AMS info 140

Irene Mandl

Kreativwirtschaft in Österreich

Ein Überblick

1. Kreativwirtschaft in Diskussion

In den letzten Jahren rückte die Kreativwirtschaft zunehmend in den Blickwinkel des öffentlichen Interesses, was auf das prognostizierte Wirtschaftswachstum und Beschäftigungspotenzial in diesem Bereich zurückzuführen war. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern erlangte die Kreativwirtschaft in Österreich erst in jüngerer Vergangenheit (wirtschafts-)politische Aufmerksamkeit.

Die Österreichischen Kreativwirtschaftsberichte[1] zeigten – wie bereits zuvor in anderen europäischen Ländern – auf, dass nicht nur der kulturelle Beitrag der Kreativwirtschaft für den Staat von Relevanz ist, sondern dass die Unternehmen der Kreativwirtschaft auch hinsichtlich der Wirtschaftsentwicklung und des Arbeitsmarktes mit »traditionellen« Wirtschaftszweigen[2] vergleichbar sind.

Innerhalb Europas stellt das Vereinigte Königreich den Vorreiter im Bereich der Beschäftigung mit der Kreativwirtschaft dar. Bereits Ende der 1990er Jahre wurde die Kreativwirtschaft hier als Wachstumsbranche mit hohem Beschäftigungspotenzial erkannt. Das daraufhin erarbeitete »Creative Industries Mapping Document«[3] wird europaweit von zahlreichen Ländern als Referenzwerk für die Herangehensweise bei der Abgrenzung der Kreativwirtschaft herangezogen.

2. Was ist die Kreativwirtschaft?

Trotz dieser häufig zu findenden Orientierung an der Definition des Vereinigten Königreiches zeigt die internationale Betrachtung eine große Heterogenität bezüglich der verwendeten Begriffe (insbesondere Kultur- vs. Kreativwirtschaft) und des Verständnisses, welche Bereiche diesem »Wirtschaftssektor« zuzurechnen sind.

Im Vereinigten Königreich bezieht sich der Begriff »Creative Industries« auf den prozessorientierten Aspekt der Definition. Die Verwendung von Kreativität in der Produktion und/oder im Angebot von Dienstleistungen ist das ausschlaggebende Kriterium. Im Wesentlichen werden dabei folgende Bereiche abgedeckt: Werbung, Architektur, Kunst/Antiquitäten, Kunsthandwerk, Design, Mode, Film, Interaktive Computerservices, Musik, Darstellende Kunst, Verlagswesen, Software und TV/Radio.

Finnland orientiert sich stark an der britischen Definition, schließt jedoch das Design aus der Kreativwirtschaft aus. In Deutschland oder Spanien ist der Begriff »Kulturwirtschaft« der gängigere, und hier wird beispielsweise der Bereich »Mode« nicht subsumiert.

Für Österreich wurde eine Definition entworfen, die die Kreativwirtschaft als jene großen Wachstumspotenziale versteht, die sich an der Schnittstelle von Wirtschaft und Kultur befinden – somit die schöpferische Tätigkeit mit wirtschaftlicher Umsetzung verbinden. Die Kreativwirtschaft umfasst dabei alle Bereiche entlang der Wertschöpfungskette, also a) von der Entstehung der Ideen, b) über die Umsetzung bis c) hin zur Verbreitung der Produkte.

Wie auch in Deutschland oder der Schweiz wird in Österreich von einem »Drei-Sektoren-Modell« der Kreativwirtschaft ausgegangen, das den öffentlichen, den intermediären und den privatwirtschaftlichen Bereich beinhaltet. Der öffentliche Bereich umfasst öffentliche Kulturbetriebe (z.B. Oper, Theater, Museen); dem intermediären Bereich sind gemeinnützige Organisationen (z.B. Vereine, Stiftungen) zuzuordnen; und im privaten Sektor handelt es sich um die Kulturwirtschaft im engeren Sinn sowie den Medien-, Informations- und Kommunikationssektor im weiteren Sinn. Alle drei Bereiche erfüllen an- dere Aufgaben und Funktionen, sie stehen in konstantem Austausch und Abhängigkeit voneinander. Die KünstlerInnen und die Kulturproduktion befinden sich an der Schnittstelle dieser drei Sektoren.

