

WIRTSCHAFTS NACHRICHTEN

DONAURAUM

Wirtschaft stöhnt

Abwanderung durch zu hohe Arbeitskosten – weitere Belastung gefährdet jeden Arbeitsplatz



Stürmischer Frühlingswind
Landeshauptmann Niessl lässt kein Fettnäppchen aus

Bildungspolitik
Mehr Leistung fördern und fordern

Share Economy
Ein Paradigmenwechsel

Bad Bank
Willkommener Sündenbock für alles?

26663

FAS.research Sozialwissenschaftliche Forschungsredaktion

Geschäftsführung

Müllnergasse 3

1090 Wien

Das unabhängige österreichische Wirtschaftsmagazin
**WIRTSCHAFTS
NACHRICHTEN**

BUDGET 2014/15
HYPO AN ALLEM
SCHULD





Die Kreativwirtschaft ist ein Turbo für Wirtschaftswachstum, sind sich der Vorsitzende der creativ wirtschaft austria, Gerin Trautenberger, der Leiter der WKO-Wirtschaftspolitik, Dr. Christoph Schneider, sowie FAS-researchGeschäftsführer Dr. Harald Katzmaier einig. Foto: WKO

Wachstumsbranche mit Potenzial

Die österreichische Kreativwirtschaft ist in den vergangenen fünf Jahren deutlich gewachsen, trotz mancher Hürden, denn viele von diesen Betrieben stöhnen unter den Sozialversicherungsbedingungen sowie der Urheberrechts-Problematik.

Von Marie-Theres Ehrendorff

Neben Mode, Medien, Architektur, Musik, Video, Film und Fotografie finden sich Beratung und Training, Multimedia, Software, Games, Design und Grafik sowie Kunst und Wissenschaft in der Branche der Kreativwirtschaft. Dass die Zuordnung der meist sehr kleinen Betriebe oder der Selbstständigen in Ein-Personen-Unternehmen (EPU) schwierig ist, ist kein Grund, die Gewerbeordnung über Bord zu werfen: „Die Wirtschaftskammer hilft mit Beratung bei der Einordnung für den zutreffenden Gewerbeschein“, versicherte Christoph Schneider, Leiter der Stabsabteilung der Wirtschaftspolitik der WKO. „Alleine neun WKO-Fachverbände sind in der horizontalen WKO-Organisation creativ wirtschaft austria vertreten, dazu kommen noch andere Organisationen, etwa die Architektenkammer“,

so der Vorsitzende der creativ wirtschaft austria, Gerin Trautenberger. Rund 38.400 erwerbswirtschaftliche Kreativunternehmen mit mehr als 130.400 Beschäftigten, das sind 4,1 Prozent aller Arbeitnehmer, sind in Österreich tätig. Laut dem 5. Kreativwirtschaftsbericht ist das jedes zehnte Unternehmen in Österreich. Diese gehören zu den innovativsten heimischen Unternehmen und haben ein überdurchschnittliches Wachstumspotenzial. Der Anteil an Akademikern mit 29 Prozent und neun Prozent Studenten ist typisch und deutlich höher als bei vergleichbaren Unternehmen anderer Berufszweige, und das sowohl unter Gründern als auch Mitarbeitern. Dadurch wird die Kreativwirtschaft zu einem wichtigen Bindeglied zwischen Wissenschaft, Forschung und Anwendung in der Wirtschaft und kann

Forschungsergebnisse in neue Marktangebote transferieren. Nach Branchen gegliedert haben es Fotografie, Beratung und Architektur laut der Studie immer schwerer. Multimedia, Software, Design und Grafik boomen hingegen. Dies beruht auf einer Selbsteinschätzung der Kreativen, die im Rahmen einer „Netzwerkstudie der österreichischen Kreativwirtschaft“ von FAS.research ermittelt wurde. Dabei wurde in Interviews durch Nennungen bekannter anderer Unternehmen und Einrichtungen die Vernetzung der Kreativbranche in Clustern erhoben. „Die Vernetzung der Kreativen untereinander schreitet voran“, gibt sich Trautenberger, optimistisch. „Wien ist nach wie vor das wichtigste Bundesland der Kreativen, aber auch die – bei der Vorgängerstudie 2009 –

leistungsbranchen kommen auf einen Anteil von zwölf Prozent am Exportkuchen.

