

K
—
A
T

Österreichischer Kreativwirtschafts- bericht 2023



Inhaltsverzeichnis

KREATIVWIRTSCHAFTSPOLITISCHES DATENBLATT	3
<u>Zusammenfassung</u>	4
1. <u>Die Performance der Kreativwirtschaft bis zum Beginn der Corona-Krise 2020</u>	9
2. <u>Rezente Entwicklungen seit 2020</u>	25
3. <u>Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft</u>	37
4. <u>Schlussfolgerungen</u>	49
5. <u>Anhang</u>	51
KREATIVWIRTSCHAFTSBAROMETER	53
<u>Rückblick 2022 und Ausblick 2023</u>	54
<u>Schlussfolgerungen</u>	64
IMPRESSUM	65

Kreativwirtschafts- politisches Datenblatt



Zusammenfassung

Zu Beginn der Corona-Krise im Jahr 2020 verzeichnet die Kreativwirtschaft Rückgänge gegenüber 2019

Im Jahr 2020 zählten rund 11 % der Unternehmen zur Kreativwirtschaft, das sind etwa 48.100 Unternehmen mit 168.350 Beschäftigten. Die kreativen Unternehmen erzielten Umsätze in Höhe von rund € 24 Mrd. sowie eine Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten von rund € 10,1 Mrd. Nach sehr erfolgreichen Jahren verzeichnete die Kreativwirtschaft mit Beginn der Corona-Krise im Jahr 2020 Rückgänge. So ist die Zahl der Unternehmen und Beschäftigten gegenüber 2019 gesunken, und auch bei den Umsätzen und der Bruttowertschöpfung gab es Rückgänge, wenngleich diese etwas geringer ausfielen als in der Gesamtwirtschaft. Im langfristigen Vergleich (2008 bis 2020) hat sich die Kreativwirtschaft dynamischer entwickelt als die Gesamtwirtschaft.

Die Umsätze der Kreativwirtschaftsunternehmen sind im Zeitraum 2020 bis 2022 deutlich gestiegen

Nachdem es im Jahresvergleich 2019/20 zu Rückgängen gekommen war, verzeichneten die Unternehmen der Kreativwirtschaft in den Jahren 2021 und 2022 nominelle Umsatzsteigerungen. Das Plus ist dabei im Jahr 2021 (im Vergleich zu 2020) etwas höher ausgefallen (+7 %) als im Jahr 2022 (im Vergleich zu 2021; +6 %). Somit lagen die Umsätze in der Kreativwirtschaft 2022 um 13 % über dem Niveau von 2020. Getragen wird diese positive Entwicklung stark vom Software-Bereich, zudem haben sich Bereiche mit hohen Umsatzrückgängen zu Beginn der Corona-Krise, wie die Film- und Musikwirtschaft, erholen können. Darüber hinaus spielen auch Preissteigerungen eine Rolle.

2022 sind um 10 % mehr Mitarbeiter*innen in Kreativwirtschaftsunternehmen beschäftigt als im Jahr 2020

Gegenüber 2020 hat sich die Situation am Arbeitsmarkt wieder deutlich verbessert. Insgesamt sind 2022 um 10 % mehr Mitarbeiter*innen in Kreativwirtschaftsunternehmen beschäftigt als 2020. Das höchste Wachstum verzeichnete der Sektor Software und Games (+16 %). Lediglich in der Musikwirtschaft ist ein Rückgang um 2 % zu beobachten, wobei das Minus im ersten Corona-Jahr 2020/21 (-3 %) im Jahr 2022 (+1 %) noch nicht ausgeglichen werden konnte.

Die Arbeitslosigkeit im Jahr 2022 liegt um 33 % unter dem Niveau von 2020

Die Zahl der Arbeitslosen, die vormals in der Kreativwirtschaft tätig waren, ist nach einem starken Anstieg zwischen 2019 und 2020 in den Jahren 2021 und 2022 wieder deutlich zurückgegangen. Über den gesamten Zeitraum hinweg (2020 bis 2022) bedeutet dies einen Rückgang von 33 %. Das deutlichste Minus verzeichneten die kleineren Bereiche Design sowie Radio und TV.

Die größten Kreativwirtschaftsbereiche sind weiterhin Software und Games, Werbung, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen, sowie Architektur

Gemessen an Beschäftigung, Umsatz und Bruttowertschöpfung zählen Software und Games, Werbung, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen sowie Architektur zu den Top 5 Kreativwirtschaftsbereichen. Demgegenüber zählen Radio und TV, Musikwirtschaft sowie Design zu den kleineren Sektoren. Während sich die Bereiche Software und Games sowie Radio und TV zwischen 2019 und 2020 dynamisch entwickelt haben, mussten die Bereiche Markt für darstellende Kunst und Filmwirtschaft (inkl. Fotografie) deutliche Rückgänge verzeichnen.

Die Kreativwirtschaft ist durch eine zufriedenstellende Kapitalstruktur sowie einen hohen Anteil an Fremdleistungen gekennzeichnet

Hinsichtlich der Kapitalstruktur zeigt sich in der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft aufgrund ihres überwiegenden Dienstleistungscharakters eine sehr geringe Bedeutung von langfristig im Unternehmen gebundenen Sachanlagen, was einen geringeren Kapitalbedarf zur Folge hat. Generell ist die Kapitalstruktur der Kreativwirtschaft zufriedenstellend: Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt mit rund 36 % über dem Mindestrichtwert von 30 % (Gesamtwirtschaft: 38 %).

In Bezug auf die Kostenstruktur weisen kreative Unternehmen im Unterschied zur Gesamtwirtschaft deutlich geringere Materialaufwendungen auf, was ebenfalls ihrem überwiegenden Dienstleistungscharakter geschuldet ist. Die Kreativwirtschaft ist durch einen hohen Anteil an Fremdleistungen gekennzeichnet, ein Indiz für eine hohe Bedeutung von Kooperationen.

Überdurchschnittliche Eigenkapitalquote in den kreativen Sektoren Buch und Verlagswesen sowie Design, hohe Ertragskraft bei Architektur sowie Software und Games

Die Bereiche Buch und Verlagswesen sowie Design weisen im Vergleich mit durchschnittlich rund 39 % die höchste Eigenkapitalquote auf. Aber auch alle anderen kreativen Sektoren haben im Durchschnitt eine zufriedenstellende Eigenmittelausstattung über dem empfohlenen Mindestrichtwert von 30 %. Überdurchschnittliche Umsatzrentabilitäten erzielen etwa Architektur sowie Software und Games, während z.B. Werbung, Design sowie die Filmwirtschaft inkl. Fotografie eine unterdurchschnittliche Ertragskraft aufweisen.

63 % der kreativen Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen

Ein weiteres Charakteristikum der Kreativwirtschaft ist ihre Kleinstrukturiertheit. Bei 63 % der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Überdurchschnittlich viele EPU sind im Markt für darstellende Kunst (81 %), in den Bereichen Filmwirtschaft (76 %) und Design (73 %), in der Musikwirtschaft (66 %) sowie in der Werbung (65 %) zu finden.

Mehr als jedes vierte Unternehmen der Kreativwirtschaft wird von einer Frau geführt

Mehr als jedes vierte Unternehmen (26 %) wird von einer Frau geführt, überdurchschnittlich hoch ist dieser Anteil in den Sektoren Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst sowie

Design. In den Bereichen Software und Games, Musikwirtschaft, Radio und TV sowie Architektur hingegen liegt der Anteil an weiblichen Selbstständigen unter dem Durchschnitt.

39 % der kreativen Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Wien, 61 % sind außerhalb angesiedelt

39 % der kreativen Unternehmen sind in Wien angesiedelt, 61 % in den anderen Bundesländern Österreichs. Eine große Anzahl an Kreativunternehmen ist in Niederösterreich (14 %), Oberösterreich (11 %) und in der Steiermark (11 %) zu finden. In Wien zählt beinahe jedes fünfte Unternehmen zur Kreativwirtschaft. Architektur ist überdurchschnittlich stark in Vorarlberg und Tirol vertreten, Werbung in Salzburg.

Aktive Mitgliedschaften in der Wirtschafts- und Architekt*innenkammer steigen weiter an

Die meisten der großteils der Kreativwirtschaft zuordenbaren Fachgruppen verzeichnen trotz der vielfältigen Herausforderungen der vergangenen Jahre Zuwächse bei den aktiven Mitgliedschaften, insbesondere in den Fachgruppen Informationstechnologie (2021/22: +4 %) sowie Werbung und Marktkommunikation (2021/22: +3 %). Rückgänge der aktiven Mitgliedschaften gibt es in den Bereichen Papier- und Spielwarenhandel sowie bei der von der Corona-Pandemie stark betroffenen Fachgruppe der Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe. Kontinuierliche Mitgliederzuwächse gibt es auch bei den Architektinnen und Architekten.

Weiterhin sehr unterschiedliche Entwicklungen bei den Neugründungen der Kreativwirtschaft

Die meisten Neugründungen im Jahr 2022 gibt es mit rund 3.000 Gründungen weiterhin im Bereich Informationstechnologie (inkl. Unternehmensberatung und Buchhaltung), was einem Plus von 1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Es folgen die Fachgruppen Werbung und Marktkommunikation mit 2.400 Gründungen (-5 %) sowie Kunsthandwerke mit rund 1.000 Gründungen (-3 %).

Die Zahl der Insolvenzen in der Kreativwirtschaft steigt deutlich an und pendelt sich auf Vorkrisenniveau ein

Im Jahr 2022 waren 224 der rund 48.100 kreativen Unternehmen (0,5 %) in ein Insolvenzverfahren involviert. Rund 70 % stellen eröffnete Insolvenzen dar und 30 % mangels kostendeckenden Vermögens nicht eröffnete Insolvenzverfahren. Vor allem in der Filmwirtschaft (inkl. Fotografie; +65 %), aber auch in der Werbung (+9 %) hat die Krisenanfälligkeit im Jahresvergleich 2019 und 2022 deutlich zugenommen, während in den Bereichen Software und Games (-23 %) sowie Buch und Verlagswesen (-7 %) weniger Insolvenzen stattgefunden haben.

Die österreichische Kreativwirtschaft löst über intensive Verflechtungen mit anderen Branchen in Österreich eine gesamtwirtschaftliche Produktion von € 44,7 Mrd. aus

Obwohl die Kreativwirtschaft 2021 noch von der Corona-Krise in vielen Teilbereichen beeinträchtigt ist, erweist sie sich als ein wichtiger Impulsgeber für die österreichische

Volkswirtschaft und generiert Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung über den eigenen Bereich hinaus. Unter Berücksichtigung aller Verflechtungen löst sie in Österreich eine gesamtwirtschaftliche Produktion im Ausmaß von € 44,7 Mrd. aus (direkt, indirekt und induziert). Auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft kommen durchschnittlich zusätzliche € 0,69 an Produktion in der österreichischen Volkswirtschaft. Analog dazu beläuft sich das Ausmaß der in der Kreativwirtschaft und anderen Teilen der Volkswirtschaft generierten Wertschöpfung auf insgesamt € 23,2 Mrd., wobei zu jedem in der Kreativwirtschaft erwirtschafteten Euro zusätzlich € 0,70 an Wertschöpfung in anderen Teilen der Wirtschaft entstehen. In Summe sichert die Kreativwirtschaft direkt, indirekt und induziert rund 332.100 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab: jedes Beschäftigungsverhältnis der Kreativwirtschaft schafft weitere 0,63 Beschäftigungsverhältnisse in der österreichischen Wirtschaft.

Von der Corona-Krise hat sich die Kreativwirtschaft bereits teilweise erholt, wirtschaftsnahe und konsumnahe Bereiche entwickeln sich unterschiedlich

Von der Corona-Krise hat sich die Kreativwirtschaft bereits 2021 teilweise wieder erholt und verzeichnet gegenüber 2019 ein Wachstum von 0,7 % bei der Produktion und 3,0 % bei der Wertschöpfung. Die Beschäftigung wuchs 2021 im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Jahr um 2,2 % (nach Beschäftigungsverhältnissen). Allerdings entwickelt sich die Kreativwirtschaft in den einzelnen Bereichen ganz unterschiedlich. Während wirtschaftsnahe Bereiche, insbesondere Software und Games, durch die Corona-Krise kaum in ihrem Wachstum gehemmt wurden, kämpfen 2021 die konsumnahen Kreativwirtschaftsbereiche, z.B. Markt für darstellende Kunst, noch mit deutlichen Einbußen durch Corona-Maßnahmen und geändertes Konsumverhalten.

Die Kreativwirtschaft bezieht Vorleistungen im Ausmaß von 51 % ihres Produktionswerts vor allem aus dem Inland

Die Kreativwirtschaft weist eine starke Vernetzung mit anderen Branchen und innerhalb der Kreativwirtschaft selbst auf. Sie bezieht Vorleistungen im Ausmaß von 51 % ihres Produktionswertes, die zudem vor allem aus dem Inland stammen. Ihre Zulieferer kommen überwiegend aus anderen Dienstleistungsbranchen (Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen) sowie der Kreativwirtschaft selbst.

Die Lieferungen der Kreativwirtschaft stärken die nachgelagerte Produktion, die Investitionstätigkeit und die Exporte

Auf der Seite ihrer Abnehmer*innen unterstützt die Kreativwirtschaft mit ihren Leistungen die nachgelagerte Produktion (41 %) und die Investitionstätigkeit (18 %) in weiten Teilen der Wirtschaft, d.h. die Kund*innen der Kreativwirtschaft sind schwerpunktmäßig in der heimischen Wirtschaft (im Gegensatz zum privaten und staatlichen Konsum sowie den Exporten) zu finden (insgesamt 59 %). Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft und liefern damit einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft.

Der Exportanteil der österreichischen Kreativwirtschaft liegt bei rund 23 % und ist in den letzten Jahren signifikant angestiegen

Die österreichische Kreativwirtschaft exportiert im Jahr 2019 Güter und Dienstleistungen im Wert von € 5,9 Mrd., woraus sich ein Exportanteil von 22,6 % ergibt. Damit hat sie seit dem Jahr 2015,

für das laut dem kreativwirtschaftspolitischen Datenblatt 2015 ein Exportanteil von 18,3 % geschätzt wurde, eine deutliche Steigerung ihrer Exportperformance gezeigt. Die Bereiche Software und Games sowie Werbung tragen am meisten zu den Exporten der Kreativwirtschaft bei. Mehr als 70 % der Exporte der Kreativwirtschaft gehen in die Länder der Europäischen Union.

Schlussfolgerungen

Die Herausforderungen der letzten Jahre haben eine unterschiedliche Betroffenheit der einzelnen Kreativwirtschaftsbereiche gezeigt, da wirtschaftsnahe Kreativwirtschaftsbereiche nicht so stark betroffen waren wie konsumnahe. Die Corona-Pandemie hat den Prozess der Digitalisierung stark beschleunigt, womit ein Bedarf von neuem Content und neuen Geschäftsmodellen einhergeht. Für die Kreativwirtschaft, die auch Treiberin der digitalen Transformation ist, ergeben sich hier viele Chancen, aber auch Herausforderungen. Vor diesem Hintergrund ist eine gute Datenbasis zum Thema Kreativwirtschaft sowie eine aktuelle Definition der Kreativwirtschaft und ihrer Teilbereiche von höchster Relevanz.

1. Die Performance der Kreativwirtschaft bis zum Beginn der Corona-Krise 2020

Zu Beginn der Corona-Krise im Jahr 2020 verzeichnet die Kreativwirtschaft wie auch die Gesamtwirtschaft Rückgänge gegenüber 2019

Im Jahr 2020¹ zählten in Österreich rund 48.100 Unternehmen zur Kreativwirtschaft. Dies sind 11 % der Unternehmen der österreichischen Wirtschaft. In diesen sind rund 168.350 selbstständig und unselbstständig Beschäftigte (davon rund 117.800 unselbstständige Mitarbeiter*innen) tätig. Damit sind rund 5 % aller Erwerbstätigen bzw. 4 % der unselbstständig Beschäftigten in Österreich der Kreativwirtschaft zuzurechnen.

Die Kreativunternehmen erzielten 2020 Umsätze in Höhe von rund € 24,1 Mrd. sowie eine Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten von rund € 10,1 Mrd. und sind damit für rund 3 % der Erlöse bzw. rund 4 % der Wertschöpfung der österreichischen Gesamtwirtschaft verantwortlich.

Mit Beginn der Corona-Krise im Jahr 2020 ist es sowohl in der Kreativwirtschaft als auch in der Gesamtwirtschaft zu Rückgängen gegenüber 2019 gekommen. So waren 2020 um knapp 1 % weniger Unternehmen in der Kreativwirtschaft tätig als 2019. In der Gesamtwirtschaft ist die Unternehmenszahl nahezu unverändert geblieben. Demgegenüber ist die Anzahl der gesamten und unselbstständig Beschäftigten im kreativen Bereich mit jeweils rund 1 % weniger stark zurückgegangen als in der gesamten österreichischen Wirtschaft (-2 % bzw. -3 %). Das Minus beim Umsatz (-5 %) und bei der Bruttowertschöpfung (-3 %) ist nahezu gleich hoch ausgefallen.

Tabelle 1
Struktur und Entwicklung
der Kreativwirtschaft¹, 2019 und 2020

	2020	Anteil an der Gesamtwirtschaft ² in Prozent	Veränderung zu 2019 in Prozent	
			Kreativ- wirtschaft	Gesamt- wirtschaft
Unternehmen	48.107	11,2	-0,8	-0,1
Beschäftigte gesamt	168.347	4,7	-0,8	-2,2
unselbstständig Beschäftigte	117.815	3,7	-1,4	-2,8
Umsatzerlöse in Mio. €	24.109	2,8	-4,7	-4,9
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. €	10.124	3,9	-2,5	-2,7

¹ Der Bereich „Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten“ ist in diesen Daten nicht enthalten, da nur ein geringer Teil zur Privatwirtschaft zählt und daher Daten nur in eingeschränktem Maß verfügbar sind.

² Erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

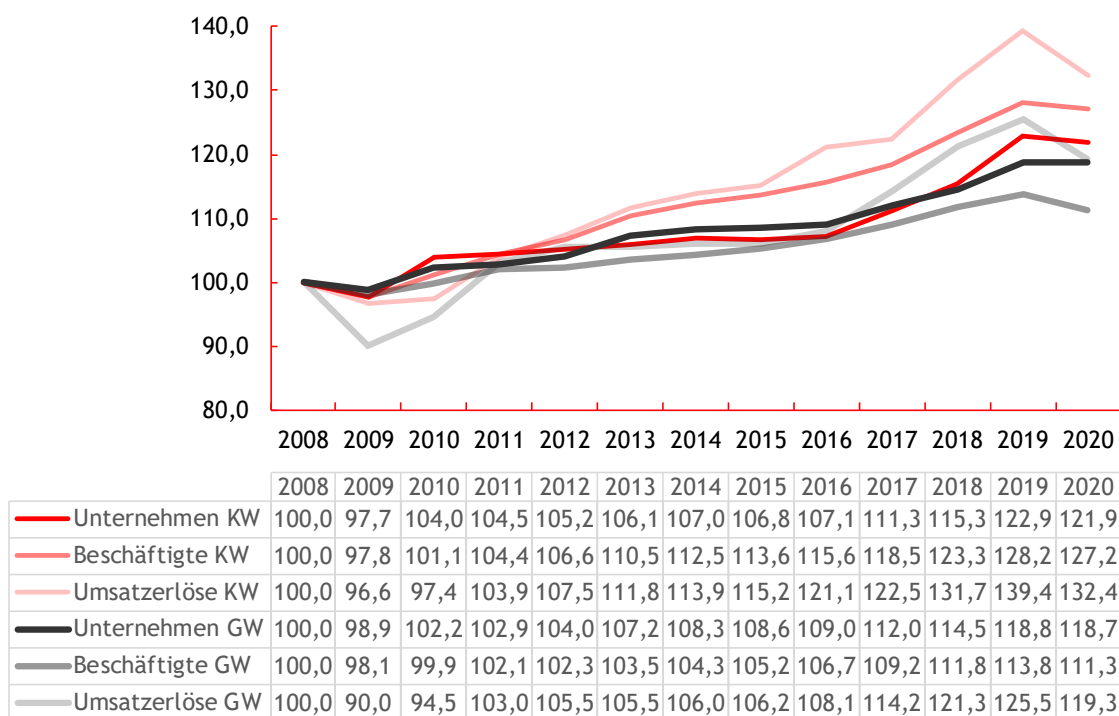
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

¹ Letztverfügbare endgültige Daten aus der Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria, Stand Mai 2023

Deutliches Wachstum bei Umsätzen und Beschäftigtenzahlen im langfristigen Vergleich

Im langfristigen Vergleich 2008 bis 2020 hat sich die Kreativwirtschaft dynamischer entwickelt als die Gesamtwirtschaft. Die Anzahl der Beschäftigten und die Umsätze sind nach Rückgängen im Jahr 2009 zwischen 2010 und 2019 kontinuierlich angestiegen. 2020 ist es wiederum - coronabedingt - zu einer rückläufigen Entwicklung gekommen. Der Beschäftigtenzuwachs zwischen 2008 und 2020 betrug im kreativen Bereich mehr als 27 % gegenüber rund 11 % in der Gesamtwirtschaft. Auch das nominelle Umsatzplus ist in der Kreativwirtschaft (rd. +32 %) deutlich höher ausgefallen als in der gesamten Wirtschaft (rd. +19 %). Die Anzahl der Kreativwirtschaftsunternehmen (rd. +22%) ist ebenfalls etwas stärker gestiegen als der Gesamtbestand der Unternehmen (rd. +19 %).

Grafik 1
Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft¹,
2008 bis 2020 (Index: 2008=100)²



¹ Erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

² Die Veränderung wird ohne den Bereich Radio und TV ausgewiesen, da in diesem Bereich ein großes Unternehmen von der Statistik Austria vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden ist und somit ab der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten ist.

Anmerkung: KW...Kreativwirtschaft, GW...Gesamtwirtschaft

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Geringe Anlagenintensität und sehr zufriedenstellende Kapitalstruktur in der Kreativwirtschaft

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeigt sich in der Kreativwirtschaft eine sehr geringe Bedeutung von langfristig im Unternehmen gebundenen Sachanlagen: während in der Kreativwirtschaft im Durchschnitt rund 15 % des Gesamtvermögens auf Sachanlagen entfallen, sind es in der Gesamtwirtschaft durchschnittlich rund 35 %. Dies ist auf den überwiegenden Dienstleistungscharakter der Unternehmen zurückzuführen und hat einen geringeren Kapitalbedarf zur Folge.

Tabelle 2

Vermögensstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2020/21 in Prozent des Gesamtvermögens

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Anlagevermögen	30,3	44,3
davon Sachanlagevermögen	15,2	34,8
Umlaufvermögen	68,5	54,8
davon Kundenforderungen	11,5	10,7
davon Vorräte	8,6	16,1
Aktive Rechnungsabgrenzung	1,2	0,9
Gesamtvermögen	100,0	100,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Die Kapitalstruktur der Kreativwirtschaft ist insgesamt sehr zufriedenstellend: Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt mit rund 36 % über dem Mindesttrichtwert von 30 % (Gesamtwirtschaft: nahezu 38 %). Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeigt sich ein höherer durchschnittlicher Anteil an kurzfristigem Fremdkapital.

Tabelle 3

Kapitalstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2020/21 in Prozent des Gesamtkapitals

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Eigenkapital	35,5	37,5
Sozialkapital	4,2	3,9
langfristiges Fremdkapital	11,7	16,3
kurzfristiges Fremdkapital	46,7	41,6
Passive Rechnungsabgrenzung	2,0	0,7
Gesamtkapital	100,0	100,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Charakteristika der Kostenstruktur kreativer Unternehmen: hohe Fremdleistungen, geringe Materialaufwendungen

Im Unterschied zur Gesamtwirtschaft weisen die Kreativunternehmen deutlich geringere durchschnittliche Materialaufwendungen auf, was dadurch begründet ist, dass die Unternehmen zumeist Dienstleister sind. Die im Durchschnitt geringeren Materialaufwendungen sind u.a. ein Grund für die höhere Ertragskraft der Kreativwirtschaft. Ein Indiz für eine hohe Bedeutung von Kooperationen ist der sehr hohe durchschnittliche Anteil an Fremdleistungen in der Kreativwirtschaft.

