

Innovationsprogramm für Kreativwirtschaft 2030

Ziele und
Handlungsfelder
für die Creative Industries
Österreich

Wien, September 2024

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Präambel.....	4
Ausgangssituation	5
Wertewandel im Innovationsökosystem	8
Die transformative Gestaltungskraft der Creative Industries	11
Stimulierung von Aufbruchsbereitschaft.....	11
Positive Konnotation von Veränderung	11
Experimentelle und ergebnisoffene Suchprozesse	12
Systemische und Mensch-zentrierte Lösungen.....	12
Creative Industries Österreich 2030	14
Neuer Schwerpunkt Innovation und Transformation.....	14
Fokus: Ausrichtung der Innovationsaktivitäten an Impact und Missionen.....	14
Fokus: Skalierung von transformativen Innovationen.....	15
Zielgruppen.....	15
Zielsetzungen	15
Stärkung der Creative Industries als aktive Mitgestalterinnen der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation	15
Stärkung der Innovationsrolle der Creative Industries bei der Entwicklung und Skalierung von transformativen Innovationen.....	16
Handlungsfelder	18
Handlungsfeld: Kompetenzen erweitern	18
Handlungsfeld: Partnerschaften ausbauen	18
Handlungsfeld: Internationalisierung verstärken	18
Handlungsfeld: Märkte erschließen.....	19
Handlungsfeld: Rahmenbedingungen schaffen.....	19
Der Weg zum Innovationsprogramm 2030.....	21
Umsetzung.....	22
Impressum.....	23



„Die Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Wirtschafts- und Innovationsfaktor für Österreich, besonders wenn es darum geht, die Triple Transition - die grüne, digitale und soziale Transformation - zu gestalten und aktuellen Herausforderungen mit innovativen Lösungen zu begegnen.“

Dr. Martin Kocher

Bundesminister für Arbeit und
Wirtschaft

„Die Zukunft der Wirtschaft wird durch innovative Ansätze geprägt. Die Creative Industries ermöglichen es Österreich und ganz Europa, sich als führender Innovationsstandort zu positionieren. Als treibende Kraft hinter der digitalen Transformation generieren sie bahnbrechende Anwendungen und Geschäftsmodelle, die auf neuen Technologien basieren. Dies eröffnet erhebliches Potenzial für wirtschaftliches Wachstum und Fortschritt.“

Dr. Harald Mahrer

Präsident der Wirtschaftskammer
Österreich



Präambel

Seit der Erstellung der „Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich“¹ im Jahr 2016 („Kreativwirtschaftsstrategie 2016“) hat sich die Kreativwirtschaft mit ihren Teilbereichen wie Architektur, Buch und Pressemarkt, Design, Film, Fotografie, Kunstmarkt, Musikwirtschaft, Radio und TV, Software und Games sowie Werbung grundlegend weiterentwickelt. Sie hat sich als starker Innovationsplayer positioniert und einen festen Platz im Ökosystem eingenommen.

Angesichts der multiplen Krisen unserer Zeit haben sich Antrieb und Motive für Innovation gewandelt. Es steht nicht mehr allein die Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit, Beschäftigung und Wohlstand im Vordergrund, sondern Innovation ist zum Hoffnungsträger für das Ziel einer systemischen Transformation geworden. Die Innovationskraft der Creative Industries wird dafür dringend benötigt und die Branche ist aufgrund ihrer spezifischen Kompetenzen, Denk- und Arbeitsweise auch bestens für diese Aufgabe prädestiniert.

Eine wichtige Weichenstellung für die zukünftige Weiterentwicklung der Creative Industries in Österreich ist die neue Innovations- und Wissengemeinschaft der EU, die EIT Culture & Creativity (EIT: European Institute of Innovation and Technology), mit einem eigenen Standort in Österreich, dem CLC SEA (Co-Location Center South East Alps). Damit ergeben sich neue Dimensionen zur Vernetzung und Zusammenarbeit in einem europaweiten Innovationsnetzwerk für Akteurinnen und Akteure aus Südosteuropa, Österreich und den angrenzenden Regionen und innerhalb der gesamten EU.

Vor diesem Hintergrund werden Initiativen für die Kreativwirtschaft künftig auf Grundlage des neuen „Innovationsprogramm für Kreativwirtschaft 2030“ („Innovationsprogramm 2030“) vorgenommen. Dieses Innovationsprogramm 2030 baut auf die Ziele und Handlungsfelder der Kreativwirtschaftsstrategie 2016 auf bzw berücksichtigt diese. Das Innovationsprogramm formuliert die nachfolgenden Ziele und Handlungsfelder.

¹ Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (Hrsg., 2016): Die Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich. Kreativwirtschaft – zentraler Wirtschaftsfaktor und Impulsgeber für den Innovationsstandort Österreich. Siehe <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Die-Kreativwirtschaftsstrategie-fuer-Oesterreich.html>

Ausgangssituation

Im Jahr 2016 wurde die Kreativwirtschaftsstrategie 2016 eingeführt. Die Kreativwirtschaftsstrategie 2016 – mit der Kreativwirtschaft als einer der zentralen Wirtschaftsfaktoren und Impulsgeberinnen für den Innovationsstandort Österreich² – wurde in einem breit angelegten Open Innovation-Prozess mit der österreichischen Kreativwirtschaft unter Federführung des heutigen BMAW in Kooperation mit der KAT, der WKÖ und der AWS erstellt. Sie adressiert primär Politik und Verwaltung auf Bundesebene und bildet den gemeinschaftlichen Handlungsrahmen für alle Akteurinnen und Akteure der Branche.

Die Kreativwirtschaftsstrategie 2016 basiert auf drei Säulen, nämlich die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Kreativwirtschaft, die Ausschöpfung der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftszweige, die öffentliche Verwaltung und die Gesellschaft sowie die Stärkung des Innovationssystems durch kreativwirtschaftsbasierte Innovation. Diesen Säulen sind insgesamt 8 Handlungsfelder, 22 Maßnahmen und 43 Umsetzungsinitiativen zugeordnet. Die Umsetzungsfortschritte der Kreativwirtschaftsstrategie 2016 wurden regelmäßig mittels Monitoring erfasst und in vier, vom Kreativwirtschaftsbeirat herausgegebenen Fortschrittsberichten zwischen 2019 und 2022 dokumentiert³.

