

Dossier Wirtschaftspolitik  
2015/06 | 20. Juli 2015

## Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht

Schwerpunktthema: Kreativwirtschaft und ihr Markt



**Medieninhaber/Herausgeber:**  
Wirtschaftskammer Österreich  
Stabsabteilung Wirtschaftspolitik  
Leitung: Dr. Christoph Schneider  
Wiedner Hauptstraße 63  
1045 Wien  
[wko.at/wp](http://wko.at/wp)  
[wp@wko.at](mailto:wp@wko.at)

**Autorin:**  
Mag. Michaela Gutmann, LL.M.  
+43 (0)5 90 900-4471  
[michaela.gutmann@wko.at](mailto:michaela.gutmann@wko.at)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Executive Summary</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
2.1	Zukunftsfaktor Kreativwirtschaft	4
2.2	Kreativwirtschaft in der WKÖ - creativ wirtschaft austria	4
2.3	Kreativwirtschaftsberichte als Steuerungsinstrument	4
<b>3</b>	<b>Der Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht</b>	<b>5</b>
3.1	Ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft für Österreich	5
3.2	Privatwirtschaft als wichtigster Markt der Kreativwirtschaft	7
3.3	Die öffentliche Hand als Kundin der Kreativwirtschaft	8
<b>4</b>	<b>Schlussfolgerungen</b>	<b>9</b>

---



---

## 1 Executive Summary

Die Kreativwirtschaft als Wachstums- und Innovationsmotor stellt einen bedeutenden Erfolgsfaktor für die österreichische Wirtschaft dar. Im Sechsten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht werden aktuelle Daten zum Wirtschaftszweig vorgelegt und als Schwerpunktthema die Märkte der Kreativwirtschaft untersucht.

Kreativwirtschaft ist Wachstums- und Innovationsmotor

Insgesamt stellt sich die Kreativwirtschaft mit 10 % aller Unternehmen als wichtiger Teil der österreichischen Volkswirtschaft dar. Sie leistet einen bedeutenden Beitrag zu Wachstum und Beschäftigung, entwickelt sich sehr dynamisch, ist betriebswirtschaftlich erfolgreich und blickt auch 2015 optimistisch in die Zukunft.

---

### Struktur und Entwicklung der Kreativwirtschaft 2010 bis 2012

	2012	Anteil an der Gesamtwirtschaft in Prozent	Veränderung zu 2010 in Prozent
Unternehmen	39.021	10,4	1,6
Beschäftigte gesamt	139.585	4,3	7,0
unselbstständig Beschäftigte	100.395	3,4	7,8
Umsatzerlöse in Millionen Euro	20.303	2,7	11,4
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Millionen Euro	7.937	3,6	13,4

Quelle: Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der creativ wirtschaft austria, WKÖ (KMU Forschung Austria, Statistik Austria)

Zwei Drittel der Umsätze machte die österreichische Kreativwirtschaft 2013 mit privatwirtschaftlichen Unternehmen, 15 % davon mit Unternehmenskunden aus dem Ausland. 70 % der österreichischen Wirtschaft greift regelmäßig auf kreativwirtschaftliche Leistungen zurück, wobei die Nachfrage wesentlich von den eigenen Kreativkapazitäten des Unternehmens abhängt. Die Kundinnen und Kunden sind mit der Qualität der Kreativleistungen zufrieden und loben die reibungslose Kommunikation sowie das Einhalten vereinbarter Preise. Vor allem ist ihnen wichtig, neuen Ideen und Unterstützung bei Innovationen von Kreativschaffenden zu erhalten. Ein Faktum, das von Kreativwirtschaftsunternehmen unterschätzt wird. Ein Fünftel der Kreativleistungsnachfrage wird direkt oder indirekt von der öffentlichen Hand ausgelöst. Kreativunternehmen unterstützen die öffentliche Hand bei der Entwicklung neuer kundenorientierter Services, bei der Umsetzung von E-Government und sie spielen eine wichtige Rolle bei der innovativen öffentlichen Beschaffung.

Hohe Kundenzufriedenheit mit Qualität der Kreativleistungen

Auch wenn die österreichische Kreativwirtschaft gut positioniert ist, werden ihre positiven Effekte für Wirtschaft und den Markt noch nicht voll ausgeschöpft. Der Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht bietet konkrete Ansatzpunkte für die Verwirklichung des vorhandenen Marktpotentials, zum einen für die Kreativwirtschaft selbst, die sich stärker als Innovationsdienstleisterin positionieren könnte, zum anderen werden wirtschaftspolitische Empfehlungen in Richtung Awareness, Vernetzung, Export und verstärkter öffentlicher Beschaffung formuliert.