Tabelle 4

Kostenstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2020/21 in Prozent der Betriebsleistung

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Betriebsleistung	100,0	100,0
- Materialaufwand / Wareneinsatz	16,2	42,6
- Fremdleistungen	23,6	10,9
= Rohertrag	60,3	46,5
+ sonstige betriebliche Erträge	6,2	4,2
- Personalkosten (inkl. kalk. Unternehmerlohn)	35,7	25,6
- sonstiger Aufwand	22,5	19,6
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	8,3	5,6
+/- Finanzergebnis	0,2	-0,1
= Ergebnis vor Steuern	8,5	5,5

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Tabelle 5

Kostenstruktur der Einnahmen-Ausgaben-Rechner der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2020 in Prozent der betrieblichen Einnahmen

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Betriebliche Einnahmen	100,0	100,0
- Materialausgaben / Wareneinsatz	15,9	23,3
- Fremdleistungen	8,7	3,9
= Rohertrag	75,4	72,8
+ sonstige betriebliche Einnahmen	4,1	4,2
- Personalkosten (inkl. kalk. Unternehmerlohn)	37,7	36,8
- sonstige Ausgaben	31,2	28,8
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	10,7	11,4
+/- Finanzergebnis	-1,2	-1,0
= Ergebnis nach Finanzerfolg	9,5	10,4

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Software und Games sowie Werbung sind weiterhin die größten Kreativwirtschaftsbereiche

Innerhalb der Kreativwirtschaft zählen die Bereiche Software und Games, Werbung, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen sowie Architektur gemessen an Beschäftigung, Umsatz und Bruttowertschöpfung zu den Top 5. Radio und TV, Musikwirtschaft sowie Design sind demgegenüber eher kleine Sektoren.

Tabelle 6
Struktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2020

	Unter- nehmen	Beschäftigte gesamt	unselbst- ständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in Mio. €	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in Mio. €
Architektur	6.340	19.655	11.293	1.962	1.155
Buch und Verlagswesen	4.421	22.201	17.793	3.547	1.228
Design	2.159	3.963	1.651	289	132
Filmwirtschaft inkl. Fotografie	5.358	11.508	5.951	1.319	458
Markt für darstellende Kunst	7.843	22.285	14.411	2.066	1.118
Musikwirtschaft	1.294	3.075	1.755	322	129
Radio und TV	92	1.706	1.628	503	179
Software und Games	9.576	53.844	44.484	9.601	4.396
Werbung	11.024	30.110	18.849	4.499	1.329
Kreativwirtschaft insgesamt	48.107	168.347	117.815	24.109	10.124

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Weitere wichtige Bereiche sind Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen sowie Architektur

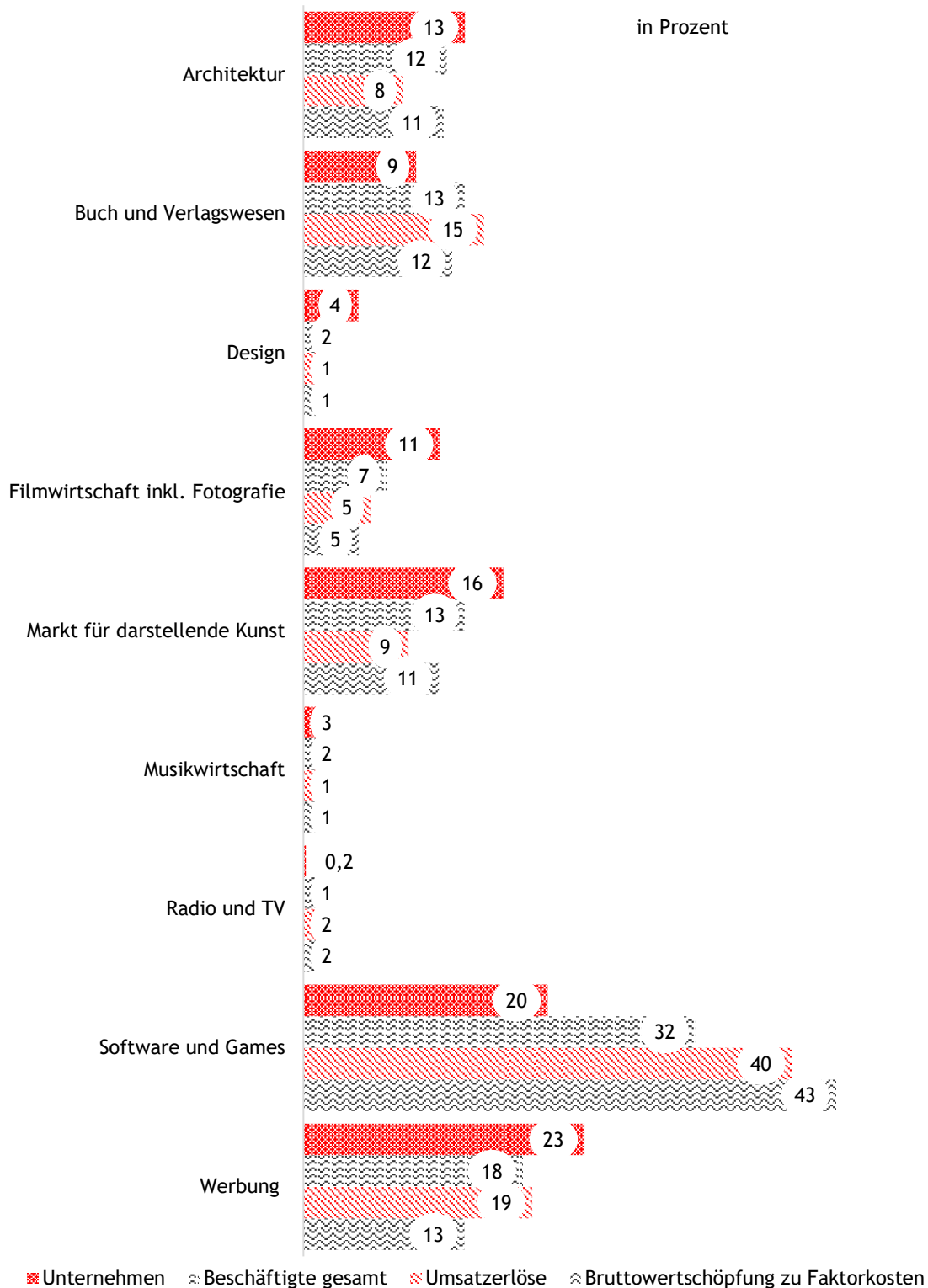
Die meisten Kreativunternehmen sind in den Bereichen Werbung (23 %), Software und Games (20 %) sowie Markt für darstellende Kunst (16 %) zu finden. Die Sektoren Architektur sowie Buch und Verlagswesen stellen ebenfalls eine große Anzahl an Unternehmen (jeweils 13 %).

In Hinblick auf die Beschäftigung und den Output blieb auch im Jahr 2020 Software und Games der weitaus größte Sektor. Dieser beschäftigt 32 % aller Mitarbeiter*innen der Kreativwirtschaft und erzielt 40 % der Umsätze sowie 43 % der Wertschöpfung. Aufgrund der dynamischen Entwicklung dieses Bereichs (siehe nachfolgende Grafik) haben sich die Anteile an der Kreativwirtschaft gegenüber den Vorjahren zudem erhöht.

Der zweitgrößte Sektor ist die Werbung. Auf diese entfallen innerhalb des gesamten kreativen Bereichs 18 % der Beschäftigten, 19 % der Umsätze sowie 13 % der Bruttowertschöpfung. Auf den Plätzen 3 bis 5 folgen die Bereiche Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst sowie Architektur. Während der Anteil an den Beschäftigten (12 % bis 13 %) und an der Wertschöpfung (11 % bis 12 %) in diesen drei Sektoren ähnlich hoch ist, entfällt deutlich mehr Umsatz auf den Bereich Buch und Verlagswesen (15 %) als auf den Markt für darstellende Kunst (9 %) und die Architektur (8 %).

Grafik 2

Verteilung der Kreativwirtschaft nach Bereichen in Prozent, 2020



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Einer dynamischen Entwicklung in den Sektoren Software und Games sowie Radio und TV stehen deutliche Rückgänge in den Bereichen Markt für darstellende Kunst und Filmwirtschaft gegenüber

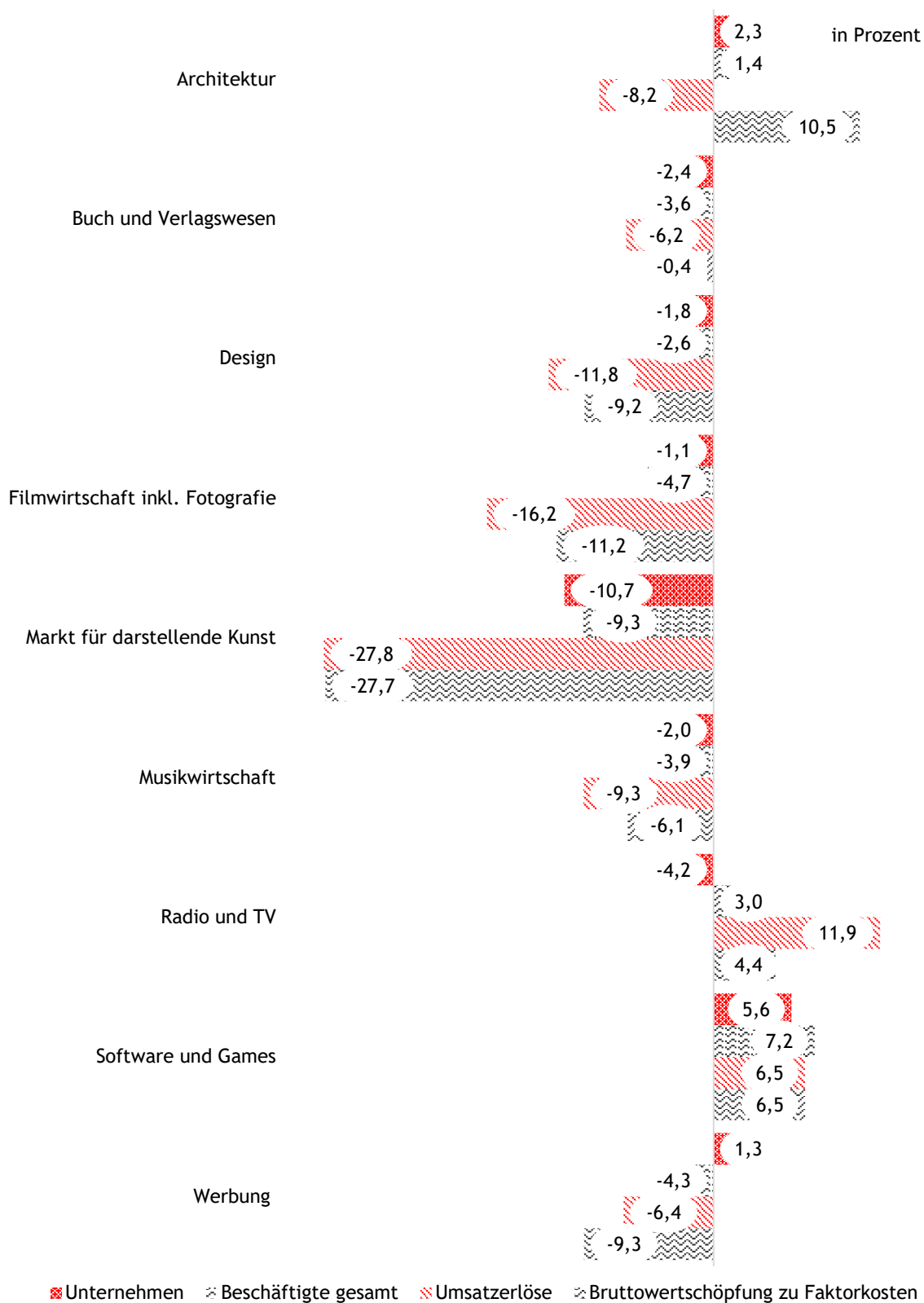
Der Bereich Software und Games war 2020 nicht nur weiterhin der größte Sektor der Kreativwirtschaft, sondern auch der einzige, bei dem es bei allen analysierten Indikatoren zu einem Wachstum gekommen ist. So ist die Anzahl der Unternehmen um fast 6 %, jene der Beschäftigten um mehr als 7 % und die Umsätze sowie die Wertschöpfung um jeweils rund 7 % gestiegen. Im eher kleinen Bereich Radio und TV ist zwar die Anzahl der Unternehmen minimal gesunken (-4 % bzw. -4 Unternehmen), die Beschäftigten sowie der Output (Umsatz, Wertschöpfung) haben sich jedoch dynamisch entwickelt.

Demgegenüber verzeichneten insbesondere die Bereiche Markt für darstellende Kunst und Filmwirtschaft inkl. Fotografie deutliche Rückgänge. Innerhalb der Filmwirtschaft waren alle Branchen von der negativen Entwicklung betroffen. In den Sektoren Musikwirtschaft, Design sowie Buch und Verlagswesen ist ebenfalls sowohl die Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten als auch der Output zurückgegangen.

Im zweitgrößten Bereich Werbung steht einem Minus bei den Beschäftigten, beim Umsatz und bei der Bruttowertschöpfung eine steigende Anzahl an Unternehmen gegenüber. Dieses Wachstum ist ausschließlich auf Ein-Personen-Unternehmen zurückzuführen. Die Architektur hat sich mit Ausnahme der Umsätze positiv entwickelt.

Grafik 3

Entwicklung der Kreativwirtschaft nach Bereichen,
Veränderung 2019 bis 2020 in Prozent



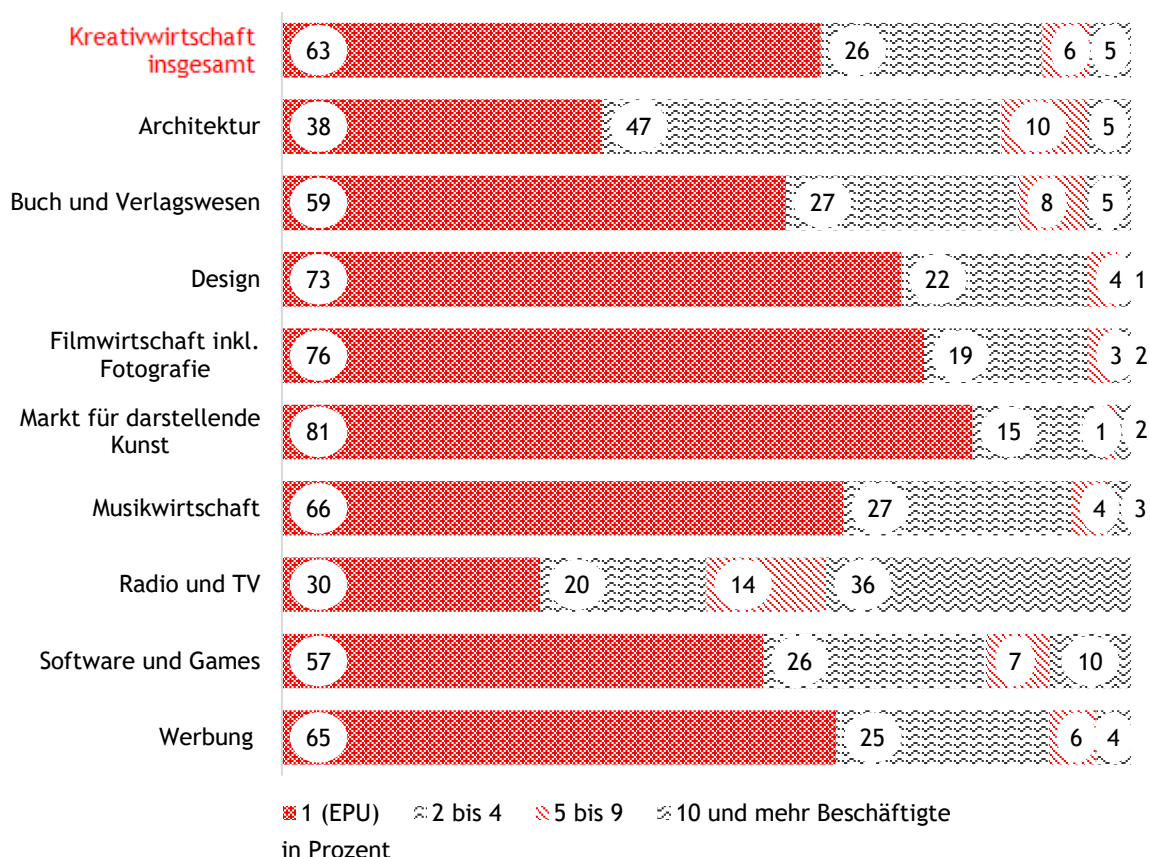
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

63 % der Unternehmen der Kreativwirtschaft sind EPU - die größten Unternehmen finden sich im Sektor Radio und TV, gefolgt von Software und Games

Die Kreativwirtschaft ist und bleibt kleinbetrieblich strukturiert. Bei 63 % der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Dies bedeutet, dass in diesen Betrieben neben der Unternehmerin oder dem Unternehmer dauerhaft keine weiteren Personen beschäftigt sind. Am höchsten ist der EPU-Anteil im Markt für darstellende Kunst (81 %). Überdurchschnittlich viele EPU sind auch in den Bereichen Filmwirtschaft (76 %), Design (73 %), Musikwirtschaft (66 %) sowie Werbung (65 %) zu finden.

Größere Unternehmen finden sich v.a. im Sektor Radio und TV sowie im Bereich Software und Games, wo 36% (Radio und TV) bzw. 10% (Software und Games) 10 und mehr Personen beschäftigten. Hier ist auch der EPU-Anteil geringer als in anderen Kreativwirtschaftsbereichen. In der Architektur waren in fast der Hälfte der Unternehmen (47 %) zwei bis vier Mitarbeiter*innen tätig. Im Sektor Radio und TV hatten mehr als ein Drittel der Betriebe (36 %) 10 und mehr Beschäftigte.

Grafik 4
Größenstruktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen
in Prozent der Unternehmen, 2020



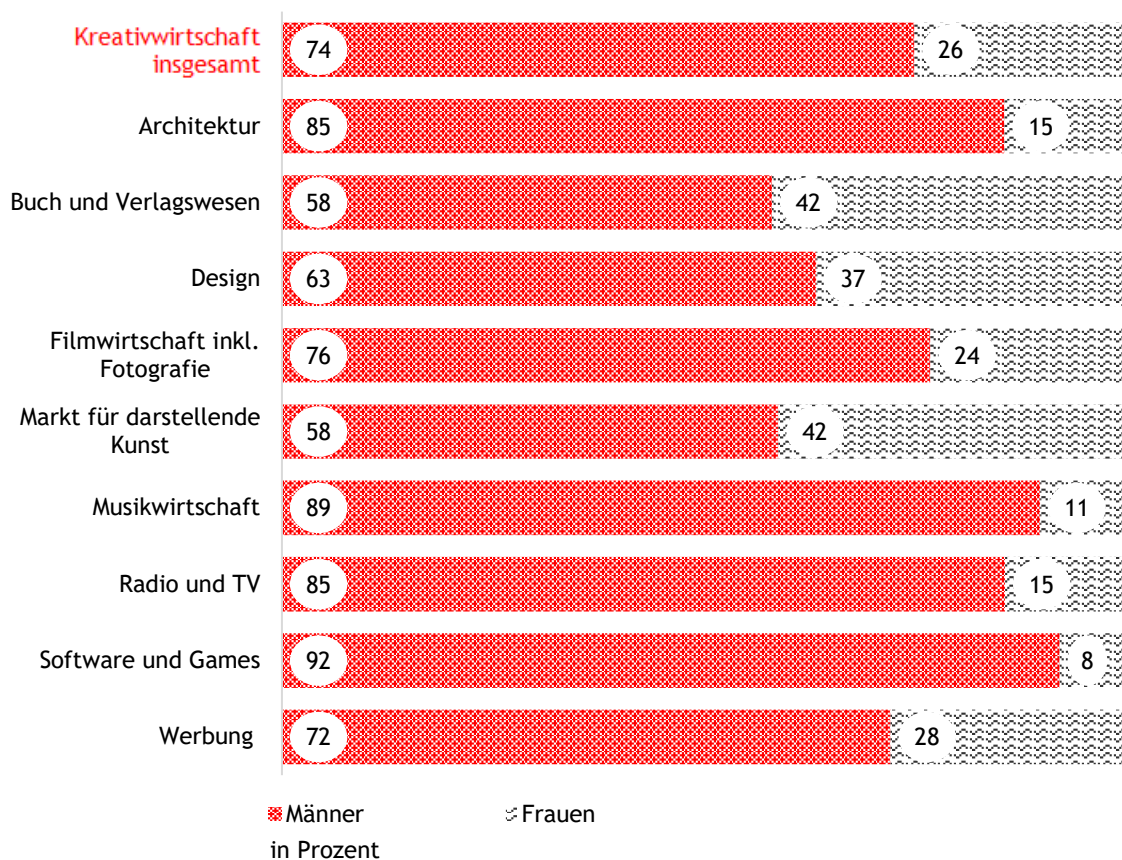
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Höchster Anteil an selbstständigen Frauen in Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst und Design

In der Kreativwirtschaft wird mehr als jedes vierte Unternehmen von einer Frau geführt. Die anteilmäßig meisten weiblichen Selbstständigen sind in den Sektoren Buch und Verlagswesen (42 %), Markt für darstellende Kunst (42 %) sowie Design (37 %) zu finden. Innerhalb des Bereiches Buch und Verlagswesen weisen die Branchen Übersetzen und Dolmetschen sowie der Einzelhandel mit Büchern bzw. Zeitungen/Zeitschriften den höchsten Frauenanteil auf.

In den Sektoren Software und Games (8 %), Musikwirtschaft (11 %) sowie Radio und TV (15 %) und Architektur (15 %) ist der Anteil an weiblichen Selbstständigen vergleichsweise gering.

Grafik 5
Abschätzung der Verteilung der Selbstständigen in der Kreativwirtschaft in den unterschiedlichen Bereichen¹ nach Geschlecht in Prozent, 2020



¹ exkl. Musikinstrumenteneinzelhandel sowie Kulturunterricht; in einem Großteil der Kreativbranchen sind die mithelfenden Angehörigen enthalten

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

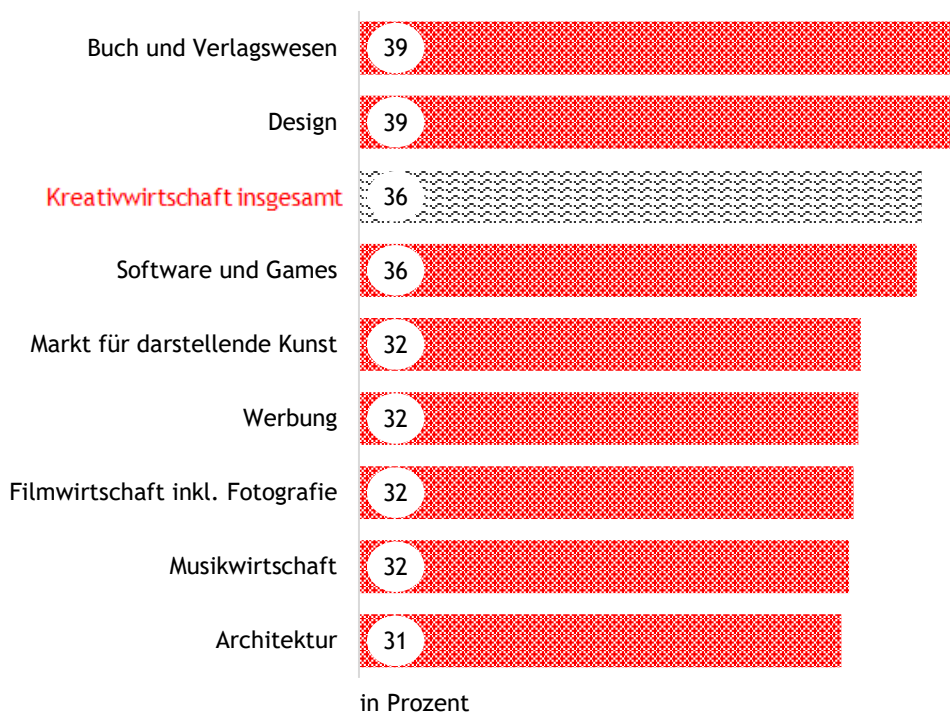
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Buch und Verlagswesen sowie Design weisen eine überdurchschnittliche Eigenkapitalquote unter den bilanzierenden Kreativunternehmen auf, Architektur und Musikwirtschaft haben Aufholbedarf

Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt der gesamten Kreativwirtschaft bei 36 % und damit über dem empfohlenen Mindestrichtwert von 30 %.