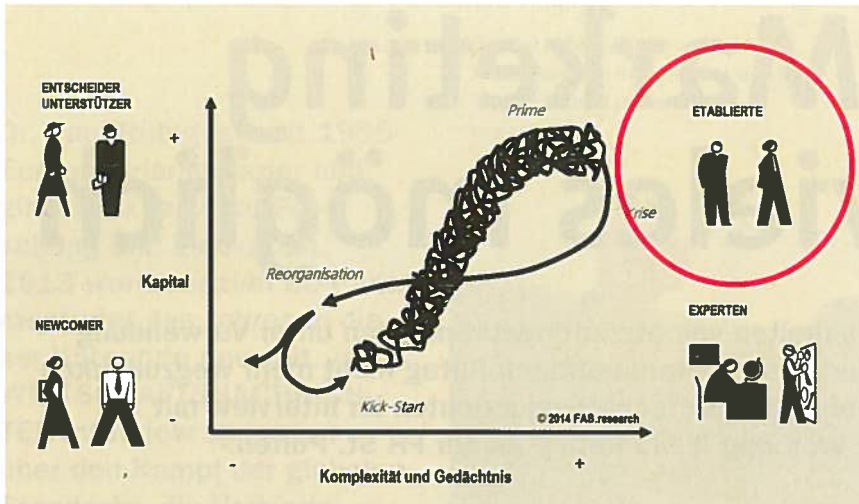
Geringe Betriebsgröße und kleinteilige Branchenstrukturen

Bei 63 Prozent aller kreativwirtschaftlichen Betriebe handelt es sich um EPU. Etwa drei Viertel der Unternehmen in der Kreativwirtschaft kooperieren mit Geschäftspartnern, um gemeinsam Leistungen für Kunden zu erbringen. Sie sind meist in kleinteiligen Netzwerken organisiert und arbeiten eng mit anderen Selbstständigen zusammen, um Aufträge kapazitätsmäßig und fachlich oder technisch umsetzen zu können. Große Bedeutung in der Kreativwirtschaft hat das Humankapital.

83 Prozent aller Kreativwirtschaftsunternehmen erbringen überwiegend oder ausschließlich auf Kundenanforderungen zugeschnittene Leistungen. 68 Prozent der Kunden der Kreativwirtschaft sind andere Unternehmer, 29 Prozent sind öffentliche Einrichtungen. 84 Prozent schneiden ihre Produkte bzw. Dienstleistungen für jeden Kunden neu zu, 80 Prozent arbeiten gemeinsam mit Kunden an Projekten. Sie punkten bei ihren Kunden durch gute Vertrauensbeziehung, Persönlichkeit und Flexibilität.

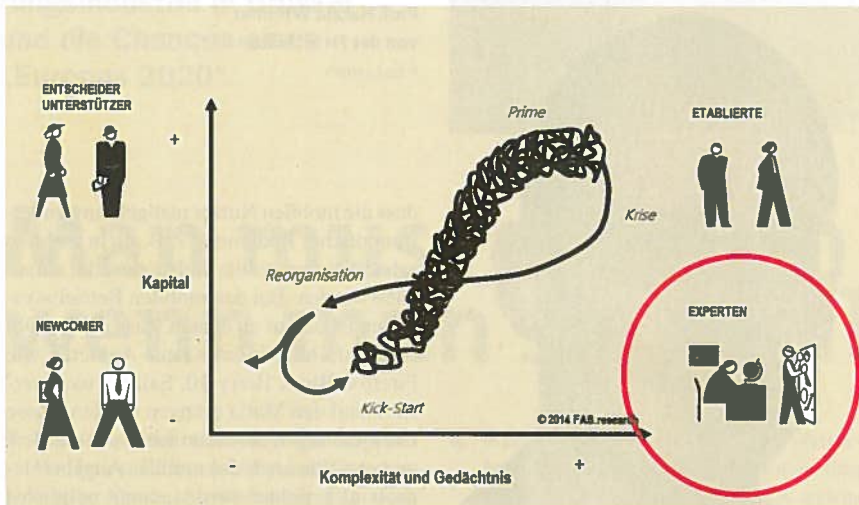
Laut FAS-research-Studie wird die Verdichtung der Netzwerkstrukturen auch in den Netzwerken der einzelnen Bereiche sichtbar. Die Zahl der Akteure stieg kräftig an. Kräftig gewachsen ist vor allem der Bereich der Intermediären, aber auch die Bereiche Multimedia, Software und Games, der Medienbereich und der Architekturbereich sind im Vergleich zu 2009 besonders stark vertreten. Nachwuchssorgen müssen sich vor allem der Modebereich und die Bereiche Multimedia, Software und Games sowie Design und Grafik keine machen. In diesen Branchen werden besonders viele Akteurinnen und Akteure als Newcomer, als jung und visionär beschrieben. Entscheider, die die Rahmenbedingungen der Kreativwirtschaft mitgestalten können, finden sich vor allem unter den Intermediären.

