Stabsabteilung Wirtschaftspolitik der Wirtschaftskammer Österreich durchgeführt.

KMU FORSCHUNG AUSTRIA  
Austrian Institute for SME Research  
(Präsident: em.o. Univ.-Prof. Dr.Dr.h.c. J. Hanns Pichler, M.Sc.)

Für den Inhalt verantwortlich: Walter Bornett

**VerfasserInnen des Berichts:**  
Für die KMU FORSCHUNG AUSTRIA:  
Irene Mandl (Projektleitung)  
Aliette Dörflinger  
Karin Gavac  
Kerstin Hölzl

Für das Institut für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft (IKM)  
der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien  
Kapitel „Cluster in der Kreativwirtschaft“:  
Caroline Krupp  
Heimo Konrad

**KonsulentInnen:**  
Prof. Dr. Peter A. Bruck  
o. Ass. Prof. Dr. Franz-Otto Hofecker (IKM)  
Sabine Peterneil (IKM)

**Feedback zur Studie:**  
Erich Poettschacher (Instinct Domain)

Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.

Die KMU FORSCHUNG AUSTRIA bzw. die KonsulentInnen übernehmen jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

# Kreativwirtschaft in Österreich

## – kurz gefasst

### „Drei-Sektoren-Modell“:

- Privatwirtschaftlicher Bereich (= Kulturwirtschaft)
- Intermediärer Bereich (= Non-Profit)
- Öffentlicher Bereich (= Staat)
- ABER: Überschneidungen möglich!

### Kreative Branchen in Österreich (gem. LIKUS *kreativ*®):

- Kulturelles Erbe (z. B. Planende BaumeisterInnen, Restauration, Denkmalpflege)
- Darstellende Kunst (z. B. Verlag, Musikinstrumentenerzeugung, SchriftstellerInnen, SängerInnen, SchauspielerInnen)
- Audiovisueller Bereich (z. B. Filmherstellung, Kino, Softwareherstellung)
- Visuelle Kunst (z. B. Fotoateliers, Werbemittelgestaltung, Textil-, Schmuck-, Möbeldesign, Architektur)
- Buch und Presse (z. B. Verlag, Buchbinderei, Druckerei, JournalistInnen)
- Transversale Bereiche (z. B. Bildungswesen, Künstleragentur, Tanzschulen)

### Privatwirtschaftlicher Bereich im Jahr 2004:

- rd. 28.700 Unternehmen (+5,5 % gegenüber 2002)
- rd. 101.600 Beschäftigte (-2 % gegenüber 2002, ausgelöst v. a. durch den Strukturwandel im Bereich Druck)
- rd. € 18,3 Mrd Erlöse und Erträge (+3 % gegenüber 2002)
- rd. € 7,2 Mrd Bruttowertschöpfung (+4 % gegenüber 2002)
- Außenhandelsdefizit im Jahr 2004 höher als im Jahr 2002, jedoch wertmäßige Steigerung der Exporte und Importe
- Hauptsächlich Einpersonen- und Mikrounternehmen
- Bessere betriebswirtschaftliche Performance (z. B. Umsatzrentabilität, Eigenkapitalausstattung) als der Durchschnitt der privatwirtschaftlichen Unternehmen
- Große Dynamik im Zeitablauf und steigende Bedeutung für die Gesamtwirtschaft (2004: rd. 10 % der Unternehmen und 4 % der Beschäftigten)
- deutliches mittel- bis langfristiges Beschäftigungspotenzial durch erwartetes Unternehmenswachstum (v. a. in „modernen“ Branchen)

### Intermediärer Bereich im Jahr 2004:

- rd. 14.800 Kulturvereine (Musik, Theater, Gesang) im Jahr 2001
- rd. 20 wissenschaftliche Bibliotheken
- rd. 450 Büchereien
- rd. 90 Archive
- rd. 14 Fachhochschulstudiengänge

### Öffentlicher Bereich im Jahr 2004:

- rd. 1.800 Museen
- rd. 70 wissenschaftliche Bibliotheken
- rd. 1.200 kommunale Büchereien
- rd. 80 Archive
- rd. 1.400 Schulklassen im Bereich Kreativwirtschaft mit rd. 33.000 SchülerInnen (im Schuljahr 2003/04)
- rd. 163.000 Kinder und Erwachsene an Musikschulen (im Jahr 2002)
- rd. 8.000 ordentliche Studierende an den Universitäten der Künste (im Studienjahr 2003/04)

Hohe Kooperationsneigung der österreichischen Kreativen, aber vergleichsweise breites Verständnis des Begriffs „Kooperation“.

Die Bildung von österreichischen Kreativclustern befindet sich im Anfangsstadium. Spezielles Charakteristikum der Kreativwirtschaftscluster ist die große Bedeutung der sozialen Netzwerke - diese gelten auch als Erfolgsfaktor. Als Hemmnis für die Weiterentwicklung gelten hingegen eher „hard facts“ (wie die finanzielle Ausstattung).

Rd. zwei Drittel der österreichischen Unternehmen binden Kreativleistungen i. w. S. in ihre wirtschaftlichen Tätigkeiten ein. Starke Nachfrage nach Kreativleistungen, insbesondere seitens der Industrie.

Großes Spektrum von Unterstützungs- und Fördermaßnahmen für die Kreativwirtschaft in Europa.