Die Bereiche Buch und Verlagswesen sowie Design weisen im Vergleich mit durchschnittlich rund 39 % die höchste Eigenkapitalquote auf. Aber auch alle anderen kreativen Bereiche haben im Durchschnitt eine zufriedenstellende Eigenmittelausstattung.

Grafik 6
Eigenkapitalquote der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2020/21



Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

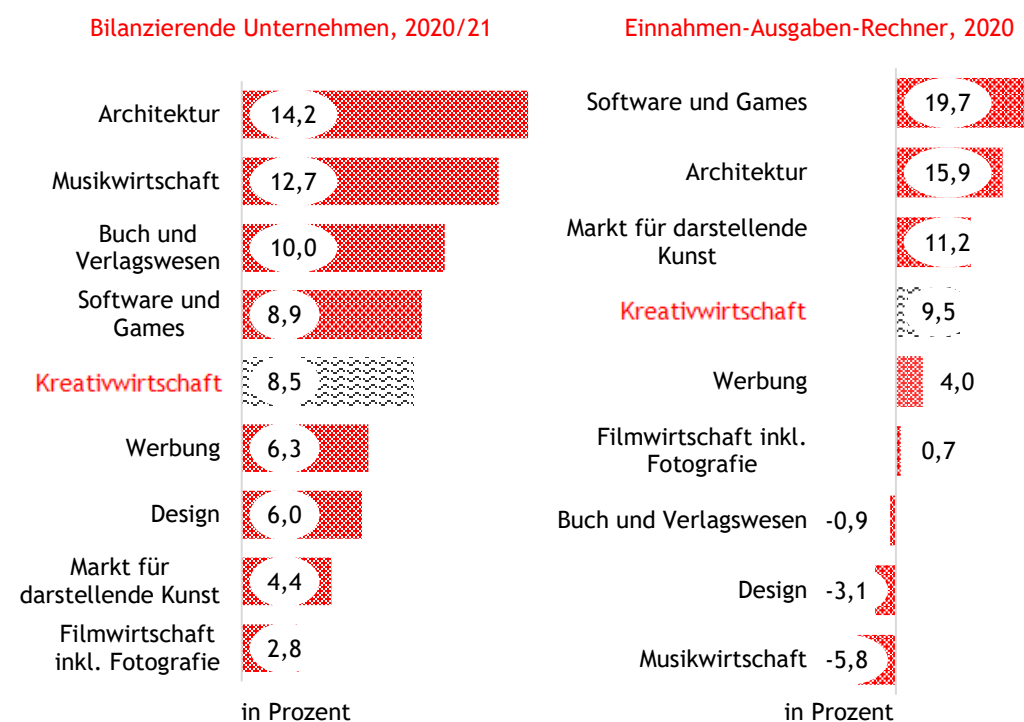
Ertragsstarke Bereiche der Kreativwirtschaft: Architektur sowie Software und Games

Kreativwirtschaftsbereiche mit einer hohen Ertragskraft sind insbesondere Architektur sowie Software und Games. Hier werden sowohl bei bilanzierenden Unternehmen als auch bei Einnahmen-Ausgaben-Rechnern überdurchschnittlich hohe Umsatzrentabilitäten erzielt.

Bei den bilanzierenden Unternehmen schneidet zudem die Musikwirtschaft sehr erfolgreich ab. Bei den Einnahmen-Ausgaben-Rechnern weist auch der Markt für darstellende Kunst überdurchschnittliche Renditen auf.

Über eine im Vergleich unterdurchschnittliche Ertragskraft verfügen hingegen die Kreativwirtschaftsbereiche Werbung, Design sowie Filmwirtschaft inkl. Fotografie. Bei den Einnahmen-Ausgaben-Rechnern (d.s. Gewerbetreibende ohne Buchführungspflicht) liegen die Umsatzrenditen in den Bereichen Buch und Verlagswesen sowie Design und Musikwirtschaft im negativen Bereich. Ursachen hierfür können zu hohe Kosten oder eine zu niedrige Betriebsleistung sein.

Grafik 7
Umsatzrentabilität in der Kreativwirtschaft nach Bereichen



Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

39 % der kreativen Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Wien, 61 % sind außerhalb angesiedelt

39 % aller Kreativwirtschaftsunternehmen haben ihren Hauptsitz in der Bundeshauptstadt Wien. Ihre Anzahl ist zwischen 2019 und 2020 um 1,4 % - und damit stärker als im Österreichdurchschnitt - gesunken. Dies ist auf die höhere Bedeutung des Bereichs Darstellende Kunst zurückzuführen, in dem es österreichweit zu starken Rückgängen gekommen ist. Die Unternehmen beschäftigen 42 % aller Mitarbeiter*innen und erzielen mehr als die Hälfte der Umsätze bzw. knapp die Hälfte der Bruttowertschöpfung des kreativen Bereichs.

61 % der Kreativwirtschaft ist jedoch außerhalb Wiens angesiedelt: Eine große Anzahl an Kreativunternehmen ist in Niederösterreich (14 %), Oberösterreich (11 %) und in der Steiermark (11 %) zu finden. Im Jahresvergleich 2019/20 war die Anzahl der Unternehmen in allen Bundesländern mit Ausnahme von Vorarlberg und Tirol rückläufig. Oberösterreich ist in Hinblick auf die Beschäftigung (13 %), den Umsatz (12 %) und die Wertschöpfung (14 %) innerhalb der Kreativwirtschaft das zweitgrößte Bundesland nach Wien.

Tabelle 7
Struktur der Kreativwirtschaft
nach Bundesländern, 2020

	Unternehmen		Beschäftigte gesamt	unselbst- ständig Beschäftigte	Umsatz- erlöse in Mio. €	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in Mio. €
	Anzahl	Veränderung zu 2019 in Prozent				
Burgenland	1.016	-0,5	2.614	1.569	255	133
Kärnten	2.030	-1,0	5.766	3.642	589	278
Niederösterreich	6.694	-0,2	18.975	12.206	2.133	956
Oberösterreich	5.454	-0,6	22.720	16.951	2.786	1.433
Salzburg	3.180	-1,7	12.730	8.992	1.896	786
Steiermark	5.207	-0,4	18.146	12.367	1.997	973
Tirol	3.894	0,4	10.696	6.654	1.170	557
Vorarlberg	1.758	0,6	5.392	3.439	609	302
Wien	18.874	-1,4	71.308	51.995	12.674	4.705
Österreich	48.107	-0,8	168.347	117.815	24.109	10.124

Anmerkung: Die Zuordnung zu den Bundesländern erfolgt auf Basis des Unternehmenssitzes. Dies bedeutet, dass alle Beschäftigten, die Umsatzerlöse und die Bruttowertschöpfung werden jenem Bundesland zugeordnet, in dem das Unternehmen seinen (Haupt-)Sitz hat, unabhängig von Standorten (z.B. Niederlassungen, Geschäften etc.) in anderen Bundesländern.

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

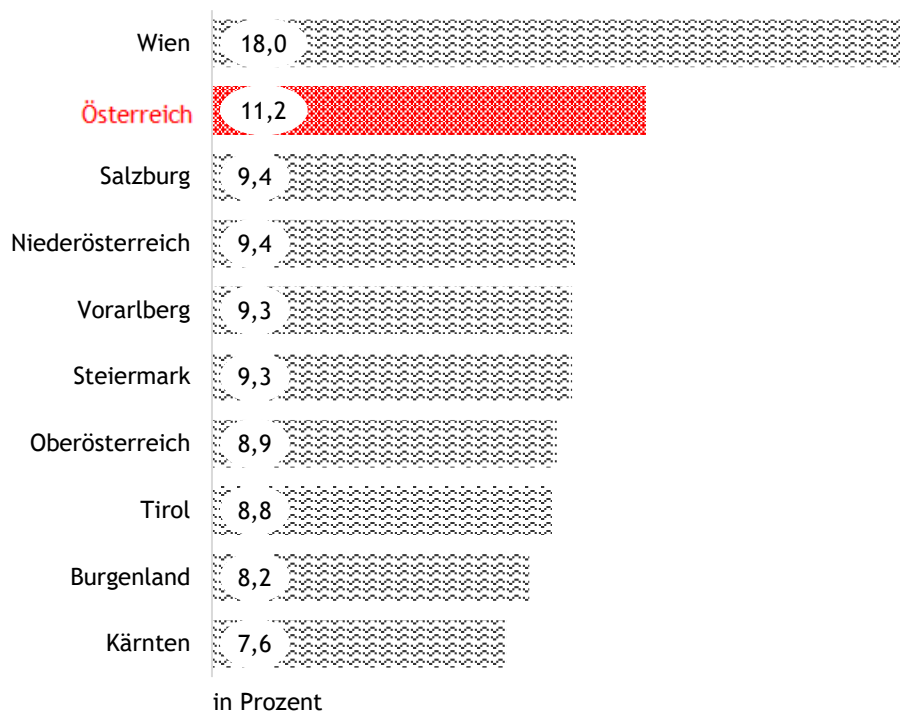
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Beinahe jedes fünfte Wiener Unternehmen zählt zur Kreativwirtschaft

In Wien sind nicht nur in absoluten Zahlen die meisten Kreativwirtschaftsunternehmen zu finden, die Bedeutung innerhalb der jeweiligen Gesamtwirtschaft der Bundesländer ist hier auch am höchsten. Im Jahr 2020 sind 18 % aller Wiener Unternehmen im kreativen Bereich tätig. In Salzburg (9,4 %), in Niederösterreich (9,4 %), in Vorarlberg (9,3 %) sowie in der Steiermark (9,3 %) liegt der Anteil der Kreativunternehmen an allen Unternehmen bei mehr als 9 % der jeweiligen Gesamtwirtschaft.

Grafik 8

Anteil der Kreativunternehmen an der Gesamtanzahl der Unternehmen der Gesamtwirtschaft¹ nach Bundesländern in Prozent, 2020



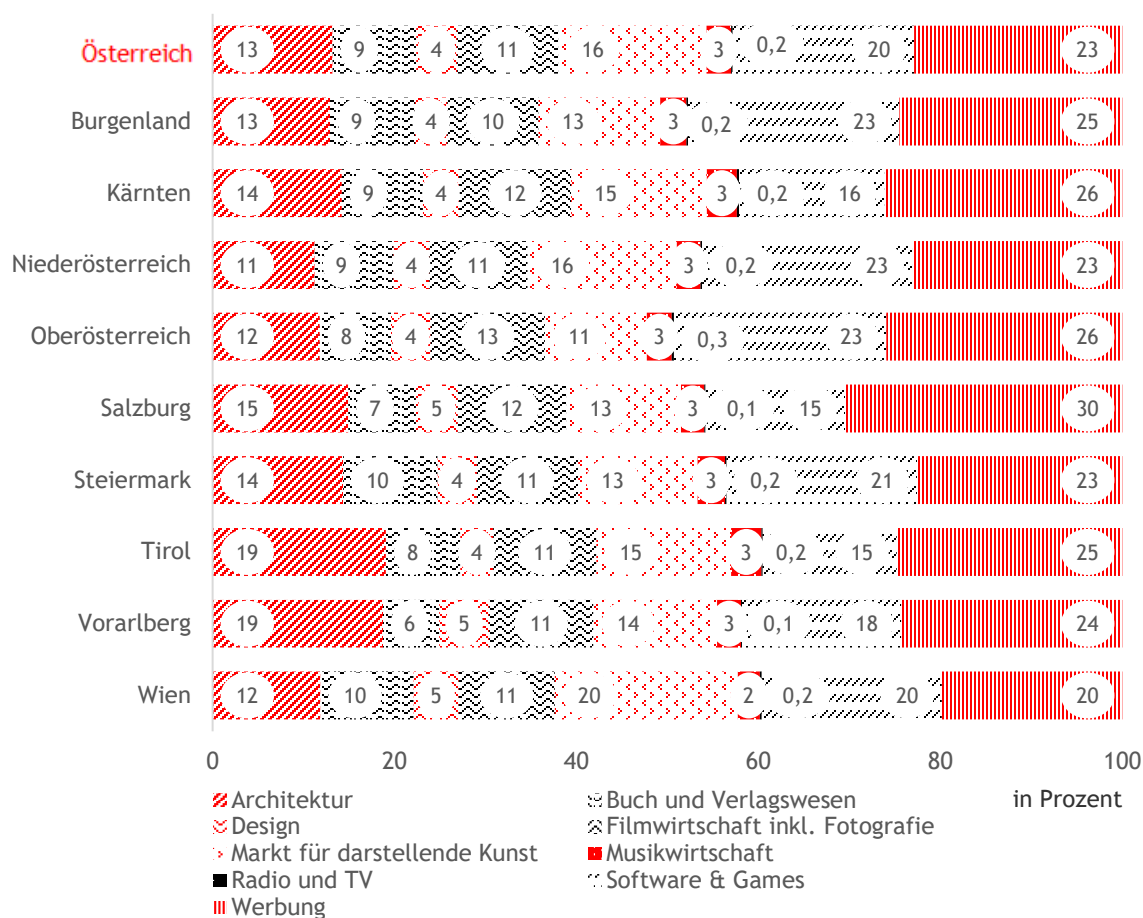
¹ Erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Architektur ist überdurchschnittlich stark in Vorarlberg und Tirol vertreten, Werbung in Salzburg

In den Bundesländern zeigt sich eine unterschiedliche Verteilung der Kreativwirtschaft nach Bereichen. In Vorarlberg und Tirol (jeweils 19 %) ist der Anteil der Architekturunternehmen überdurchschnittlich hoch (Österreich: 13 %). In Wien ist der Markt für darstellende Kunst besonders stark vertreten (20 % gegenüber 16 % in Österreich). Dieser spielt wiederum insbesondere in Oberösterreich (11 %) eine etwas geringere Rolle als im Österreichdurchschnitt. In Oberösterreich sind demgegenüber vergleichsweise viele Unternehmen den Bereichen Software und Games (23 % gegenüber 20 % in Österreich) sowie Werbung (26 % gegenüber 23 % in Österreich) zuzuordnen. Der Anteil von Software und Games ist zudem im Burgenland und in Niederösterreich (jeweils 23 %) überdurchschnittlich hoch. In Salzburg ist die Bedeutung der Werbeunternehmen (30 %) innerhalb der Kreativwirtschaft besonders hoch, während „lediglich“ 15 % im Bereich Software und Games tätig sind. In Kärnten liegt der Anteil des Sektors Werbung (26 %) ebenfalls über dem Österreichdurchschnitt, während der Anteil des Sektors Software und Games (16 %) geringer ausfällt.

Grafik 9
Verteilung der Kreativunternehmen nach Bereichen
im jeweiligen Bundesland in Prozent, 2020



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

2. Rezente Entwicklungen seit 2020

Die Umsätze der Kreativunternehmen sind im Zeitraum 2020 bis 2022 deutlich gestiegen

Nachdem es im Jahresvergleich 2019/20 zu Rückgängen gekommen war, verzeichneten die Unternehmen der Kreativwirtschaft in den Jahren 2021 und 2022 nominelle Umsatzsteigerungen. Das Plus ist dabei im Jahr 2021 (im Vergleich zu 2020) etwas höher ausgefallen (+7 %) als im Jahr 2022 (im Vergleich zu 2021; +6 %). Somit lagen die Umsätze in der Kreativwirtschaft 2022 um 13 % über dem Niveau von 2020.

Getragen wird diese positive Entwicklung stark vom Software-Bereich, zudem haben sich Bereiche mit hohen Umsatzrückgängen zu Beginn der Corona-Krise, wie die Film- und Musikwirtschaft, erholen können.

Am stärksten sind Umsätze im Bereich Film und Tonstudios gestiegen (+35 % zwischen 2020 und 2022). Dabei ist allerdings das geringe Ausgangsniveau zu beachten: Dieser Sektor war zwischen 2019 und 2020 von deutlichen Umsatzrückgängen gekennzeichnet. Im umsatzstärksten Bereich Software hat sich die dynamische Entwicklung der Vorjahre weiter fortgesetzt (+15 % zwischen 2020 und 2022). Überdurchschnittlich stark sind die Umsätze zwischen 2020 und 2022 auch in den Branchen Design, Foto, Übersetzen/Dolmetschen gestiegen (+14 %). Dies ist vor allem auf das Jahr 2022 zurückzuführen (+10 %).

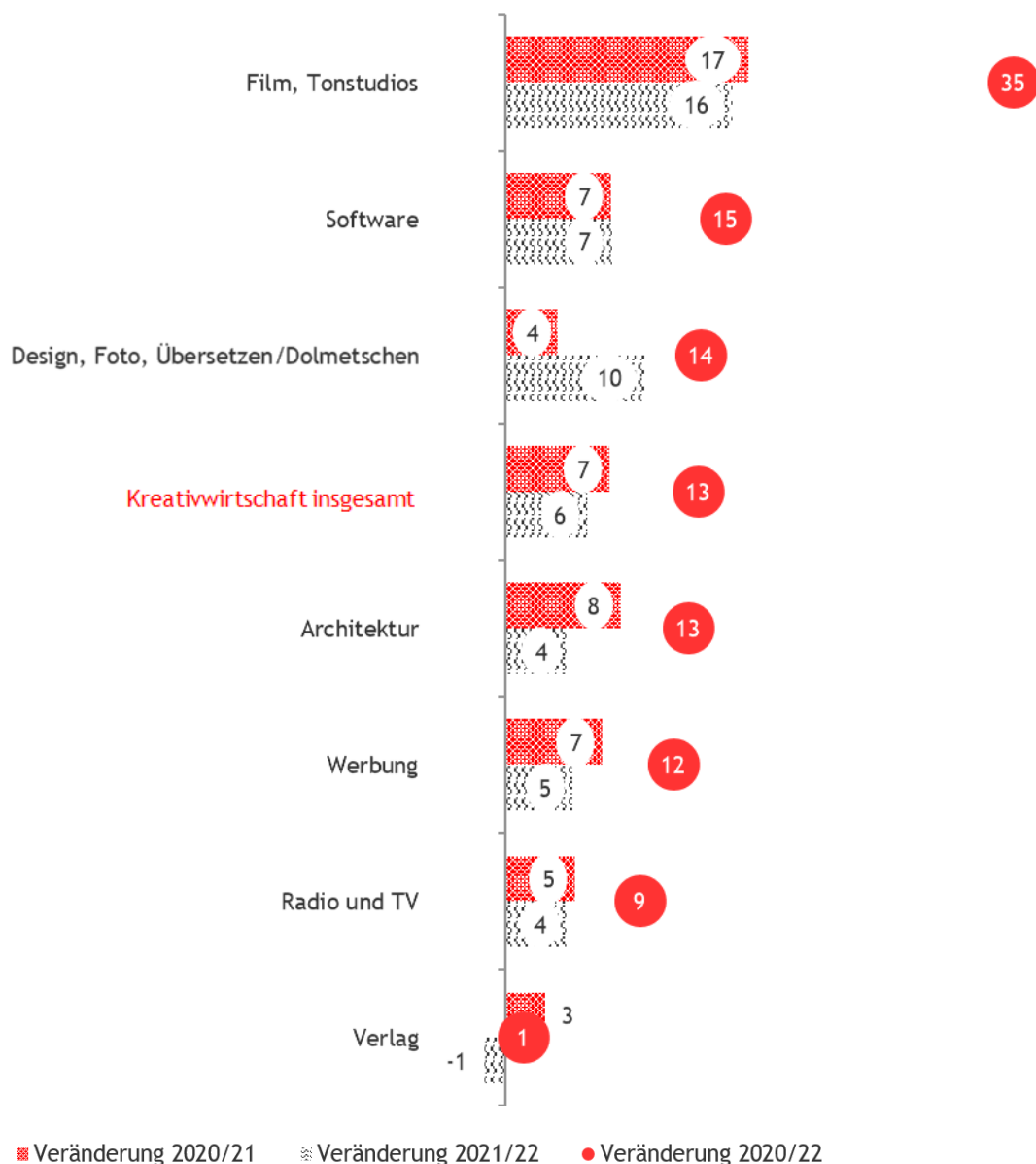
Demgegenüber liegen die Umsätze bei den Verlagen 2022 lediglich um 1 % über dem Niveau von 2020, wobei es im Jahresvergleich 2021/2022 sogar zu Umsatzrückgängen gekommen ist.

Insgesamt zeigt sich damit, dass alle Branchen der Kreativwirtschaft im Zeitraum 2020 bis 2022 nominelle Umsatzzuwächse erzielen konnten. Diese sind insbesondere in Bereichen mit drastischen Rückgängen im Jahresvergleich 2019/2020 (Film- und Musikwirtschaft) überdurchschnittlich hoch ausgefallen. Zudem wird die Erholung der Kreativwirtschaft stark vom Software-Sektor getragen, der sich weiterhin sehr dynamisch entwickelt. Darüber hinaus spielen auch Preissteigerungen eine Rolle.²

2 Daten zur Preisentwicklung liegen nur für ausgewählte Branchen vor. Dabei zeigt sich, dass die Preissteigerungen in diesen kreativen Branchen in den ersten drei Quartalen 2022 deutlich weniger stark gestiegen sind als die Inflationsrate (Jänner bis September: 7,8 %, Gesamtjahr: 8,6 %). So ist es bei den Architekturbüros zu Preissteigerungen von rund 4 % gekommen. Im Software-Bereich sind die Preise um durchschnittlich 2 % gestiegen, in der Werbung um 1 %.

Grafik 10

Nominelle Umsatzentwicklung der Kreativwirtschaft nach Branchen¹,
Veränderung 2020 bis 2022 in Prozent



1 Die Branchen folgen hier nicht exakt den definierten Bereichen der Kreativwirtschaft, da die Daten nicht auf der dafür benötigten detaillierten Ebene vorliegen.

Film, Tonstudios: ÖNACE 59 Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik

Software: ÖNACE 62 Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie (d.h. u.a. ohne den Bereich Games)

Design, Foto, Übersetzen/Dolmetschen: ÖNACE 74 Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten

Kreativwirtschaft insgesamt: ohne Einzelhandels- und Herstellungsbranchen

Architektur: ÖNACE 71 Architektur- und Ingenieurbüros; technische, physikalische und chemische Untersuchung

Werbung: ÖNACE 73 Werbung (d.h. inkl. Markt- und Meinungsforschung)

Verlag: ÖNACE 58 Verlagswesen (d.h. inkl. des Bereichs Games)

Quellen: Statistik Austria, KMU Forschung Austria.