Parallel zu dieser Differenzierung nach dem »Status« der einzelnen Einrichtungen in der Kreativwirtschaft lässt sich eine Definition nach dem so genannten »LIKUSkreativ©-Schema« aufzeigen. Demnach sind die folgenden Bereiche der österreichischen Kreativwirtschaft zuzurechnen: Kulturelles Erbe, Darstellende Kunst, Audiovisueller Bereich, Visuelle Kunst, Buch und Presse sowie die Transversalen Bereiche. Zur Abschätzung des ökonomischen Potenzials der Kreativwirtschaft wurden diese Bereiche auf ÖNACE[4] umgeschlüsselt (ausgewählte Branchen von Druck/Verlag, Einzelhandel, Wirtschaftsdienstleistungen, Kultur).

1 Alle drei bisher publizierten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichte können in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes (www.ams-forschungsnetzwerk.at) downgeloadet werden.

2 Darunter sind all jene Wirtschaftsbereiche zu verstehen, die nicht der Kreativwirtschaft zurechenbar sind.

3 Department for Culture, Media and Sport (1998): Creative Industries. Mapping Document 1998. London: Department of Culture, Media and Sports.

4 Bei der systematischen Gliederung gemäß NACE handelt es sich um die EU-harmonisierte Wirtschaftszweigsystematik. NACE leitet sich aus der französischen Bezeichnung ab (= nomenclature générale des activités économiques dans les communautés européennes). Die österreichische Fassung (ÖNACE) unterscheidet sich von der europäischen NACE durch die Einführung einer Unterklassenebene, d.h. einer detaillierten Branchendifferenzierung.

3. Ökonomische Bedeutung des privatwirtschaftlichen Bereiches der Kreativwirtschaft

Im Jahr 2006 zählten rund 30.300 privatwirtschaftliche Unternehmen (inkl. der öffentlichen Unternehmen mit privatwirtschaftlichem Erwerbscharakter) zur österreichischen Kreativwirtschaft. Dies entspricht einem Anstieg um rund elf Prozent gegenüber 2002.

Gleichzeitig ist die Zahl der unselbständig Beschäftigten mit etwa 104.200 annähernd konstant geblieben. Die durchschnittliche Unternehmensgröße ist somit von 3,8 im Jahr 2002 auf 3,4 unselbständig Beschäftigte je Unternehmen im Jahr 2006 gesunken.

Dies weist darauf hin, dass der Großteil der Unternehmensgründungen in der Kreativwirtschaft (wie auch in anderen Wirtschaftsbereichen) aus Ein-Personen-Unternehmen besteht. Daraus lässt sich ein großes Beschäftigungspotenzial für die Zukunft ableiten, da davon ausgegangen werden kann, dass nach einigen Jahren der Geschäftstätigkeit zumindest ein Teil der Betriebe MitarbeiterInnen aufnimmt.

Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe konnten im Jahr 2006 Erlöse und Erträge von 19,9 Milliarden Euro erzielen. Gegenüber 2002 wurde somit ein nomineller Erlöszuwachs von rund 13 Prozent erreicht. Die Wertschöpfung (entspricht den Umsatzerlösen abzüglich der Vorleistungen) lag 2006 bei 7,7 Milliarden Euro, was einer Steigerung um nominell rund zwölf Prozent gegenüber 2002 entspricht. Eine dynamische Entwicklung zeigt sich insbesondere im Audiovisuellen Bereich, in der Visuellen Kunst und im Bereich »Buch und Presse«. Dies bezieht sich jedoch in erster Linie auf die Zahl der Unternehmen, den Branchenumsatz sowie die erzielte Brutto-Wertschöpfung, während die Beschäftigtenzahl auf eher konstantem Niveau liegt.

Mit einem Anteil von rund zehn Prozent der Unternehmen, vier Prozent aller unselbständig Beschäftigen und der gesamten Erlöse und Erträge sowie rund fünf Prozent der Brutto-Wertschöpfung ist der Beitrag der österreichischen Kreativwirtschaft zur Gesamtwirtschaft mit den anderen europäischen Ländern vergleichbar. Eine höhere Bedeutung hinsichtlich der Unternehmens- und Beschäftigtenzahl lässt sich für Zürich aufzeigen, und in Berlin sowie im Vereinigten Königreich trägt die Kreativwirtschaft in höherem Ausmaß zum Umsatz bzw. der Brutto-Wertschöpfung bei.