Marktpotenzial der Kreativwirtschaft ausschöpfen

## 2 Einleitung

### 2.1 Zukunftsfaktor Kreativwirtschaft

Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Globalisierung, immer schnelleren technologischen Entwicklungen und einer zunehmenden Orientierung hin zu Dienstleistungen und Innovationen hat kaum ein anderer Wirtschaftszweig in den letzten Jahren mehr an Bedeutung gewonnen als die Kreativwirtschaft.

Dabei spielen folgende Faktoren eine wesentliche Rolle: Die Kreativwirtschaft leistet mit einer wirtschaftlichen Entwicklung, die wesentlich dynamischer ist als jene der Gesamtwirtschaft, einen wachsenden Beitrag zur Wertschöpfung in Österreich. Kreativleistungen werden aber auch für andere Wirtschaftszweige immer wichtiger, da die Kreativwirtschaft die Wettbewerbsfähigkeit anderer Unternehmen unterstützt. Die Kreativwirtschaft hat eine Vorreiterrolle bei der Erschließung des Innovationspotentials jenseits von technologischer Entwicklung, bei Geschäftsmodellinnovationen und am immer wichtigeren Dienstleistungssektor. Kreativleistungen tragen dazu bei, Produkte und Dienstleistungen attraktiver zu gestalten, deren Vermarktung zu fördern, Geschäftsprozesse zu verbessern und die Digitalisierung der Wirtschaft voranzutreiben. Die Kreativwirtschaft kann darüber hinaus einen wesentlichen Beitrag zur Erhöhung der Attraktivität von Städten und Regionen und zur Stärkung regionaler Innovationssysteme leisten. Kreativität selbst gewinnt als Produktionsfaktor neben Forschung und Innovation wirtschaftspolitisch zunehmend an Bedeutung. Die Kreativwirtschaft kann zudem ein Modell für die Wirtschaft und das Unternehmertum der Zukunft liefern.

Vorreiterrolle der Kreativwirtschaft bei der Erschließung des Innovationspotentials jenseits von technologischer Entwicklung

Beitrag zur Stärkung regionaler Innovationssysteme

Vorbild für die Wirtschaft und das Unternehmertum

### 2.2 Kreativwirtschaft in der WKÖ - creativ wirtschaft austria

Die Wirtschaftskammer Österreich setzt bereits seit 2002 Maßnahmen für den kreativen Sektor und adressiert dabei gezielt Crossover-Effekte der Kreativwirtschaft auf andere Branchen, für Innovation, Regionen und zur Lösung gesellschaftliche Herausforderungen. Strategisches Ziel ist es, Rahmenbedingungen zu schaffen, in denen die Kreativwirtschaft ihr Potential am Standort Österreich entfalten und zur nachhaltigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft beitragen kann. Die creativ wirtschaft austria als Organisationseinheit der Stabsabteilung Wirtschaftspolitik der WKÖ vertritt die Interessen der Kreativwirtschaft in Österreich und der Europäischen Union und setzt sich für günstige Rahmenbedingungen ein, unterstützt den wirtschaftlichen Erfolg von Kreativschaffenden mit Serviceleistungen und Vernetzungsmaßnahmen und schafft Awareness für das Potential der Kreativwirtschaft. Seit 2008 ist die creativ wirtschaft austria Umsetzungspartnerin von evolve, der Strategie des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft zur Förderung kreativwirtschaftsbasierter Innovationen.

### 2.3 Kreativwirtschaftsberichte als Steuerungsinstrument

Zahlreiche Studien belegen mittlerweile, dass die Kreativwirtschaft höchst innovative Unternehmen mit großem Wirtschaftspotential umfasst und eine der dynamischsten Branchen in Europa ist. Um die Gestaltung der Rahmenbedingungen für die Kreativwirtschaft in Österreich auf aktuelle Anforderungen und Entwicklungen abzustützen und das Potential der Kreativwirtschaft als Wirtschaftssektor für andere Branchen und den Wirtschaftsstandort Österreich sichtbar zu machen, wird von der creativ wirtschaft austria der WKÖ seit 2003 der Österreichische Kreativwirtschaftsbericht herausgegeben.