Deutliche Verbesserungen am Arbeitsmarkt in den Jahren 2021 und 2022; stärkstes Wachstum in den Sektoren Software und Games sowie Markt für darstellende Kunst

Aus Aktualitätsgründen wird für die rezente Entwicklung am Arbeitsmarkt eine andere Datenquelle (Dachverband der Sozialversicherungsträger) als im vorangegangenen Teil (Statistik Austria) verwendet. Diese zeigt die Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten in den Jahren 2021 (im Vergleich zu 2020) und 2022 (im Vergleich zu 2021). In den Kreisen der Grafiken wird die Anzahl der unselbstständig Beschäftigten im Jahr 2022 mit dem Jahr 2020 verglichen.

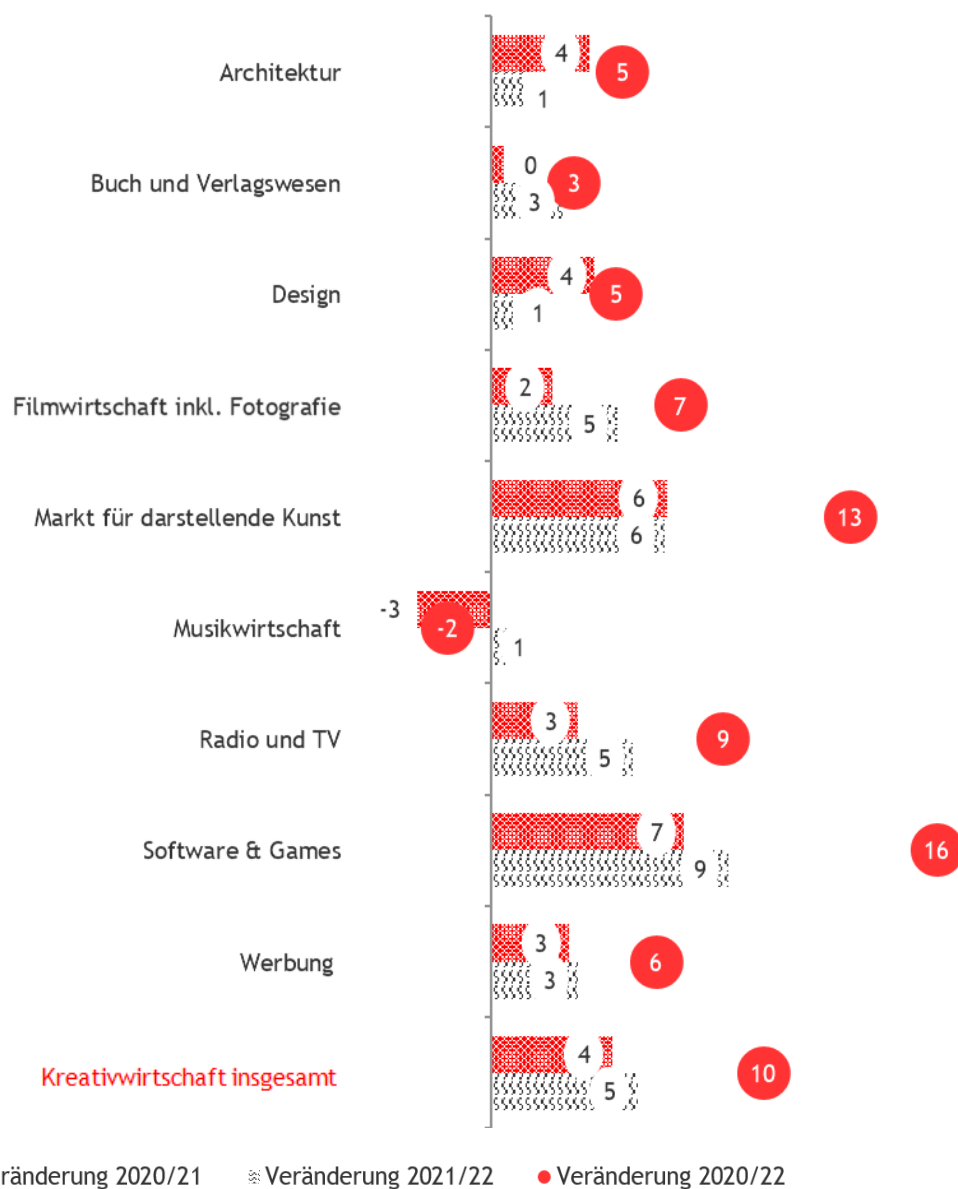
Gegenüber 2020 hat sich die Situation am Arbeitsmarkt im Jahr 2021 wieder deutlich verbessert. Die Anzahl der Mitarbeiter*innen von Kreativwirtschaftsunternehmen ist um rund 4 % gestiegen. Im Jahr 2022 hat sich die positive Entwicklung fortgesetzt (rund +5 % im Vergleich zu 2021). Insgesamt waren somit 2022 um 10 % mehr Mitarbeiter*innen in der Kreativwirtschaft tätig als 2020.

Die Anzahl der unselbstständig Beschäftigten ist in fast allen Kreativwirtschaftsbereichen gestiegen. Das höchste Wachstum verzeichnete der Sektor Software und Games (+16 % zwischen 2020 und 2022), womit sich die dynamische Entwicklung der Vorjahre fortsetzte. Überdurchschnittlich hoch ist zudem - ausgehend von einem niedrigen Niveau - der Anstieg im Bereich Markt für darstellende Kunst ausgefallen (+13 %).

Lediglich in der Musikwirtschaft ist es zwischen 2020 und 2022 zu einem Rückgang um 2 % gekommen. Dies ist auf ein Minus (-3 %) im Jahresvergleich 2020/21 zurückzuführen, welches im Jahr 2022 (+1 % gegenüber 2021) noch nicht ausgeglichen werden konnte.

Grafik 11

Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten in der Kreativwirtschaft¹ nach Bereichen, Veränderung 2020 bis 2022 in Prozent



1 exkl. Musikinstrumenteneinzelhandel

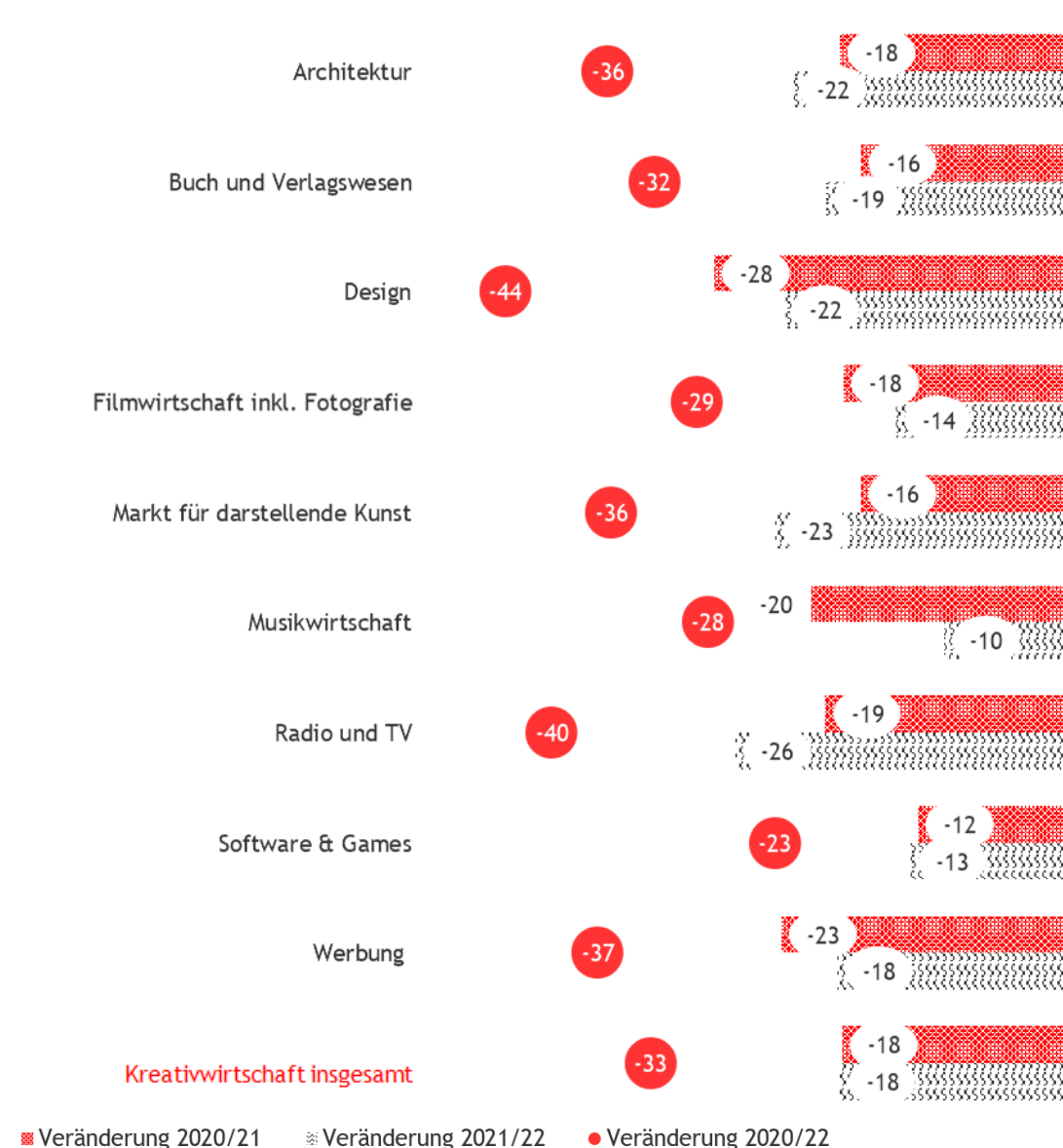
Quellen: Arbeitsmarktdatenbank (AMS; BMAW), KMU Forschung Austria.

Anzahl der Arbeitslosen, die vormals in der Kreativwirtschaft tätig waren, liegt 2022 um 33 % unter dem Niveau von 2020

Die Anzahl der Arbeitslosen, die vormals in der Kreativwirtschaft tätig waren, ist - nach einem starken Anstieg zwischen 2019 und 2020 - in den Jahren 2021 und 2022 wieder deutlich zurückgegangen (jeweils -18 % gegenüber dem Vorjahr). Über den gesamten Zeitraum 2020 bis 2022 bedeutet dies einen Rückgang von 33 %.

Von der Verringerung der Anzahl der Arbeitslosen sind alle Kreativwirtschaftsbereiche betroffen. Das deutlichste Minus verzeichneten die eher kleinen Bereich Design sowie Radio und TV. In den Sektoren Werbung, Markt für darstellende Kunst und Architektur ist das Minus ebenfalls überdurchschnittlich stark ausgefallen.

Grafik 12
Entwicklung der Arbeitslosen, die vormals in der Kreativwirtschaft¹ tätig waren, nach Bereichen,
Veränderung 2020 bis 2022 in Prozent



¹ exkl. Musikinstrumenteneinzelhandel

Quellen: Arbeitsmarktdatenbank (AMS; BMAW), KMU Forschung Austria.

Aktive Wirtschaftskammer-Mitgliedschaften steigen in den meisten Kreativwirtschaftsbranchen weiter an

Die folgende Tabelle zeigt den Stand der aktiven und ruhenden Fachgruppenmitgliedschaften laut Wirtschaftskammer im Jahr 2022 für Fachgruppen, die größtenteils der Kreativwirtschaft zugerechnet werden können, sowie deren Entwicklung gegenüber 2021 sowie dem Vorkrisenniveau 2019.

Die meisten der Kreativwirtschaft zuzuordnenden Fachgruppen verzeichnen trotz der vielfältigen Herausforderungen der vergangenen Jahre Zuwächse bei den aktiven Mitgliedschaften. Dies betrifft - ausgehend von einem sehr hohen Niveau an aktiven Mitgliedern - v.a. den Bereich Informationstechnologie (inkl. Unternehmensberatung und Buchhaltung) mit einem Plus von 4 % zwischen 2021 und 2022 sowie die Werbung und Marktkommunikation (3 %). Zuwächse gibt es auch bei den Kunsthandwerken (6 %), im Telekommunikations- und Rundfunkbereich sowie in der Film- und Musikwirtschaft (jeweils rund 5 %), bei den Berufsfotografen (3 %) sowie im Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel (0,2 %). Bei allen Fachgruppen, die im Jahr 2022 eine Steigerung der aktiven Mitgliedschaften verzeichnen, ist auch ein gleichzeitiger Rückgang der ruhenden Fachgruppenmitgliedschaften zu beobachten, was als positives Zeichen zu deuten ist. Eine Ausnahme bilden hier die Berufsfotografen, die bei einer Zunahme der aktiven Fachgruppenmitglieder ebenso eine geringfügige Zunahme der ruhenden Fachgruppenmitglieder zu verbuchen haben (1 %).

Demgegenüber stehen Fachgruppen, die zum Teil bereits über Jahre hinweg Rückgänge in den aktiven Mitgliedschaften verzeichnen, insbesondere der Papier- und Spielwarenhandel (Veränderung 2021/22: -2 %) sowie Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe (-1 %). In diesen Fachgruppen fällt auch ein Vergleich mit dem Vorkrisenniveau 2019 negativ aus (-5 % bzw. -4 %). Hier ist auch ein gleichzeitiger Rückgang an ruhenden Fachgruppenmitgliedschaften und somit ein genereller Rückzug in diesen Fachgruppen zu beobachten. Die Anzahl der aktiven Mitgliedschaften ist in der Buch- und Medienwirtschaft zwischen 2021 und 2022 zwar zurückgegangen (-1 %), hatte jedoch in den Vorjahren Zuwächse, womit gegenüber dem Vorkrisenniveau 2019 insgesamt ein Plus von 1 % erreicht wird.

Tabelle 8

Anzahl der Fachgruppenmitglieder in Fachgruppen, die großteils der Kreativwirtschaft zugerechnet werden können, 2019 bis 2022

Fachgruppen	Aktive Fachgruppenmitgliedschaften					
	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Kunsthandwerke	7.411	7.883	8.759	9.315	6,3	25,7
Berufsfotografen	8.872	9.140	9.506	9.805	3,1	10,5
Film- und Musikwirtschaft	5.426	5.620	6.032	6.303	4,5	16,2
Papier- und Spielwarenhandel	2.523	2.459	2.453	2.396	-2,3	-5,0
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	3.106	3.090	3.132	3.139	0,2	1,1
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	2.223	2.180	2.146	2.129	-0,8	-4,2
Werbung und Marktkommunikation	26.110	27.395	28.958	29.825	3,0	14,2
Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informations-technologie	50.631	52.699	55.388	57.595	4,0	13,8
Buch- und Medienwirtschaft	2.875	2.894	2.938	2.906	-1,1	1,1
Telekommunikations- und Rundfunk-unternehmungen	1.141	1.162	1.156	1.212	4,8	6,2

Fachgruppen	Ruhende Fachgruppenmitgliedschaften					
	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Kunsthandwerke	1.291	1.437	1.433	1.432	-0,1	10,9
Berufsfotografen	908	1.084	1.089	1.097	0,7	20,8
Film- und Musikwirtschaft	903	962	915	903	-1,3	0,0
Papier- und Spielwarenhandel	363	347	316	288	-8,9	-20,7
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	385	399	371	333	-10,2	-13,5
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	388	441	416	408	-1,9	5,2

Werbung und Marktkommunikation	4.577	4.769	4.584	4.530	-1,2	-1,0
Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informations-technologie	15.556	15.873	15.710	15.573	-0,9	0,1
Buch- und Medienwirtschaft	338	330	308	310	0,6	-8,3
Telekommunikations- und Rundfunk-unternehmungen	32	31	29	25	-13,8	-21,9

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik, Anzahl der Fachgruppenmitglieder, Stand jeweils 31.12.

Weiterhin kontinuierliche Mitgliederzuwächse bei den Architektinnen und Architekten

Ähnlich wie bei den meisten Fachgruppenmitgliedschaften der Wirtschaftskammer, die der Kreativwirtschaft zurechenbar sind, ist auch die Entwicklung bei den Architektinnen und Architekten eine positive, da diese Berufsgruppe von den Corona-Maßnahmen nicht so stark betroffen war wie andere Fach- oder Berufsgruppen. Im Jahr 2022 ist die Zahl der ausübenden Architektinnen und Architekten gegenüber dem Vorjahr um rund 2 % angestiegen, im Vergleich zum Vorkrisenniveau von 2019 sogar um rund 7 %. Insgesamt gibt es 2022 um rund 280 mehr ausübende Architektinnen und Architekten als 2019.

Die Anzahl der ruhenden Mitglieder ist über den gesamten Beobachtungszeitraum 2019 bis 2022 ebenfalls angestiegen, allerdings basierend auf einem geringeren Ausgangsniveau. Zwischen 2021 und 2022 stieg die Zahl der ruhenden Mitglieder geringfügig um 23 (2 %), im Vergleich zum Vorkrisenniveau von 2019 um 98 (7 %).

Tabelle 9

Architektinnen und Architekten: Ausübende und ruhende Mitglieder (natürliche Personen und Gesellschaften), 2019 bis 2022

	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22	VÄ 19/22
Ausübende Mitglieder	4.299	4.393	4.502	4.580	1,7	6,5
Ruhende Mitglieder	1.364	1.379	1.439	1.462	1,6	7,2

Unterschiede zur Zahl der Unternehmen im Kreativwirtschaftsbereich Architektur (siehe vorne) ergeben sich dadurch, dass dieser breiter gefasst ist und etwa auch planende Baumeister, Landschafts- und Städteplanung etc. inkludiert.
Quelle: Bundeskammer der ZiviltechnikerInnen: Statistik Mitglieder, Stand jeweils 31.12.

Weiterhin sehr unterschiedliche Entwicklungen bei den Neugründungen in der Kreativwirtschaft

Das Gründungsgeschehen innerhalb der Kreativwirtschaft ist branchenbedingt sehr heterogen. Die folgende Tabelle zeigt die Unternehmensneugründungen nach Fachgruppen der Wirtschaftskammer, die großteils der Kreativwirtschaft zugerechnet werden können, für die Jahre 2019 bis 2022.

Die meisten Neugründungen im Jahr 2022 (vorläufige Ergebnisse) gibt es weiterhin im Bereich Informationstechnologie (inkl. Unternehmensberatung und Buchhaltung), der großteils zur Kreativwirtschaftsbranche Software und Games zählt: Mit rund 3.000 Gründungen und einem Zuwachs von rund 1 % wird hier die langjährig gute Entwicklung dieser Branche bestätigt. Gegenüber dem Vorkrisenniveau 2019 gibt es sogar um rund 17 % mehr Neugründungen.

Die zweitmeisten Neugründungen (2.400; -5 %) entfallen auf die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation. Durch die Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Konjunkturunbruch ist 2020 und 2021 eine erhebliche Anzahl von unselbständig Beschäftigten in die Selbständigkeit gewechselt. Im Jahr 2022 hingegen geht die Anzahl der Neugründungen hingegen wieder zurück. Insgesamt jedoch sind im Vergleich zu 2019 die Neugründungen in der Werbebranche um 15 % höher.

Rund 1.000 Gründungen sind der Fachgruppe Kunsthandwerke zuzurechnen, was einen Rückgang von 3 % gegenüber dem Vorjahr (2021) bedeutet. Nach überdurchschnittlichen Steigerungen in den Vorjahren ist es somit zuletzt wieder zu einer Verringerung gekommen. Die Branche ist durch einen hohen Anteil an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) gekennzeichnet, viele üben die Tätigkeit im Nebenerwerb aus, um ihr Einkommen bzw. ihre Pension aufzubessern.

Bei den Berufsfotografen und in der Film- und Musikwirtschaft belaufen sich die Neugründungen im Jahr 2022 auf rund 800 (+4 %) bzw. 500 (+2 %). In beiden Fachgruppen ist es nach Rückgängen im ersten Corona-Jahr 2020 in den Folgejahren wieder zu Zuwächsen gekommen. Gegenüber dem Vorkrisenniveau 2019 sind die Gründungen in der Film- und Musikwirtschaft um 13 % gestiegen, die Berufsfotografen liegen knapp unter dem Wert von 2019 (-1 %).

Bei der Fachgruppe der Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe spiegelt sich in der Zahl der Neugründungen die schwierige Situation in der Corona-Pandemie wider, die von Social Distancing sowie Lockdowns gekennzeichnet war. Nach Rückgängen in den Neugründungen sind diese erst im Jahr 2022 wieder gestiegen (93 %), liegen jedoch immer noch 38 % unter dem Vorkrisenniveau 2019.

Tabelle 10

Unternehmensneugründungen nach Fachgruppen
(Schwerpunktzuordnung¹), 2019 bis 2022

	2019	2020	2021	2022 ²	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Kunsthandwerke	733	822	1.010	981	-2,9	33,8
Berufsfotografen	820	747	782	813	4,0	-0,9
Film- und Musikwirtschaft	455	427	504	516	2,4	13,4
Papier- und Spielwarenhandel	49	43	68	57	-16,2	16,3
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	89	111	98	93	-5,1	4,5
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	93	52	30 ³	58	93,3	-37,6
Werbung und Marktkommunikation	2.053	2.343	2.484	2.359	-5,0	14,9
Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie	2.626	2.766	3.049	3.066	0,6	16,8
Buch- und Medienwirtschaft	64	97	99	87	-12,1	35,9

1 Näherungsweise Schwerpunktzuordnung der Neugründungen anhand von ähnlichen Berechtigungsstrukturen bereits bestehender Unternehmen mit bekanntem Tätigkeitsschwerpunkt

2 Vorläufige Ergebnisse

3 Schätzung; Daten nach Schwerpunktzuordnung sind nicht verfügbar, da es weniger als 35 Neugründungen in diesem Bereich gab.

Keine Daten separat für Telekommunikations- und Rundfunkunternehmen verfügbar

Quelle: WKÖ, Gründungsstatistik, Stand Februar 2023.

Zahl der Insolvenzen steigt in der Kreativwirtschaft zwischen 2021 und 2022 deutlich an und pendelt sich auf das Vorkrisenniveau von 2019 ein

Im Jahr 2022 waren 224 der rund 48.100 Kreativwirtschaftsunternehmen (0,5 %) in ein Insolvenzverfahren involviert. Dies sind 5 % aller Insolvenzen der Gesamtwirtschaft. Rund 70 % stellen eröffnete Insolvenzen dar und 30 % mangels kostendeckenden Vermögens nicht eröffnete Insolvenzverfahren.

Nachdem es in den Jahren 2020 und 2021 im Zuge der Corona-Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen (staatliche Sofort- und Überbrückungsmaßnahmen, Bereitstellung zusätzlicher Mittel durch die Banken) zu einem deutlichen Rückgang gekommen war, haben sich die Insolvenzen in der Kreativwirtschaft zwischen 2021 und 2022 fast verdoppelt (+95 %). Die Anzahl der nicht eröffneten Insolvenzverfahren (+112 %) hat sich dabei stärker erhöht als jene der eröffneten (+90 %). Somit haben sich die Insolvenzen im Jahr 2022 wieder auf das Vorkrisenniveau von 2019 eingependelt.

Während die Anzahl der Insolvenzen im Zeitraum 2021/22 in allen Kreativwirtschaftsbereichen gestiegen ist, zeigen sich gegenüber dem Vorkrisenniveau 2019 deutliche Unterschiede. Vor allem in der Filmwirtschaft (inkl. Fotografie; +65 %), aber auch in der Werbung (+9 %) hat die Krisenanfälligkeit im Jahresvergleich 2019 und 2022 deutlich zugenommen. In den Sektoren Software und Games (-23 %) sowie Buch und Verlagswesen (-7 %) haben 2022 demgegenüber weniger Insolvenzen stattgefunden als 2019.