Der Vergleich der Kreativwirtschaft mit anderen Wirtschaftssektoren zeigt die große Bedeutung dieses Bereiches für die österreichische Wirtschaft. Die wesentlichen Indikatoren heben hervor, dass die Kreativwirtschaft – mit Ausnahme vom Beschäftigungs-

Tabelle 1: Anzahl der Unternehmen, unselbständig Beschäftigten sowie Erlöse und Erträge und Brutto-Wertschöpfung, 2002–2006, Kreativwirtschaft

	2002	2003	2004	2005	2006	VÄ in% 2002/06
Unternehmen	27.183	28.820	28.681	29.300	30.299	11
Unselbständig Beschäftigte	103.680	100.886	101.644	102.250	104.211	1
Durchschnittliche Unternehmensgröße	3,8	3,4	3,5	3,5	3,4	-11
Erlöse und Erträge, in € Millionen	17.719	17.767	18.276	18.586	19.939	13
Erlöse und Erträge je unselbständig Beschäftigten, in € 1.000	171	176	180	182	191	12
Brutto-Wertschöpfung zu Faktorkosten, in € Millionen	6.890	6.889	7.152	7.376	7.710	12
Brutto-Wertschöpfung zu Faktorkosten je unselbständig Beschäftigten, in € 1.000	66	68	70	72	74	12

VÄ = Veränderung
Quelle: Statistik Austria, KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger

Tabelle 2: Überblick über die in ausgewählten europäischen Studien[1] angeführten Daten zur Kreativwirtschaft, Anteil der Kreativ- bzw. Kulturwirtschaft an der Gesamtwirtschaft, in Prozent

Länder		Bezeichnung	Unternehmen	Beschäftigte	Umsatz	BIP
Deutschland[2]	Aachen[3]	Kulturwirtschaft, 2003	11,0	3,5	4,3	
	Nordrhein-Westfalen[3]	Kulturwirtschaft, 2003	8,0	3,1	3,2	
	Berlin	Kulturwirtschaft, 2002		8,2	10,5[4]	
	Hessen[3]	Kulturwirtschaft, 2000	9,8	3,8	4,9	
Finnland		Kreativwirtschaft, 2000		5,0		
		Kulturwirtschaft, 2004				4,0
Österreich[5]		Kreativwirtschaft, 2004	9,6	4,3[6]	3,5[7]	5,1[8]
Schweiz[9]	Schweiz gesamt	Kreativwirtschaft, 2001	8,7	3,9	1,9	3,0
	Zürich	Kreativwirtschaft, 2001	15,2	6,6	3,2	4,3
Spanien		Kreativwirtschaft, 2003				4,5
Vereinigtes Königreich		Kreativwirtschaft, 2005[10]	7,1[11]			7,8[12]

Anmerkung: Ein Vergleich zwischen den einzelnen Berichten ist auf Grund verschiedener Definitionen und Berechnungsmethoden nur eingeschränkt möglich. Keine Daten für Ungarn verfügbar.

1 Backes, C./Holzer, B./Söndermann, M. (2005): Kulturwirtschaft in Aachen. Erstes kulturwirtschaftliches Portrait einer Stadt in Deutschland. Aachen: Gründerzentrum Kulturwirtschaft; Department for Culture, Media and Sport (2005): Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin. London: Department of Culture, Media and Sports; Hietanen, O./Jokinen, L./Kirveennummi, A./Taalas, S.L./Toivonen, T.E. (2005): Varsinais-Suomen luovat toimialat (Kreativwirtschaft in Südwest-Finnland). Turku: Turku School of Economics and Business Administration; Ministerio de Cultura (2003): Las cifras de la Cultura en Espana (Daten zur Kultur in Spanien). Ausgabe 2002. Madrid; Mühlhans, T. et al. (2005): Kulturwirtschaft in Berlin Entwicklung und Potenziale. Berlin: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Arbeit und Frauen/Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur; Piesk, S./Werner, B. (2003): Kulturwirtschaft in Hessen. 1. Hessischer Kulturwirtschaftsbericht Wiesbaden: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Hessisches Ministerium für Wissenschaft und Kunst; Weckerle, Ch./Söndermann, M. (2005): Kreativwirtschaft Zürich. Zürich: Hochschule für Gestaltung und Kunst; Wilenius, M. (2004): Luovaan talouteen: Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana (In Richtung einer kreativen Wirtschaft: Kulturelles Know-how als zukünftige Ressource). Helsinki: Edita Publishing.
2 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
3 Steuerpflichtige Unternehmen
4 Umsatzanteil am BIP
5 Ohne Land- und Forstwirtschaft
6 Unselbständig Beschäftigte
7 Erlöse und Erträge
8 Brutto-Wertschöpfung zu Faktorkosten
9 Arbeitsstätten statt Unternehmen
10 Diese Statistik basiert auf dem »Creative Industries Mapping Document« von 2001. Zu beachten ist, dass sämtliche Daten Schätzungen sind.
11 Der tatsächliche Anteil dürfte höher sein, da im Unternehmensregister (IDBR), welches für die Darstellung verwendet wurde, nur Unternehmen herangezogen werden, die zur Umsatzsteuer angemeldet sind. Das heißt, dass v.a. kleinere Unternehmen nicht enthalten sind.
12 Brutto-Wertschöpfung