Der Vierte Fortschrittsbericht 2022 zeigt, dass die Umsetzungsaktivitäten zu rund drei Viertel aller gelisteten Umsetzungsinitiativen weit fortgeschritten sind bzw. sichtbare Ergebnisse zeigen⁴. Die darüberliegenden Ebenen – Ziele und Handlungsfelder – der Kreativwirtschaftsstrategie 2016 werden vom Innovationsprogramm 2030 berücksichtigt. Das Innovationsprogramm 2030 soll das zentrale Grundsatzdokument für die Entwicklung der Branche in Richtung höhere Wettbewerbsfähigkeit, Ausbau der Innovationsrolle sowie Verstärkung von positiven Crossover- und Spillover-Effekten in andere Branchen und Themenbereiche sein.

Die vorliegenden Ziele und Handlungsfelder sind Teil des neuen Innovationsprogramm 2030 und setzen am gereiften Entwicklungsstand der Creative Industries und ihrem internationalen Vorbildcharakter an. Sie fokussieren auf Innovation und Transformation und basieren auf der Überlegung, dass die Creative Industries aufgrund ihrer ausgeprägten Innovationsrolle ein hohes Potenzial zur aktiven Mitgestaltung der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation haben. Dieses Potenzial soll aktiv genutzt werden, um die gegenwärtigen Krisen und Herausforderungen zu bewältigen und gleichzeitig den Wirtschaftsstandort Österreich zu stärken.

² Siehe <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Die-Kreativwirtschaftsstrategie-fuer-Oesterreich.html>

³ Siehe <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Kreativwirtschaftsbeirat.html>

⁴ Kreativwirtschaftsbeirat (Hrsg., 2022): Vierter Fortschrittsbericht. S. 34-39.

Fokus und inhaltliche Ausrichtung der beiden Dokumente sind nachfolgend gegenübergestellt.

Strategie 2016



Innovationsprogramm 2030



Fokus:

- Wettbewerbsfähigkeit
- Positive Crossover-Effekte
- Kreativwirtschaftsbasierte Innovation
- Internationalität

Inhalt:

Ziele

- Stärkung des österreichischen Innovationssystems
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Kreativwirtschaft
- Stärkung der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftsbranchen
- Stärkung der internationalen Reputation Österreichs als kreatives Kultur- und Innovationsland

Handlungsfelder

- Unternehmerische Kompetenz stärken
- Standortbedingungen für Kreativunternehmen verbessern
- Kreativwirtschaftlichen Nachwuchs fördern
- Internationalisierung der Kreativunternehmen unterstützen
- Transformationspotenzial kommunizieren und sichtbar machen
- Anreize für Crossover-Effekte verstärken
- Innovations-Know-How der Kreativschaffenden gezielt stärken
- Zugang zu Finanzierung und Risikokapital verbessern

- Ausrichtung der Innovationsaktivitäten an Impact und Missionen
- Skalierung von transformativen Innovationen

Programmziele

- Stärkung der Creative Industries als aktive Mitgestalterinnen der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation
- Stärkung der Innovationsrolle der Creative Industries bei der Entwicklung und Skalierung von transformativen Innovationen

Handlungsfelder

- Kompetenzen erweitern
- Partnerschaften ausbauen
- Internationalisierung verstärken
- Märkte erschließen
- Rahmenbedingungen schaffen

Tab. 1 Gegenüberstellung Kreativwirtschaftsstrategie 2016 und Innovationsprogramm 2030

In diesem Dokument wird der Begriff „Creative Industries“ anstelle von „Kreativwirtschaft“ verwendet, um der dynamischen Entwicklung der Branche in den letzten zehn Jahren auch sprachlich gerecht zu werden und um an international verwendete Begrifflichkeiten anzuschließen.

Da die Creative Industries selbst hochinnovativ und Treiber bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sind, entwickeln sich auch die Berufsgruppen dynamisch weiter.

Zum Begriff „Creative Industries“:

Der hier verwendete Begriff „Creative Industries“ umfasst erwerbsorientierte Unternehmen, die sich mit der Schaffung, Produktion, und (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern sowie Dienstleistungen beschäftigen. Dabei nutzen sie neue Technologien sowie Ergebnisse aus der Forschung und schaffen ständig neuen Content. Neben den zehn Kernbereichen (siehe unten) schließt der Begriff „Creative Industries“ alle Unternehmen mit einer hohen Kreativintensität, d.h. mit einem hohen Kreativanteil im Geschäftsmodell, mit ein⁵.

Die 10 Kernbereiche der Creative Industries sind:

Architektur



Musikwirtschaft

Buch und
Verlagswesen



Radio und TV

Design



Software und
Games

Film und
Fotografie



Werbung

Markt für
darstellende Kunst



Bibliotheken, Museen
sowie botanische und
zoologische Gärten

⁵ Siehe Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, S 35 ff
Schwerpunkt Crossover-Effekte und Innovation - Kreativwirtschaft.at

Wertewandel im Innovationsökosystem

Die globalen Krisen werfen neue Herausforderungen für die Zukunft und die Innovationspolitik auf. Die Creative Industries sind Teil des Innovationsökosystems und als solche selbst vom Wertewandel im Innovationsökosystem betroffen. Dieser zeigt sich in der Verschiebung der Prioritäten und in der Verlagerung des Augenmerks von Innovation an sich auf Innovation *wofür*. Es ist nicht mehr allein entscheidend, dass Neuerungen per se stattfinden, vielmehr steht heute die Absicht im Mittelpunkt, mit einem Innovationsvorhaben positive Ziele und Zustandsveränderungen zu erreichen, die wiederum die Wettbewerbsfähigkeit steigern und das Wirtschaftswachstum fördern. Dieser positive Mehrwert von Innovationen wird auch als *Impact* bezeichnet. Umwelt- und Klimaschutz, die Bewältigung gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Herausforderungen sowie die Stärkung der europäischen Identität sind zentrale Zielwerte im Innovationsökosystem geworden.