## Vorbemerkung

Die gegenständliche Kurzfassung des Zweiten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts zielt darauf ab, einerseits eine Übersicht über die Inhalte des Gesamtberichts zu bieten und andererseits die wesentlichsten Ergebnisse der Studie in komprimierter Form darzustellen. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass im Folgenden lediglich ausgewählte Aspekte auszugsweise behandelt werden, die die Lektüre der umfassenden Publikation nicht ersetzen.

## Hintergrund und Zielsetzungen der Studie

In den letzten Jahren rückte die Kreativwirtschaft (inter)national zunehmend in den Blickwinkel des öffentlichen Interesses, was auf das prognostizierte Wirtschaftswachstum und Beschäftigungspotenzial in diesem Bereich zurückzuführen war. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern erlangte die Kreativwirtschaft in Österreich erst in jüngerer Vergangenheit (wirtschafts-)politische Aufmerksamkeit. Im Jahr 2003 wurde im Rahmen des Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts erstmals eine umfassende spezifische Definition für Österreich erarbeitet und die ökonomische Bedeutung sowie das Potenzial dieses Wirtschaftsbereichs beziffert.

Die Ergebnisse der Studie hoben hervor, dass der makroökonomische Beitrag der Kreativwirtschaft durchaus mit „traditionellen“ österreichischen Wirtschaftszweigen vergleichbar ist. Die sehr heterogene Kreativwirtschaft ist durch ein deutliches Wachstum in den letzten Jahren, eine kleinstbetriebliche Struktur und eine vielfach bessere betriebswirtschaftliche Entwicklung als die Gesamtwirtschaft geprägt. Im internationalen Vergleich entspricht die Bedeutung des privatwirtschaftlichen Bereichs der Kreativwirtschaft in Österreich in etwa dem Niveau in anderen europäischen Ländern, wengleich darauf hingewiesen werden muss, dass auf Grund unterschiedlicher Definitionen, Abgrenzungen und methodischer Erhebungsinstrumente ein direkter Vergleich anhand der verfügbaren internationalen Studien nur eingeschränkt möglich ist. Auch wenn sich die dynamische Entwicklung der Vorjahre in Österreich nicht im selben Ausmaß fortsetzen wird, dürfte die Bedeutung der Kreativwirtschaft für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung außer Frage stehen.

Generell kann davon ausgegangen werden, dass eine (quantitative bzw. qualitative) Erfassung der Kreativwirtschaft eine Voraussetzung zur Ableitung möglicher Fördermaßnahmen und für die Bewusstseinsbildung für diesen Sektor darstellt, sowohl in der Öffentlichkeit als auch unter den wirtschaftlichen und politischen Akteuren. Der vorliegende Zweite Österreichische Kreativwirtschaftsbericht zielt somit auf Basis des Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts darauf ab,

- die österreichspezifische Definition der Kreativwirtschaft zu überprüfen und weiterzuentwickeln, wobei - soweit möglich - auf eine europäische Vergleichbarkeit Bedacht genommen wird;
- die Darstellung der aktuellen wirtschaftlichen Situation der heimischen Kreativwirtschaft zu aktualisieren und (in Abhängigkeit der Datenverfügbarkeit) zu verfeinern;
- die vorhandenen nationalen (wirtschafts)politischen Instrumente zur Förderung bzw. Unterstützung der Kreativwirtschaft zu analysieren und unter Heranziehung von internationalen Vergleichsbeispielen gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge für Österreich abzuleiten;
- „Good Practice“-Beispiele darzustellen, die - zur Veranschaulichung der Kreativwirtschaft - entweder Unternehmen der Kreativwirtschaft, kreative Leistungen in traditionellen Branchen<sup>1</sup> oder die Schnittstelle Kreativwirtschaft - traditionelle Wirtschaft umfassen.

<sup>1</sup> Darunter sind all jene Wirtschaftsbereiche zu verstehen, die nicht der Kreativwirtschaft zurechenbar sind.

Die aktuelle Studie stellt somit nicht nur eine Aktualisierung des ersten Berichts dar, sondern ergänzt diesen auch um

- eine supranationale, vergleichende Analyse der verschiedenen in Europa zur Anwendung kommenden Definitionsansätze für die Kreativwirtschaft;
- eine Primärerhebung im privatwirtschaftlichen Multimediabereich;
- eine detailliertere Aufarbeitung des verfügbaren Datenmaterials zum intermediären und öffentlichen Bereich der österreichischen Kreativwirtschaft;
- eine umfassendere Darstellung der heimischen Kreativwirtschaftscluster;
- Daten und qualitative Informationen zu den Verflechtungen der Kreativwirtschaft mit Unternehmen/Einrichtungen außerhalb der Kreativwirtschaft; sowie um
- eine Beschreibung ausgewählter Fördermaßnahmen in der Kreativwirtschaft (Österreich und internationaler Vergleich).

Der Zweite Österreichische Kreativwirtschaftsbericht beruht dabei auf einer Kombination aus qualitativen (Literatur- und Dokumentenanalyse, Fallbeispiele, Maßnahmenanalyse und ExpertInneninterviews) und quantitativen Erhebungsinstrumenten (Sekundärdatenanalyse und standardisierte Unternehmensbefragungen), die eine differenzierte Analyse der Situation und Entwicklung der heimischen „kreativen Unternehmen“, der Auswirkungen der Leistungen der Kreativwirtschaft in anderen Branchen sowie der aktuell auf nationaler und internationaler Ebene verfügbaren Förder- und Unterstützungsmaßnahmen kreativer Leistungen ermöglicht.