effekt – sogar einen höheren Stellenwert hat als der Tourismus; und dies, obwohl Österreich ein klassisches Tourismusland ist.

Der höhere Unternehmensanteil im Vergleich zu jenem der ArbeitnehmerInnen weist darauf hin, dass die Unternehmen der Kreativwirtschaft kleinbetrieblicher strukturiert sind als jene der anderen Sektoren.

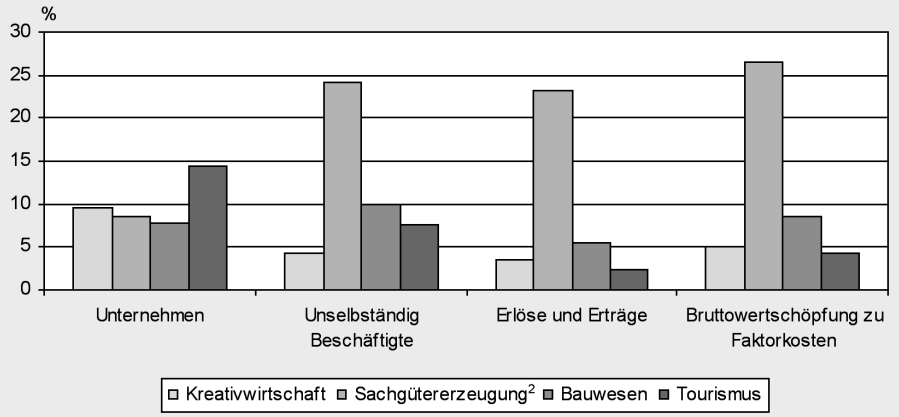
Innerhalb der Kreativwirtschaft gehörte im Jahr 2004 beinahe die Hälfte aller Unternehmen dem Bereich der Visuellen Kunst an. Fast ein Fünftel war im Audiovisuellen Bereich tätig, rund 17 Prozent im Bereich »Buch und Presse« und rund 14 Prozent im Bereich der Darstellenden Kunst. Die Transversalen Bereiche spielten eine geringere Rolle.

Die meisten Beschäftigten (jeweils rund 31 Prozent) waren im Audiovisuellen Bereich sowie im Bereich »Buch und Presse« tätig, rund 26 Prozent in der Visuellen Kunst, die – gemeinsam mit den Transversalen Bereichen – die kleinste durchschnittliche Unternehmensgröße aufweist.

Den größten Teil der Erlöse und Erträge erwirtschafteten ebenfalls die Unternehmen des Audiovisuellen Bereiches (rund 34 Prozent), gefolgt vom Bereich »Buch und Presse« (rund 33 Prozent). Rund 28 Prozent der Umsätze wurden von den Betrieben der Visuellen Kunst erzielt.