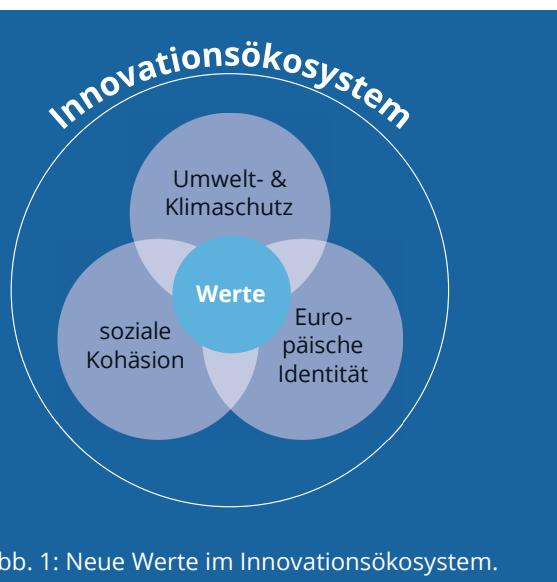


Abb. 1: Neue Werte im Innovationsökosystem.

Umwelt- und Klimaschutz sowie **soziale Kohäsion** sind Werte im Sinne der Sustainable Development Goals (SDGs)⁶ der Vereinten Nationen sowie des Green Deal⁷ und des Neuen Europäischen Bauhauses⁸ der Europäischen Kommission zur Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen des Menschen und des sozialen Friedens. Seit die Auswirkungen des Klimawandels für die Menschen in Österreich direkt erlebbar sind und die Auseinandersetzungen mit den multiplen Krisen (Corona, Energiekrise, Teuerung, Verteilung von Ressourcen) den Zusammenhalt in der Gesellschaft gefährden, sind diese Werte im Innovationsökosystem immer bedeutender geworden.

⁶ United Nations (2015): [The 17 goals](#).

⁷ European Commission (2019): A Europe Green Deal. Striving to be the first climate-neutral continent. Siehe https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

⁸ Europäische Kommission (2021): New European Bauhaus. Siehe https://new-european-bauhaus.europa.eu/about/delivery_de

Die neue geopolitische Situation hat die Abhängigkeiten europäischer Unternehmen von Rohstoff- und Komponentenzulieferungen aus anderen Kontinenten sichtbar gemacht und einen Bewusstseinswandel eingeleitet. Globale Lieferketten werden aufgrund ihrer Risikobehaftung hinterfragt. Mehr Resilienz, Unabhängigkeit und Wettbewerbsfähigkeit sind aktuelle wirtschaftspolitische Ziele.

Der zweite Faktor, der zu einer Hinwendung nach Europa führt, ist die rasante Digitalisierung, angetrieben von der Durchdringung vieler Lebens- und Wirtschaftsbereiche mit Künstlicher Intelligenz. Sie wird die wirtschaftliche Logik von Unternehmen, aber auch ganzer Branchen und Märkte drastisch verändern. Verbunden mit der damit einhergehenden Sorge um Datenhoheit und Vertrauenswürdigkeit, werden von vielen Expertinnen und Experten, aber auch von Nutzerrinnen und Nutzern ein europäisch gestalteter Weg der Digitalisierung und eigene definierte Standards favorisiert, um die digitale Souveränität Europas zu sichern⁹. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen ist die Erhaltung und Weiterentwicklung der **europäischen Identität** mit klarem Bekenntnis zu Demokratie, Freiheit und Menschenrechte zu einem neuen Wert im Innovationsökosystem geworden.

Zum Begriff Innovation:

lat. innovare, „Neuerung“ oder „Erneuerung“

Der Begriff Innovation bezieht sich in dieser Arbeitsgrundlage auf Neuerungen aller Art, die im Sektor der Creative Industries initiiert oder geschaffen werden und die eine konkrete Impact-Mission verfolgen, d.h. aktiv zur ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation (Triple Transition) beitragen.

Gemeint ist ein breiter, inklusiver Innovationsbegriff, der alle Innovationstypen umfasst, wie z.B. kreative, soziale, gesellschaftliche, technologische und nicht-technologische, organisationale, institutionelle, branchenbezogene und Geschäftsfeldinnovationen.

Zum Begriff Impact:

Der Begriff Impact bezeichnet einen hohen gesellschaftlichen Mehrwert eines Innovationsvorhabens, der sich durch eine große Reichweite und/oder Tiefe der Auswirkungen auf eine betroffene Personengruppe ausweist. Der Mehrwert besteht darin, dass ein spezifisches Problem, das eine definierte Personengruppe in ihrer Lebensführung oder Unternehmen in ihrem wirtschaftlichen Handeln betrifft, gezielt gelindert oder gelöst wird.

Der Impactbegriff wird hier im umfassenden Sinn verwendet. Er umfasst positive Auswirkungen im umweltbezogenen, gesellschaftlichen und sozialen Kontext ebenso wie positive Auswirkungen auf Unternehmen, Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden, Nutzerinnen und Nutzer von Produkten und Dienstleistungen.

Wird eine spezifische Impact-Intention bei Start eines Innovationsvorhabens festgelegt, handelt es sich um missionsorientierte Innovation.

⁹ Europäische Kommission (2022): Europas digitale Dekade: digitale Ziele für 2030. Siehe https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europees-digital-decade-digital-targets-2030_de

Die europäische Identität wurzelt im kulturellen Erbe, das eng mit den Creative Industries verflochten ist und in einer dynamischen Beziehung steht, die zur kulturellen Vielfalt und kreativen Entwicklung der europäischen Gesellschaft und Wirtschaft beiträgt. Insofern spielen die Creative Industries eine wichtige identitätsstiftende Rolle im europäischen Innovationsökosystem, indem Kultur und Innovation verknüpft und neue, wirtschaftliche Werte geschaffen werden.

Dieses Wertefundament im Innovationsökosystem ist die Grundlage dafür, dass Einzelaktivitäten im Innovationskontext eine gemeinsame Ausrichtung erfahren, hin zu sozio-ökonomischer Nachhaltigkeit und vertrauenswürdiger Digitalisierung. Es bildet die Klammer für missionsorientierte Innovationen, die den Anspruch haben, gesellschaftliche Herausforderungen zu adressieren und Problem-minderungen oder -lösungen herbeizuführen, die Umweltschutz und Generationengerechtigkeit, gesellschaftliche Verantwortung und wirtschaftliche Prosperität gleichermaßen gewährleisten. Missionsorientierte Innovationen sind ein Hebel für die ökologische, gesellschaftliche und digitale Transformation, dem Systemwandel mit tiefgreifenden Änderungen der Lebens- und Wirtschaftsweisen zur langfristigen Sicherung des Wohlstands.