## Kreativwirtschaft im nationalen und internationalen Kontext

Während sich einige europäische Länder (z. B. Deutschland, Spanien, Frankreich) in erster Linie mit der Beschreibung der „Kulturwirtschaft“ beschäftigen, wurde für Österreich der Ansatz der „Kreativwirtschaft“ gewählt. Es wird - wie auch z. B. in Deutschland, der Schweiz oder Finnland - von einem „Drei-Sektoren-Modell“ ausgegangen, das den öffentlichen, intermediären und privatwirtschaftlichen Bereich unterscheidet. Parallel dazu lässt sich in Österreich eine mehr „inhaltlich“ fokussierte Definition nach dem sog. LIKUS*aktiv*<sup>®</sup>-Schema ableiten. Demnach werden die folgenden Bereiche der österreichischen Kreativwirtschaft zugerechnet, die jeweils mehrere Teilbereiche umfassen:

- Kulturelles Erbe
- Darstellende Kunst
- Audiovisueller Bereich
- Visuelle Kunst
- Buch und Presse
- Transversale Bereiche

Im europäischen Vergleich zeigt eine erste Einschätzung der angewandten Definitionen der Kreativwirtschaft nur geringfügige Abweichungen. Eine genauere Analyse macht jedoch deutlich, dass in den einzelnen Studien die Bezeichnung der Kreativwirtschaftsbereiche unterschiedlich eng oder breit definiert wird und die Zuordnung der Unterbereiche heterogen ist. Dadurch sind auch direkte Vergleiche der wirtschaftspolitischen Bedeutung und des Beschäftigungspotenzials zwischen den einzelnen Ländern nur eingeschränkt möglich.

## Ökonomische Bedeutung des privatwirtschaftlichen Bereichs der Kreativwirtschaft<sup>2</sup>

Im Jahr 2004 zählten rd. 28.700 privatwirtschaftliche **Unternehmen** (inkl. öffentlichen Unternehmen mit privatwirtschaftlichem Erwerbscharakter) zur österreichischen Kreativwirtschaft. Dies entspricht einem Anstieg um 6 % gegenüber 2002 und einem Anteil von etwa einem Zehntel an der gesamten österreichischen Unternehmenspopulation. Das Ausmaß der österreichischen Kreativwirtschaftsunternehmen liegt somit in etwa auf dem Niveau verschiedener deutscher Regionen, etwas über jenem

<sup>2</sup> Auf Grund einer Umstellung der Erhebungssystematik der Statistik Austria, auf deren Daten die Berechnungen der KMU FORSCHUNG AUSTRIA beruhen, sowie auf Grund einer Adaptierung der Branchenabgrenzung (d. h. welche Branchen der marktorientierten Wirtschaft der Kreativwirtschaft zurechenbar sind), sind die hier angeführten Daten nicht mit den im Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht ausgewiesenen Werten vergleichbar. Für einen Longitudinalvergleich (Zeitreihenanalyse) sind ausschließlich die hier angeführten Daten heranzuziehen.

des Vereinigten Königreichs bzw. etwas unter jenem von Zürich.

Gleichzeitig ist die Zahl der **unselbstständig Beschäftigten** in den letzten zwei Jahren um etwa 2 % auf rd. 101.600 gesunken. Dieser Rückgang ist in erster Linie auf den Strukturwandel im Bereich Druck zurückzuführen. Bei den Betrieben der Kreativwirtschaft handelt es sich vorwiegend um Mikro-unternehmen (fast 60 % der Betriebe beschäftigen keine ArbeitnehmerInnen), und die durchschnittliche Unternehmensgröße (rd. 4 MitarbeiterInnen je Unternehmen) sinkt im Zeitablauf geringfügig. Dementsprechend liegt der Anteil der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten an den österreichischen ArbeitnehmerInnen insgesamt mit rd. 4 % deutlich unter dem Unternehmensanteil. Im europäischen Vergleich entspricht dieses Ausmaß in etwa dem finnischen Niveau und liegt über jenem einiger deutscher Regionen. In den Großstädten Zürich oder Berlin findet hingegen ein deutlich höherer Anteil an ArbeitnehmerInnen einen Arbeitsplatz in der Kreativwirtschaft. Des Weiteren lässt sich auf Grund der Tatsache, dass zahlreiche Unternehmensneugründungen in der Kreativwirtschaft Einpersonenernehmen darstellen, ein hohes Beschäftigungspotenzial für die Zukunft ableiten (Stichwort: Unternehmenslebenszyklus - Steigerung der MitarbeiterInnenzahl im Zeitablauf). Die somit zu erwartenden Beschäftigungseffekte dürften in erster Linie von den vergleichsweise „modernerer“ Branchen (z. B. IT) ausgehen.

Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe konnten im Jahr 2004 **Erlöse und Erträge** von € 18,3 Mrd erzielen, dies entspricht einem Zuwachs von rd. 3 % gegenüber 2002. Dementsprechend konnte auch hinsichtlich der **Wertschöpfung** (entspricht den Umsatzerlösen abzüglich der Vorleistungen) eine Steigerung erwirtschaftet werden (auf rd. € 7,2 Mrd in 2004). 4 % der Erlöse und Erträge bzw. 5 % der Wertschöpfung der österreichischen marktorientierten Wirtschaft sind der Kreativwirtschaft zurechenbar. Auch hierbei zeigen sich große Ähnlichkeiten bezüglich der Bedeutung der Kreativwirtschaft in Finnland oder Spanien.