Tabelle 11

Anzahl der Insolvenzen in der Kreativwirtschaft insgesamt¹ sowie die Anzahl der Gesamtinsolvenzen nach den größten Bereichen, 2019 bis 2022

	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Eröffnete Insolvenzen	133	69	80	152	90,0	14,3
Nicht eröffnete Insolvenzverfahren (mangels kostendeckenden Vermögens)	89	52	34	72	111,8	-19,1
Gesamtinsolvenzen	222	121	115	224	94,8	0,9
davon:						
Architektur	16	16	9	17	88,9	6,3
Buch und Verlagswesen	44	23	24	41	70,8	-6,8
Filmwirtschaft inkl. Fotografie	17	12	5	28	460,0	64,7
Markt für darstellende Kunst	16	9	3	16	433,3	0,0
Software und Games	35	17	17	27	58,8	-22,9
Werbung	78	38	46	85	84,8	9,0

¹ exkl. Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien

Qu...Quartal; VÄ...Veränderung

Quellen: Kreditschutzverband von 1870, KMU Forschung Austria.

Wie bei den Unternehmensinsolvenzen ist auch bei den Privatkonkursen in Österreich im Jahr 2022 ein Anstieg gegenüber 2021 zu beobachten. 2022 wurden insgesamt knapp 8.200 Schuldenregulierungsverfahren (Privatkonkurse) eröffnet. Dies sind um 13 % mehr als 2021. Die geschätzten Insolvenzverbindlichkeiten sind um 3 % höher geworden.²

Die häufigste Ursache für Privatkonkurse im Jahr 2021 (letzter verfügbare Daten) war persönliches Verschulden (30 %; Vorsatz/ Fahrlässigkeit), gefolgt von einer ehemaligen Selbstständigkeit (25 %; unternehmerische Aktivität - alle Wirtschaftsbranchen). Lediglich 2 % aller Privatkonkurse des vergangenen Jahres waren direkt auf die Corona-Krise zurückzuführen.³

² KSV 1870 (2023): Privatkonkurse um 13 Prozent gestiegen. Pressemitteilung 13.1.2023

³ KSV 1870 (2022): 30 % aller Privat-kon-kurse aufgrund von persönlichem Verschulden. Pressemitteilung 11.7.2022

3. Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft

Von der Kreativwirtschaft gehen durch intensive Verflechtungen Effekte auf die gesamte Volkswirtschaft aus. Sie generiert Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung.

Die österreichische Kreativwirtschaft ist über intensive Verflechtungen mit zahlreichen anderen heimischen Branchen und über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg verbunden. Sowohl während als auch gegen Ende der Corona-Krise gehen daher von ihr Effekte auf die gesamte Volkswirtschaft aus. Die vorliegende Analyse auf der Basis des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft bezieht sich auf das Jahr 2021. Obwohl die Kreativwirtschaft 2021 noch von der Corona-Krise in vielen Teilbereichen beeinträchtigt ist, erweist sie sich als ein wichtiger Impulsgeber für die österreichische Volkswirtschaft und generiert Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung über den eigenen Bereich hinaus.

Direkt in der Kreativwirtschaft werden Güter und Dienstleistungen im Wert von € 26,4 Mrd. produziert. Um diese Produktionstätigkeit zu ermöglichen liefern direkte und indirekte Zulieferer Güter und Dienstleistungen im Wert von € 9,6 Mrd. zu. Zu diesen indirekten Effekten auf die Produktion kommen noch durch die Schließung des Einkommen-Konsum-Kreislaufs die induzierten Effekte hinzu (die gezahlten Löhne fließen zum Teil wieder zurück in die Konsumnachfrage und lassen dadurch weitere Produktion entstehen). Die induzierten Effekte der Kreativwirtschaft auf die Produktion machen € 8,7 Mrd. aus. In Summe beträgt die in Österreich ausgelöste Produktion € 44,7 Mrd. Somit kommen auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft durchschnittlich € 0,69 an Produktion in der restlichen Volkswirtschaft.

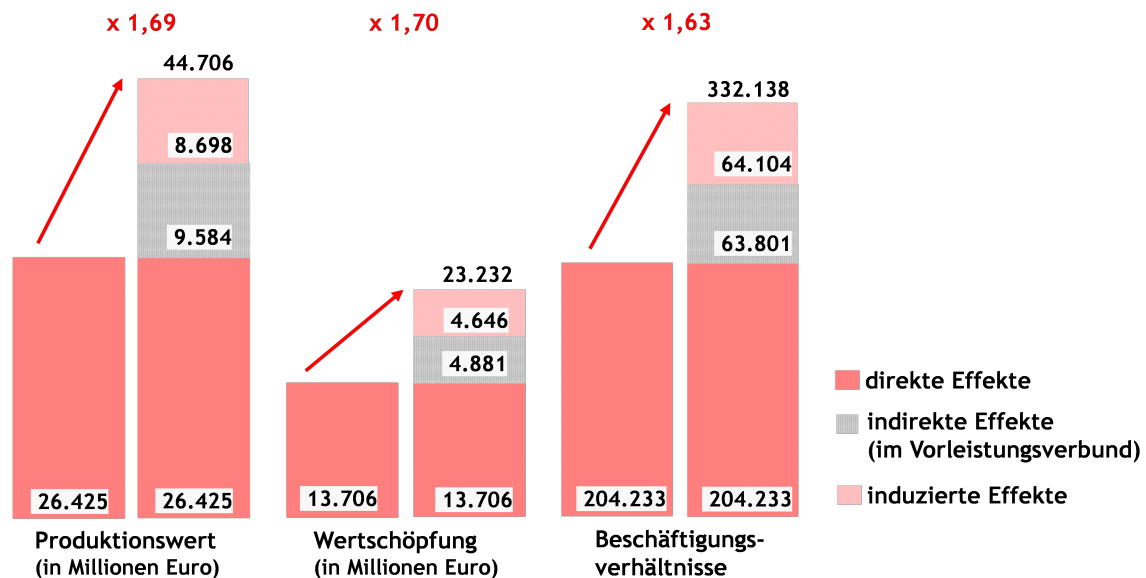
Analog dazu beläuft sich das Ausmaß der in den verschiedenen Teilen der Volkswirtschaft generierten Wertschöpfung auf € 23,2 Mrd., wobei € 13,7 Mrd. direkt auf die Kreativwirtschaft zurückzuführen sind und in weiterer Folge € 4,9 Mrd. an indirekten und € 4,6 Mrd. an induzierten Wertschöpfungseffekten anfallen. Daraus folgt, dass zu jedem Euro an Wertschöpfung, der in der Kreativwirtschaft erwirtschaftet wird, zusätzlich € 0,70 an Wertschöpfung in den anderen Teilen der Wirtschaft entstehen.

Durch die Kreativwirtschaft, direkt oder im Wege der indirekten oder induzierten Effekte, werden in Summe rund 332.100 Arbeitsplätze (d.h. Beschäftigungsverhältnisse; in Vollzeiteinheiten, VZE: 259.500 VZE) gesichert. In der Kreativwirtschaft selbst sind mehr als 204.200 Personen beschäftigt (in VZE: 155.900). Durch die Vorleistungsverflechtungen werden weitere 61.400 Beschäftigungsverhältnisse (51.700 VZE) und durch induzierte Effekte 59.200 Beschäftigungsverhältnisse (bzw. 46.700 VZE) in der heimischen Wirtschaft abgesichert.

Im Vergleich mit dem Jahr 2019, dem letzten Jahr vor der Pandemie und gleichzeitig das Bezugsjahr für das rezenteste Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, ergeben sich keine großen Änderungen. Die insgesamt ausgelösten volkswirtschaftlichen Effekte 2019 betragen € 43,8 Mrd. Produktion, € 22,3 Mrd. Wertschöpfung und 320.400 Beschäftigte (bzw. 251.500 Vollzeiteinheiten). Dies bedeutet, es wurde bereits vor Ende der Corona-Krise ein geringes nominales Wachstum erreicht.

Grafik 13

**Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft,
Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung, 2021**



Anmerkung: Die Berechnung der volkswirtschaftlichen Effekte beruht auf einer Input-Output-Analyse auf Basis des auf das Jahr 2021 projizierten Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft (Bezugsjahr 2019) sowie auf einer Projektion des Produktionsvektors der Kreativwirtschaft auf Basis der Leistungs- und Strukturerhebung (LSE) und der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR). In die Berechnung der indirekten und induzierten Effekte flossen hierbei auch Annahmen über die geänderten wirtschaftlichen Bedingungen während der Corona-Pandemie ein. Die genauen Annahmen und die Modelleigenschaften zur Berechnung der volkswirtschaftlichen Effekte werden im Methodenanhang genauer beschrieben.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2019 (2023), LSE 2020 (2022), VGR 2021 (2022) IWI-Berechnungen (2023).

Die Kreativwirtschaft findet im zweiten Jahr der Corona-Krise bereits teilweise auf ihren Wachstumspfad zurück. Allerdings entwickeln sich die konsumnahen Kreativwirtschaftsbereiche und wirtschaftsnahe Branchen ganz unterschiedlich. So wuchsen 2021 Architektur, Software und Games bereits ähnlich stark wie vor der Krise.

Die österreichische Kreativwirtschaft insgesamt hat sich bereits im zweiten Jahr der Corona-Krise teilweise wieder erholt und verzeichnet 2021 ein Wachstum gegenüber 2019 von 0,7 % bei der Produktion und 3,0 % bei der Wertschöpfung. Die Beschäftigung wuchs 2021 im Vergleich zum letzten Vor-Corona-Jahr um 2,2 % gerechnet nach Beschäftigungsverhältnissen bzw. um 1,9 % gerechnet nach Vollzeiteinheiten (VZE). Im Vergleich zu 2018 ist die Produktion um 6,6% und die Wertschöpfung um 6,7 % gestiegen. Die Beschäftigung stieg in diesem 3-Jahresvergleich um 6,3 % (Beschäftigungsverhältnisse) bzw. 6,4 % (VZE).

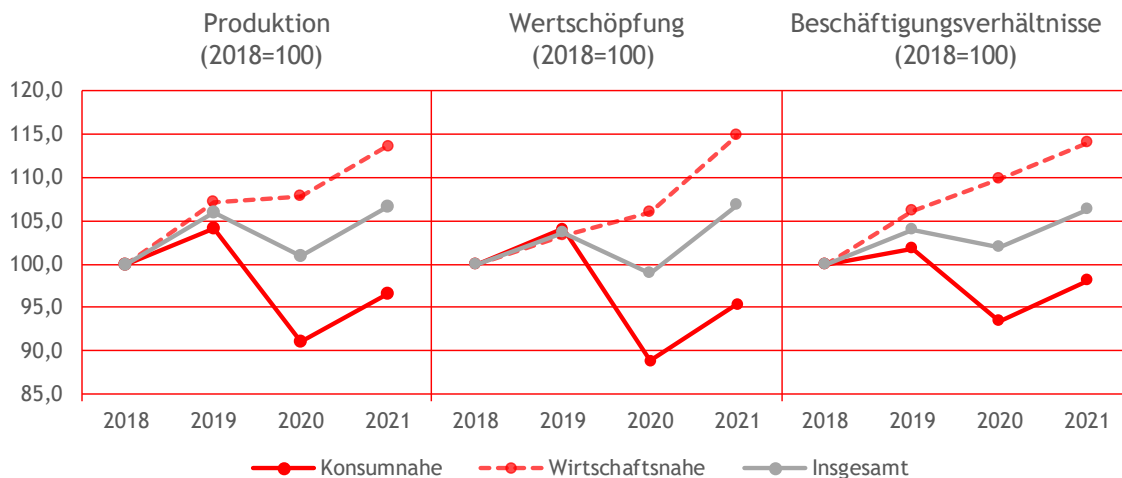
Allerdings entwickeln sich die Kreativwirtschaft in der Corona-Krise in den einzelnen Kreativwirtschaftsbereichen ganz unterschiedlich. Während wirtschaftsnahe Bereiche durch die Corona-Krise kaum in ihrem Wachstum gehemmt wurden, kämpfen 2021 die konsumnahen Kreativwirtschaftsbereiche noch mit deutlichen Einbußen durch Lockdowns, Restriktionen und geändertes Konsumentenverhalten. Zu diesen Bereichen zählen der Markt für darstellende Kunst, zu dem insbesondere Theater, Musiktheater und Konzertsäle sowie Musik- und Tanzunterricht gehören, Museen und Bibliotheken, die Musikwirtschaft⁴ und die Filmwirtschaft inkl. Fotografie. Diese vier Kreativwirtschaftsbereiche bleiben auch im zweiten Jahr der Corona-Krise bei Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung um ca. 11 bis 12 % und bei Beschäftigung um ca. 5,5 bis 6 % unter dem Vor-Corona-Niveau. Auch andere Bereiche, die nicht unmittelbar von Schließungen und Einschränkungen betroffen waren, aber ebenso in hohem Ausmaß vom Konsum abhängen wie die Bereiche Buch und Verlagswesen, Radio und TV sowie Design, weisen mindestens bis 2021 bei Produktion und Beschäftigung Einbußen auf, wenn auch ihre Beschäftigung etwa konstant gehalten wird. Die Produktion des gesamten konsumnahen Teils der Kreativwirtschaft liegt im Jahr 2021 7,2 % unter dem Wert von 2019 (3,2 % unter dem Wert von 2018). Bei der Wertschöpfung ist 2021 gegenüber 2019 ein Rückgang von 9,3 % hinzunehmen (gegenüber 2018: 4,6 %). Der konsumnahe Teil der Kreativwirtschaft beschäftigt 2021 um 3,6 % weniger Personen als 2019 (im Vergleich zu 2018 um 1,9 % weniger).

Ein anderes Bild ergibt sich für die Kreativwirtschaftsbereiche Architektur, Software und Games sowie Werbung, die ihre Güter und Dienstleistungen vorwiegend für die Business-Nachfrage oder den Export produzieren. Diese können 2021 ihren bereits vor der Corona-Krise beobachteten Expansionskurs 2021 fortsetzen. Ihre Produktion liegt 2021 um ca. 6 % über dem Wert von 2019 bzw. 13,6 % über jenem von 2018. Sie erbringen eine Wertschöpfung, die um 11,1 % bzw. 14,8 % höher als der Wert von 2019 bzw. 2018 ist. Ihre Beschäftigung (in Beschäftigungsverhältnissen) stieg, von der Corona-Krise in Summe scheinbar kaum beeinträchtigt, 2021 um 7,5 % gegenüber 2019 bzw. um 14,0 % gegenüber 2018.

4 Es ist zu beachten, dass die Musikwirtschaft in der hier zugrunde gelegten Abgrenzung verschiedene Bereiche wie z.B. die Herstellung von Musikinstrumenten, den Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien sowie mit bespielten Ton- und Bildträgern, und die Tonstudios enthält; nicht erfasst sind jedoch die Musiktheater und Musiker selbst, da diese nicht statistisch aus dem Markt für darstellende Kunst herausgelöst werden können.

Grafik 14

Entwicklung der Kreativwirtschaft 2018 bis 2021, insgesamt und nach Gruppen von Bereichen, Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung



Anmerkung: Die Werte beruhen auf den Werten der Satellitenkonten für die Kreativwirtschaft 2018 und 2019; für 2020 und 2021 wurde ein projiziertes Satellitenkonto auf der Basis der Leistungs- und Strukturerhebung (LSE) und der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) erstellt.
Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2018 und 2019 (2023), LSE 2020 (2022), VGR 2021 (2022) IWI-Berechnungen (2023).

Durch die Kreativwirtschaft werden viele verschiedene Branchen im Wege der Vorleistungsverflechtung und der induzierten Einkommen stimuliert.

Die von der Kreativwirtschaft im Wege der Vorleistungsverflechtung und der induzierten Einkommen ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung kann nach jenen Branchen differenziert werden, in denen sie entsteht. So zeigt sich, dass von den wirtschaftlichen Impulsen, die die Kreativwirtschaft auslöst, eine breite Vielfalt von Branchen profitiert.

Gereiht nach den ausgelösten Produktionseffekten steht das Grundstücks- und Wohnungswesen an erster Position. Neben einer Produktion von € 2,5 Mrd. und einer Wertschöpfung von € 1,6 Mrd. gehen ca. 2.700 Beschäftigungsverhältnisse auf die Impulse der Kreativwirtschaft zurück. Es folgen die Branchen EDV und Information (ohne jenen Teil dieser Branche, der der Kreativwirtschaft zugeordnet wird, also Software und Games), Beherbergung und Gastronomie, sowie Energie und Energieversorgung mit einer Produktion von jeweils knapp über € 1,0 Mrd.

Bei einer Reihung nach den ausgelösten Wertschöpfungs- bzw. Beschäftigungseffekten ergibt sich eine andere Reihung. Gemessen an der Wertschöpfung wird ebenso das Grundstücks- und Wohnungswesen am stärksten durch die Vorleistungskette der Kreativwirtschaft stimuliert, erst dann folgen in leicht geänderter Reihenfolge die anderen Bereiche. Bei einer Reihung nach Beschäftigungsverhältnissen stechen besonders hervor der Einzelhandel (ohne Kfz und die abgespaltenen Bereiche, die zur Kreativwirtschaft gehören) und die Dienstleistungen der Arbeitskräfteüberlassung mit jeweils mehr als 12.300 Jobs, die hier im Wege der indirekten oder induzierten Effekte der Kreativwirtschaft verdankt werden. Auch in der Beherbergung und Gastronomie kann man fast 10.400 Beschäftigungsverhältnisse der Wertschöpfungskette der Kreativwirtschaft zusprechen.

Tabelle 12

**Indirekte und induzierte volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft,
Top-10-Branchen, 2019**

	Produktion	Wertschöpfung	Beschäftigungs- verhältnisse
	in Mio. €		
Grundstücks- und Wohnungswesen	2.485	1.646	2.691
EDV und Information (ohne Kreativwirtschaft)	1.136	519	5.029
Beherbergung und Gastronomie	1.001	622	8.752
Energie und Energieversorgung	1.000	169	627
Verlags- und Druckerzeugnisse	931	330	4.598
Einzelhandel (ohne Kfz und Kreativwirtschaft)	778	471	9.406
Finanzdienstleistungen	725	406	2.665
Dienstleistungen der Arbeitskräfteüberlassung	636	550	10.446
Dienstleistungen der Unternehmensführung und -beratung	628	267	4.288
Bauinstallations- und sonstige Ausbauarbeiten	614	255	4.218
Alle anderen Wirtschaftsbereiche	7.583	3.796	45.741

Anmerkung: Die indirekten Effekte bezeichnen die im Wege der Vorleistungsverflechtung bei den Zulieferunternehmen und deren Zulieferunternehmen ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung. Die induzierten Effekte bezeichnen die im Wege des Einkommen-Konsum-Kreislaufs ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung. Die direkten Effekte werden bei dieser Betrachtung nicht berücksichtigt, da sie die Kreativwirtschaft selbst betreffen. Unter der Bezeichnung „alle anderen Wirtschaftsbereiche“ sind insgesamt 69 weitere Wirtschaftsbereiche zusammengefasst, z.B. Großhandelsleistungen (ohne Kfz) und anderweitig nicht genannte wirtschaftliche Dienstleistungen.
Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2019 (2023), IWI-Berechnungen (2023).

Die Kreativwirtschaft ist vorleistungsintensiv und stark vernetzt

Die Kreativwirtschaft benötigt für die Erstellung ihrer Leistungen Inputs, das sind einerseits Vorleistungen von anderen Wirtschaftsbereichen und andererseits Arbeits- und Kapitalinputs. Durch die Vorleistungen, die die Kreativwirtschaft bezieht, stimuliert sie andere Unternehmen und Wirtschaftsbereiche. Die in der Kreativwirtschaft stattfindende Wertschöpfung hingegen steht für die Arbeits- und Kapitalinputs bzw. für deren Entlohnung.

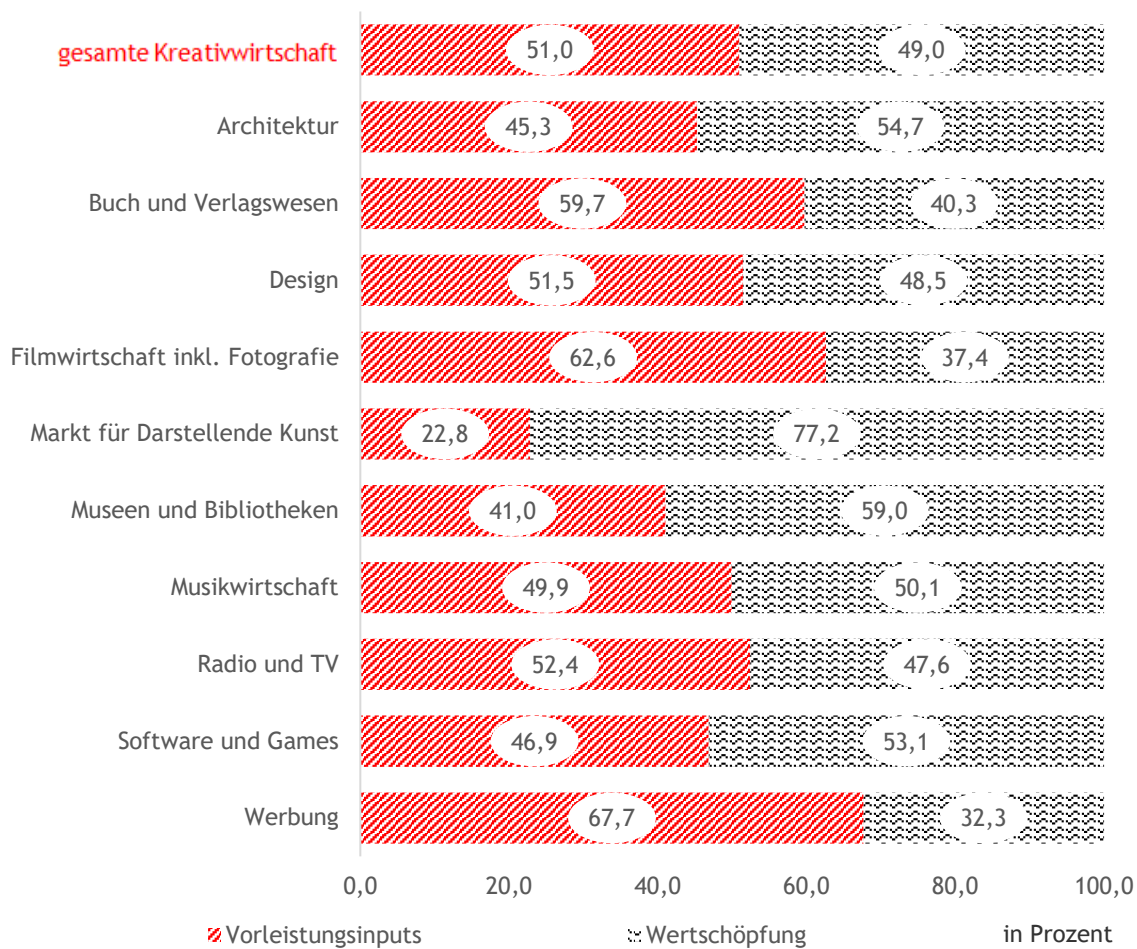
Die Inputstruktur ist zwischen den einzelnen Kreativwirtschaftsbereichen sehr unterschiedlich. Während der Kreativwirtschaftsbereich Markt für darstellende Kunst Vorleistungen im Wert von 22,8 % seiner Produktionsleistung benötigt, sind es für die Werbung 67,7 %. Insgesamt entfallen 51,0 % der Gesamtkosten des Produktionswerts der Kreativwirtschaft auf Vorleistungen, wobei hierin auch die importierten Vorleistungen (14,0 %) sowie Nettogütersteuern (0,5 %) enthalten sind. Die Differenz auf 100 % entfällt auf die Wertschöpfung und dient damit der Entlohnung des Arbeits- und Kapitaleinsatzes. Für die gesamte Kreativwirtschaft entfallen 49,0 % des Produktionswerts auf die Wertschöpfung.

Im Vergleich zum Jahr 2015, für das eine vergleichbare Analyse vorliegt (vgl. Kreativwirtschaftspolitisches Datenblatt 2019, 2020), hat sich die Vorleistungs- bzw. Wertschöpfungsintensität der österreichischen Kreativwirtschaft nicht verändert. Allerdings ist der Importanteil bei den Vorleistungen deutlich angestiegen (2015: 10 %).