Die **ökologische, gesellschaftliche und digitale Transformation**, auch „**Triple Transition**“¹⁰, bezeichnet den grundlegenden strukturellen Wandel der Gesellschafts- und Wirtschaftssysteme. Sie ist kein Automatismus, sondern eine gemeinschaftliche Gestaltungsaufgabe zur zukunftsfähigen Absicherung des Wirtschaftsstandorts. Denn viele Unternehmen stehen vor der Notwendigkeit sich zu transformieren, um mit den sich wandelnden Märkten, neuen Technologien und Kundenbedürfnissen Schritt zu halten. Darüber hinaus erhöhen aktuelle Herausforderungen wie gestiegene Energiepreise, hohe CO₂-Emissionen in der Wertschöpfungskette und ein steigender Personalbedarf den Transformationsdruck.

Impact- und missionsorientierte Innovationen sind **wichtige Treiber für intentionale, strategische Transformationsprozesse** in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Creative Industries können mit ihren Ideen und ihrem spezifischen Know-How einen wesentlichen Beitrag zur erfolgreichen Gestaltung der Transformationsprozesse leisten und Unternehmen dabei unterstützen, in diesem Strukturwandel wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies kann gelingen, wenn die Transformation als **Chance für Neugründungen** wahrgenommen wird bzw. bestehende Unternehmen ihre Geschäftsmodelle und Wirtschaftsbeziehungen neu ausrichten, dabei gleichzeitig resilenter werden und ihre **Wettbewerbsfähigkeit stärken**.

Ebenso sind die **Creative Industries** selbst dem transformativen Strukturwandel unterzogen. Insbesondere die neuen digitalen Technologien und Künstliche Intelligenz eröffnen zwar neue Möglichkeiten, können aber auch Arbeitsplätze verdrängen und traditionelle Geschäftsmodelle obsolet machen. Aktuell setzen sich viele Vertreterinnen und Vertreter der Creative Industries intensiv mit den **Potenzialen und Herausforderungen von Künstlicher Intelligenz für die Branche** auseinander, um Antworten dafür zu finden, wie der für manche Kernbereiche der Creative Industries disruptive Strukturwandel bewältigt werden kann. Hier braucht es Lösungsansätze, wie sich die Creative Industries **in dieser Phase des Umbruchs erfolgreich positionieren und entwickeln** und **neue Markt- und Wachstumschancen** nutzen können.

¹⁰ Siehe auch https://eit-culture-creativity.eu/wp-content/uploads/2023/04/Calls-for-Proposals-2023_Version-2.0.pdf

Die transformative Gestaltungskraft der Creative Industries

Impact-orientierte Innovationen sind komplex, weil sie die Wirkung und Folgen einer Neuerung mit in den Blick nehmen, und brauchen die Zusammenarbeit unterschiedlicher Innovationspartnerinnen und -partner im Ökosystem. Die Creative Industries gestalten einerseits den transformativen Systemwandel in der Gesamtwirtschaft aktiv mit und stehen andererseits auch selbst vor den Herausforderungen der Triple Transition¹¹. Ihre Gestaltungskraft schöpft sich aus den spezifischen Mindset-Eigenschaften und vier besonderen Beiträgen zu systemischer Transformation, von denen Unternehmen und Wissenschaft als maßgebliche Innovationsakteurinnen und -akteure profitieren. Diese werden im Folgenden beschrieben:

Stimulierung von Aufbruchsbereitschaft

Kreative Arbeitsprozesse beginnen mit Vision, Fantasie und Imagination. Die Akteurinnen und Akteure der Creative Industries sind wie kaum andere Innovatorinnen und Innovatoren darin geübt, Neues zu denken, ohne sich durch Konventionen, soziale Normen oder das vermeintlich Unmögliche einschränken zu lassen. Ihre **Visionskraft** und Fähigkeit, **bestehende Ordnungen zu hinterfragen oder neu anzurufen**, verbunden mit einem ausgeprägten Sensorium Nischen und Chancen zu erkennen, macht die Creative Industries zu Entdeckerinnen von neuen Möglichkeitsräumen, die sie mit Ideen und Lösungen von hohem Novitätsgrad bespielen.

Positive Konnotation von Veränderung

Die Transformation hin zur klimaneutralen Gesellschaft und Wirtschaft, welche intelligente Technologien in fairer Weise einsetzt, ist von großen Ängsten vor Veränderung begleitet, ob in Unternehmen, in öffentlichen Bereichen und bei Bürgerinnen und Bürgern. Um diese Ängste zu nehmen und in positive Handlungsenergie zu kanalisiieren, braucht es neue sinnstiftende Erzählungen über eine gemeinsame Zukunft, die Orientierung geben und die positiven Konsequenzen von nachhaltigen Handlungen erlebbar machen, Emotion und Sinnhaftigkeit erzeugen, einen Bezug zur eigenen Lebensrealität herstellen und ein Gemeinschaftsgefühl vermitteln. Solche Erzählungen, sogenannte **Narrative**, vermögen soziale Normen aufzubrechen, die aktuell noch klimaschädigendes, nicht-nachhaltiges Verhalten begünstigen. Neue, kulturell gespeiste Narrative sind der

¹¹ Die Creative Industries sind eines der 14 industriellen Ökosysteme in der Europäischen Industriestrategie der Europäischen Kommission (2020), die den Übergang zu einer ökologischeren und digitaleren EU-Industrie unterstützen sollen. Siehe https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_de

Schlüssel für die Umgestaltung der Verhaltensweisen und Lebensgewohnheiten. Mit dem Know-How ausgestattet, Narrative zu entwickeln, nehmen die Creative Industries eine Schlüsselrolle bei der Aufbereitung des Bodens für Transformationsprozesse ein.

Experimentelle und ergebnisoffene Suchprozesse

Die heutigen ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen sind vielschichtige, sich überlagernde Krisensituationen, gekennzeichnet durch Unsicherheit und Mehrdeutigkeit. Die Creative Industries akzeptieren Komplexität, Widersprüche und Paradoxien als wesentlichen, durchaus interessanten Teil unserer Lebensrealität und arbeiten mit einer explorativ-spontanen Herangehensweise an Entwürfen und Prototypen. Die Offenheit und Freiheit, risikobehaftet zu experimentieren, Unsicherheiten auszuhalten und Fehler und Scheitern zuzulassen, sind Voraussetzung für Lernprozesse und Weiterentwicklungen zum Besseren. Die großen Transformationen, vor denen die Gesellschaft und Wirtschaft heute stehen, brauchen diese **Impulse aus der spielerischen, kreativen Natur des Menschen** als Homo Ludens.