**Anzahl der Unternehmen, unselbstständig Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Bruttowertschöpfung, 2002 - 2004, Kreativwirtschaft**

	2002	2003	2004	VÄ 2002/04 in %
Unternehmen	27.183	28.820	28.681	5,5
unselbstständig Beschäftigte	103.680	100.886	101.644	-2,0
durchschnittliche Unternehmensgröße <sup>1</sup>	3,8	3,4	3,5	-9,3
Erlöse und Erträge in € Mio	17.719	17.767	18.276	3,1
Erlöse und Erträge je unselbstständig Beschäftigten in € 1.000	171	176	180	5,2
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in € Mio	6.890	6.889	7.152	3,8
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten je unselbstständig Beschäftigten in € 1.000	66	68	70	5,9

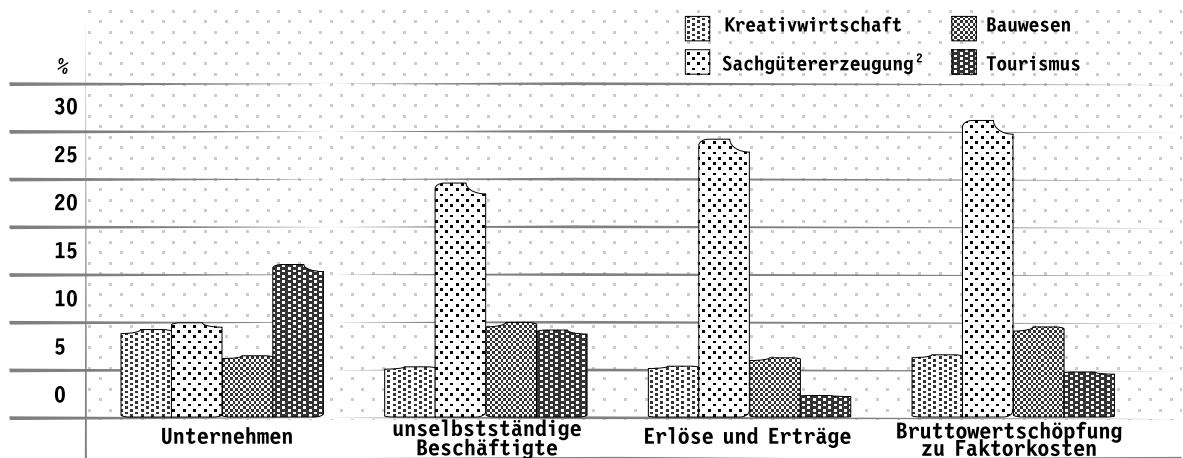
VÄ = Veränderung

<sup>1</sup> unselbstständig Beschäftigte je Unternehmen

Quelle: Statistik Austria, KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger

Der Vergleich der Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftssektoren zeigt die große Bedeutung dieses Bereichs für die österreichische Wirtschaft. Die wesentlichen Indikatoren heben hervor, dass die Kreativwirtschaft - mit Ausnahme vom Beschäftigungseffekt - sogar einen höheren Stellenwert hat als der Tourismus; und dies, obwohl Österreich ein klassisches Tourismusland ist.

Anteil ausgewählter Bereiche an der gesamten Wirtschaft<sup>1</sup> in Prozent, 2004



<sup>1</sup> ohne Land- und Forstwirtschaft

<sup>2</sup> ohne Verlagswesen, Druckerei und Vervielfältigung sowie Herstellung von Musikinstrumenten (da diese Branchen in der Kreativwirtschaft enthalten sind)

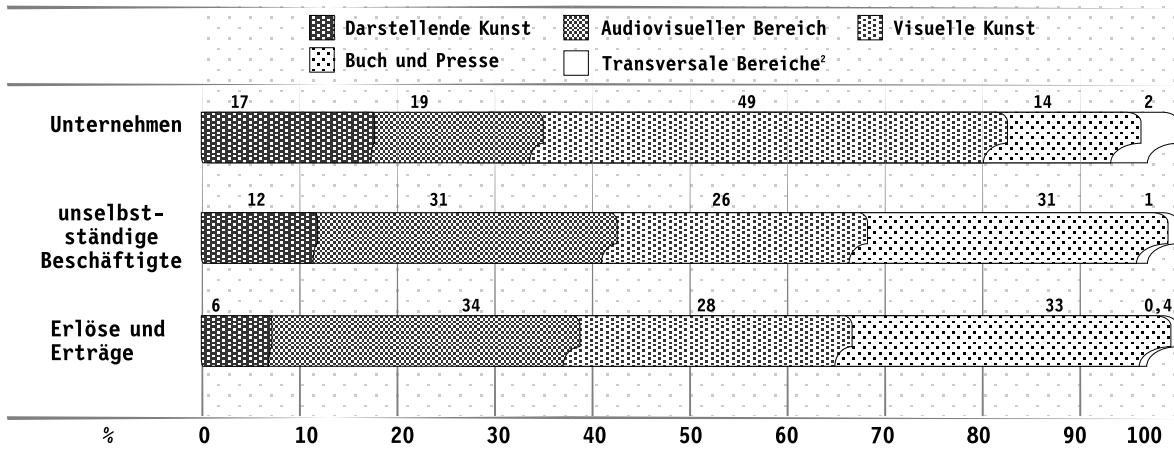
Quellen: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Statistik Austria, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger

Die Betriebe der Kreativwirtschaft weisen eine bessere **betriebswirtschaftliche Performance** (Umsatzrentabilität nach Finanzergebnis) als der gesamtwirtschaftliche Durchschnitt auf, sind jedoch von einer geringeren Eigenkapitalausstattung gekennzeichnet. Dementsprechend ergibt sich auch ein geringfügig höherer Anteil an Betrieben, die auf Grund mangelnden Risikokapitals in ihrer Existenz gefährdet sind. Seit dem Bilanzjahr 2000/01 hat sich sowohl die Ertragskraft als auch die Eigenkapitalausstattung der Kreativwirtschaft verbessert. Der korrigierte Cash Flow ist hingegen seit 2000/01 geringfügig gesunken.

Innerhalb der Kreativwirtschaft sind die Werbemittelgestaltung, die Architekturbüros sowie die Softwareberatung und -entwicklung als die bedeutendsten Branchen anzusehen - sie sind sowohl bei der Unternehmens- als auch bei der Beschäftigtenzahl unter den fünf „Top-Branchen“ zu finden.

Beinahe die Hälfte aller Unternehmen der Kreativwirtschaft gehörte im Jahr 2004 dem Bereich der Visuellen Kunst an, der gleichzeitig die LIKUS*aktiv*<sup>®</sup>-Domäne mit der kleinsten durchschnittlichen Unternehmensgröße ist. Fast ein Fünftel der Betriebe war im Audiovisuellen Bereich tätig, der auch den meisten Beschäftigten einen Arbeitsplatz bot und das höchste Ausmaß an Erlösen und Erträgen erzielte. Rd. 17 % der Betriebe betätigten sich im Bereich Buch und Presse und rd. 14 % im Bereich Darstellende Kunst.

**Verteilung der Unternehmen, unselbstständig Beschäftigten und Erlöse und Erträge nach LIKUS *kreativ*<sup>®</sup>-Domänen<sup>1</sup> in Prozent, 2004, Kreativwirtschaft**



<sup>1</sup> Da im Bereich Kulturelles Erbe der öffentliche Charakter der Unternehmen überwiegt, wird dieser Bereich gesondert dargestellt.

<sup>2</sup> Auch in den Transversalen Bereichen stellen die privatwirtschaftlichen Unternehmen nur einen geringen Teil dar.

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Statistik Austria, Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger

Die **Außenhandelsbilanz** der österreichischen Kreativwirtschaft weist - im Gegensatz zu z. B. Spanien - ein deutliches Defizit auf, d. h. der Wert der Importe übersteigt jenen der Exporte. Zwischen 2002 und 2004 sind sowohl die Importe als auch die Exporte wertmäßig allerdings um mehr als 10 % gestiegen, was auf die Bedeutung dieses „Sektors“ für die internationale Wettbewerbsfähigkeit Österreichs hinweist.

### Intermediärer Bereich der Kreativwirtschaft<sup>3</sup>

Im Bereich des Kulturellen Erbes wurden im Jahr 2004 23 wissenschaftliche **Bibliotheken** (mit rd. 70 vollzeitäquivalenten Beschäftigten) und Spezialbibliotheken (z. B. Bibliotheken wissenschaftlicher Institutionen), 451 **Büchereien** (d. s. kirchliche Büchereien und Büchereien des Österreichischen Gewerkschaftsbundes und der Arbeiterkammer) sowie 92 **Archive** (d. s. Kirchenarchive und sonstige Archive; mit rd. 107 MitarbeiterInnen) dem intermediären Bereich der Kreativwirtschaft zugeordnet. Dies entspricht etwa einem Viertel der wissenschaftlichen Bibliotheken, einem Fünftel der Büchereien sowie etwas mehr als der Hälfte der Archive. Im Bereich der Beschäftigung ist der Anteil deutlich geringer. Lediglich 4 % der MitarbeiterInnen aller wissenschaftlichen Bibliotheken waren im Jahr 2004 im intermediären Bereich tätig. Bei den Archiven belief sich der entsprechende Anteil auf etwa ein Viertel.

Im Jahr 2001 gab es in Österreich rd. 106.000 **Vereine**, wovon rd. 14 % Kulturvereine darstellten.

An den 14 zur Kreativwirtschaft zählenden **Fachhochschulstudiengängen**, die ebenfalls dem intermediären Bereich zuzurechnen sind, konnte der kontinuierliche Anstieg an HörerInnenzahlen fortgesetzt werden (2.664 HörerInnen im Wintersemester 2003/04).