Im Ergebnis dieser Strukturen ist die österreichische Kreativwirtschaft in der Lage, eine Nachfrage nach ihren Leistungen in besonders hohem Maße als Stimulus auch an andere, vorgelagerte Branchen im Inland sowie an heimische Arbeitskräfte weiterzugeben.

Grafik 15

**Inputstruktur der Kreativwirtschaft,
insgesamt und nach Bereichen, in Prozent, 2019**



Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2019, IWI-Berechnungen (2023).

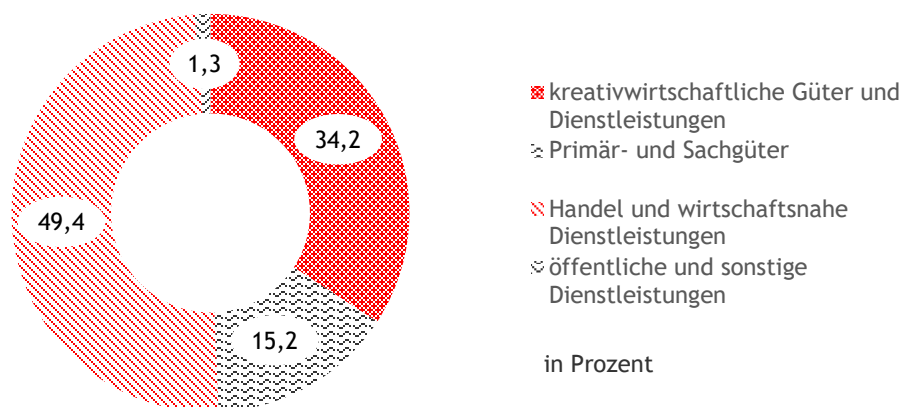
Ihre Vorleistungen bezieht die Kreativwirtschaft vor allem vom Handel und den wirtschaftsnahen Dienstleistungen sowie von der Kreativwirtschaft

Die (heimischen) Inputs der Kreativwirtschaft können auch nach den zugekauften Gütern und Dienstleistungen aufgeschlüsselt werden. Am meisten hängt die Kreativwirtschaft von jenen Vorleistungen ab, die sie von anderen Dienstleistungsbranchen (Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen) bezieht. Von den bezogenen heimischen Vorleistungen kommen diese auf 49,4 %, wobei sich dieser Anteil im Vergleich zum Jahr 2015 noch zugenommen hat (2015: 46,5). Den zweitgrößten Anteil haben die kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen selbst mit 34,2 %. Die Primär- und Sachgüter machen 15,2 % der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft aus, die öffentlichen und sonstigen Dienstleistungen immerhin 1,3 %.

Die starke Verflochtenheit der Kreativwirtschaftsbereiche untereinander weist auf die vielfältigen Kooperationen und Synergien innerhalb der Kreativwirtschaft hin und legt außerdem nahe, dass sie in der Lage ist, sich selbst zu stärken und sich selbst Feedback zu geben.

Grafik 16

Struktur der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft nach Gruppen von Vorleistungsgütern, 2019



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2019, IWI-Berechnungen (2023).

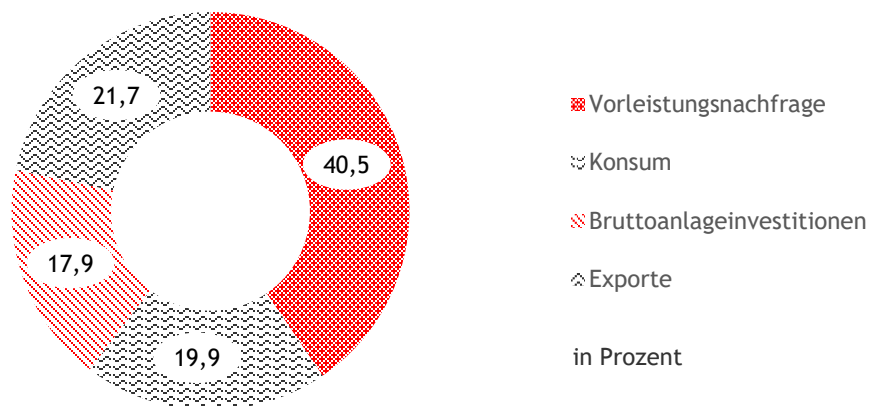
Die Lieferungen der Kreativwirtschaft gehen überwiegend an die Produktionsprozesse in nachgelagerten Branchen sowie an die Investitionsnachfrage

Die Kund*innen der Kreativwirtschaft sind schwerpunktmäßig in der heimischen Wirtschaft (im Gegensatz zum privaten und staatlichen Konsum sowie den Exporten) zu finden. Mit ihren Leistungen unterstützt die Kreativwirtschaft die Produktion und die Investitionstätigkeit in weiten Teilen der Wirtschaft. Die Lieferungen der Kreativwirtschaft im Jahr 2019 gehen zu 40,5 % an die Vorleistungsnachfrage der verschiedenen Wirtschaftsbereiche und zu 17,9 % an die Investitionen. Zusammen werden somit 58,4 % des Outputs der Kreativwirtschaft für Kund*innen aus der Wirtschaft bereitgestellt. 21,7 % der Güter und Dienstleistungen, die die Kreativwirtschaft herstellt, sind für den Export bestimmt. Der private und staatliche Konsum nimmt einen Anteil von 19,9 % ein.

Im Vergleich mit dem Jahr 2015 (vgl. Kreativwirtschaftliches Datenblatt 2019), haben insbesondere die Investitionsnachfrage und die Exportnachfrage als Abnehmerinnen der Kreativwirtschaft an Gewicht zugelegt (2015: Investitionsnachfrage: 14,5 %, Export: 18,3 %). Hingegen haben bei diesem Vergleich sowohl die Vorleistungsnachfrage nachgelagerter Branchen als auch der Konsum als Abnehmer der Kreativwirtschaft an Gewicht verloren (2015: Vorleistungsnachfrage: 44,4 %, Konsum: 22,9 %).

Grafik 17

Verteilungsstruktur der Lieferungen der Kreativwirtschaft
nach Nachfragekategorien, 2019



Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2019, IWI-Berechnungen (2023).

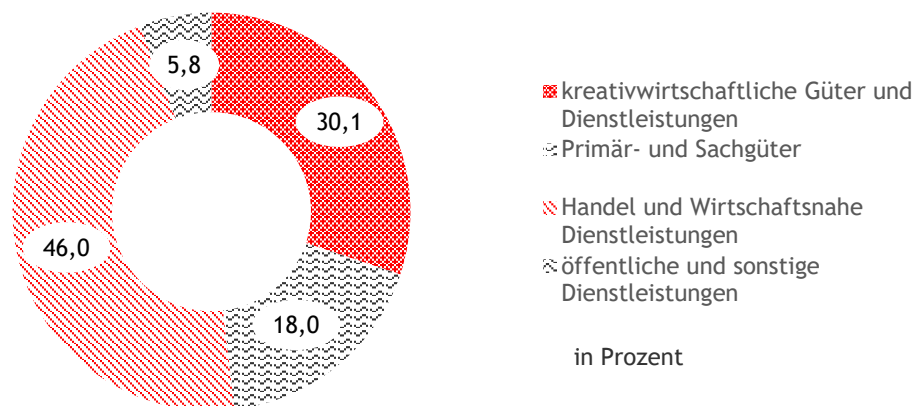
Unter den abnehmenden Branchen der Kreativwirtschaft sind Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen sowie die Kreativwirtschaft selbst am wichtigsten

Von der gesamten Produktion an Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft werden im Jahr 2019 insgesamt € 10,6 Mrd. von der Vorleistungsnachfrage nachgelagerter Unternehmen absorbiert. Diese Summe kann nach den Gütern und Dienstleistungen aufgeschlüsselt werden, in deren Produktion die Kreativleistungen Eingang finden. Den größten Anteil an der gesamten Vorleistungsnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft nimmt hierbei mit 46,0 % die Produktion von Dienstleistungen des Handels und von wirtschaftsnahen Dienstleistungen ein. Mit 30,1 % fließt ein großer Teil an die Kreativwirtschaft selbst. Dies ist ein deutliches Zeichen für die starke Selbstverflechtung der Kreativwirtschaft. 18,0 % der an die Vorleistungsnachfrage gelieferten Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft gehen an die Produktion von Primär- und Sachgütern. Abnehmer im Bereich der öffentlichen und sonstigen Dienstleistungen tragen einen Anteil von 5,8 % zur gesamten Vorleistungsnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft bei.

Die Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft unterscheidet sich zwischen den verschiedenen Kreativwirtschaftsbereichen stark. Die Dienstleistungen der Werbung werden besonders stark von der Vorleistungsnachfrage (zu 73,9 %) aufgenommen, während Museen und Bibliotheken, Markt für darstellende Kunst und Musikwirtschaft besonderes Schwergewicht auf Lieferungen an die Endnachfrage und hier wiederum an den Konsum aufweisen.

Grafik 18

Verteilungsstruktur der Lieferungen der Kreativwirtschaft an die Vorleistungsnachfrage, nach Gruppen von nachfragenden Wirtschaftsbereichen, 2019



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft für das Jahr 2019, IWI-Berechnungen (2023).

Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft

Die Kreativwirtschaft ist nicht nur direkt, sondern auch indirekt ein Zulieferer von Gütern und Dienstleistungen für nachgelagerte Wirtschaftsbereiche. Verfolgt man die Lieferungen über die Stufen der Wertschöpfungskette weiter, bis sie schließlich in die Endnachfrage eingehen, kann man zeigen, für welche der verschiedenen Endnachfragekategorien (privater und staatlicher Konsum, Investitionen und Exporte) die Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft direkt und indirekt bestimmt sind. Um indirekte Lieferungen handelt es sich, wenn ein Unternehmen der Kreativwirtschaft an ein anderes Unternehmen liefert, das selbst direkt oder indirekt die Endnachfrage beliefert.

Von der gesamten Produktion kreativwirtschaftlicher Güter und Dienstleistungen ist mit 38,8 % der größte Teil direkt oder indirekt für die Exporte bestimmt. Es kommen somit zu den 21,9 %, die direkt exportiert werden, noch weitere 16,9 % kreativwirtschaftliche Güter und Dienstleistungen hinzu, die im Wege der Wertschöpfungskette in den Export eingehen. In die Investitionen fließen nach dem vollständigen Durchlaufen der Wertschöpfungskette letztendlich 24,7 % der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen. An dritter Stelle ist der private Konsum das direkte oder indirekte Bestimmungsziel von 24,1 % der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen. In den staatlichen und sonstigen Konsum wandern 12,3 %.

Die Ergebnisse dieser Analyse legen nahe, dass die Kreativwirtschaft mit ihren Lieferungen direkt und indirekt überwiegend die Investitionstätigkeit und die Exporte der österreichischen Wirtschaft unterstützt. Damit liefert sie einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft.

Tabelle 13

**Direkte und indirekte Bestimmung der kreativwirtschaftlichen Produktion
nach Kategorien der Endnachfrage, 2019**

	direkte Lieferungen	indirekte Lieferungen	gesamte kreativwirtschaftliche Produktion
privater Konsum	12,2%	11,9%	24,1%
staatlicher und sonstiger Konsum	7,3%	5,0%	12,3%
Bruttoanlageinvestitionen	16,1%	8,6%	24,7%
Exporte	21,9%	16,9%	38,8%
Summe Endnachfrage	57,5%	42,5%	100,0%

Anmerkung: Die angegebenen Prozentzahlen für die direkten Lieferungen weichen von den Angaben zur Verteilungsstruktur (Grafik 17) ab, da in dieser Analyse modellbedingt die Kreativwirtschaft anhand der Produktion kreativwirtschaftlicher Güter nach CPA-Systematik und nicht wie die Produktion in kreativwirtschaftlichen Bereichen nach NACE-Systematik abgegrenzt wurde.

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2023).

Zu den Exporten der Kreativwirtschaft tragen die Bereiche Software und Games sowie Werbung am meisten bei

Die Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft sowie allgemein ihre Internationalisierung haben in den letzten Jahren weiter zugenommen. Die folgende Auswertung beruht auf einer Sonderauswertung des Außenhandelskontos der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung sowie dem Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft 2019. Die österreichische Kreativwirtschaft exportierte im Jahr 2019 Güter und Dienstleistungen im Wert von € 5,9 Mrd., woraus sich ein Exportanteil von 22,6 % ergibt. Im Vergleich zum Jahr 2015, für das zuletzt diese Analyse durchgeführt wurde, ist eine deutliche Erhöhung des Exportanteils festzustellen (2015: Exportquote: 18,3 %).

Die Exportaktivitäten der Kreativwirtschaft verteilen sich recht unterschiedlich auf die verschiedenen Bereiche. In absoluten Beträgen und auch hinsichtlich der Exportquote liegt der Bereich Software und Games mit Exporten von € 3,3 Mrd. und einer Exportquote von 38,0 % an der Spitze. Dieser Bereich ist gleichzeitig auch derjenige mit dem größten absoluten und relativen Wachstum im Vergleich zu 2015. An zweiter Stelle folgt der Bereich Werbung mit Exporten im Ausmaß von € 1,2 Mrd. Der Bereich Buch und Verlagswesen hat Exporte im Ausmaß von € 680 Mio. Blickt man auf die Exportquote, so haben neben Software und Games auch die Bereiche Design, Musikwirtschaft und Werbung eine überdurchschnittliche Exportperformance. Naturgemäß gibt es in einigen Bereichen (Museen und Bibliotheken, Radio und TV) relativ wenig Potenzial für vergleichbar hohe Exportaktivitäten.

Der wichtigste Exportmarkt für die österreichische Kreativwirtschaft sind die Länder der Europäischen Union. Insgesamt sind 72,4 % aller Exporte für diesen Markt bestimmt. Die Anteile EU-Europas an den Exporten variieren in den einzelnen Kreativwirtschaftsbereichen zwischen ca. 60 % und 80 %.

Tabelle 14

**Produktion und Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft,
Auswertung des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft, nach Bereichen, 2019**

	Produktion	Exporte	Exportquote
	in Mio. €		In Prozent
Architektur	2.059	96	4,7
Buch- und Verlagswesen	3.252	679	20,9
Design	356	100	28,2
Filmwirtschaft inkl. Fotografie	1.673	249	14,9
Markt für darstellende Kunst	2.592	162	6,2
Museen und Bibliotheken	886	5	0,5
Musikwirtschaft	321	89	27,6
Radio und TV	1.512	39	2,6
Software und Games	8.792	3.341	38,0
Werbung	4.801	1.176	24,5
Kreativwirtschaft insgesamt	26.245	5.936	22,6

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft 2019, Sonderauswertung des Außenhandelskontos der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (Statistik Austria), IWI-Berechnungen (2023).

4. Schlussfolgerungen

Nach sehr erfolgreichen Jahren verzeichnete die Kreativwirtschaft mit Beginn der Corona-Krise im Jahr 2020 Rückgänge in der Zahl der Unternehmen, der Beschäftigten, im Umsatz und in der Bruttowertschöpfung. Die Kreativwirtschaft ist und bleibt jedoch mit 11 % aller Unternehmen weiterhin ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Österreich. Die größten Kreativwirtschaftsbereiche sind Software und Games, Werbung, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen, sowie Architektur.

Die Umsätze der Kreativwirtschaft insgesamt sind im Zeitraum 2020 bis 2022 wieder deutlich gestiegen (+13 %). Ausschlaggebende Faktoren hierfür sind eine weiterhin positive Entwicklung insbesondere des Software-Bereichs, die Erholung der stark von den Corona-Maßnahmen betroffenen Kreativwirtschaftsbereichen (z.B. Film- und Musikwirtschaft), aber auch zuletzt Preissteigerungen.

Auch die Situation am Arbeitsmarkt hat sich gegenüber 2020 deutlich verbessert, insgesamt sind 2022 um 10 % mehr Mitarbeiter*innen in kreativen Unternehmen beschäftigt. Das höchste Wachstum verzeichnete der Sektor Software und Games (+16%). Lediglich der Bereich Musikwirtschaft konnte das durch die Corona-Maßnahmen verursachte Minus noch nicht ausgleichen, obwohl es zwischen 2021 und 2022 wieder zu leichten Zuwächsen kam. Ebenso liegt die Zahl der Arbeitslosen, die vormals in der Kreativwirtschaft tätig waren, im Jahr 2022 um ein Drittel (33%) unter dem Niveau von 2020, insbesondere in den Bereichen Design sowie Radio und TV.

In betriebswirtschaftlicher Hinsicht kann die Kreativwirtschaft mit einer zufriedenstellenden Kapitalstruktur aufzeigen. Insbesondere die kreativen Sektoren Buch und Verlagswesen sowie Design weisen eine überdurchschnittliche Eigenkapitalquote (39 %) auf. Während die Bereiche Architektur sowie Software und Games hohe Umsatzrenditen erzielen, weisen Werbung, Design sowie die Filmwirtschaft inkl. Fotografie eine unterdurchschnittliche Ertragskraft auf.

Die Kreativwirtschaft ist nach wie vor durch Kleinstrukturiertheit gekennzeichnet, bei 63 % der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Überdurchschnittlich viele EPU sind im Markt für darstellende Kunst (81 %), in den Bereichen Filmwirtschaft (76 %) und Design (73 %), in der Musikwirtschaft (66 %) sowie in der Werbung (65 %) zu finden.

Obwohl die Kreativwirtschaft noch von der Corona-Krise in vielen Teilbereichen beeinträchtigt ist, erweist sie sich als ein wichtiger Impulsgeber für die österreichische Volkswirtschaft und generiert Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung über den eigenen Bereich hinaus. Unter Berücksichtigung aller Verflechtungen löst sie in Österreich eine gesamtwirtschaftliche Produktion im Ausmaß von € 44,7 Mrd. aus (direkt, indirekt und induziert). Auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft kommen durchschnittlich zusätzliche € 0,69 an Produktion in der österreichischen Volkswirtschaft. Analog dazu beläuft sich das Ausmaß der in der Kreativwirtschaft und anderen Teilen der Volkswirtschaft generierten Wertschöpfung auf insgesamt € 23,2 Mrd., wobei zu jedem in der Kreativwirtschaft erwirtschafteten Euro zusätzlich € 0,70 an Wertschöpfung in anderen Teilen der Wirtschaft entstehen. In Summe sichert die Kreativwirtschaft direkt, indirekt und induziert rund 332.100 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab: jedes Beschäftigungsverhältnis der Kreativwirtschaft schafft weitere 0,63 Beschäftigungsverhältnisse in der österreichischen Wirtschaft.

Die österreichische Kreativwirtschaft kann ihre wichtige Position als Bezieherin von Vorleistungen vor allem aus dem Inland im Vergleich mit den Jahren vor der Corona-Krise halten und stärkt mit

ihren Lieferungen weiterhin die nachgelagerte Produktion und Dienstleistungserstellung, die Investitionstätigkeit und Exporttätigkeit. Ihre Exportperformance kann sie im Vergleich zu den Jahren vor der Krise sogar ausbauen, wofür vor allem die wirtschaftsnahen Bereiche verantwortlich zeichnen.

Die Herausforderungen der letzten Jahre haben eine unterschiedliche Entwicklung der einzelnen Kreativwirtschaftsbereiche gezeigt. Wirtschaftsnahe Kreativwirtschaftsbereiche, wie etwa Software und Games, Werbung oder Architektur, waren nicht so stark betroffen wie konsumnahe Sektoren, darunter der Markt für darstellende Kunst, die Musikwirtschaft oder die Filmwirtschaft inkl. Fotografie. Die Corona-Pandemie hat den Prozess der Digitalisierung stark beschleunigt, womit ein Bedarf von neuem Content und neuen Geschäftsmodellen einhergeht. Für die Kreativwirtschaft, die auch Treiberin der digitalen Transformation ist, ergeben sich hier viele Chancen, aber auch Herausforderungen.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen ist eine gute Datenbasis zum Thema Kreativwirtschaft weiterhin von höchster Relevanz. Im Jahr 2022 hat daher ein Konsortium im Auftrag der Europäischen Kommission die statistischen Rahmenbedingungen des europäischen Kultur- und Kreativsektors (CCS) unter die Lupe genommen und die Definition des Sektors einer Aktualisierung unterzogen.⁵ Eine ähnliche Vorgehensweise wäre auch in Österreich von Vorteil: erstens, um sich auf eine Definition stützen zu können, die alle relevanten Bereiche der Kreativwirtschaft abdeckt, zweitens, um die Teilbereiche der Kreativwirtschaft noch zielgerichteter definieren und darstellen zu können, sowie drittens, um weiterhin eine Vergleichbarkeit im europäischen Kontext sicherzustellen.

⁵ Qmetrics et al. (2022): Measuring the Cultural and Creative Sectors EU. <https://www.measuring-ccs.eu/>, 9. März 2023

5. Anhang

Methodik

Verwendete Datengrundlagen

Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria: Unternehmen, Beschäftigte, Umsatz, Wertschöpfung, jährliche Daten, letztverfügbares Jahr 2020

Konjunkturstatistik Handel und Dienstleistungen der Statistik Austria: Umsatzentwicklung, Jahresdaten, Stichtag Ende Dezember 2022

Beschäftigungsdaten der Arbeitsmarktdatenbank: Beschäftigte, Arbeitslose, Jahresdurchschnitt, Stichtag Ende Dezember 2022

Gründungsstatistik der Wirtschaftskammer Österreich, letztverfügbares Jahr 2022

Insolvenzstatistik des KSV: Aktive Unternehmen, angemeldete und eröffnete Insolvenzen, Jahresdaten, Stichtag Ende Dezember 2022

Mitgliederstatistik der Wirtschaftskammer Österreich: aktive und ruhende Fachgruppenmitglieder, Stand Ende Dezember 2022

Bundeskammer und Länderkammern der Ziviltechniker:innen: Mitgliederstatistik

Input-Output-Tabelle 2019 der Statistik Austria (2023), inklusive Aufkommens- und Verwendungstabelle

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen 1995-2021 der Statistik Austria (2022)

Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft in Österreich kann mit Hilfe einer Input-Output-Analyse bestimmt werden. Hierbei werden nicht nur ihr Produktionsoutput selbst und die unmittelbaren Vorleistungen berücksichtigt, sondern die der gesamten Produktion, die Voraussetzung dafür ist, dass die Kreativwirtschaft produzieren kann. Die gesamte Wertschöpfungskette wird bis zur Urproduktion zurückverfolgt, und Output, Wertschöpfung und Beschäftigung auf jeder Stufe berücksichtigt.

Diese vollständige Betrachtungsweise ist möglich, da mit dem Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, welches erstmals für das Bezugsjahr 2012 erstellt und seither regelmäßig aktualisiert wurde, eine detaillierte und konsistente Datenbasis zur Verfügung steht. Ein Satellitenkonto ist eine Erweiterung des Systems der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung bzw. der Input-Output-Tabelle, die einen bestimmten Bereich - eben die Kreativwirtschaft - detaillierter und mit zusätzlichen Variablen und Strukturen erfasst. Im Kern des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft steht eine Disaggregation der Input-Output-Tabelle, in der die Kreativwirtschaft und ihre Teilbereiche konsistent als Sektoren ausgewiesen sind.

Die Input-Output-Analyse erlaubt es, die Gesamtheit der in einer Volkswirtschaft ausgelösten Effekte zu quantifizieren, wobei nicht nur die direkten, sondern auch indirekte und induzierte Effekte dargestellt werden.