Systemische und Mensch-zentrierte Lösungen

Die Creative Industries arbeiten bei der Suche nach Lösungen immer **menschenzentriert**, d.h. die künftigen Nutzerinnen und Nutzer mit ihren spezifischen Eigenschaften, Vorstellungen und Bedürfnissen stehen im Mittelpunkt der Überlegungen. Mit einem hohen Maß an Empathie antizipieren Kreativschaffende noch im Innovationsprozess die spätere Nutzung, die Kundenreaktion sowie die Qualität und den Grad der Bedürfniserfüllung durch ihre Kreationen. Die Orientierung an der Lebensdienlichkeit, dem Gedeihen eines guten Lebens ist auch ein Ziel der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation. Auch hier müssen Innovationsprozesse **multiperspektivisch** unter Berücksichtigung der Interessensvielfalt bei gesellschaftlichen Themen geplant werden, weil Transformationsschritte nur gelingen, wenn sie eine **hohe Akzeptanz in der Gesellschaft** finden.

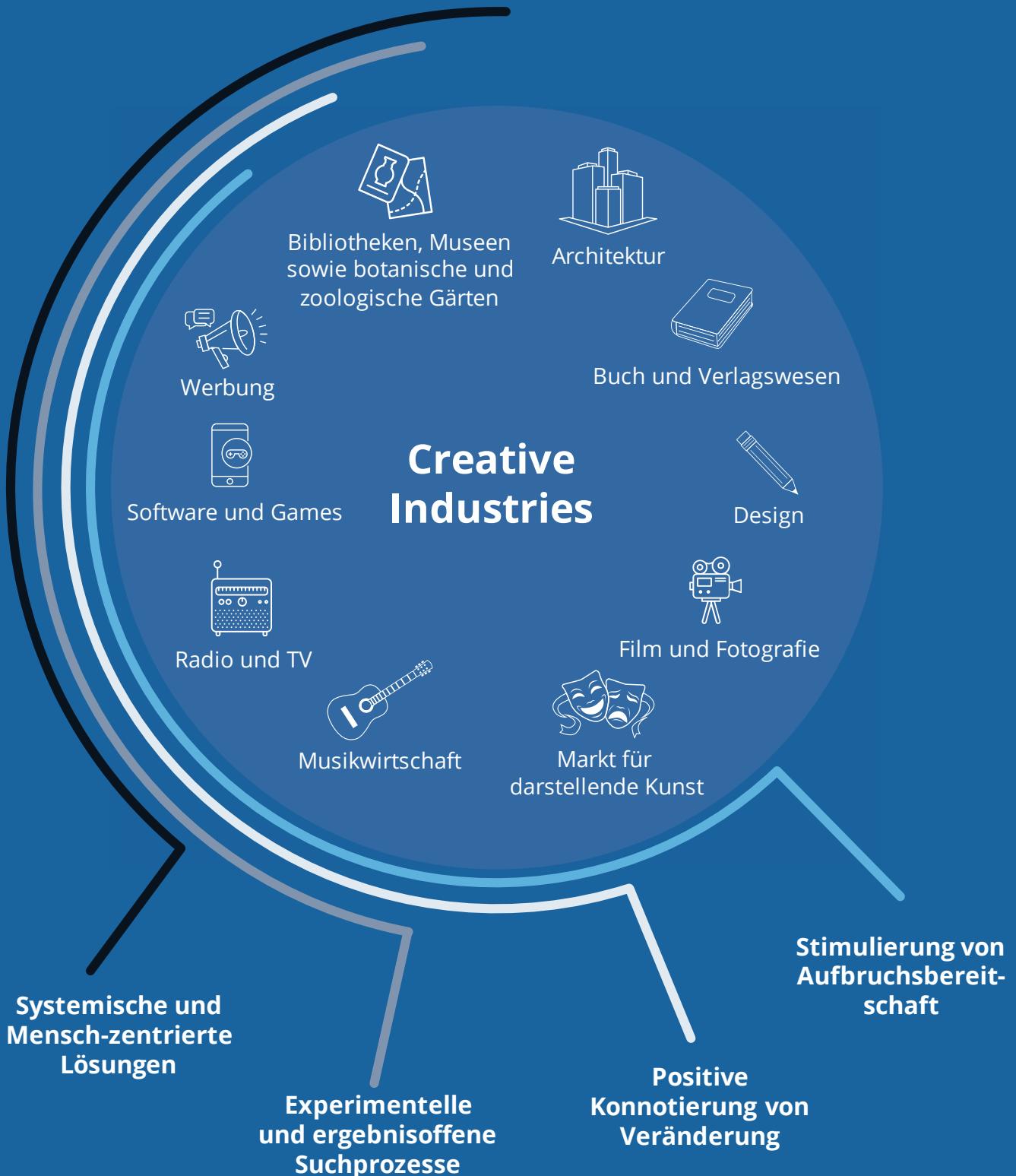


Abb. 2: Beiträge der Creative Industries zur Transformation.

Creative Industries Österreich 2030

Neuer Schwerpunkt Innovation und Transformation

Die Creative Industries Österreich haben sich in den letzten 20 Jahren im Innovationsökosystem etabliert und sind heute anerkannte Player in Innovationsprozessen. Aufgrund der frühen Leistung der Innovationspolitik, die österreichischen Creative Industries als Innovationsmotor zu unterstützen, nehmen sie international eine Vorreiterrolle ein und genießen Vorbildcharakter. Auf diesem Fundament aufbauend, soll der **Fokus der weiteren Entwicklung des Sektors** darauf gelegt werden, seine Innovationsenergie weiter zu stärken und als Hebel für Triple Transitions in Europa zu nutzen, um Ziele in den Bereichen Umwelt- und Klimaschutz, gesellschaftlicher Stabilität und Stärkung des Wirtschaftsstandorts Österreich zu erreichen. **Durch die spezifischen Beiträge der Creative Industries soll es gelingen, Transformationsprozesse in Wirtschaft und Gesellschaft zu mobilisieren und verstärkt umzusetzen.**

Die Creative Industries können die ökologische, gesellschaftliche und digitale Transformation aktiv mitgestalten, indem sie einerseits verstärkt ihre Innovationsaktivitäten an Impact und Missionen orientieren und andererseits eine möglichst hohe Skalierung ihrer transformativen Innovationsleistungen und -wirkungen anstreben.