Die im Sechsten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht veröffentlichte Studie wurde vom Institut für Höhere Studien in Zusammenarbeit mit der KMU Forschung Austria und dem Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung im Auftrag der creativ wirtschaft austria der WKÖ im Rahmen der evolve-Strategie des BMWFW erstellt.

### 3 Der Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht

#### 3.1 Ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft für Österreich

Mehr als jedes zehnte Unternehmen in Österreich gehört der Kreativwirtschaft an, das waren im Jahr 2012 in etwa 39.000 erwerbswirtschaftliche Kreativunternehmen, in denen annähernd 140.000 Beschäftigte (4,3 % aller Beschäftigten in Österreich) tätig sind. Neben der Schaffung von Arbeitsplätzen in der Kreativwirtschaft leistet der Wirtschaftszweig auch indirekt einen bedeutenden Beitrag zur Beschäftigung. Durch die eigene Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen werden bei inländischen Lieferantinnen und Lieferanten Arbeitsplätze geschaffen (80.000 Arbeitsplätze 2010), aber auch in ihren Kundenbranchen trägt die Kreativwirtschaft zur Sicherung von Arbeitsplätzen bei. Insgesamt sichert die Kreativwirtschaft mindestens noch einmal so viele Arbeitsplätze, wie sie selbst Personen beschäftigt.

**39.000 erwerbswirtschaftliche  
Kreativunternehmen und  
140.000 Beschäftigte**

**Sicherung von zusätzlichen  
Arbeitsplätzen durch  
Kreativwirtschaft**

41 % der Kreativwirtschaftsunternehmen haben ihren Sitz in Wien, mit einem Umsatzanteil von über 50 %. An zweiter Stelle liegt Oberösterreich (10 % des Umsatzes), gefolgt von Niederösterreich (9 %) und der Steiermark (7 %). Besonders dynamisch entwickelt hat sich aber das Burgenland mit einem Zuwachs von über 14 % an Unternehmen, gefolgt von Salzburg und Tirol mit einem Zuwachs von über 10 % an Kreativwirtschaftsunternehmen.

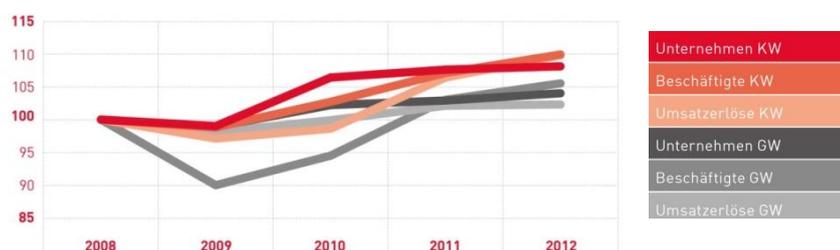
**41 % der Kreativunternehmen  
mit Sitz in Wien**

Mit einem Beschäftigungswachstum von +7 % (Gesamtwirtschaft: +2,3 %) und einer Zunahme bei der Bruttowertschöpfung von +13,4 % (Gesamtwirtschaft: +8,1 %) hat sich die Kreativwirtschaft gegenüber der Gesamtwirtschaft im Zeitraum 2010 bis 2012 dynamischer entwickelt. Auch mit Blick auf die konjunkturelle Entwicklung zeigt sich die Kreativwirtschaft optimistisch, was die Verbesserung der Auftragslage und die Steigerung von Umsätzen für 2015 betrifft, und unterscheidet sich damit vom allgemeinen Trend in der Gesamtwirtschaft.

**7 % Beschäftigungswachstum  
13,4 % Bruttowertschöpfung**

Auch die Umsatzrentabilität der Kreativwirtschaft ist höher als im Durchschnitt der Gesamtwirtschaft. Im Jahr 2012 lag sie in der Gruppe der Einnahmen-Ausgaben-Rechner/-innen bei 8,6 % (Gesamtwirtschaft: 5,3 %) und in der Gruppe der Bilanzierenden bei 6,1 % (Gesamtwirtschaft: 3,2 %). Im Vergleich zu anderen Branchen sind es in der Kreativwirtschaft insbesondere die kleinen Unternehmen, die relativ besser abschneiden.