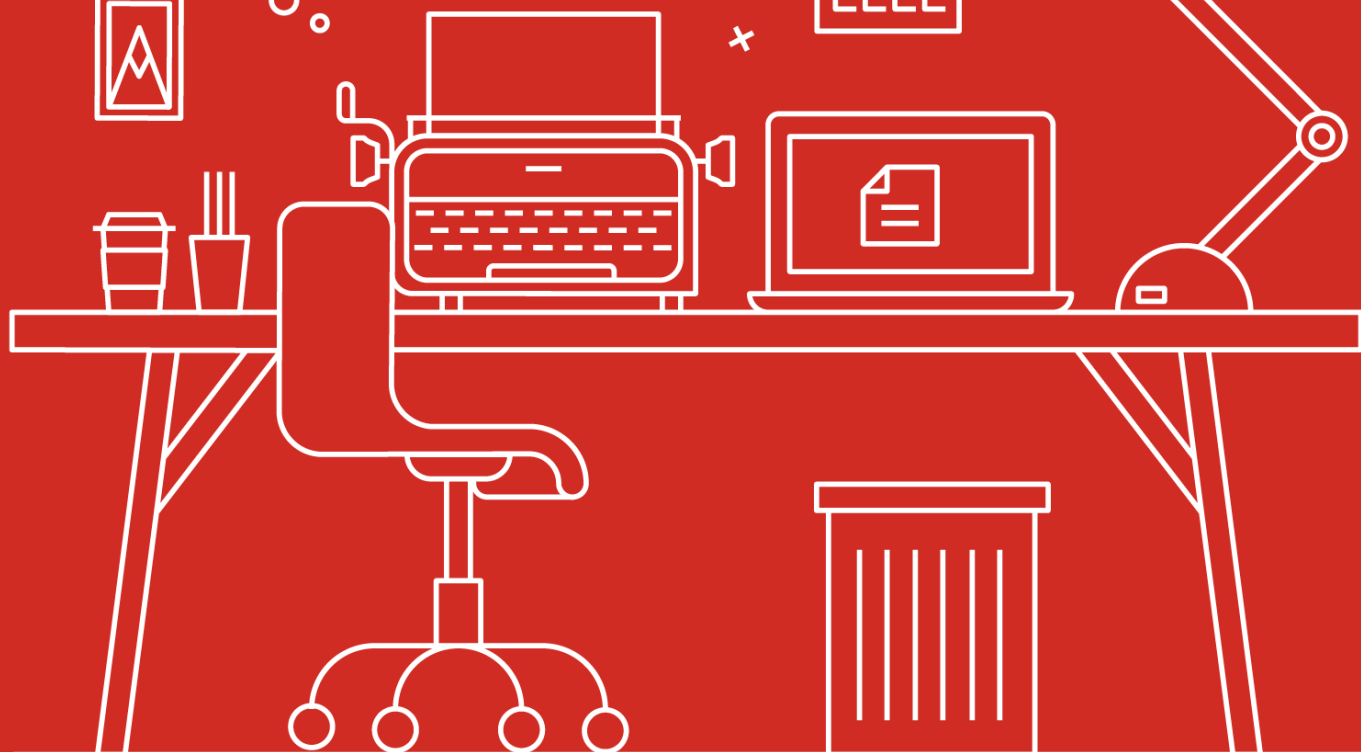
- Direkte Effekte: umfassen Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung, die die Kreativwirtschaft unmittelbar durch den laufenden Betrieb erwirtschaftet bzw. generiert.
- Indirekte Effekte: ergeben sich aus Vorleistungen. Die Kreativwirtschaft generiert Nachfrage bei Zulieferunternehmen, Händlerinnen und Dienstleistern, die ihrerseits wiederum Vorleistungen von weiteren Betrieben benötigen.
- Induzierte Effekte: entstehen über den durch die direkte und indirekte Beschäftigung ermöglichten Konsum.

Das aktuelle Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft bezieht sich auf 2019, das Bezugsjahr der rezentesten österreichischen Input-Output-Tabelle (Statistik Austria, 2023). Auf dieser Datenbasis bzw. diesem Bezugsjahr beruht die Verflechtungsanalyse (Vorleistungs- und Verteilungsstruktur, Exportstruktur). Die volkswirtschaftlichen Effekte hingegen werden für das Jahr 2021 als Bezugsjahr berechnet. Hierfür wird die Produktion der Kreativwirtschaft und ihrer Bereiche anhand der aktuell verfügbaren Statistiken aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (Statistik Austria, 2022) und der Leistungs- und Strukturerhebung (Statistik Austria, 2022) bis 2021 fortgeschrieben. Zusätzlich wurde, beruhend auf den methodischen Verbesserungen in den Kreativwirtschaftspolitischen Datenblättern 2020 und 2021, auch das Satellitenkonto selbst bis zum Jahr 2021 fortgeschrieben, wobei Szenarioannahmen für die strukturellen Veränderungen der österreichischen Kreativwirtschaft und der österreichischen Wirtschaft insgesamt während der Corona-Krise getroffen wurden. Diese Szenarioannahmen betreffen die coronabedingten Veränderungen des Konsums, der restlichen Endnachfrage sowie der Vorleistungs- und Wertschöpfungskoeffizienten. Die Szenarioannahmen wurden in den Kreativwirtschaftspolitischen Datenblättern 2020 und 2021 beschrieben und dokumentiert.



Kreativ- wirtschafts- barometer

Winter 2022/23



Rückblick 2022 und Ausblick 2023

Die Kreativwirtschaft schätzt die Entwicklung der vergangenen zwölf Monate (Jahr 2022) als positiv, zum Teil auch positiver als der Rest der Wirtschaft ein. Für die kommenden zwölf Monate (Jahr 2023) hingegen bleibt die Kreativwirtschaft im Gegensatz zum Rest der Wirtschaft optimistisch hinsichtlich der Entwicklung des Umsatzes und der Beschäftigten des eigenen Unternehmens. Die Erwartungen in Hinblick auf die Auftragslage sowie das Investitionsvolumens sind negativ, jedoch besser als im nicht-kreativen Bereich. Arbeitskosten, Arbeits-/ Fachkräftemangel sowie Energiepreise und die Preise für Rohstoffe und Vorleistungen werden mehrheitlich als die derzeit größten Herausforderungen der Kreativwirtschaftsunternehmen bewertet.

Der Kreativwirtschaftsbarometer wird als Sonderauswertung der Konjunktur-Befragung von Unternehmen für den Wirtschaftsbarometer Austria der Abteilung für Wirtschaftspolitik der WKÖ erstellt.

Die Kreativwirtschaft hat sich im Jahr 2022 deutlich positiv entwickelt, zum Teil auch positiver als die restliche Wirtschaft

Die Unternehmen der Kreativwirtschaft schätzen ihre Entwicklung im Jahr 2022 hinsichtlich Gesamtumsatz, Auftragslage, Investitionsvolumen und Beschäftigung mehrheitlich deutlich positiv ein, zum Teil auch positiver als die Unternehmen der restlichen Wirtschaft.

Bei der Einschätzung der Entwicklung des **Gesamtumsatzes** gibt fast die Hälfte der Kreativunternehmen (47 %) an, dass ihr Umsatz im Jahr 2022 gestiegen ist¹. 37 % melden gleichbleibende Umsätze, bei 16 % sind die Umsätze zurückgegangen. Per Saldo überwiegen somit die Unternehmen mit positiven Einschätzungen deutlich um 31 Prozentpunkte. Auch in der restlichen Wirtschaft liegt der positive Saldo bei 31 Prozentpunkten.

Bei der Entwicklung der **Auftragslage** liegt der Saldo zwar ebenfalls im positiven Bereich (+19 Prozentpunkte), ist jedoch deutlich niedriger als bei der Entwicklung des Gesamtumsatzes (+31 Prozentpunkte). In der restlichen Wirtschaft überwiegen hinsichtlich der Auftragslage per Saldo die positiven Einschätzungen um 14 Prozentpunkte. Hier gibt auch ein niedrigerer Anteil (38 % versus 46 % in der Kreativwirtschaft) der Unternehmen an, dass ihre Auftragslage gestiegen ist. Generell zeigt sich, dass bei rd. einem Viertel der Unternehmen die Auftragslage in den letzten zwölf Monaten gesunken ist.

Beim **Investitionsvolumen** zeigt sich, dass der Saldo bei den Kreativwirtschaftsunternehmen mit 18 Prozentpunkten im positiven Bereich liegt, während sich in der übrigen Wirtschaft die Unternehmen mit gestiegenen und gesunkenen Investitionen die Waage halten (+/-0 Prozentpunkte).

Bei weit mehr als der Hälfte der Kreativwirtschaftsunternehmen (58 %) ist die Anzahl der **Beschäftigten** in den letzten zwölf Monaten (2022) gleichgeblieben. 29 % der kreativen Unternehmen haben die Anzahl ihrer Beschäftigten erhöht, 13 % mussten diese reduzieren. Insgesamt ergibt dies einen positiven Saldo von 16 Prozentpunkten. In der übrigen Wirtschaft ist der Saldo mit 17 Prozentpunkten in etwa gleich hoch wie in der Kreativwirtschaft.

¹ Es liegen keine Informationen vor, um wie viel Prozent der Gesamtumsatz bei diesen Unternehmen gestiegen ist.

Tabelle 1

Einschätzung der Entwicklung der Kreativwirtschaft in den vergangenen zwölf Monaten (2022) im Vergleich mit der Restwirtschaft, Anteil der Unternehmen in Prozent

	Gesamtumsatz		Auftragslage		Investitions- volumen		Anzahl der Beschäftigten	
	K	R	K	R	K	R	K	R
Ist gestiegen	47	52	46	38	31	27	29	33
Ist gleich- geblieben	37	27	27	38	56	46	58	51
Ist gesunken	16	21	27	24	13	27	13	16
Saldo in Prozentpunkten	31	31	19	14	18	0	16	17

K: Kreativwirtschaft

R: Restwirtschaft

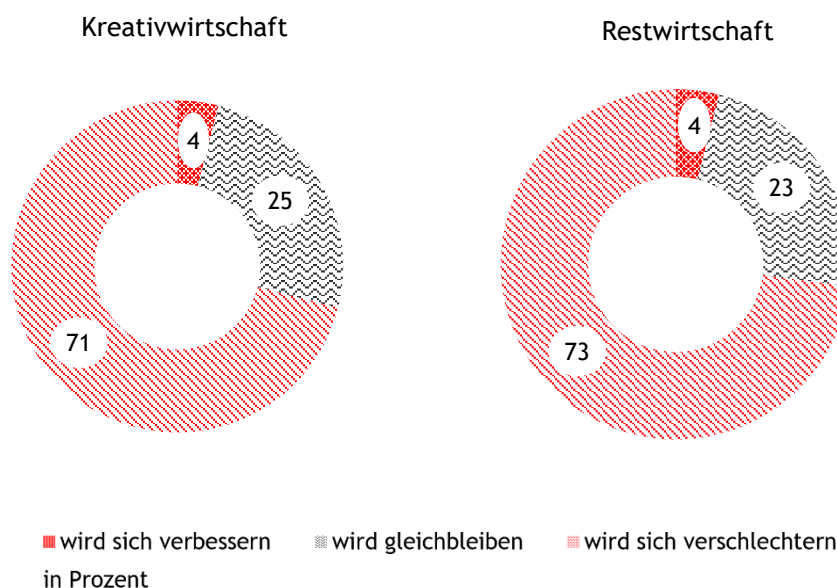
Saldo: Anteil der Unternehmen mit positiven abzüglich negativen Einschätzungen (%-Punkte)
Rundungsdifferenzen ausgeglichen

71 % der Kreativunternehmen erwarten für das Jahr 2023 eine Verschlechterung des allgemeinen Wirtschaftsklimas

71 % der Kreativwirtschaftsunternehmen erwarten in den kommenden zwölf Monaten (Jahr 2023) eine Verschlechterung des allgemeinen Wirtschaftsklimas. 25 % rechnen mit einer unveränderten Situation im Vergleich zu 2022. Lediglich 4 % gehen von einer Verbesserung aus. Die Einschätzung der Unternehmen der restlichen Wirtschaft ist ähnlich. Hier erwarten noch geringfügig mehr Betriebe eine Verschlechterung (73 %).

Grafik 1

Erwartete Entwicklung des allgemeinen Wirtschaftsklimas in den kommenden zwölf Monaten (2023) aus Unternehmenssicht, Anteil der Unternehmen in Prozent



Die Erwartungen für das Jahr 2023 sind durchgewachsen, jedoch deutlich optimistischer als in der restlichen Wirtschaft

Die Einschätzung der Entwicklung des eigenen Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten (2023) fällt für die Kreativwirtschaft insgesamt deutlich besser aus als für die restliche Wirtschaft. Bei den Erwartungen zum **Gesamtumsatz** überwiegen in der Kreativwirtschaft die positiven Einschätzungen (36 % der Unternehmen) im Vergleich zu den negativen Einschätzungen (22 % der Unternehmen) um 14 Prozentpunkte. In den nicht kreativen Branchen liegt der Saldo mit -20 Prozentpunkten stark im negativen Bereich. Ein ähnliches Bild zeigt sich hinsichtlich der **Anzahl der Beschäftigten**: Hier steht einem positiven Saldo im kreativen Bereich (+24 Prozentpunkte) ein negativer Saldo im nicht-kreativen Bereich (-13 Prozentpunkte) gegenüber.

Bei der Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der **Auftragslage** führt der Anteil der kreativen Unternehmen mit positiven (30 %) abzüglich negativen (35 %) Erwartungen zu einem negativen Saldo von -5 Prozentpunkten. In der restlichen Wirtschaft überwiegt der Anteil der Unternehmen mit pessimistischen Erwartungen deutlich stärker (Saldo: -37 Prozentpunkte). Dies trifft auch bei der Einschätzung der der Entwicklung des **Investitionsvolumens** zu (Kreativwirtschaft: -21 Prozentpunkte, restliche Wirtschaft: -27 Prozentpunkte).

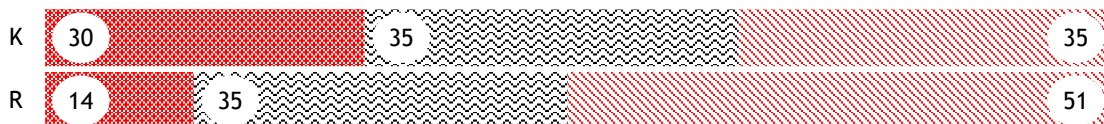
Grafik 2

Einschätzung der Entwicklung der Kreativwirtschaft im Vergleich mit der Restwirtschaft in den kommenden zwölf Monaten (2023), Anteil der Unternehmen in Prozent

Gesamtumsatz



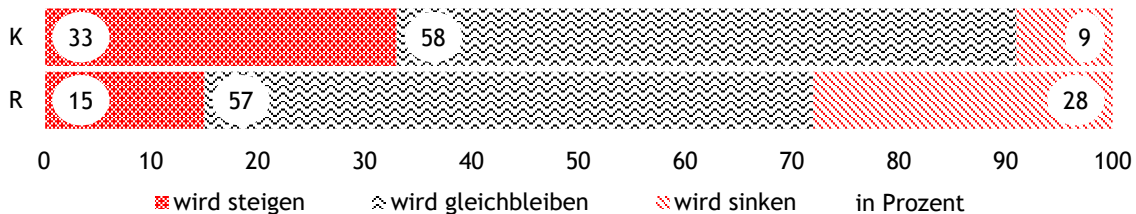
Auftragslage



Investitionsvolumen



Anzahl der Beschäftigten



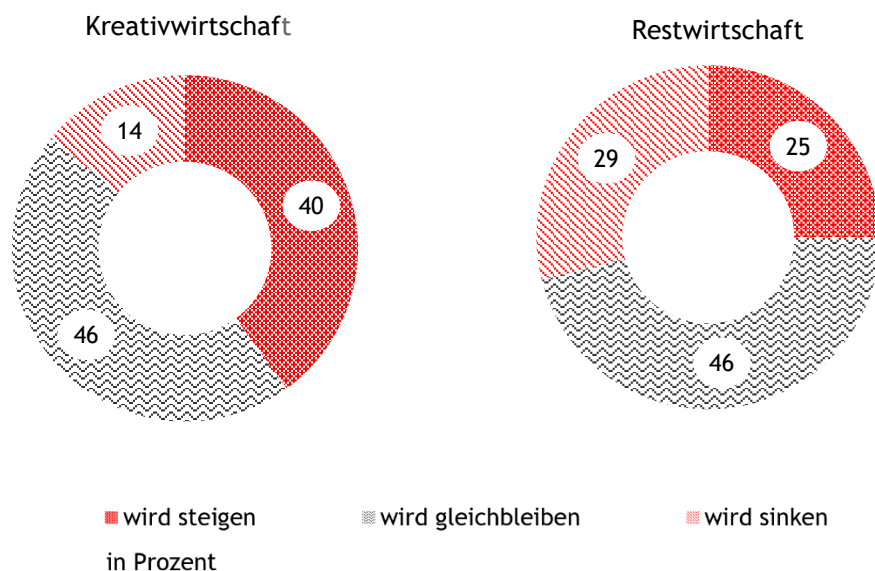
K: Kreativwirtschaft; R: Restwirtschaft
 Rundungsdifferenzen ausgeglichen

40 % der kreativen Unternehmen erwarten Steigerungen im Exportumsatz

40 % der exportierenden Kreativunternehmen erwarten im Jahr 2023 steigende Exportumsätze, weitere 46 % gehen von gleichbleibenden Exportumsätzen aus, 14 % rechnen mit einem Rückgang. Bei den Unternehmen der restlichen Wirtschaft rechnen weitaus weniger Unternehmen mit Zuwächsen (25 %) und deutlich mehr mit Rückgängen (29 %).

Grafik 3

Erwartete Entwicklung des Exportumsatzes der Kreativwirtschaft im Vergleich mit der Restwirtschaft in den kommenden zwölf Monaten (2023), Anteil der Unternehmen in Prozent



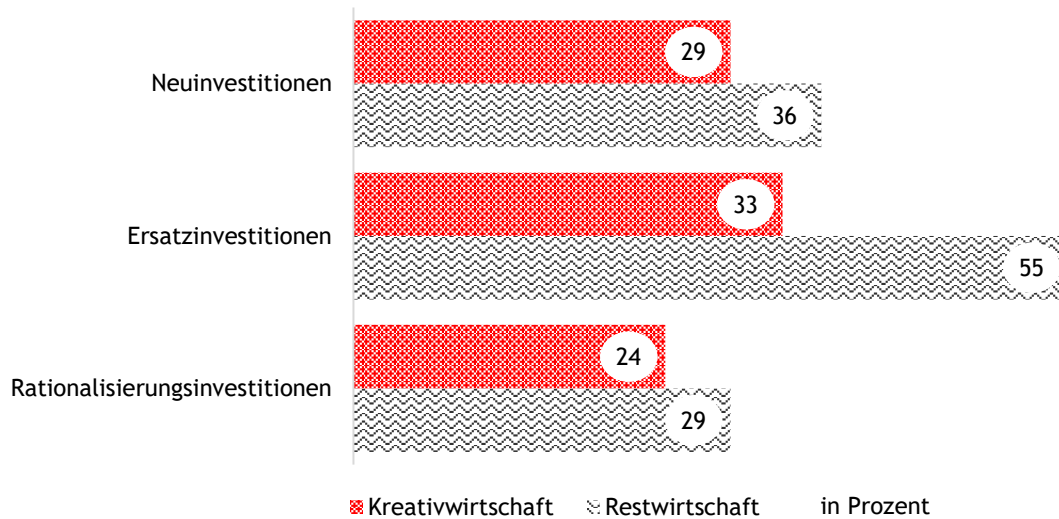
Ersatzinvestitionen sind im Jahr 2023 das Hauptmotiv für Investitionen

Fast 71 % der befragten Kreativwirtschaftsunternehmen - ein etwas geringerer Anteil als in der restlichen Wirtschaft (74 %) - planen im Jahr 2023 Investitionen. 29 % geben an, keine Investitionen tätigen zu wollen (restliche Wirtschaft: 26 %).

Hauptmotive für Investitionen in der Kreativwirtschaft sind Ersatzinvestitionen: 33 % der Unternehmen - und damit deutlich weniger als in der restlichen Wirtschaft (55 %) - werden aus diesem Grund Investitionen tätigen. 29 % planen Neuinvestitionen, also Investitionen zur Herstellung neuer, bisher nicht erstellter Erzeugnisse bzw. zum Vordringen in neue wirtschaftliche Bereiche (Restwirtschaft: 36 %). Darüber hinaus ist Rationalisierung, also eine Investition, die zur Folge hat, dass dieselbe Produktionsmenge mit geringerem Einsatz erfolgen kann, für 24 % der Unternehmen ein Hauptmotiv (Restwirtschaft: 29 %).

Grafik 4

Hauptmotive für Investitionen in den kommenden zwölf Monaten (2023),
Anteil der Unternehmen in Prozent



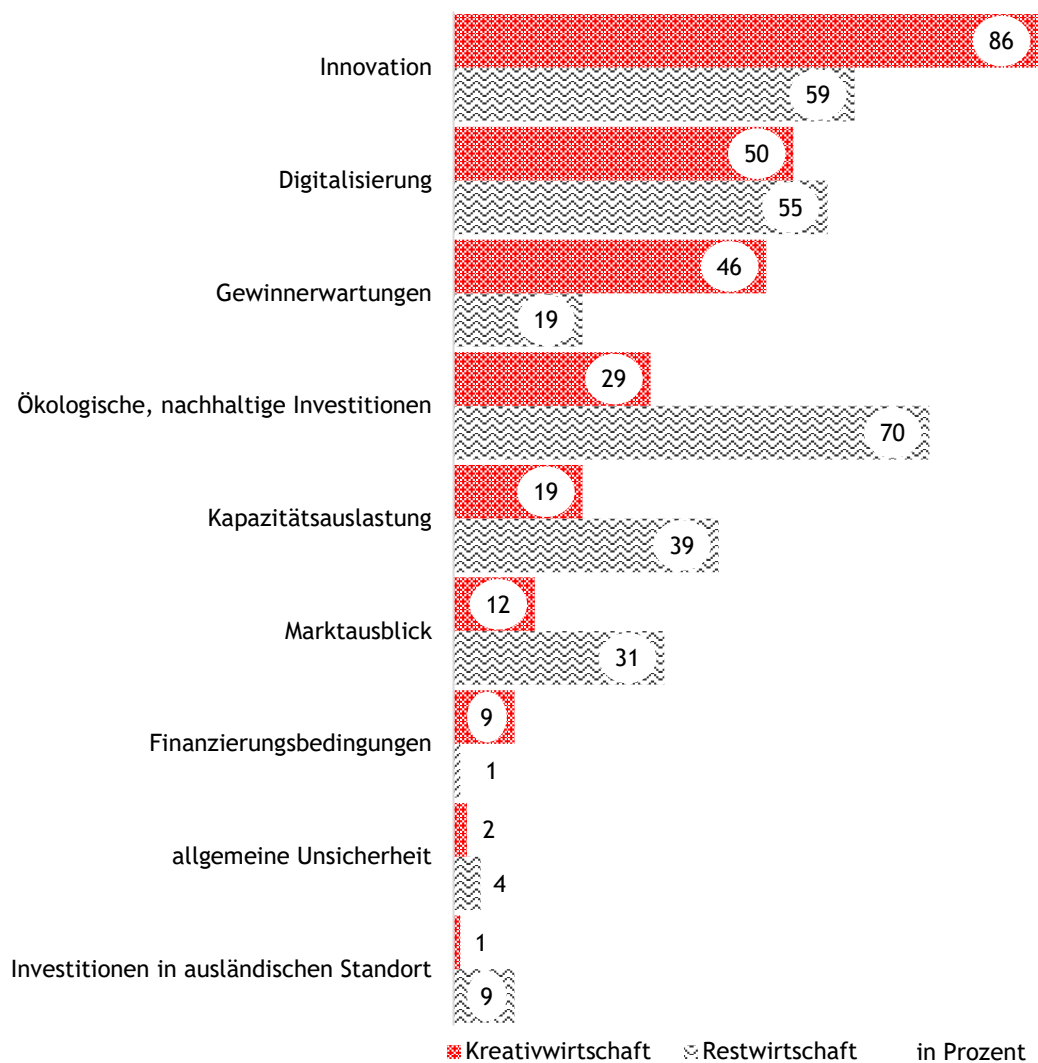
Mehrfachantworten erlaubt.