Fokus: Ausrichtung der Innovationsaktivitäten an Impact und Missionen

Die Ausrichtung der Innovationsaktivitäten an Mission und Impact regt Unternehmen der Creative Industries dazu an, nachhaltige Lösungen zu entwickeln und die Auswirkungen ihres Handelns auf die Zukunft zu berücksichtigen. Mit einer klaren Mission werden Wettbewerbsvorteile erzielt, weil immer mehr Kundinnen und Kunden Unternehmen bevorzugen, die im Einklang mit ihren eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen stehen und ähnliche Werte teilen. Insofern unterstützt die Missionsorientierung die eigene Attraktivität für Kundinnen und Kunden, die Kundengewinnung und -bindung.

Fokus: Skalierung von transformativen Innovationen

Indem möglichst hohe Skalierungseffekte von transformativen Innovationen angestrebt werden, wird ihr positiver Einfluss auf eine größere Anzahl von Organisationen und Menschen ausgedehnt und gesellschaftliche Herausforderungen werden effektiver gelöst. Wenn transformative Innovationen erfolgreich skaliert werden, dienen sie als Vorbilder und Inspirationsquellen und ermutigen andere, ähnliche Ansätze zu verfolgen. So kann es kaskadenartig zu einer breiteren Adaption von Innovationspraktiken kommen, die wiederum zu einer beschleunigten Lösung großer wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen.

Zielgruppen

Die nachfolgenden Ziele und Handlungsfelder zur Mitgestaltung der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation verstehen sich als Angebot an jene Akteurinnen und Akteure der Creative Industries in Österreich, die bereits hochinnovativ und impact-orientiert arbeiten, als auch an jene, die ihr Innovationspotenzial entfalten und gesellschaftlichen Nutzen erzielen wollen. Außerdem werden innovations- und transformationsinteressierte Unternehmen adressiert, die in Zusammenarbeit mit den Creative Industries Innovationen im Sinne der Triple Transition vorantreiben wollen.

Eine wichtige Aufgabe besteht darin, diese Zielgruppen einzubinden und stärker mit der Wirtschaft, Forschung, Bildung und dem öffentlichen Sektor zu vernetzen, etwa im Zuge der Schaffung neuer Partnerschaften und innovativer Ökosysteme.

Die Umsetzung der Ziele und Handlungsfelder wird vom BMAW und der WKÖ gesteuert.

Zielsetzungen

Die nachfolgenden Ziele unterstützen die neue strategische Ausrichtung der Creative Industries an Innovation und Transformation.

Stärkung der Creative Industries als aktive Mitgestalterinnen der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation

Durch die verstärkte Beteiligung an der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation nutzen die Creative Industries ihr Potenzial und die Möglichkeit, positiven Wandel zu gestalten und eine wichtige Rolle bei der Bewältigung der gegenwärtigen Herausforderungen zu spielen. Vor allem aber nutzen sie wirtschaftliche Chancen, passen sich mit neuen Angeboten an den unausweichlichen Wandel an und bleiben so relevant, zukunftsorientiert und wettbewerbsfähig.

Stärkung der Innovationsrolle der Creative Industries bei der Entwicklung und Skalierung von transformativen Innovationen

Die Creative Industries Österreich zeichnen sich durch Innovationskraft und die Kompetenz, mit kreativen Ansätzen innovative Lösungen zu entwickeln, aus. Mit der Stärkung dieser Innovationsrolle im Kontext der Triple Transition gestalten die Creative Industries nicht nur eine nachhaltige Zukunft, sondern erarbeiten für sich und ihre Kundinnen und Kunden aus der Wirtschaft Konkurrenzvorteile, eine bessere Position in ihrem Marktsegment, sowohl national als auch international, und erhöhen auch die eigene Attraktivität als Arbeitgebende.