**Umsatzrentabilität ist höher als  
im Durchschnitt der  
Gesamtwirtschaft**

**Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft<sup>1</sup>, 2008 bis 2012**  
 (Index: 2008 = 100)


KW = Kreativwirtschaft, GW = Gesamtwirtschaft

<sup>1</sup> exkl. Land- und Forstwirtschaft (d.h. nur die Abschnitte B bis S der ÖNACE 2008)

Quelle: Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der creativ wirtschaft austria, WKÖ (KMU Forschung Austria, Statistik Austria)

Die Kreativwirtschaft umfasst nach der Definition des Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts erwerbsorientierte Unternehmen, die sich mit der Schaffung, Produktion, (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern und Dienstleistungen beschäftigen. Nach Branchen eingeteilt, werden ihr Architektur, Design (u.a. Produkt-, Industriedesign, Grafikdesign, Mode), Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit von erwerbsorientierten Unternehmen, Radio & TV, Software & Games, Verlage, Video & Film (u.a. Filmwirtschaft, Kinos und Werbung der Kreativwirtschaft) zugerechnet. In Österreich stellen die Branchen Software und Games mit einem Anteil von jeweils 30 % an Beschäftigten und Umsatz den größten Teilbereich der Kreativwirtschaft dar. Auch die Entwicklung dieser Branchen verlief im Zeitraum zwischen 2010 und 2012 ebenso wie die von Video und Film sowie Design besonders dynamisch.

Definition Kreativwirtschaft

Software und Games stellen größten Teilbereich der Kreativwirtschaft dar

**Struktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2012**

	Unternehmen	Beschäftigte gesamt	unselbst- ständig Beschäftigte	Umsatz- erlöse in Millionen Euro	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in Millionen Euro
Architektur	5.613	15.573	9.739	1.734	789
Design	1.507	2.393	843	161	74
Musik, Buch u. künstlerische Tätigkeit	10.551	31.472	20.366	3.591	1.610
Radio und TV	91	4.895	4.836	1.273	451
Software und Games	9.462	42.039	32.968	6.018	2.747
Verlage	975	10.357	9.525	2.420	745
Video u. Film	1.875	6.432	4.592	769	349
Werbung	8.947	26.424	17.526	4.337	1.172
<b>Kreativ- wirtschaft insgesamt</b>	<b>39.021</b>	<b>139.585</b>	<b>100.395</b>	<b>20.303</b>	<b>7.937</b>

Quelle: Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der creativ wirtschaft austria, WKÖ (KMU Forschung Austria, Statistik Austria)

### 3.2 Privatwirtschaft als wichtigster Markt der Kreativwirtschaft

Zwei Drittel der Umsätze machte die österreichische Kreativwirtschaft 2013 mit privatwirtschaftlichen Unternehmen, 15 % davon mit Unternehmen aus dem Ausland. Für den Sechsten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht wurden erstmals sowohl die Sicht der Kreativschaffenden als auch die ihrer Kundinnen und Kunden untersucht: Welche Branchen nutzen Kreativleistungen, welche Anforderungen werden dabei gestellt und wie passen Angebot und Nachfrage zusammen?

Zwei Drittel der Umsätze mit privatwirtschaftlichen Unternehmen - 15 % davon im Ausland

70 % der österreichischen Wirtschaft greift regelmäßig auf kreativwirtschaftliche Leistungen zurück. Die Kundinnen und Kunden kommen aus faktisch allen Bereichen der Wirtschaft, wobei größere Unternehmen tendenziell häufiger Kreativleistungen zukaufen als kleine. Die Hauptkundenbranchen sind unternehmensnahe Dienstleistungen wie Banken, Versicherungen, Telekommunikation, Immobilien und Unternehmensberater, von denen 89 % Kreativleistungen zukaufen, der Tourismus (75 %) und Kreativwirtschaftsunternehmen selbst (78 %). Besonders häufig werden Leistungen aus den Bereichen Grafik, Layout und Bildbearbeitung, Softwareprogrammierung, Werbung, Marketing, Produktdesign und Gestaltung für das Unternehmen zugekauft. Das Auftragsvolumen für die nachgefragten Kreativleistungen ist allerdings relativ gering. Mehr als 44 % der Aufträge werden unter 5.000,- EUR vergeben, weitere 28 % unter 10.000,- EUR. Kreativunternehmen brauchen daher eine entsprechend große Kundenzahl und das, obwohl fast jeder Auftrag maßgeschneidert werden muss. 2013 hatten 28 % der Kreativen zwischen 20 und 49 Kundinnen und Kunden.