Zukünftige Neuinvestitionen werden vor allem aus Gründen der Innovation getätigt

86 % der Betriebe, die im Jahr 2023 Neuinvestitionen tätigen wollen, geben als Grund Innovationen an. Für rund die Hälfte der Betriebe stellen Digitalisierung (50 %) und Gewinnerwartungen (46 %) wichtige Gründe dar. Hinsichtlich der Motive Innovation und Gewinnerwartungen ist der Anteil in der Kreativwirtschaft deutlich höher als in der übrigen Wirtschaft. Demgegenüber spielen Digitalisierung, ökologische und nachhaltige Investitionen, Kapazitätsauslastungen sowie der Marktausblick in der restlichen Wirtschaft eine größere Rolle als im kreativen Bereich. Ökologische und nachhaltige Investitionen haben im Allgemeinen für die Kreativwirtschaft eine geringere Bedeutung als für den Produktionsbereich.

Grafik 5

**Gründe für Neuinvestitionen in den kommenden zwölf Monaten (2023),
Anteil der Unternehmen in Prozent**



Mehrfachantworten erlaubt.

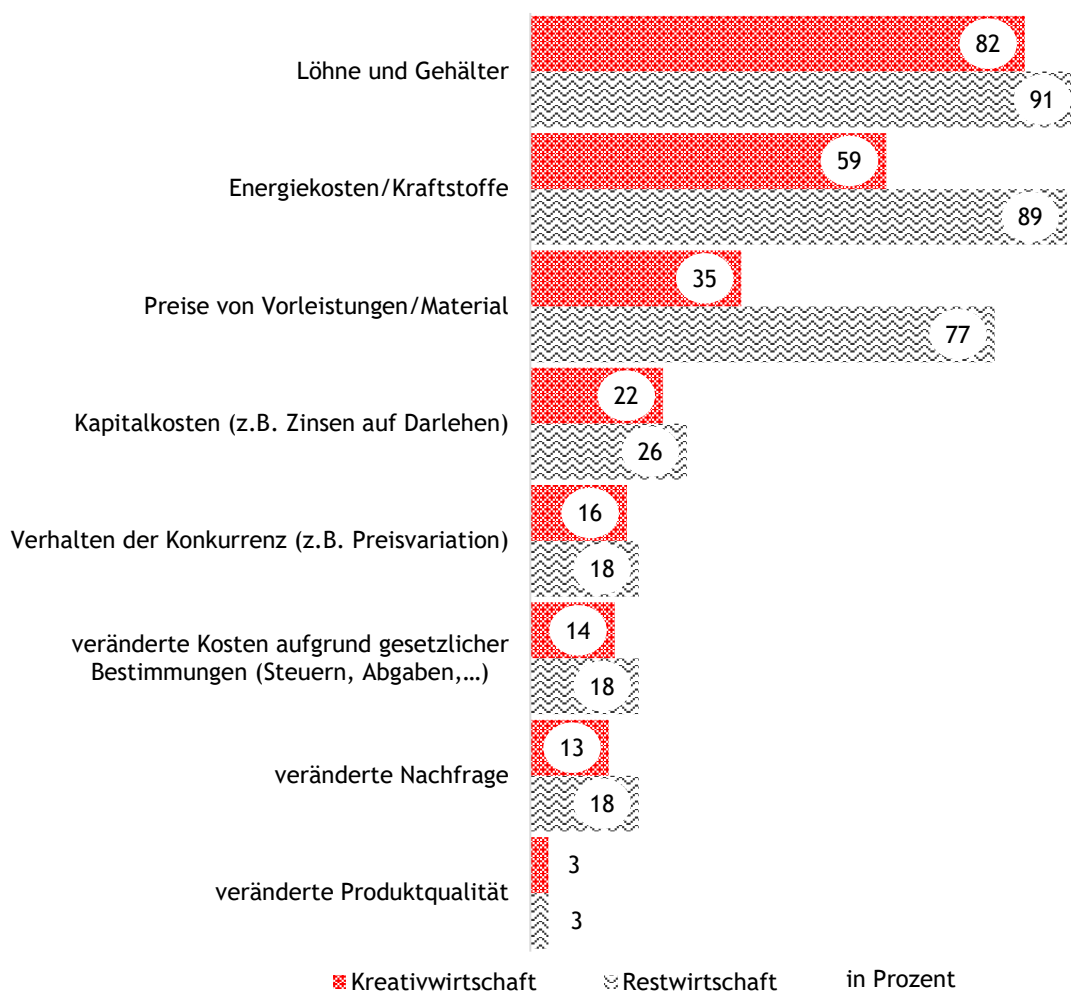
Löhne und Gehälter sowie Kosten für Energie und Kraftstoffe sind die wichtigsten Gründe für eine Preisänderung im Jahr 2023

76 % der Kreativwirtschaftsunternehmen planen ihre Preise im Jahr 2023 zu erhöhen. Bei 22 % werden diese voraussichtlich gleichbleiben, bei 2 % sinken. Die Hauptgründe für Preisänderungen sind Löhne und Gehälter (82 %) sowie Kosten für Energie und Kraftstoffe (59 %). 35 % müssen ihre Preise aufgrund von steigenden Preisen von Vorleistungen/Material ändern.

In der Restwirtschaft ist der Anteil der Unternehmen mit Preiserhöhungen (75 %) im Jahr 2023 ähnlich hoch wie in der Kreativwirtschaft. Dabei spielen Löhne und Gehälter (91 %), Kosten für Energie/Kraftstoffe (89 %) sowie Preise für Vorleistungen/Material (77 %) eine deutlich größere Rolle als in der Kreativwirtschaft.

Grafik 6

Gründe für eine erwartete Preisänderung im Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten (2023), Anteil der Unternehmen in Prozent



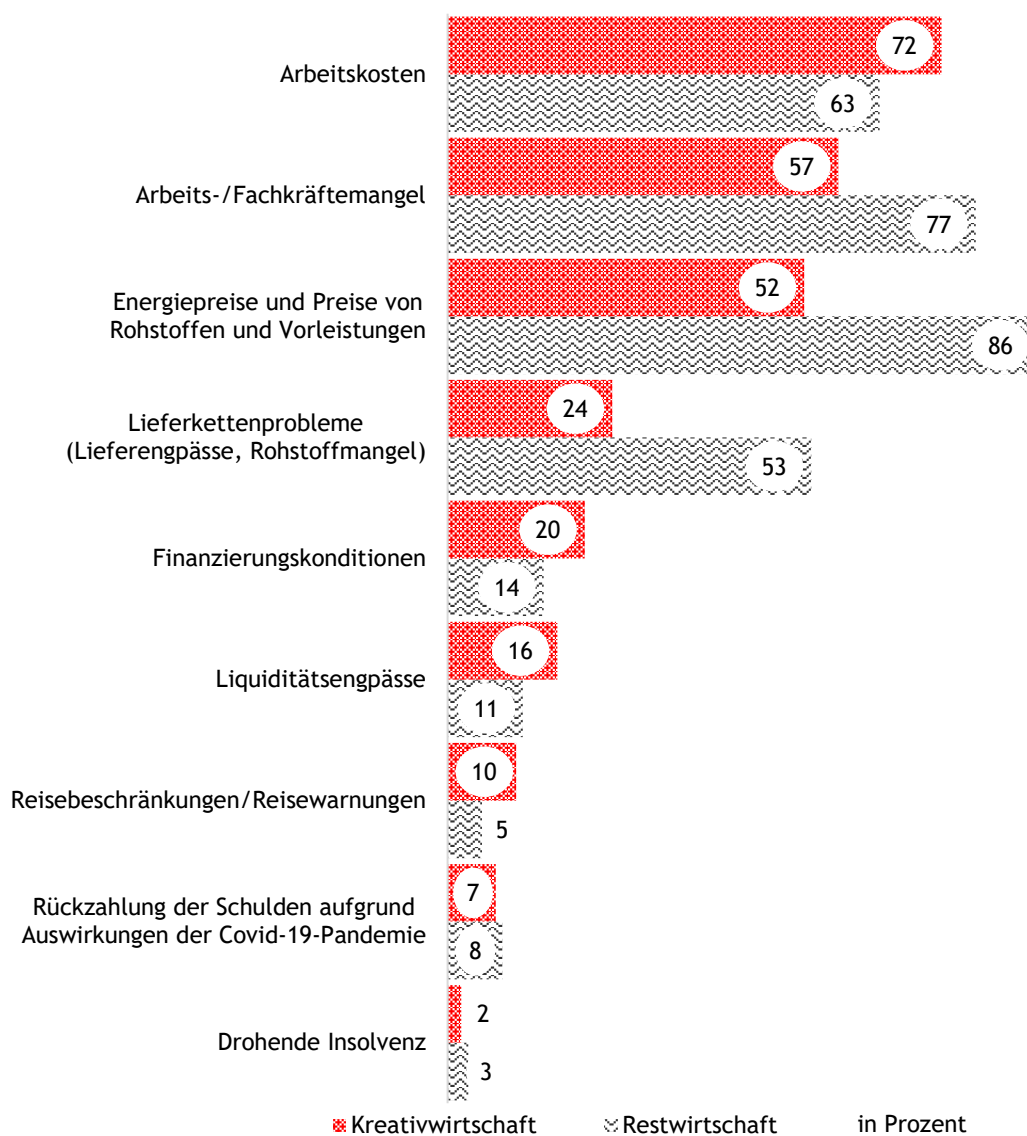
Mehrfachantworten erlaubt.

Größte Herausforderungen sind derzeit die Arbeitskosten, der Arbeits-/Fachkräftemangel sowie die Energiepreise und Preise von Rohstoffen und Vorleistungen

In der Kreativwirtschaft stellen die Arbeitskosten (72 % der Unternehmen), der Arbeits- bzw. Fachkräftemangel (57 %) sowie die Preise von Energie, Rohstoffen und Vorleistungen (52 %) die größten Herausforderungen dar. In der restlichen Wirtschaft liegen die Energiepreise und Preise von Rohstoffen und Vorleistungen (86 %) sowie der Arbeitskräftemangel (77 %) auf den ersten beiden Plätzen, wobei beides von einem deutlich höheren Anteil an Unternehmen als Problem gesehen wird als in der Kreativwirtschaft. Lieferkettenprobleme spielen in der Kreativwirtschaft eine deutlich geringere Rolle (24 %) als im nicht-kreativen Bereich (53 %).

Grafik 7

**Größte Herausforderungen im Winter 2022/23,
Anteil der Unternehmen in Prozent**



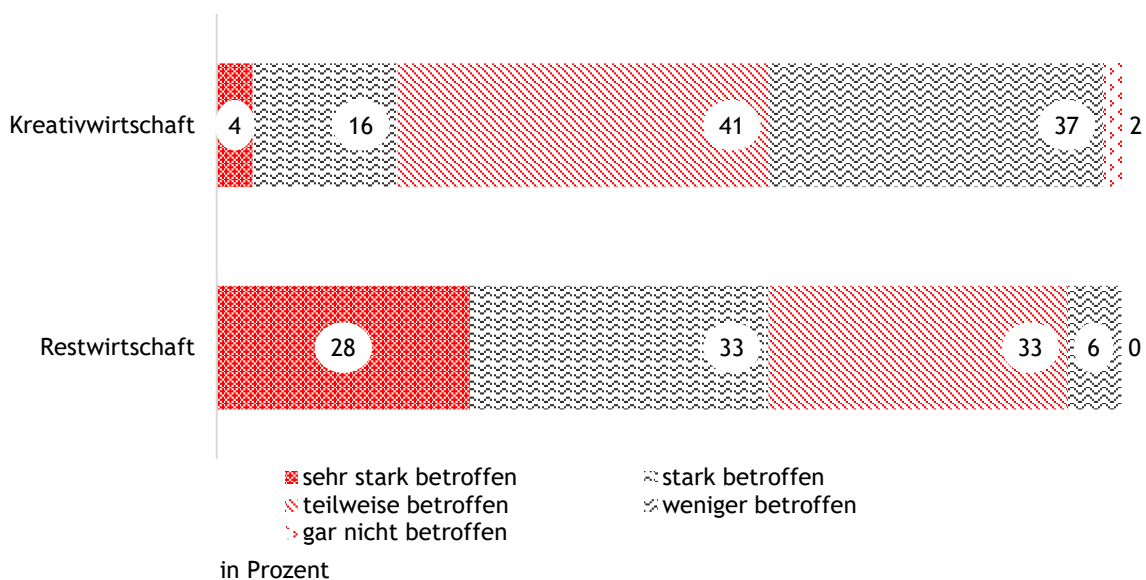
Mehrfachantworten erlaubt.

61 % der Kreativunternehmen sind von der aktuellen Energiekrise zumindest teilweise betroffen

61 % der Kreativwirtschaftsunternehmen geben an, dass sie von der aktuellen Energiekrise zumindest teilweise betroffen sind. 4 % fühlen sich sehr stark betroffen, 16 % stark und 41 % teilweise. Demgegenüber sind 39 % weniger stark bzw. gar nicht von der Energiekrise betroffen. In der restlichen Wirtschaft ist die Betroffenheit deutlich höher: 28 % der Betriebe sind sehr stark betroffen, jeweils 33 % stark bzw. teilweise. Nur 6 % geben an, dass sie von der derzeitigen Energiekrise weniger bzw. gar nicht betroffen sind (gegenüber 39 % in der Kreativwirtschaft).

Grafik 8

Betroffenheit von der aktuellen Energiekrise (Preisanstiege und Versorgungssicherheit), Anteil der Unternehmen in Prozent



Von der Energiekrise betroffene Unternehmen beklagen in erster Linie hohe Preise für Strom (80 % in der Kreativwirtschaft bzw. 83 % in der restlichen Wirtschaft), für Treibstoff (46 % bzw. 57 %) und für Gas (44 % bzw. 49 %).

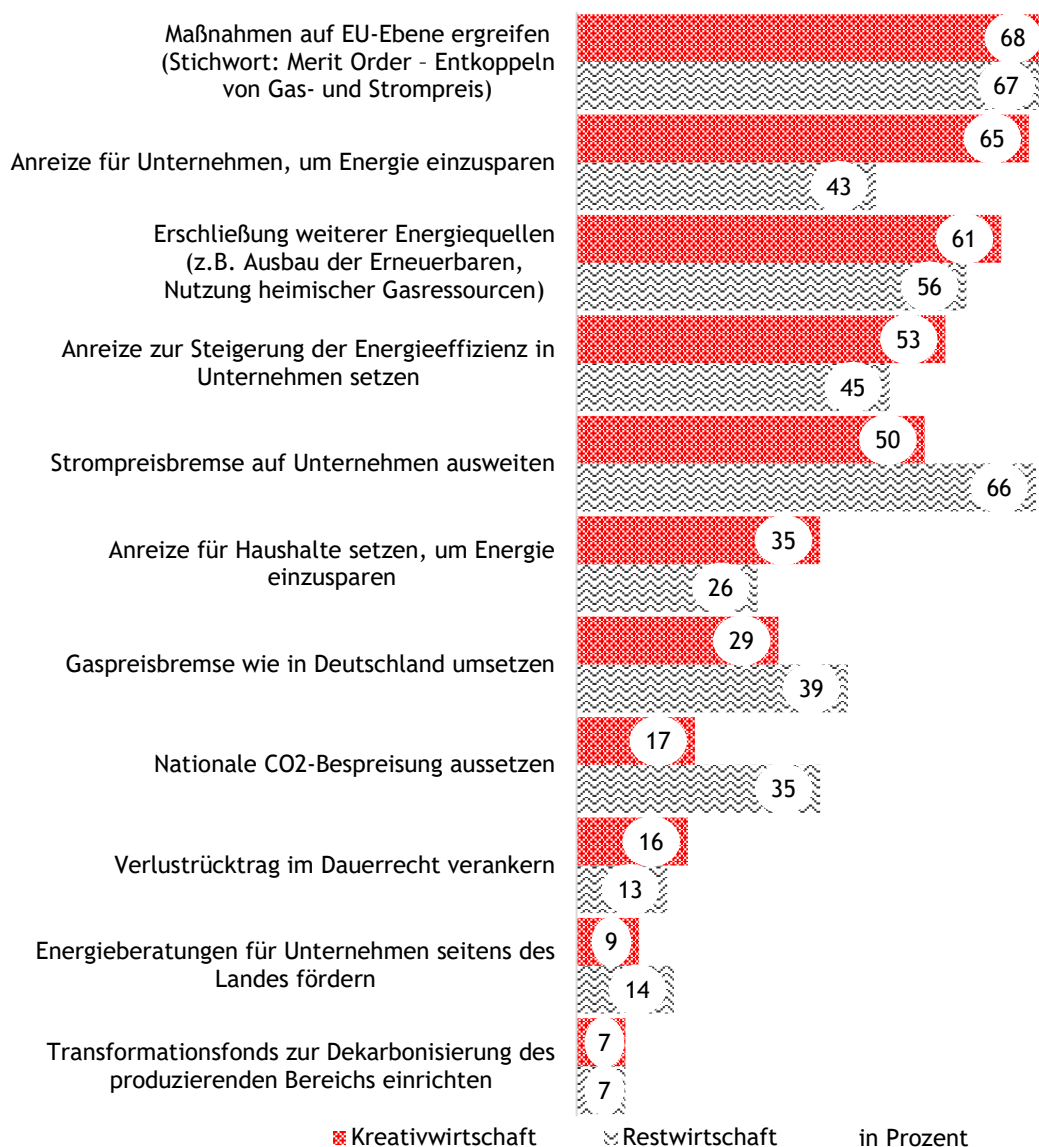
Dies führt vor allem zur Anhebung der Preise der Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens (77 % in der Kreativwirtschaft bzw. 80 % in der restlichen Wirtschaft), zu Ertragseinbußen (56 % bzw. 63 %) sowie zum Rückgang der Nachfrage nach den Produkten/Dienstleistungen (41 % bzw. 47 %).

Die Kreativunternehmen sehen in der Entkoppelung von Gas- und Strompreis, im Anreiz für Energieeinsparungen sowie der Erschließung weiterer Energiequellen die wichtigsten wirtschaftspolitischen Maßnahmen

Für die Kreativwirtschaftsunternehmen stellen das Ergreifen von Maßnahmen auf EU-Ebene, wie der Entkoppelung von Gas- und Strompreis (68 %), das Schaffen von Anreizen, um Energie einzusparen (65 %) sowie die Erschließung weiterer Energiequellen (61 %) in der aktuellen Situation die wichtigsten wirtschaftspolitischen Maßnahmen dar. Die Strom- und Gaspreisbremse spielt für die kreativen Unternehmen eine geringere Rolle als für Unternehmen der restlichen Wirtschaft. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass insbesondere die Unternehmen im Produktionsbereich deutlich energieintensiver sind.

Grafik 9

Wirtschaftspolitische Maßnahmen, die in der aktuellen Situation prioritär sind, Anteil der Unternehmen in Prozent



Mehrfachantworten erlaubt.

Schlussfolgerungen

Der Kreativwirtschaftsbarometer vom Winter 2022/23 zeigt, dass die Unternehmen die Entwicklung im Jahr 2022 insgesamt positiv einschätzen, d.h. teilweise besser, teilweise gleich wie die restliche Wirtschaft. Für das Jahr 2023 hingegen überwiegen in der Kreativwirtschaft im Gegensatz zur übrigen Wirtschaft in Hinblick auf die Umsätze und die Anzahl der Beschäftigten weiterhin die positiven Erwartungen für den eigenen Betrieb. Die Entwicklung der Auftragslage und des Investitionsvolumens wird sowohl im kreativen als auch im nicht-kreativen Bereich per Saldo negativ eingeschätzt, wenngleich die Erwartungen in der Kreativwirtschaft besser sind.

71 % der befragten Kreativwirtschaftsunternehmen planen im Jahr 2023 Investitionen. Hauptmotive für Investitionen sind insbesondere Ersatzinvestitionen, gefolgt von Neuinvestitionen. Zukünftige Neuinvestitionen werden vor allem aus Gründen der Innovation getätigt.

Mehr als drei Viertel der Kreativwirtschaftsunternehmen planen ihre Preise im Jahr 2023 zu erhöhen. Bei 22 % werden diese voraussichtlich gleichbleiben, bei 2 % sinken. Die Hauptgründe für Preisänderungen sind Löhne und Gehälter sowie die Kosten für Energie und Kraftstoffe.

Die größten Herausforderungen der Kreativwirtschaftsunternehmen sind derzeit die Arbeitskosten (72 % der Unternehmen), der Arbeits- bzw. Fachkräftemangel (57 %) sowie die Energiepreise und die Preise von Rohstoffen und Vorleistungen (52 %). Die kreativen Unternehmen sind jedoch von Energiepreisen und Preisen von Rohstoffen und Vorleistungen, vom Arbeits- bzw. Fachkräftemangel sowie Lieferkettenproblemen in einem deutlich geringeren Ausmaß betroffen als die Unternehmen der Restwirtschaft.

61 % der Kreativwirtschaftsunternehmen geben an, dass sie von der aktuellen Energiekrise zumindest teilweise betroffen sind. 4 % fühlen sich sehr stark betroffen, 16 % stark und 41 % teilweise. Demgegenüber sind 39 % weniger stark bzw. gar nicht von der Energiekrise betroffen. Damit ist die Betroffenheit deutlich geringer als in der restlichen Wirtschaft. Hier geben nur 6 % an, dass sie von der Energiekrise weniger bzw. gar nicht betroffen sind. Von der Energiekrise betroffene Unternehmen beklagen in erster Linie hohe Preise für Strom, Treibstoff und Gas. Dies führt vor allem zur Anhebung der Preise der Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens, zu Ertragseinbußen sowie zum Rückgang der Nachfrage nach den Produkten/Dienstleistungen.

Impressum

Medieninhaberin, Herausgeberin und Verlegerin

Kreativwirtschaft Austria, Wirtschaftskammer Österreich

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

kreativwirtschaft@wko.at

+43 (0) 5 90 900 4000

www.kreativwirtschaft.at/offenlegung

Kreativwirtschaft Austria

Die Kreativwirtschaft Austria, kurz KAT, bietet umfangreiche Serviceleistungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Kreativen und ihre branchenübergreifende Vernetzung. Die Kreativwirtschaft Austria vertritt in Österreich und der Europäischen Union als Teil der Wirtschaftskammer die Interessen der Kreativwirtschaft und setzt sich für die Sichtbarkeit kreativwirtschaftsbasierter Leistungen ein. Die KAT ist Umsetzungspartnerin des BMAW im Rahmen der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich.

Unterstützt von

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Wirtschaftskammer Österreich

Projektleitung und Redaktion

Kreativwirtschaft Austria, Michaela Gutmann

Verfasserinnen und Verfasser „Kreativwirtschaftspolitisches Datenblatt“

KMU Forschung Austria (KMFA) und Industriewissenschaftliches Institut (IWI)

Christina Enichlmair (Projektleitung, KMFA), Karin Gavac (KMFA), Tatjana Zlatev (KMFA), Wolfgang Koller (IWI), Herwig Schneider (IWI)

Verfasserinnen und Verfasser „Kreativwirtschaftsbarometer Winter 2022/23“

Sonderauswertung des Wirtschaftsbarometers der Abteilung für Wirtschaftspolitik, Wirtschaftskammer Österreich

Karin Gavac (KMFA)

Internes Review: Christina Enichlmair (Projektleitung, KMFA)

© 2023 Kreativwirtschaft Austria

Verlags- und Herstellungsort Wien

Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung und Kontrolle ohne Gewähr. Eine etwaige Haftung der Herausgeberin und der Verfasserinnen und Verfasser ist ausgeschlossen.