Creative Industries Österreich 2030

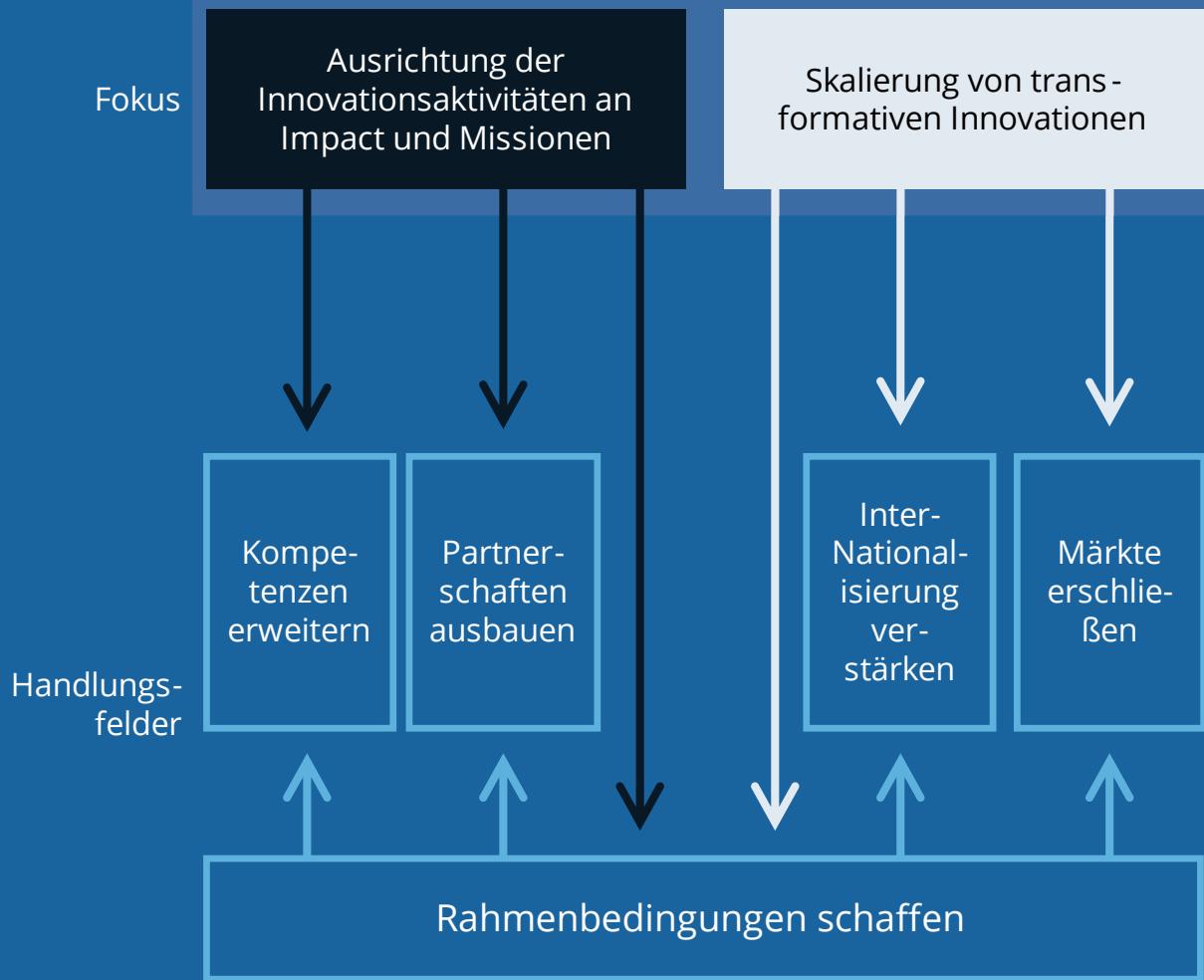


Abb. 3: Neuer Fokus und neue Handlungsfelder.

Handlungsfelder

Zur strategischen Weiterentwicklung der Creative Industries gemäß der neuen Schwerpunktsetzung werden fünf Handlungsfelder vorgeschlagen.

Handlungsfeld: Kompetenzen erweitern

Die Creative Industries entwickeln ihre Kompetenzträgerschaft im Bereich Triple Transition weiter und stärken ihr Empowerment, Lösungen für den transformativen Wandel von Wirtschaft und Gesellschaft zu erarbeiten. Wichtige Kompetenzfelder der Zukunft sind Nachhaltigkeitsmodelle und -konzepte, grüne und digitale Technologien, wie KI, Blockchain und Augmented Reality und vertrauenswürdige Anwendungen, die Skalierung innovativer Lösungen oder die vorausschauende Reflexion der Wirkungen und Folgen von Innovationen auf die Wirtschaft und Gesellschaft¹². Bei der Entwicklung von entsprechenden Angeboten und Maßnahmen ist auf eine Balance zwischen kognitiv – emotional und analog – digital zu achten, um der Denk- und Arbeitsweise des Sektors zu entsprechen.

Handlungsfeld: Partnerschaften ausbauen

Die Creative Industries stärken ihre Teilhabe an transformativen Innovationsprozessen als Wissensgeberinnen, Initiatorinnen, Kollaboratorinnen und Moderatorinnen. Dafür intensivieren sie den Wissensaustausch und die Kommunikation interdisziplinär und mit den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren aus den Unternehmen, der Industrie und Non-Profit-Bereichen, der Wissenschaft, Forschung und Verwaltung¹³. Der Aus- und Aufbau von Innovationspartnerschaften erfolgt unter dem Aspekt der Missionsorientierung und Transformationsrelevanz. Eine nähere Anbindung wird zum Bereich der angewandten Forschung und Entwicklung angestrebt, um bereits in den Frühphasen von Innovationsprozessen kreativ-strategischen Input zu leisten und eine höhere Verwertung von Forschungsergebnissen zum Nutzen für die Gesellschaft und Wirtschaft zu unterstützen.

Handlungsfeld: Internationalisierung verstärken

Mittels strategischer Internationalisierung vergrößern die Creative Industries ihren Möglichkeitsraum für impact-orientierte Innovationsvorhaben. Sie profitieren vom grenzüberschreitenden Austausch mit Kolleginnen und Kollegen, die ein ähnliches Selbstverständnis ihrer Rolle im Transforma-

¹² Ein Beispiel ist spekulatives Design, das mögliche Zukünfte an konkreten Modellen und deren Ausarbeitungen aufscheinen lässt, erfahr- und nutzbar macht und auf diese Weise politische Zusammenhänge mitbetont.

¹³ Die Integration des Wissensdreiecks (EIT Knowledge Triangle) umfasst die Zusammenarbeit zwischen Forschung, Bildung und Wirtschaft als wichtige Triebkraft für die Entwicklung einer wissensbasierten Gesellschaft und Ermöglichung wirtschaftlichen Wachstums.

tionsprozess haben, von internationalen Netzwerken und globalen Innovationsplattformen und entwickeln sich durch Inspiration, Wissenstransfer, Weiterbildung, konkrete Business-Kooperation, neue Geschäftsmodelle und Skalierungseffekte laufend weiter. Auf europäischer Ebene nutzen die Creative Industries die Vernetzungsmöglichkeiten, die das neue EIT Culture & Creativity und sein Co-Location Centre South East & Alps mit Sitz in Wien anbieten¹⁴.

Handlungsfeld: Märkte erschließen

Die Creative Industries partizipieren an den neuen Zukunftsmärkten, die sich im Zuge der Triple Transition ergeben, indem sie entweder ihre kreativen Leistungen in diese Märkte einbringen oder mit ihren Innovationen selbst neue Märkte schaffen.¹⁵ Es können Startups mit hoher Kreativintensität entstehen. Gleichzeitig nutzen die Creative Industries die Chancen, die sich innerhalb des eigenen Sektors im Zuge von Ökologisierung und Digitalisierung eröffnen. Da Markterschließung und Innovation in einem symbiotischen Verhältnis zueinander stehen - die erfolgreiche Markterschließung erfordert innovative Ansätze und Lösungen während Innovationen selbst den Weg für neue Markterschließungsmöglichkeiten ebnen – bauen die Creative Industries ihre Innovationsrolle laufend aus und profilieren sich mit Lösungskompetenz.