### Öffentlicher Bereich der Kreativwirtschaft<sup>4</sup>

Im Bereich des Kulturellen Erbes wurden im Jahr 2004 rd. 1.800 **museale Einrichtungen**, 70 wissenschaftliche **Bibliotheken** (mit rd. 1.666 vollzeitäquivalenten Beschäftigten) und Spezialbibliotheken (z. B. die Österreichische Nationalbibliothek, Landes- und Stadtbibliotheken, Universitätsbibliotheken), 1.200 kommunale **Büchereien** sowie 80 **Archive** (Bundes-, Landes- und Stadtarchive; mit rd. 527 MitarbeiterInnen) dem öffentlichen Bereich der Kreativwirtschaft zugeordnet. Gemessen am Gesamtbestand zählen rd. drei Viertel der wissenschaftlichen Bibliotheken, etwas mehr als die Hälfte der Büchereien sowie knapp die Hälfte der Archive zum öffentlichen Bereich. Hinsichtlich der Beschäftigung ist der Anteil deutlich höher. Rd. 96 % des Personals aller wissenschaftlichen Bibliotheken waren im Jahr 2004 im öffentlichen Bereich beschäftigt. Bei den

<sup>3</sup> Auf Grund mangelnder Datenverfügbarkeit können in diesem Bereich nur exemplarische Aussagen getroffen werden.

<sup>4</sup> Auf Grund mangelnder Datenverfügbarkeit können in diesem Bereich nur exemplarische Aussagen getroffen werden.

Archiven traf dies auf mehr als drei Viertel der Beschäftigten zu.

Im Schuljahr 2002/03 gab es in den öffentlichen Allgemeinbildenden und Berufsbildenden **Schulen** im Bereich der Kreativwirtschaft rd. 1.400 Klassen mit rd. 33.000 SchülerInnen. Dies sind rd. 85 % der Klassen in Allgemeinbildenden und Berufsbildenden Schulen, welche zur Kreativwirtschaft zählen. Im Jahr 2002 haben 162.700 Kinder und Erwachsene an 405 Musikschulen mit zusätzlich 1.013 Unterrichtsorten Musikunterricht erhalten. An diesen Musikschulen waren 6.651 LehrerInnen beschäftigt. Zudem stehen den ÖsterreicherInnen insbesondere für die Musikausbildung zahlreiche öffentliche Konservatorien zur Verfügung.

Im Wintersemester 2003/04 waren an den sechs österreichischen **Universitäten** der Künste rd. 8.000 ordentliche Studierende inskribiert; das sind um 5 % mehr als im Wintersemester davor. Auch an wissenschaftlichen Universitäten werden Studien angeboten, die der Kreativwirtschaft zugerechnet werden, z. B. Architektur- oder Informatikstudien.

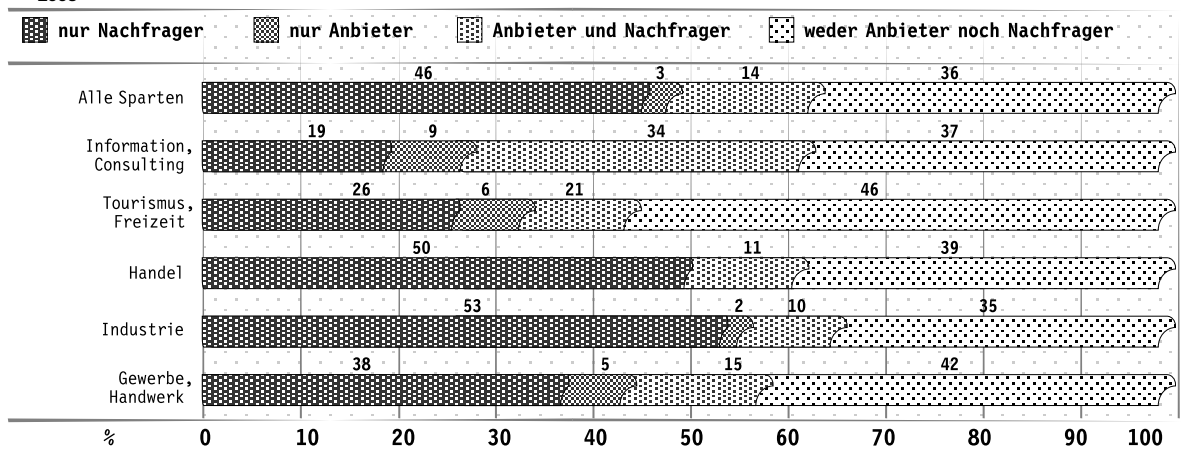
## Kooperationen innerhalb und mit der Kreativwirtschaft

Die österreichische Kreativwirtschaft zeichnet sich durch eine vergleichsweise große Kooperationsbereitschaft aus, wobei die Definition von „Kooperation“ im Allgemeinen eine sehr weit gefasste ist. Dementsprechend ergeben sich nahezu laufend Neugründungen von Kreativwirtschaftsclustern. Darunter werden räumliche Konzentrationen von konkurrenzierenden, zusammenarbeitenden oder unabhängigen Unternehmen und Institutionen verstanden, die durch ein System ökonomischer oder gemeinnütziger Anknüpfungspunkte verbunden sind. Da die **Kreativwirtschaft** stärker als die Gesamtwirtschaft durch soziale Netzwerke geprägt ist, stellen die sozialen Aspekte für die Cluster der Kreativwirtschaft ein typisches Merkmal dar. Eine weitere Besonderheit von Kreativwirtschaftsclustern liegt darin, dass diese auch zu rein temporären Zwecken gebildet werden (z. B. während der Laufzeit bestimmter Festivals).

Die Kooperationsneigung der Kreativen äußert sich aber auch durch **Verflechtungen mit Unternehmen/Einrichtungen außerhalb der Kreativwirtschaft**. Hierbei ist jedoch anzumerken, dass vielfach jedwede Art von Zusammenarbeit (und sei es eine bloße Kunden-Lieferant-Beziehung) als Kooperation bezeichnet wird. Die gemeinsamen Aktivitäten erfolgen meist auf relativ informeller Ebene (es gibt in wenigen Fällen schriftliche Kooperationsvereinbarungen) und fokussieren sich weitgehend auf den lokalen/regionalen Umkreis zum eigenen Standort.