Nachfrage nach Kreativleistungen von 70 % der österreichischen Wirtschaft

Geringes Auftragsvolumen für maßgeschneiderte Kreativleistungen je Kunde

Die Nachfrage wird wesentlich vom Vorhandensein eigener Kreativkapazitäten getrieben: Je höher die kreativwirtschaftlichen Kompetenzen der Auftraggeber, desto eher sind sie in der Lage, ihre Anforderungen klar zu formulieren und Kreativleistungen effektiv zu nutzen. Der Wert von Kreativleistungen wird besser erkannt und kann erfolgreich in die eigenen Unternehmensprozesse eingebunden werden. Beauftragende Unternehmen schätzen an Kreativdienstleistern, dass sie Qualität und Kompetenz mit dem Eingehen auf ihre Wünsche kombinieren und gleichzeitig neue Sichtweisen einbringen. Insgesamt sind die Kundinnen und Kunden mit den Kreativleistungen sehr zufrieden: Die allermeisten geben an, dass die Qualität der Leistungen immer oder meistens ihren Vorstellungen entsprochen habe. Auch die reibungslose Kommunikation und das Einhalten vereinbarter Preise werden gelobt.

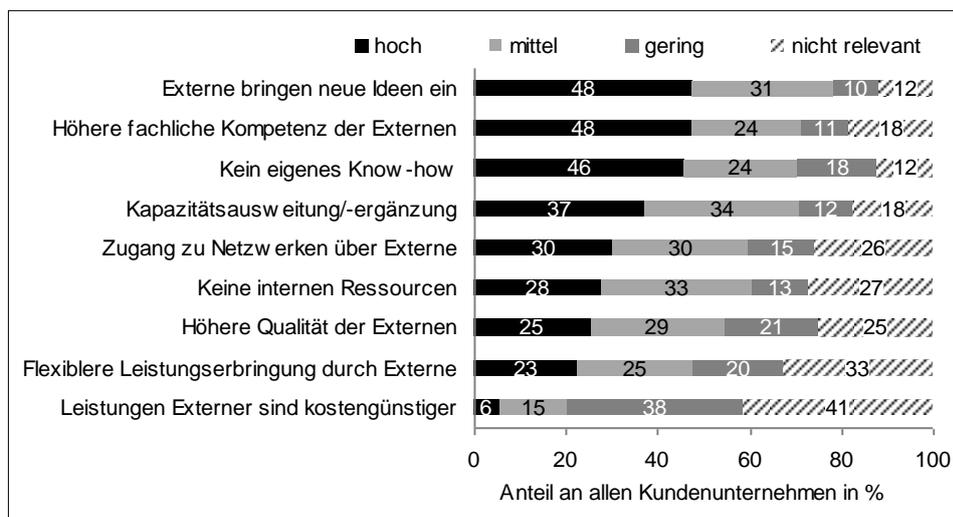
Nachfrage nach Kreativleistungen abhängig von eigener Kreativkapazität

hohe Kundenzufriedenheit

Unternehmen sind vor allem die neuen Ideen, die sie von Kreativschaffenden erhalten, wichtig. Ein Faktum, das von Kreativwirtschaftsunternehmen unterschätzt wird. Kundenunternehmen wollen mit dem Zukauf von Leistungen der Kreativwirtschaft ihre Innovationsleistung verbessern und sich von der Konkurrenz abheben. So sehen Kundenunternehmen auch einen höheren Innovationsgehalt bei Kreativleistungen als wesentlichen Faktor, um die Nachfrage weiter zu stimulieren und wünschen sich Verständnis für ihre Geschäftsmodelle und -methoden. Sie wollen in Kreativleistungen investieren, die zur Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens beitragen, was ein hohes Maß an unternehmerischem Denken auf Seiten des Kreativwirtschaftsunternehmens erfordert.