Handlungsfeld: Rahmenbedingungen schaffen

Um die Innovationsrolle der Creative Industries im Kontext der ökologischen, gesellschaftlichen und digitalen Transformation zu stärken, sind unterstützende Rahmenbedingungen zu schaffen. Diese wirken als Katalysator für die vier zuvor beschriebenen Handlungsfelder und fördern:

- die Bewusstseinsbildung und zielgruppenadäquate Kommunikation zu den Themen Innovation und Transformation
- den niederschweligen Zugang und Vermittlungsformate zu innovationsrelevanten Themen, Fachwissen, Forschungsergebnisse, Wissen und Verständnis über andere Wirtschaftszweige sowie über Nachhaltigkeitskonzepte und -modelle, vertrauenswürdige und verantwortungsvolle Digitalisierung
- die Anbahnung und den Aufbau von inter-, multi- und transdisziplinären sowie branchenübergreifenden Innovationspartnerschaften mit den verschiedenen Akteursgruppen
- die Purpose- und Output-geleitete Vernetzung auf regionaler, überregionaler, europäischer, pan-europäischer und internationaler Ebene
- die Entwicklung von Markterschließungsstrategien für ökologische, gesellschaftliche und digitale Wachstumsmärkte

¹⁴ Im Rahmen der Internationalisierungsoffensive go-international gibt es einen eigenen Schwerpunktbereich Creative Industries, der von der Außenwirtschaft Austria der WKÖ umgesetzt wird.

¹⁵ Ein Beispiel sind Regenerative Systeme und Geschäftsmodelle wie Sharing Economy, Circular Economy und lokale Produktion sowie die Verbindung von Künstlicher Intelligenz und Robotik etwa durch den Einsatz von KI-gestützten Design-Tools und Robotik in kreativen Prozessen.

- die Schaffung neuer Experimentierräume im Sinne einer mutigen Risikokultur, die Scheitern und Lernprozesse zulassen
- den Aufbau einer fundierten Wissensbasis zur Entwicklung und Dynamik der Creative Industries Österreich als Grundlage für weitere, evidenzbasierte Initiativen zur Stärkung der Innovations- und Transformationskraft des Sektors.

Der Weg zum Innovationsprogramm 2030

Die Arbeit an den Zielen und Handlungsfeldern des Innovationsprogramms 2030 für die Creative Industries Österreich startete Ende März 2023 im Auftrag des BMAW und in Zusammenarbeit mit der WKÖ unter der Prozessbegleitung und Redaktion durch winnovation consulting gmbh.

Von April bis Mai wurde in einer Online-Kollaboration zwischen den Mitgliedern des Kreativwirtschaftsbeirats, den Umsetzungspartnerinnen in der KAT und in der AWS sowie Expertinnen der WKÖ eine erste Themensammlung erstellt.

Die verschiedenen Beiträge wurden thematisch strukturiert und bildeten die erste inhaltliche Grundlage für neue Handlungsfelder, die in einem Co-Creation-Workshop am 5. Juni 2023 mit 17 Teilnehmerinnen und Teilnehmern diskutiert wurden.

Anhand der Workshop-Ergebnisse wurde eine Rohfassung zu den Zielen und Handlungsfeldern erarbeitet und in zwei schriftlichen Feedbackrunden mit den Prozessbeteiligten abgestimmt.

Die Inputgeberinnen und -geber in der Online-Kollaborationsphase: Stefan Buchinger, Bernd Fesel, Michaela Gutmann, Karin Haager, Christina Koch, Theresia Kohlmayr, Michael Lanz, Gertraud Leimüller, Reanne Leuning, Christopher Lindinger, Barbara Lippe, Hannah Lux, Brigitte Ömer-Rieder, Gisa Schosswohl, Eberhard Schrempf, Tanja Spennlingwimmer, Gerin Trautenberger

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Co-Creation-Workshop am 5. Juni 2023: Stefan Buchinger, Alexander Diesenreiter, Kai Erenli, Michaela Gutmann, Karin Haager, Bianca Kahr, Kambis Kohansal-Vajargah, Michael Lanz, Gertraud Leimüller, Reanne Leuning, Elisabeth Noever-Ginthör, Brigitte Ömer-Rieder, Sabrina Oswald, Sigi Ramoser, Georg Russegger, Gisa Schosswohl, Eberhard Schrempf

Der kollaborative Prozess wurde im September 2023 abgeschlossen. BMAW und WKÖ haben 2024 eine konsolidierte Fassung des Innovationsprogramms 2030 erstellt, welche die gemeinsame Position und Herangehensweise widerspiegeln und wollen gemeinsam auf die erarbeiteten Ziele hinwirken.

Umsetzung

Die vorliegenden **Ziele und Handlungsfelder des Innovationsprogramm 2030 für die Creative Industries Österreich** zeigen auf, wie die Akteurinnen und Akteure der Branche mit ihren Innovationsleistungen auf die ökologische, gesellschaftliche und digitale Transformation Einfluss nehmen und diese mitgestalten können. Kreativschaffende haben aufgrund ihrer Kompetenzen, Fähigkeiten, Denk- und Arbeitsweisen die besten Voraussetzungen dafür, in den beschriebenen Aktionsfeldern aktiv zu sein. **In Anbetracht der Schwere der gegenwärtigen Herausforderungen kann auf das Leistungspotenzial der Creative Industries zur Krisenbewältigung nicht verzichtet werden.**

Zur Umsetzung der Ziele und Handlungsfelder **des Innovationsprogramms Kreativwirtschaft 2030** für die Creative Industries in Österreich arbeitet das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) mit der **Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft GmbH (AWS)** und der **Kreativwirtschaft Austria (AWS)** zusammen. Von der Austria Wirtschaftsservice werden **monetäre Förderungen** mit den Programmen aws preseed innovative solutions und aws seedfinancing innovative solutions vergeben, die auch für Projekte im Kreativwirtschaftsbereich offen sind. Die Kreativwirtschaft Austria, eine Arbeitsgemeinschaft mit Sitz in der Wirtschaftskammer Österreich, unterstützt die Creative Industries mit **Innovationsservices und Open Innovation Formaten**, finanziert u.a. mit Mitteln des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft.

Der **Kreativwirtschaftsbeirat des BMAW** wird fortgesetzt, um praxisnahen Empfehlungen in die Umsetzung des Innovationsprogramms Kreativwirtschaft 2030 einfließen zu lassen.

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Sektion IV - Wirtschaftsstandort, Innovation und Internationalisierung

Abteilung 3 - Standort und Unternehmensfinanzierung

Stubenring 1, 1010 Wien, Österreich

Redaktion:

Sarah Klaffner, Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Michaela Gutmann, Kreativwirtschaft Austria, Wirtschaftskammer Österreich

Text:

Brigitte Ömer-Rieder, winnovation consulting gmbh

Grafische Gestaltung:

Lena Müller-Kress, winnovation consulting gmbh

Bilder von:

Alexander Grey auf Unsplash

Dieses Dokument ist in gendergerechter Sprache nach den Regeln des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft verfasst.

Wien, September 2024