Bei der SVA (Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft) fordert die WKO „Rechtssicherheit“ ein. „Eine Nachforderung bis zu fünf Jahren zurück kann ein Unternehmen in den Ruin treiben“, warnt Christoph Schneider. „Beim Urheberrecht gibt es eine ambivalente Diskussion: Einerseits wollen die Kreativen ihre Werke teilen, andererseits wächst die Angst, dass die Erzeuger der Inhalte und Werke leer ausgehen und die, die den Content aggregieren, ‚die Googles der Welt‘, reich werden.“ Die Kreativen wünschen sich generell mehr Unterstützung, meinen WKO und creativ wirtschaft austria unisono. Als Beispiele werden eine gewünschte Neuauflage des Kreativwirtschaftsschecks und die Fortsetzung der Initiative „evolve“ des Wirtschaftsministeriums genannt.



Starkes Wachstum, starke Vernetzung

Quelle: FAS research



Wo sind welche Themen wichtig? Quelle: FAS research

erhobenen, weißen Flecken' in Niederösterreich und Kärnten gibt es nicht mehr“, erläutert Harald Katzmaier, Geschäftsführer der FAS-Research, ein auf Netzwerkfragen spezialisiertes außeruniversitäres Forschungsinstitut. „Der Anteil an Newcomern ist in Kärnten, Tirol und Salzburg am größten. Hingegen ist das Burgenland weiterhin das Bundesland mit der am geringsten ausgeprägten Kreativ-Szene. Nach Wien verfügt Oberösterreich über die höchste Diversität der verschiedenen Bereiche. Niederösterreich ist – nicht nur durch den ‚Speckgürtel‘ – nach wie vor stark nach Wien orientiert.“

Im Vergleich zu den Studienergebnissen aus dem Jahr 2009 wird deutlich, dass sich immer häufiger Kreativunternehmen auch in den Bundesländern ansiedeln. Waren 2009 neben Wien vor allem die Steiermark und Vorarlberg besonders stark, so haben sich 2014 in allen Bundesländern aktive und stabile regionale Kreativszenen etabliert.

Kärnten, Niederösterreich und das Burgenland entwickeln sich besonders dynamisch, mehr Kreativschaffende werden als Schlüsselspieler identifiziert und ihnen wird besonders oft die Rolle der Neuen und Visionäre

in Bezug auf neue Trends und Entwicklungen zugeschrieben. In Vorarlberg zeigt sich ein sehr enges Netzwerk mit einer starken eigenen Identität und vielen etablierten Akteuren, aber auch eine starke Achse nach Wien. Das Netzwerk der niederösterreichischen Kreativwirtschaft hat sich stark verdichtet, ist über die Ländergrenze nach außen orientiert und außerdem sehr eng mit der Wiener Kreativwirtschaft vernetzt. Wien bietet die meisten Ressourcen für die Kreativwirtschaft, etwa die Hälfte aller Kreativschaffenden arbeitet hier und ist eng miteinander vernetzt.

Kreativ-Unternehmen bringen – wie der Name schon sagt – Innovationen in die Wirtschaftswelt: 60 Prozent haben innerhalb von drei Jahren neue Produkte oder Dienstleistungen auf den Markt gebracht, 50 Prozent unterstützen andere Betriebe bei Innovationen. Die Kreativen sind von Aufträgen und Auftraggebern deutlich getrieben. 83 Prozent aller Kreativwirtschaftsunternehmungen erbringen „überwiegend oder ausschließlich“ auf Kundenanforderungen zugeschnittene Leistungen, der Exportanteil dieser Branche liegt bei knapp 30 Prozent. Zum Vergleich: Andere gewerbliche Dienst-