Fast zwei Drittel der österreichischen Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft binden Kreativleistungen i. w. S. in ihre wirtschaftlichen Aktivitäten ein. Insbesondere in der Industrie zeigt sich eine starke **Nachfrage nach Kreativleistungen**. Die Betriebe wenden sich zur Deckung ihrer Nachfrage vorwiegend an österreichische Unternehmen, die Leistungen von freiberuflichen MitarbeiterInnen oder freien DienstnehmerInnen werden hingegen selten in Anspruch genommen. Fast ein Zehntel der Wirtschaftstreibenden bezieht die benötigten Kreativleistungen aus dem Ausland.

**Art der Kreativleistungen<sup>1</sup> in der österreichischen gewerblichen Wirtschaft nach Sparten<sup>2</sup> in Prozent, 2005**



<sup>1</sup> z. B. Design, Druck/Verlag, individualisierte Softwareherstellung, Homepage-Design, Werbung, Grafik, Kunst etc.

<sup>2</sup> gewichtete Ergebnisse; Auswertungen für die Sparten Bank, Versicherung sowie Transport, Verkehr sind auf Grund der geringen Antwortzahl nicht möglich

Quelle: WKÖ Wirtschaftsbarometer Austria, Herbst 2005

Neben der konkreten Beauftragung von Kreativleistungen lassen sich zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Branchen auch noch weitere Verflechtungen aufzeigen. Diese beziehen sich z. B. auf die **gemeinsame Produktentwicklung oder Abwicklung von Aufträgen**. Auch bei dieser Art der Kooperation zeigt sich vielfach ein großes Ausmaß an Informalität und Regionalität sowie eine eher anlassbezogene, projektbasierende Zusammenarbeit, die jedoch - sofern von Erfolg gekrönt - auch zu wiederholten Kooperationen führen kann.

Des Weiteren zeigen sich gewisse **Ausstrahlungseffekte** der Kreativwirtschaft auf andere Sektoren der österreichischen Wirtschaft. So profitieren beispielsweise bestimmte (Tourismus) Regionen von kulturellen Einrichtungen (z. B. Museen, Schlössern etc.) oder Festivals (z. B. Donauinselfest, Salzburger Festspiele). Derartige Auswirkungen kommen in erster Linie dem Tourismus und dem Einzelhandel zu Gute und zeigen in bestimmten Regionen nicht zu vernachlässigende wirtschaftliche und Beschäftigungseffekte.

## Förderung der Kreativwirtschaft

In den letzten Jahren wurde sowohl auf europäischer als auch auf nationaler/regionaler/lokaler Ebene zunehmend das ökonomische Potenzial der Kreativwirtschaft erkannt. Gleichzeitig wurde augenscheinlich, dass zur umfassenden Ausschöpfung dieses Potenzials die Unterstützung der Kreativen eine nicht unbedeutende Voraussetzung darstellt. Dementsprechend beschäftigten sich zahlreiche Akteure auf verschiedenen Ebenen mit diesem Thema, und es lässt sich ein breites Feld an bereits implementierten Unterstützungs- und Fördermaßnahmen aufzeigen.

Die wesentlichsten davon lassen sich wie folgt gruppieren:

- Maßnahmen, die darauf abzielen, die Bevölkerung oder Wirtschaftstreibende (sowohl der „traditionellen“ als auch der Kreativwirtschaft) für die Bedeutung der Kreativwirtschaft zu **sensibilisieren**, oder den Kreativen durch eine **Vernetzung** jedweder Art (z. B. mit Partnern, Kunden/Auftraggebern) wirtschaftliches Handeln zu ermöglichen bzw. zu vereinfachen: Hierfür setzen sich beispielsweise in Österreich die arge creativ wirtschaft austria (von der Wirtschaftskammer Österreich eingerichtete Organisation), departure, das Zentrum für Kreativwirtschaft, das forum moztartplatz oder diverse „branchenspezifische“ Interessenvertretungen ein. In Deutschland werden in Nordrhein-Westfalen im Jahres- oder Zweijahresrhythmus „Kulturwirtschaftstage“ als Plattform für Informations- und Erfahrungsaustausch organisiert oder im Rahmen der „Kunstfabrik Ewerk“ die Zusammenarbeit zwischen Kreativen und traditionellen Branchen gefördert. Das finnische Programm Luova toimiala Keski-Suomessa (Kreativwirtschaft in Zentral-Finnland) unterstützt Kreative bei der Vermarktung ihrer Fähigkeiten bzw. Produkte, in dem die Kreativwirtschaft in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gerückt und die Vernetzung zwischen traditioneller und Kreativwirtschaft propagiert wird. Im Vereinigten Königreich tragen beispielsweise die Creative Clusters Konferenzen oder die Schaffung von Creative Quarters zur Sichtbarmachung der Kreativwirtschaft bei und zahlreiche Institutionen (z. B. NESTA, DTI) setzen bedeutende Maßnahmen zur Förderung der Kreativwirtschaft.
- **Unterstützung der Gründung** von Kreativwirtschaftsunternehmen (monetär oder nicht-monetär), wie beispielsweise im Rahmen des deutschen Programms „StartART - Die Gründungsinitiative für Kunst und Kulturwirtschaft in NRW“. In Finnland bietet Kulturo - Kulttuurituotannon osaamiskeskus (Kulturo - Kompetenzzentrum in Kulturproduktion) Beratung für Personen, die eine Unternehmensgründung im Bereich der Kreativwirtschaft planen, sowie Unterstützung für neu gegründete Betriebe. In den britischen Professional Practice Programmes diverser höherer Bildungseinrichtungen werden Kreative durch fachliche und wirtschaftliche Ausbildung auf das Unternehmertum vorbereitet.
- Instrumente, die darauf abzielen, die Kreativen (oder auch die „traditionelle“ Wirtschaft) bei der **Entwicklung innovativer Produkte**, die der Kreativwirtschaft zurechenbar sind, zu unterstützen: So fördert z. B. das österreichische iP Impulsprogramm creativwirtschaft, welches eine Initiative der Austria Wirtschaftsservice GmbH und der Wirtschaftskammer Österreich (als Trägerin der arge creativ wirtschaft austria) ist, innovative Ideen in den Bereichen Musik, Multimedia und Design; Design wurde etwa auch durch den Themencall „dSign Up!“ von departure gefördert. Zahlreiche Förderungen in diesem Bereich (z. B. in Österreich, Deutschland, Finnland, Spanien und dem Vereinigten Königreich) kommen auch der Filmwirtschaft zu Gute.
- **Internationalisierungsmaßnahmen** unterstützen Kreative bei der Vermarktung ihrer Produkte über die jeweiligen Landesgrenzen hinaus. In Österreich erfolgt dies beispielsweise