Innovationsgehalt von Kreativleistungen ist für Kundinnen und Kunden entscheidend

**Gründe für die Nutzung von Kreativleistungen durch Kundinnen und Kunden aus Sicht der Kundenunternehmen, Anteile in Prozent**



Quelle: Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der creativ wirtschaft austria, WKÖ (IHS/ZEW, Kreativwirtschaftsbefragung 2014)

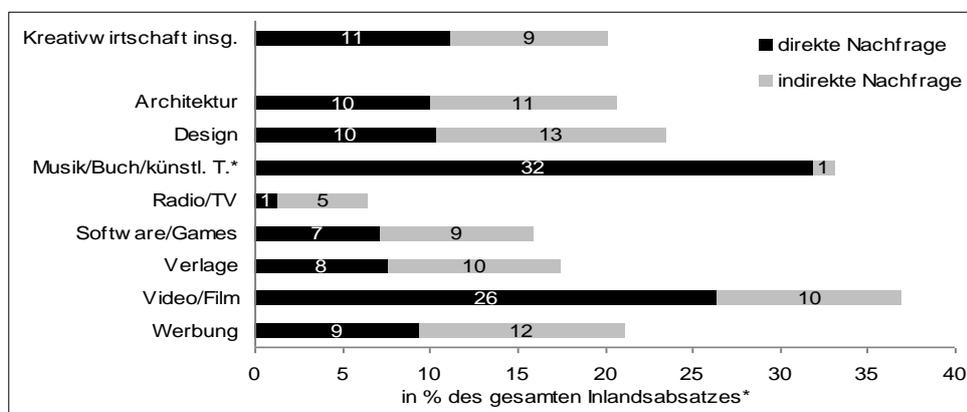
**3.3 Die öffentliche Hand als Kundin der Kreativwirtschaft**

Jährlich werden von der öffentlichen Hand Aufträge im Wert von rund 1,85 Mrd. Euro direkt an die Kreativwirtschaft vergeben. 40 % davon kommen von Gebietskörperschaften (Gemeinden, Länder, Ministerien) und Sozialversicherungen, weitere 45 % entfallen auf die überwiegend öffentlich kontrollierten Sektoren Energie- und Wasserversorgung, Abfallentsorgung, Rundfunk, Bildung, Gesundheit und soziale Dienstleistungen. 15 % des Auftragsvolumens werden von öffentlich kontrollierte Unternehmen aus der Wirtschaft wie den ÖBB, der Post AG, oder der Telekom Austria an die Kreativwirtschaft vergeben. Zusätzlich werden zur Durchführung von öffentlichen Aufträgen Vorleistungen von der Kreativwirtschaft zugekauft. Diese indirekten Effekte machen etwa 1,5 Mrd. Euro aus. Mit einem Auftragsvolumen von insgesamt 3,35 Milliarden Euro, kommt damit 20 % der österreichischen Kreativleistungsnachfrage von der öffentlichen Hand.

Jährliche Auftragsvergabe von 1,85 Mrd. Euro an Kreativwirtschaft

20 % der Kreativleistungsnachfrage erfolgt durch die öffentliche Hand

**Anteil der öffentlichen Hand an der Nachfrage nach Kreativleistungen in Österreich, differenziert nach Kreativbereichen, in Prozent**



\* Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit ohne Aktivitäten im Bereich Einzelhandel und Ausbildung  
Quelle: Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, creativ wirtschaft austria, WKÖ (Statistik Austria, IO-Tabellen 2010, Berechnungen des IHS)

Mit der öffentlichen Nachfrage nach Kreativleistungen liegt Österreich im Vergleich zu anderen Ländern wie Dänemark oder Neuseeland, die eine starke Kreativwirtschaft haben, im Mittelfeld. Die Kreativwirtschaft kann aber als besonders innovative Branche für das in Österreich noch relativ neue Feld der innovationsfördernden öffentlichen Beschaffung eine wichtige Rolle spielen. Kreativleistungen werden auch für Modernisierungsprozesse der öffentlichen Verwaltung immer wichtiger und im Sinne eines New Public Managements eingebunden.

**Bedeutung der Kreativwirtschaft für Modernisierungsprozesse der öffentlichen Verwaltung**

Die Kreativwirtschaft kann dabei unterstützen, öffentliche Aufgaben besser wahrzunehmen und die Kommunikation mit dem Bürger/der Bürgerin sowie die Akzeptanz der Erfüllung öffentlicher Aufgaben durch den Bürger/die Bürgerin zu verbessern. Alle wesentlichen Ziele der Umsetzung von E-Government setzen Inputs der Kreativwirtschaft voraus. Großes Potential liegt auch bei den österreichischen Gemeinden. Sie können in Bereichen wie Bau, Architektur, bei der Bereitstellung von lokaler Infrastruktur, der Gestaltung lokaler Informationsmaterialien, der Tourismuswerbung oder beim Webdesign von Leistungen der Kreativwirtschaft profitieren. Das Bewusstsein für den Nutzen einer externen Auftragsvergabe an Kreativwirtschaftsunternehmen ist aber bislang noch nicht sehr ausgeprägt und daher ausbaufähig.

**Unterstützung bei Umsetzung von E-Government und großes Potential bei Gemeinden**

## 4 Schlussfolgerungen

Die Kreativwirtschaft zählt nach wie vor zu den Wachstumsbranchen, entwickelt sich dynamischer als die Gesamtwirtschaft und ist mit Blick auf die Zukunft optimistisch. Die Kreativwirtschaft ist wie keine andere Branche Katalysator für Fortschritt und Entwicklung. Charakteristika wie Kreativität, Innovation, Vernetzung, Wissens- und Technologieaffinität und Ideenreichtum sind der Kreativwirtschaft immanent und machen sie zu einem natürlichen Treiber für Zukunftsthemen wie die Digitalisierung, Industrie 4.0, Frugal Innovation oder für Geschäftsmodell- und Dienstleistungsinnovationen in der Shared Economy und der Start Up Szene. In Hinblick auf neue Arbeitsmethoden, die Umsetzung der Digitalisierung und die Gestaltung von Kooperationen kann die Kreativwirtschaft als Avantgarde für die gesamte Wirtschaft betrachtet werden.

**Wachstumsbranche Kreativwirtschaft**

**Treiber für Zukunftsthemen**

**Avantgarde für die gesamte Wirtschaft**

Mit kundenspezifisch maßgeschneiderten Leistungen trägt die Kreativwirtschaft dazu bei, Produkte und Dienstleistungen am Markt attraktiver zu gestalten. Die Privatwirtschaft schätzt Qualität und Ideen des kreativen Sektors und nutzt sie, um die eigenen Innovationsleistungen zu verbessern und sich von der Konkurrenz abzusetzen. Auch die öffentliche Hand kann von kreativwirtschaftlichen Leistungen profitieren. Die Kreativwirtschaft kann dieser helfen, öffentliche Leistungen bürgernäher und effizienter zu gestalten und höhere Akzeptanz zu erhalten.

Wie der Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht zeigt, gilt die Kreativwirtschaft international als strategisch wichtiger Sektor. Länder wie Dänemark, Großbritannien, Neuseeland, die Niederlande oder Südkorea berücksichtigen die Kreativwirtschaft ausdrücklich in ihren wirtschaftspolitischen Strategien. In Österreich ist die Kreativwirtschaft eine zentrale Zielgruppe der Technologie- und Innovationspolitik im Rahmen der österreichischen Wirtschaftspolitik und bereits seit 2008 im Regierungsprogramm der österreichischen Bundesregierung verankert. Mit der evolve-Strategie des BMWFW werden kreativwirtschaftsbasierte Innovationen durch die Umsetzungspartner der Strategie, der *aws* Kreativwirtschaft und der *creativ wirtschaft austria* der WKÖ sowohl monetär als auch mittels Serviceleistungen und Awareness-Maßnahmen unterstützt.

**Kreativwirtschaft ist strategisch wichtiger Sektor auf internationaler Ebene**

**evolve-Strategie des BMWFW**

Auch wenn die österreichische Kreativwirtschaft gut positioniert ist, werden ihre positiven Effekte für Wirtschaft und den Markt noch nicht voll ausgeschöpft. Über ein Viertel der Unternehmen aus den Hauptkundenbranchen haben 2013 keine Kreativleistungen bezogen, gleichzeitig haben fast drei Viertel weniger als 10.000 Euro pro Jahr in Kreativleistungen investiert. Auch der mit 15 % hohe Exportanteil ist ausbaufähig. In der Beschaffung der öffentlichen Hand besteht sowohl bei Gebietskörperschaften als auch bei öffentlichen Einrichtungen und Unternehmen Potential für mehr Nachfrage nach Leistungen der Kreativwirtschaft.

**Marktpotenzial der Kreativwirtschaft stärker ausschöpfen**

Um die Kreativwirtschaft optimal für den Wirtschaftsstandort Österreich einzusetzen und fruchtbar zu machen, braucht es Bewusstsein für die Funktions- und Wirkungsweisen sowie Einsatzmöglichkeiten den Sektors. Der Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht bietet Ansatzpunkte für eine bessere Nutzung des vorhandenen Potentials, zum einen für die Kreativwirtschaft selbst, die sich stärker als Innovationsdienstleisterin positionieren könnte, zum anderen werden wirtschaftspolitische Empfehlungen formuliert:

**stärkere Positionierung der Kreativwirtschaft als Innovationsdienstleisterin**

- Für andere Unternehmen ist es oft schwierig, den Nutzen von Kreativleistungen zu erkennen. Hier braucht es mehr Bewusstseinsbildung, um die Nachfrage zu stimulieren und damit das Potential der Kreativwirtschaft für andere Sektoren auszuschöpfen. Die creativ wirtschaft austria setzt hier mit der Kampagne „[Kreativwirtschaft für Unternehmen](#)“ an.

**Bewusstseinsbildung, um Potential für andere Sektoren auszuschöpfen**

- Die Kreativwirtschaft ist ein hoch innovativer Sektor, mangelnder Zugang zu Finanzierung stellt allerdings eines der Haupthemmnisse zur Einführung von Innovationen dar. Maßnahmen wie die Förderungen impulse XS, impulse XL und der Kreativwirtschaftscheck der aws Kreativwirtschaft im Rahmen der evolve-Strategie fördern die Innovationstätigkeit der Kreativwirtschaft selbst und binden Kreativleistungen stärker in Innovationsprozesse der Kundenunternehmen ein. Damit wird ein wesentliches interessenpolitisches Anliegen der WKÖ für die Kreativwirtschaft umgesetzt.

- Das Nachfragepotential im Export kann durch Innovationsorientierung, Vernetzung und Wachstumsstrategien für Kreativwirtschaftsunternehmen gestärkt werden, denn oft sind eine Mindestgröße von Unternehmen und die Positionierung in Nischen ausschlaggebend für den Erfolg beim Export. Eine Unterstützung von Exportaktivitäten bietet das Kreativwirtschaftsbüro der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA der WKÖ, die im Rahmen der Internationalisierungsoffensive „go international“ weiter ausgebaut werden könnten.

**Stärkung der Nachfrage im Export durch Innovationsorientierung, Vernetzung und Wachstumsstrategien**

- Vernetzungsmaßnahmen sind ein Schlüsselfaktor für die Positionierung der Kreativwirtschaft am Markt. Das gilt sowohl für Maßnahmen zur (branchenübergreifenden) Vernetzung innerhalb der Kreativwirtschaft als auch mit Kreativbeschäftigten in Kundenunternehmen. Ein Erfolgsmodell ist das „C hoch 3“-Angebot, das die creativ wirtschaft austria mit Partnerorganisationen in den Bundesländern anbietet. Mit über 500 Kreativschaffenden ist C hoch 3 ein starkes Netzwerk für die Kreativwirtschaft österreichweit. [www.creativwirtschaft.at/choch3](http://www.creativwirtschaft.at/choch3)

**Vernetzungsmaßnahmen als Schlüsselfaktor**

- Die öffentliche Hand liegt im internationalen Vergleich mit anderen kreativwirtschaftsaffinen Ländern im Mittelfeld bei der Nachfrage nach Kreativleistungen. Als zentral wird für eine bessere Ausschöpfung des Potentials der Kreativwirtschaft für die öffentliche Hand die innovative öffentliche Beschaffung gesehen. Aber auch zur Modernisierung der öffentlichen Verwaltung und für Gemeinden in ganz Österreich kann die Kreativwirtschaft eine wichtige strategische Partnerin sein.

**Wirtschaftskammer Österreich**  
 Vertretungsbefugtes Organ:  
 Präsident Dr. Christoph Leitl  
 Tätigkeitsbereich: Information, Beratung und Unterstützung der Mitglieder als gesetzliche Interessenvertretung.  
 Blattlinie: Dossiers Wirtschaftspolitik informieren regelmäßig über aktuelle wirtschaftspolitische Themenstellungen.  
 Chefredaktion:  
 Dr. Christoph Schneider  
 Druck: Eigenvervielfältigung, Erscheinungsort Wien  
 Offenlegung: [wko.at/offenlegung](http://wko.at/offenlegung)

*Der Sechste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht steht zum Download auf [www.creativwirtschaft.at](http://www.creativwirtschaft.at) zur Verfügung.*