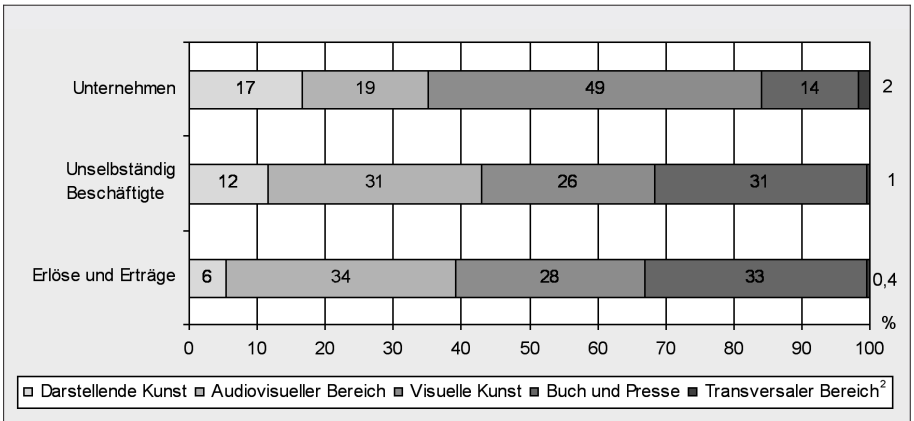
Als bedeutendste Branchen innerhalb der Kreativwirtschaft gelten – gemessen an der Unternehmenszahl – die Werbemittelgestaltung, die Architekturbüros, die Softwareberatung und -entwicklung, die künstlerischen und schriftstellerischen Tätigkeiten und Darbietungen sowie die Werbemittelverbreitung und -gestaltung. Unter Berücksichtigung der MitarbeiterInnenzahl sind außerdem Druckereien sowie der Bereich »Hörfunk/Fernsehen« von Relevanz.

Grafik 1: Anteil ausgewählter Bereiche an der gesamten Wirtschaft[1], in Prozent, 2004



1 Ohne Land- und Forstwirtschaft
2 Ohne Verlagswesen, Druckerei und Vervielfältigung sowie Herstellung von Musikinstrumenten (da diese Branchen in der Kreativwirtschaft enthalten sind)
Quellen: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Statistik Austria, Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger

Grafik 2: Verteilung der Unternehmen, unselbständig Beschäftigten und Erlöse und Erträge nach LIKUSkreativ©-Domänen[1], in Prozent, 2004, Kreativwirtschaft



1 Da im Bereich »Kulturelles Erbe« der öffentliche Charakter der Unternehmen überwiegt, wird dieser Bereich gesondert dargestellt.
2 Auch in den Transversalen Bereichen stellen die privatwirtschaftlichen Unternehmen nur einen geringen Teil dar.
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Statistik Austria, Hauptverband der Österreichischen Sozialversicherungsträger

Aktuelle Publikationen der Reihe »AMS report« …



AMS report 65

Doris Lepschy, Karin da Rocha, René Sturm

Erwachsenenpädagogik und Sozialarbeit im Kontext des arbeitsmarktorientierten Lifelong Learning

Didaktische und methodische Handreichungen an die Aus- und Weiterbildung sowie die berufliche Praxis

ISBN 978-3-85495-246-5



AMS report 66

Andrea Egger-Subotitsch, René Sturm (Hg.)

Kompetenzen im Brennpunkt von Arbeitsmarkt und Bildung

ISBN 978-3-85495-247-3

www.ams-forschungsnetzwerk.at

… ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift des Auftragnehmers

Mag.ª Irene Mandl ist seit 2009 für die »European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (Eurofound)« tätig.
Internet: www.eurofound.europa.eu
Zuvor war sie langjährig als wirtschaftswissenschaftliche Expertin für die KMU Forschung Austria aktiv und dort u. a. mit dem Thema »Kreativwirtschaft in Österreich« befasst.

Die Publikationen der Reihe AMS info können als pdf über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere interessante Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z. B. AMS report oder AMS-Qualifikationsstrukturbericht, u. v. m.) zur Verfügung.

www.ams-forschungsnetzwerk.at oder
www.ams.at – im Link »Forschung«

Ausgewählte Themen des AMS info werden als Langfassung in der Reihe AMS report veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder schriftlich bei der Communicatio bestellt werden.

AMS report Einzelbestellungen
€ 6,– inkl. MwSt., zuzügl. Versandspesen

AMS report Abonnement
12 Ausgaben AMS report zum Vorzugspreis von € 48,– (jeweils inkl. MwSt. und Versandspesen; dazu kostenlos: AMS info)

Bestellungen und Bekanntgabe von Adressänderungen bitte schriftlich an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Tel.: 01 3703302, Fax: 01 3705934

P. b. b.
Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber und Herausgeber: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, Maria Hofstätter, René Sturm, 1200 Wien, Treustraße 35–43
Verlegt bei Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, 1190 Wien, Oktober 2009 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

AMS
Arbeitsmarktservice Österreich