durch „Austrian Music Export“ mit speziellem Fokus auf die Musikwirtschaft oder über die Förderung der Teilnahme an Auslandsmessen. Das finnische Kulttuuriviennin kehittäminen (Entwicklung von Kulturexport) fokussiert hingegen spezifischer auf die geografische Komponente (Förderung des bilateralen Kulturexports zwischen Finnland und Russland). In Spanien fördert das Kulturministerium im Rahmen der Ayudas de fomento de la difusión, comercialización y distribución de libros españoles en el extranjero (Unterstützungsmaßnahmen für die Verbreitung, Kommerzialisierung und den Vertrieb spanischer Bücher im Ausland) den Export spanischer Publikationen. Das Vereinigte Königreich unterstützt KünstlerInnen, DesignerInnen und andere Kreative u. a. bei kollaborativen Projekten im Ausland.

- Des Weiteren besteht ein großes und sehr heterogenes Feld an sonstigen **finanziellen Förderungen**, das von Steuererleichterungen über Qualifizierungszuschüssen bis zur Unterstützung beim Marktauftritt reicht.

## Abschließende Betrachtungen

Abschließend lässt sich festhalten, dass die österreichische Kreativwirtschaft eine nicht zu vernachlässigende Bedeutung für die heimische Volkswirtschaft aufweist. Wenngleich sich die im vergangenen Jahrzehnt verzeichnete Entwicklungsdynamik im Zeitverlauf europaweit etwas verlangsamt, leistet der Sektor nach wie vor einen wichtigen direkten und indirekten (durch Ausstrahlungseffekte etc.) Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt.

In diesem Zusammenhang - genauso wie im Bereich der direkten und indirekten Beschäftigungseffekte - ist auch für die Zukunft mittel- bis langfristig von weiteren Potenzialen auszugehen. Diesen stehen jedoch gewisse Entwicklungshemmnisse gegenüber (z. B. nach wie vor bestehende „Berührungängste“ zwischen der traditionellen und der Kreativwirtschaft, Reserviertheit der Kreativen gegenüber den „rein wirtschaftlichen Aspekten“ des Unternehmertums), die es für eine effiziente und umfassende Nutzung dieses Potenzials zu überwinden gilt.

Der Zweite Österreichische Kreativwirtschaftsbericht ist unter [www.creativwirtschaft.at](http://www.creativwirtschaft.at) kostenlos downloadbar.

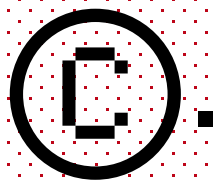
## Weitere Informationen:

### **Vorsitzende**

Carina Felzmann  
Abgeordnete zum Nationalrat  
Carina.Felzmann@wko.at

### **Geschäftsführerin**

Mag. Inga Focke  
Stabsabteilung Wirtschaftspolitik  
Wirtschaftskammer Österreich  
inga.focke@wko.at  
T ++43 (0) 5 90 900 4471  
F ++43 (0) 5 90 900 258



creativwirtschaft austria


*idee gewinnt*

[www.creativwirtschaft.at](http://www.creativwirtschaft.at)  
[creativwirtschaft@wko.at](mailto:creativwirtschaft@wko.at)

## ***Alle Informationen***

Vorsitzende  
**Carina Felzmann**  
Abgeordnete zum Nationalrat  
[carina.felzmann@wko.at](mailto:carina.felzmann@wko.at)

Geschäftsführerin  
**Mag. Inga Focke**  
Stabsabteilung Wirtschaftspolitik  
Wirtschaftskammer Österreich  
[inga.focke@wko.at](mailto:inga.focke@wko.at)  
T ++43 (0) 5 90 900 4471  
F ++43 (0) 5 90 900 258

eine Initiative der   
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH