

Schwerpunkt Kreativwirtschaft und ihr Markt

Leistungen der Kreativwirtschaft für privatwirtschaftliche Unternehmen

Ergebnisse aus der Studie zum
Sechsten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht

Dr. Bettina Müller

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW)

Expert Network Kreativwirtschaft, Wien, 28. April 2015

Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
der creativ wirtschaft austria



WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

bmwfw
Bundesministerium für
Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

CREATIVWIRTSCHAFT.AT

Fragestellungen

- Welche Art von Kreativleistungen nutzen Unternehmen der österreichischen Privatwirtschaft?
- In welcher Form nutzen die Unternehmen Kreativleistungen?
- Welche Anforderungen stellen sie an die Kreativwirtschaft?
- Welche Probleme sind bei der Nutzung von Kreativleistungen aufgetreten?
- Warum wurden keine Kreativleistungen in Anspruch genommen?

Methodischer Ansatz

- Unternehmensbefragung
- Besonderheit: Berücksichtigung sowohl der Sicht der Kunden als auch der Unternehmen der Kreativwirtschaft
- Zwei repräsentative Befragungen
 - 1. Befragung: privatwirtschaftliche Unternehmen der Hauptkunden-branchen der Kreativwirtschaft (Sachgüterproduktion, Bau/Energie/Entsorgung, Handel/Logistik, Tourismus, unternehmensnahe Dienstleistungen, Kreativwirtschaft)
 - 2. Befragung: Unternehmen der Kreativwirtschaft
- Abgestimmte Fragebögen

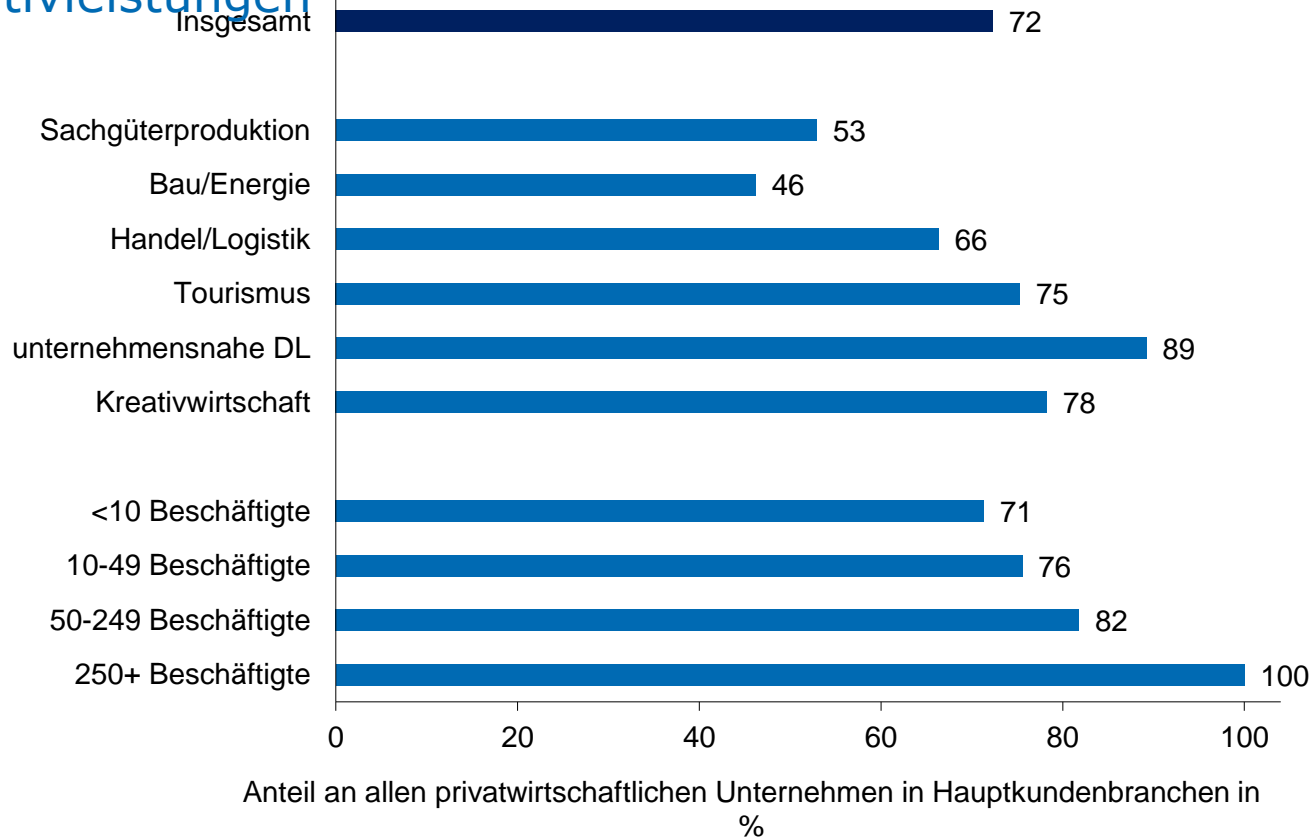
Überblick

1. Nachfrage nach Kreativleistungen
2. Angebot an Kreativleistungen
3. Zusammenkommen von Nachfrage und Angebot von Kreativleistungen
4. Nutzen der Kreativleistungen für die Kunden
5. Zufriedenheit mit Kreativleistungen und Probleme bei der Zusammenarbeit
6. Gründe für den Verzicht auf Nachfrage von Kreativleistungen
7. Wege zu einer stärkeren Nutzung von Kreativleistungen
8. Öffentliche Nachfrage nach Kreativleistungen

1. Nachfrage nach Kreativleistungen

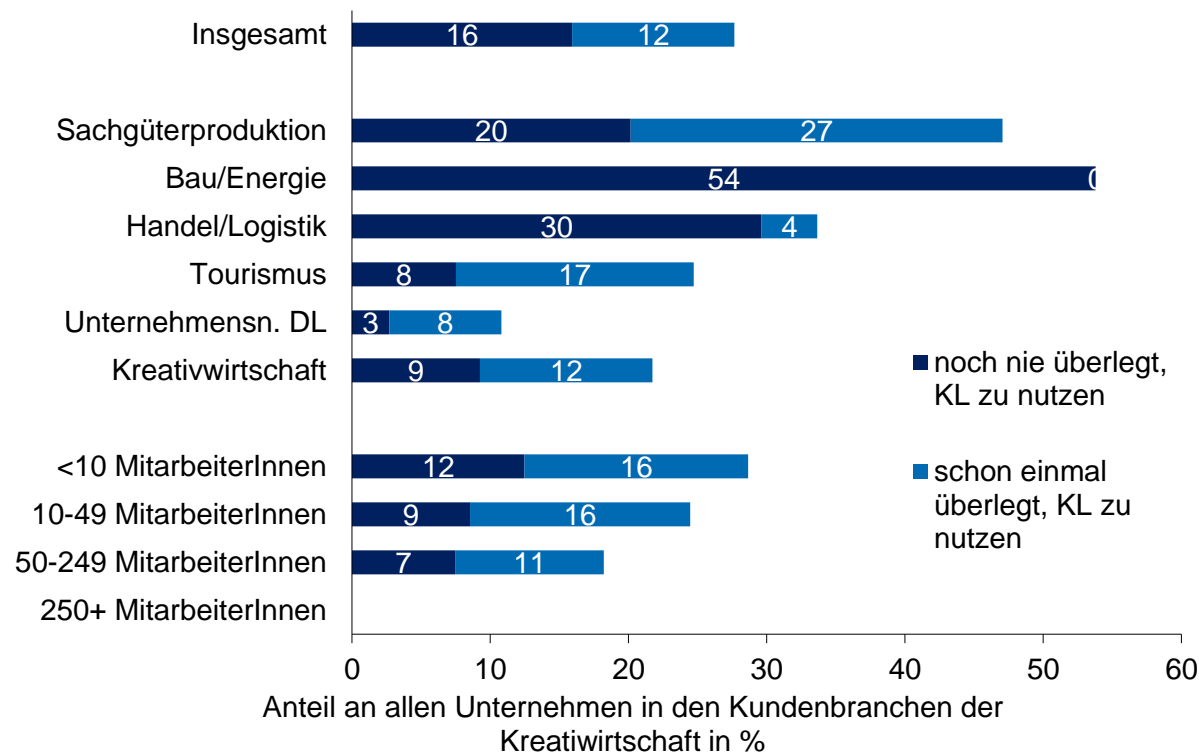
Nachfrage nach Kreativleistungen

- Hoher Anteil der österreichischen Unternehmen nutzt Kreativleistungen



Nachfrage nach Kreativleistungen

- Von den Nichtnutzern hat fast Hälfte (42%) schon mal überlegt, Kreativleistungen zu nutzen.



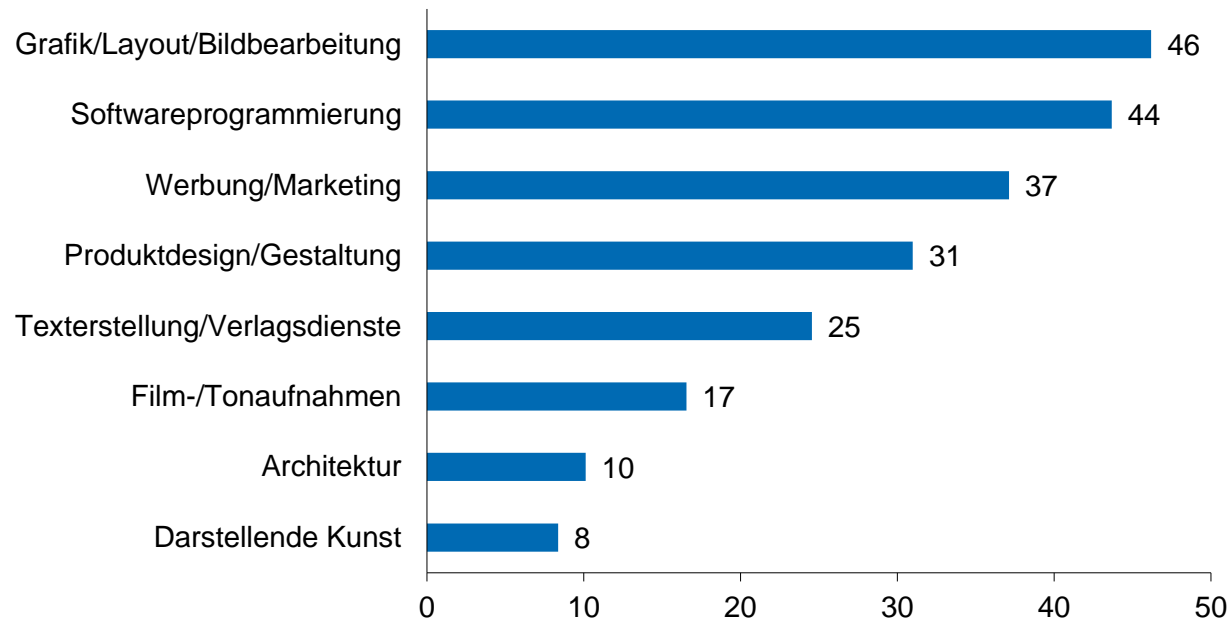
- Nur 16% der Unternehmen in Österreich gehören zu den generellen Nichtnutzern von Kreativleistungen.

Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
 der creativ wirtschaft austria



Nachfrage nach Kreativleistungen

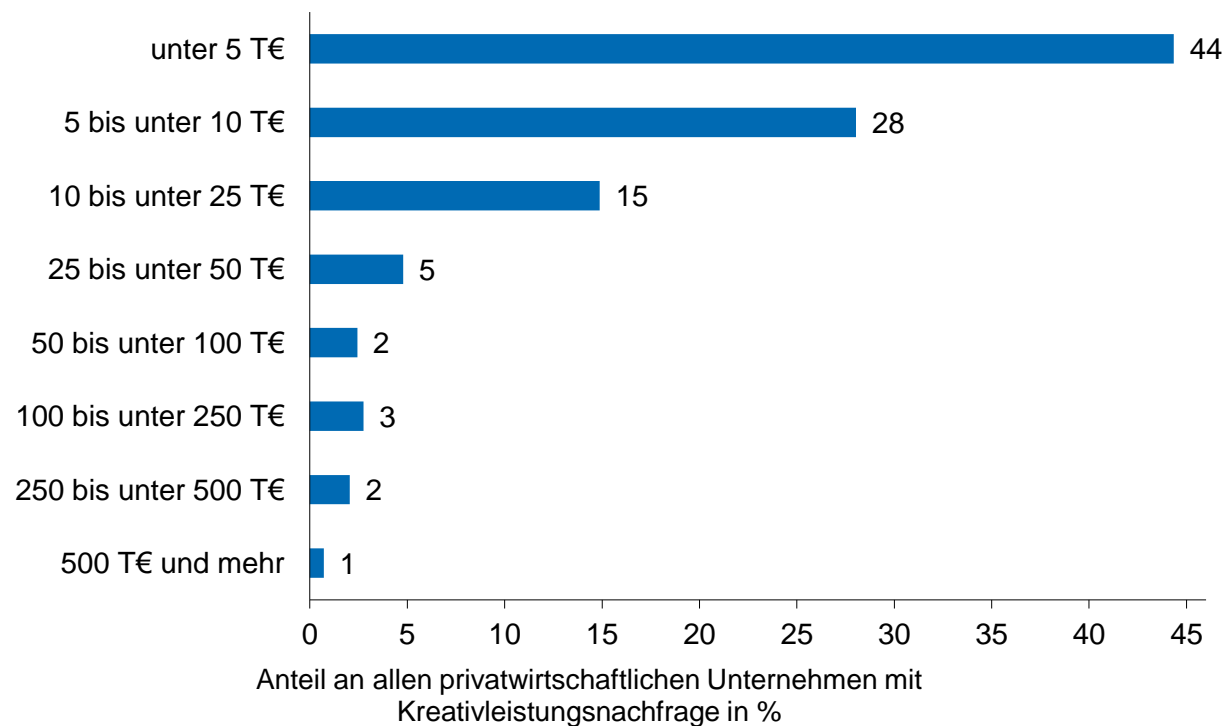
- Grafik/Layout/Bildbearbeitung und Softwareprogrammierung werden am häufigsten nachgefragt



Anteil an allen privatwirtschaftlichen Unternehmen in
 Hauptkundenbranchen in %

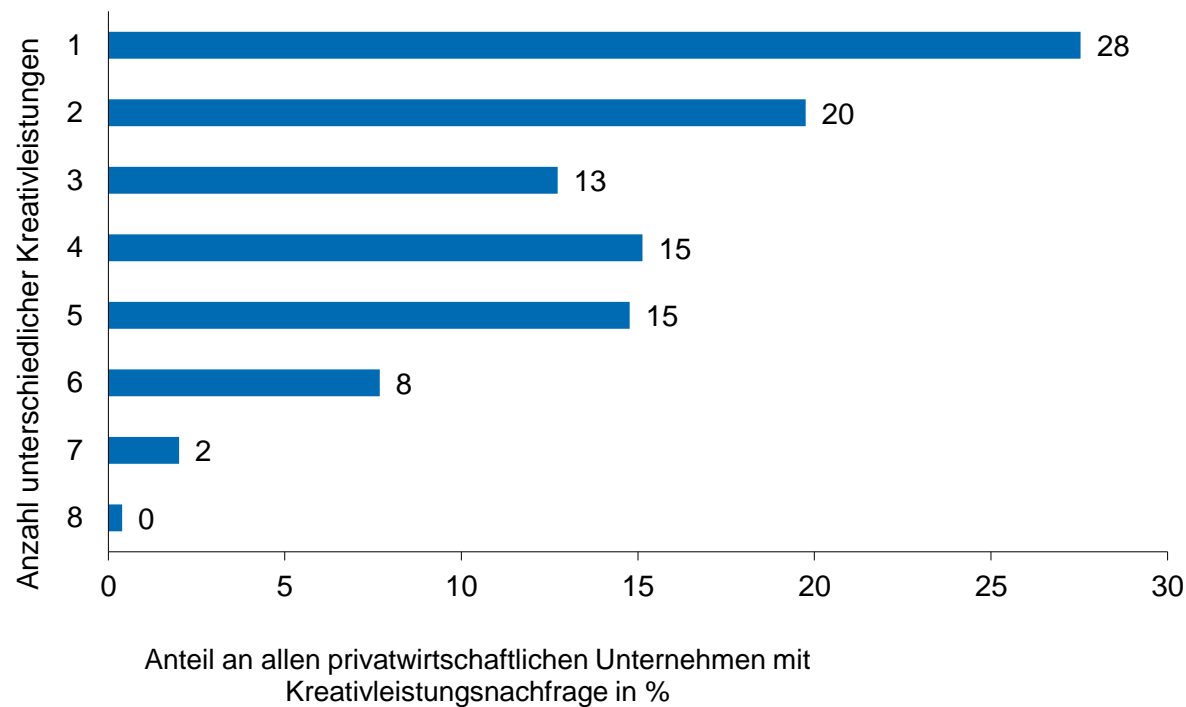
Nachfrage nach Kreativleistungen

- Auftragswert der nachgefragten Kreativleistungen pro Kundenunternehmen häufig sehr gering



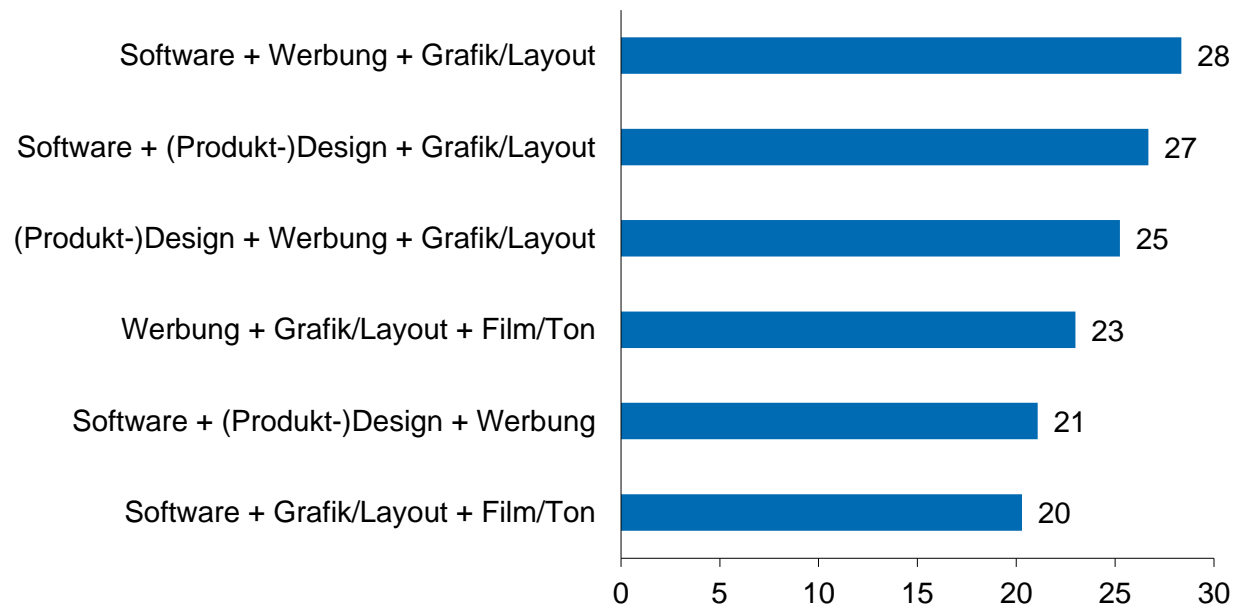
Nachfrage nach Kreativleistungen

- Kundenunternehmen fragen meist mehrere unterschiedliche Kreativleistungen nach



Nachfrage nach Kreativleistungen

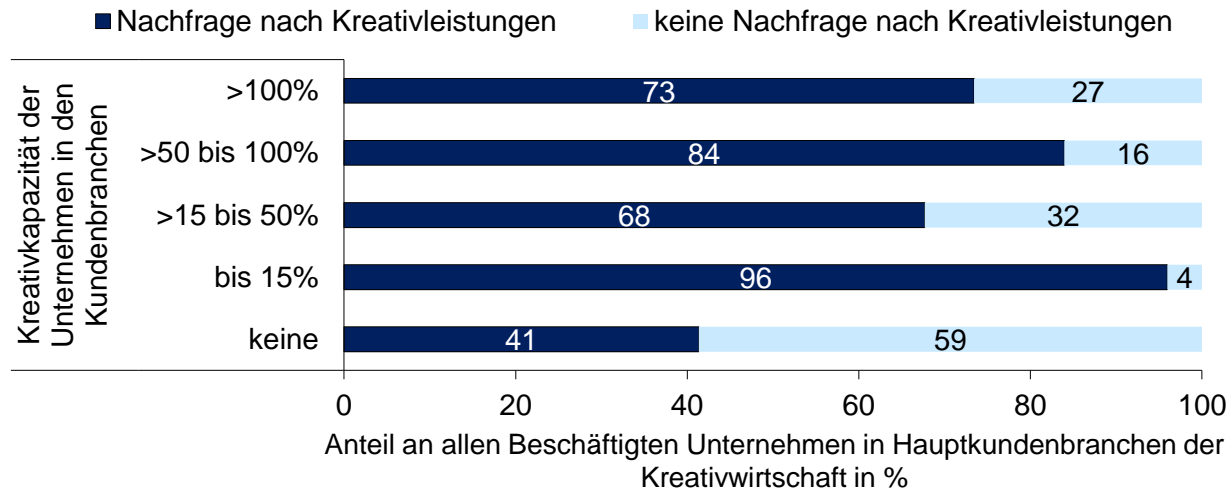
- Häufigste Kombinationen von Kreativleistungen, die von Kundenunternehmen nachgefragt werden



Anteil an allen privatwirtschaftlichen Unternehmen mit
 Kreativleistungsnachfrage in %

Kreativkapazität

- Viele Kundenunternehmen verfügen über erhebliche eigene Kreativ-kapazitäten*
- Kunden mit eigener Kreativkapazität fragen eher Kreativleistungen nach



- Effektive Nutzung von externen KW-Leistungen setzt Mindestmaß an eigenen Kreativkapazitäten voraus

* Anteil der Beschäftigten in den Bereichen FuE, Produktdesign/Gestaltung, Software-programmierung, Grafikdesign/Textlayout/Bildbearbeitung, Werbung/Marketing an allen Beschäftigten

Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
 der creativ wirtschaft austria



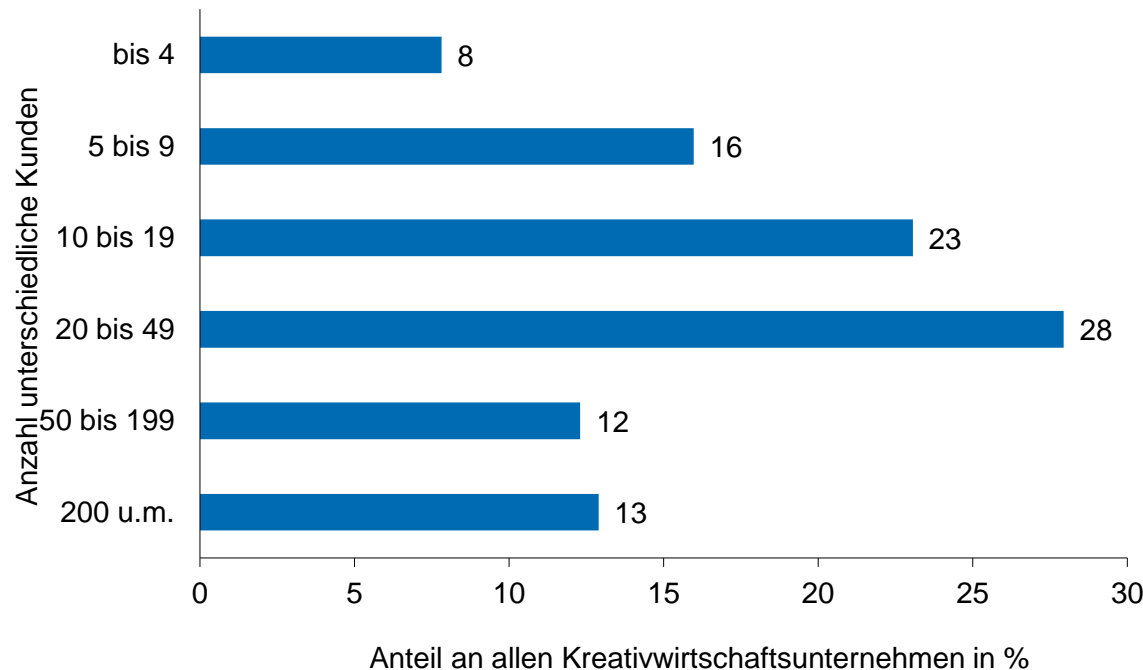
2. Angebot von Kreativleistungen

Angebot von Kreativleistungen

- Befragt wurden Kreativunternehmen aus folgenden Bereichen:
 - Architektur
 - Design
 - Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit
 - Radio und TV
 - Software und Games
 - Verlage
 - Video und Film
 - Werbung

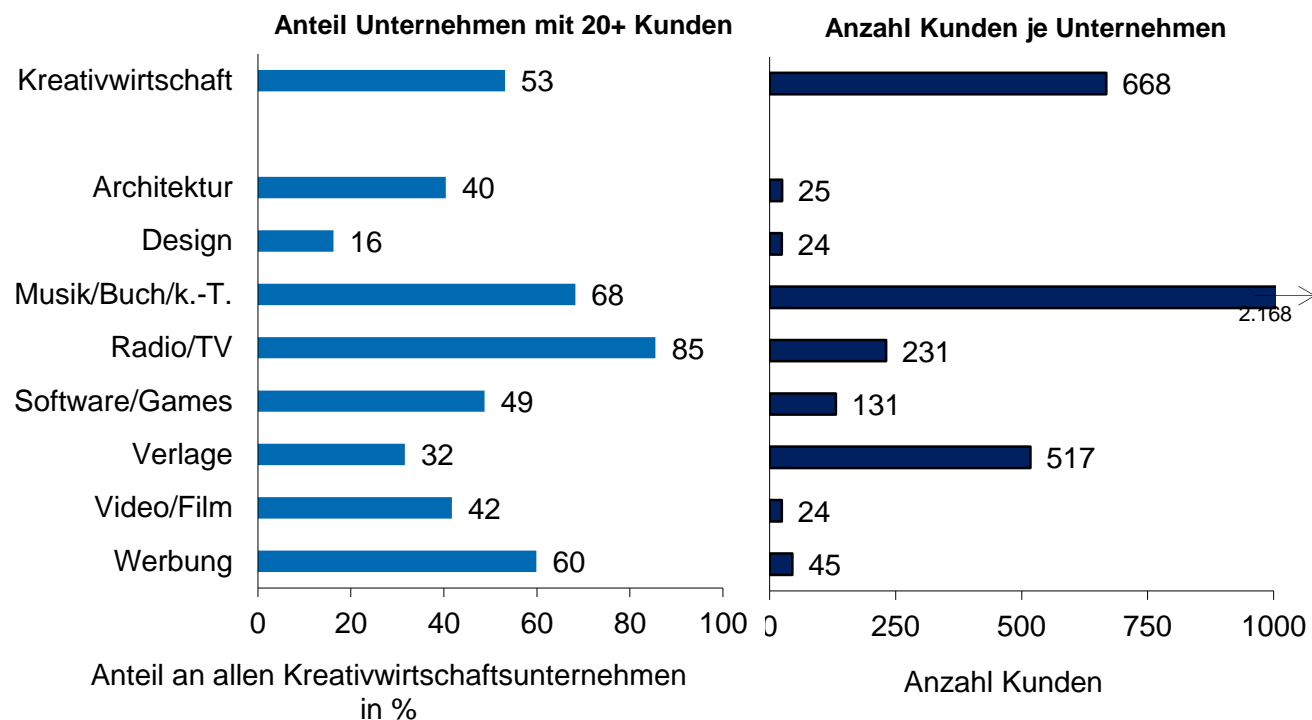
Angebot von Kreativleistungen

- Kreativwirtschaftsunternehmen haben häufig viele Kunden



Angebot von Kreativleistungen

- Kreativwirtschaftsunternehmen haben häufig viele Kunden

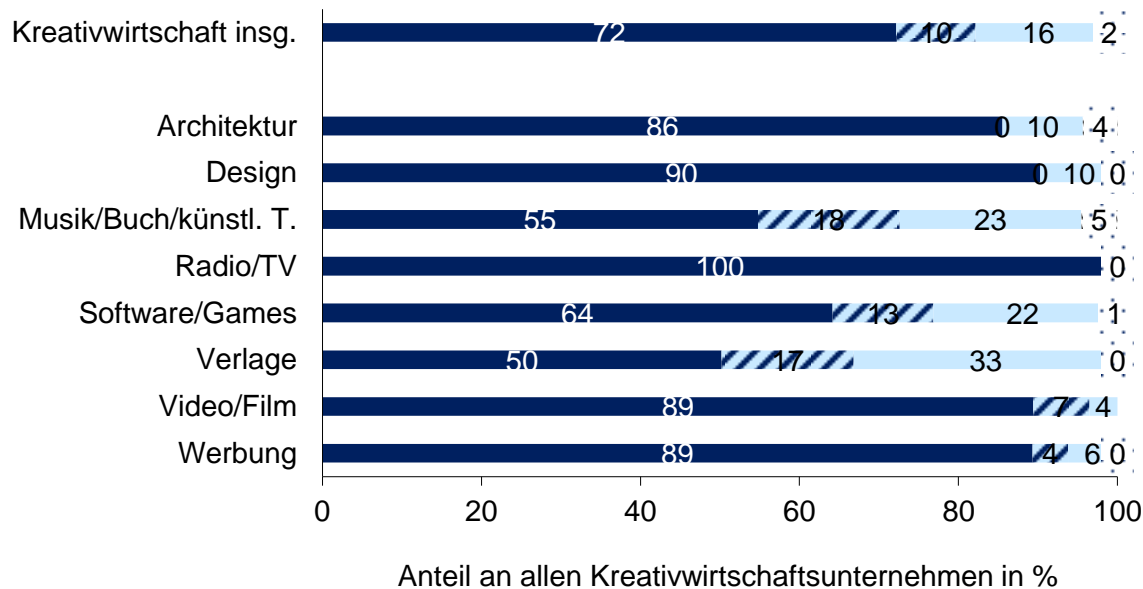


Angebot von Kreativleistungen

- Konzentration auf wenige Kunden, erhöht Erfolg der Zusammenarbeit
 - langfristige Zusammenarbeit, kaum Kundenwechsel
 - besonderes Vertrauensverhältnis, Einbindung der KW-Unternehmen in interne Prozesse der Kunden
 - Qualität der Leistungen entspricht häufiger voll und ganz den Kundenerwartungen
 - Zeitplan wird fast immer eingehalten
 - häufiger reibungslose Kommunikation
 - Kunden profitieren stärker
 - KW-Unternehmen kommen vor allem wegen hoher fachlicher Kompetenz und flexiblerer und schnellerer Umsetzung von Projekten zum Einsatz

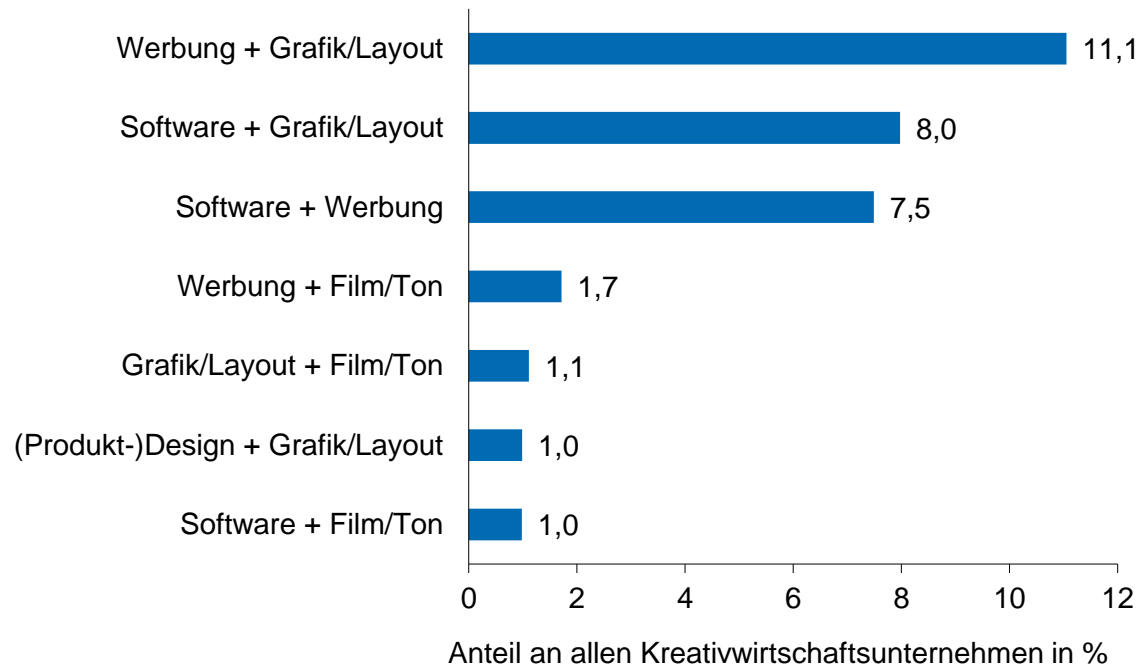
Angebot von Kreativleistungen

- Kreativleistungen werden meist für jeden Kunden neu zugeschnitten
 - überwiegend Produkte/Dienstleistungen, die für jeden Kunden neu zugeschnitten werden
 - ▨ beides in etwa gleichbedeutend
 - überwiegend gleichartige Produkte/Dienstleistungen für eine große Kundenzahl



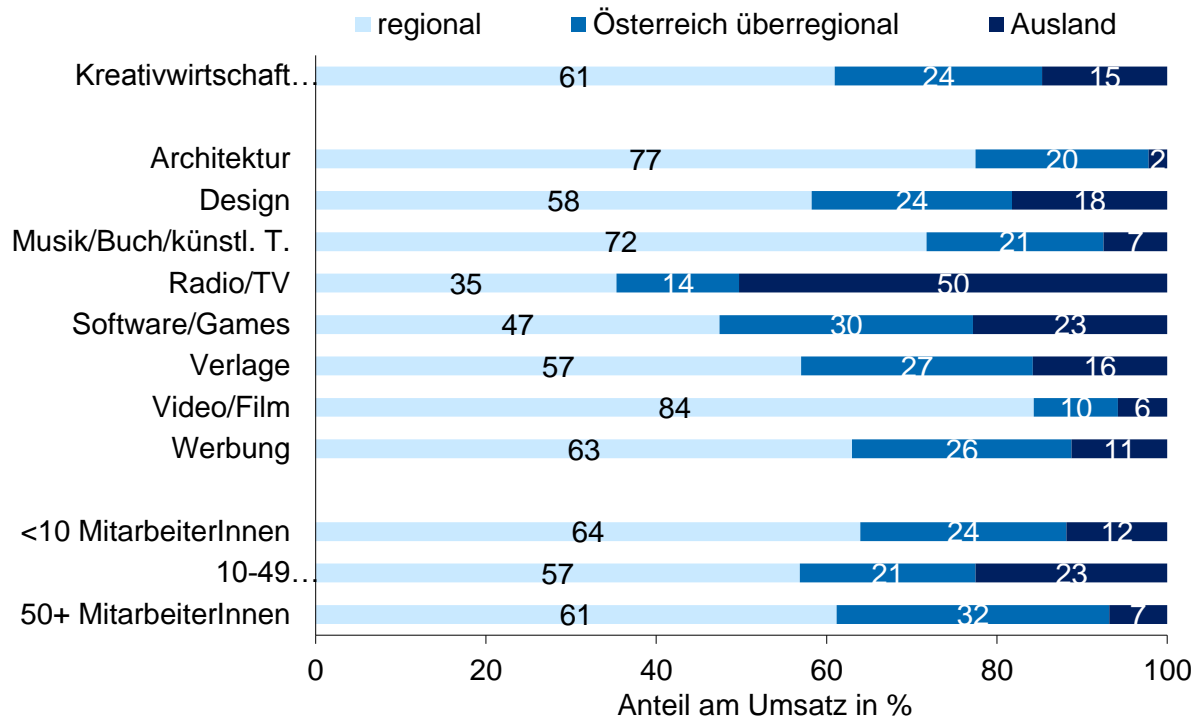
Angebot von Kreativleistungen

- Häufigste Kombinationen von Kreativleistungen, die von Kreativwirtschaftsunternehmen angeboten werden



Angebot von Kreativleistungen

- Relativ viele Anbieter von Kreativleistungen haben Kunden im Ausland

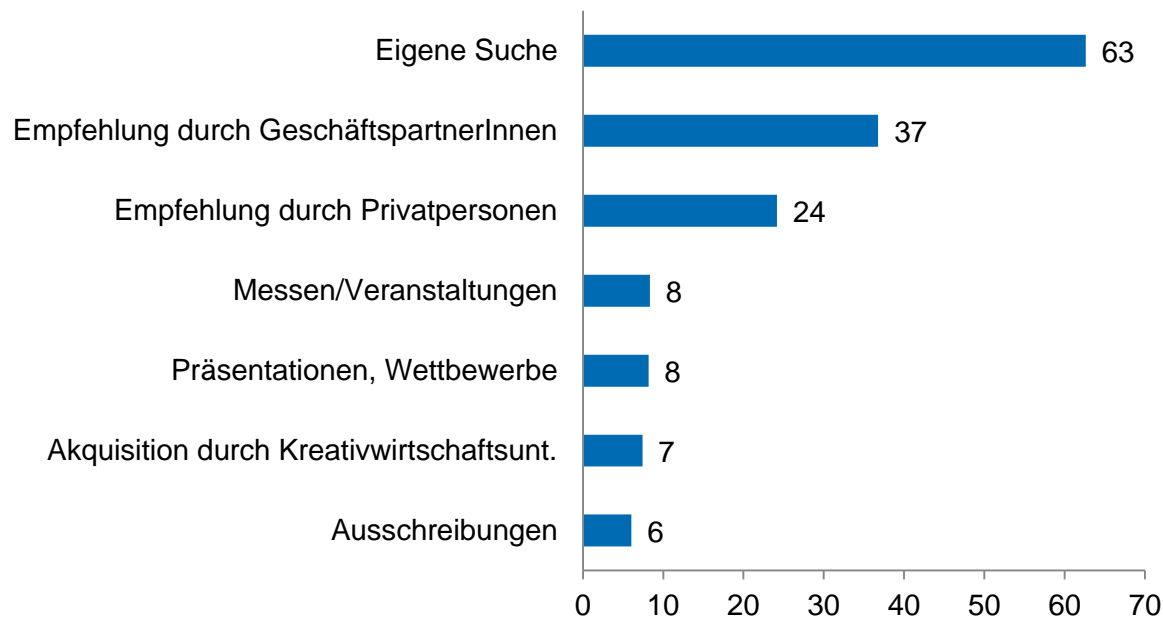


3. Zusammenkommen von Nachfrage und Angebot von Kreativleistungen

Zusammenkommen von Nachfrage und Angebot

- Aufträge für Kreativleistungen kommen hauptsächlich auf informellen Weg zustande

Art der Auftragsvergabe für Kreativleistungen durch Kundenunternehmen



Anteil an allen Kundenunternehmen in %

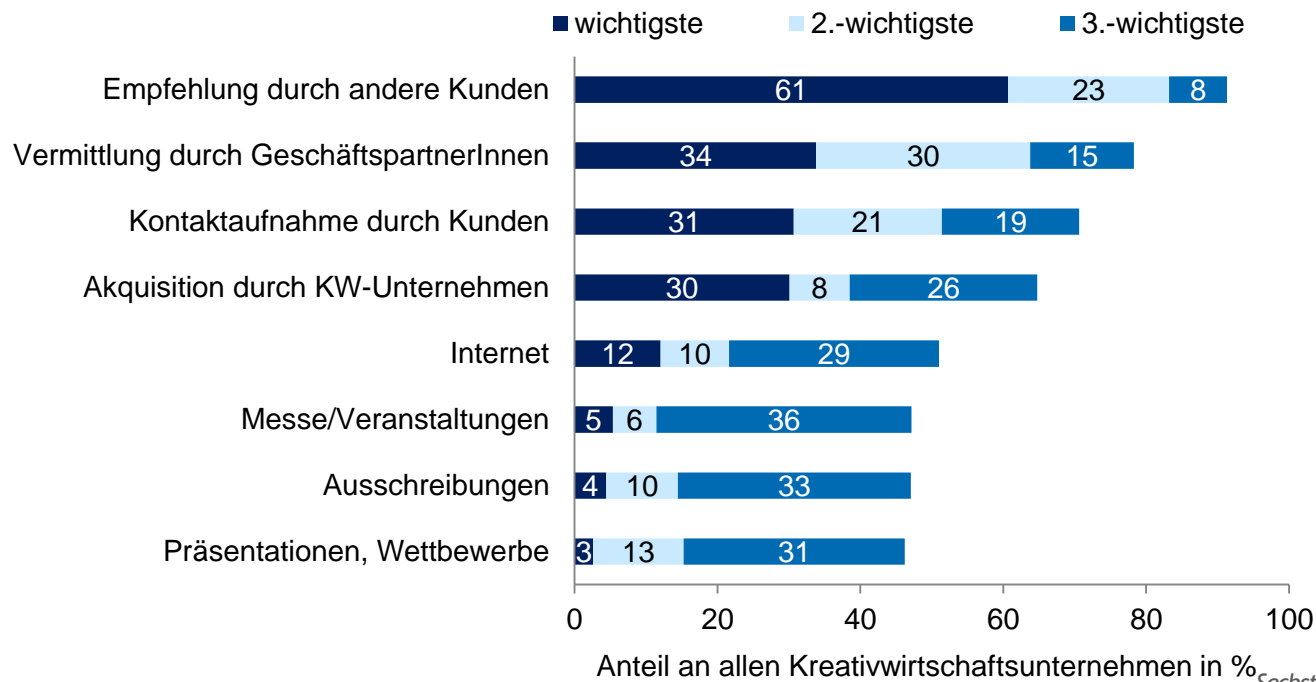
Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
der creativ wirtschaft austria



Zusammenkommen von Nachfrage und Angebot

- Aufträge für Kreativleistungen kommen hauptsächlich auf informellen Weg zustande

Art des Auftragserhalts in Kreativwirtschaftsunternehmen



Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
 der creativ wirtschaft austria



Zusammenkommen von Nachfrage und Angebot

- Qualität des Angebots ist das wichtigste Kriterium für das Zustandekommen von Aufträgen.

	Kunden	KW-Unternehmen
Qualität des Angebots	63%	58%
Vertrauensverhältnis zum Anbieter/Kunden	40%	45%
Innovativität des Angebots	26%	22%
Persönlichkeit des Anbieters	23%	
Persönlicher Kontakt zum Kunden		44%
Preis des Angebots	15%	19%

Lesehilfe: Für 63% der Kunden ist die Qualität des Angebots das wichtigste Kriterium für das Zustandekommen von Aufträgen.

Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
der creativ wirtschaft austria



4. Nutzen der Kreativleistungen für die Kunden

Nutzen der Kreativleistungen

- Gründe für die Nutzung von Kreativleistungen

Kunden

(hohe Bedeutung)

- Externe bringen neue Idee ein (48%)
- Externe verfügen über höhere fachliche Kompetenz (48%)
- Leistungen durch Externe ergänzen/erweitern die eigenen Kapazitäten (37%)
- ...

KW-Unternehmen

(hohe Bedeutung)

- KW-Unternehmen verfügt über eine höhere fachliche Kompetenz (78%)
- Die Leistungen des KW-Unternehmens sind von höherer Qualität (71%)
- Das KW-Unternehmen kann die Leistungen flexibler/rascher erbringen (65%)
- ...

- KW-Unternehmen unterschätzen ihre Rolle als Ideengeber für Kunden.

Nutzen der Kreativleistungen

- Auswirkung der Nutzung von Kreativleistungen

Kunden

(hohe Bedeutung)

- 1) Imagesteigerung (46%)
- 2) Einführung von Innovationen und Verbesserung von Produkten (39%)
- 3) Abheben von der Konkurrenz (38%)
- ...
- 9) Kostensenkung (4%)

KW-Unternehmen

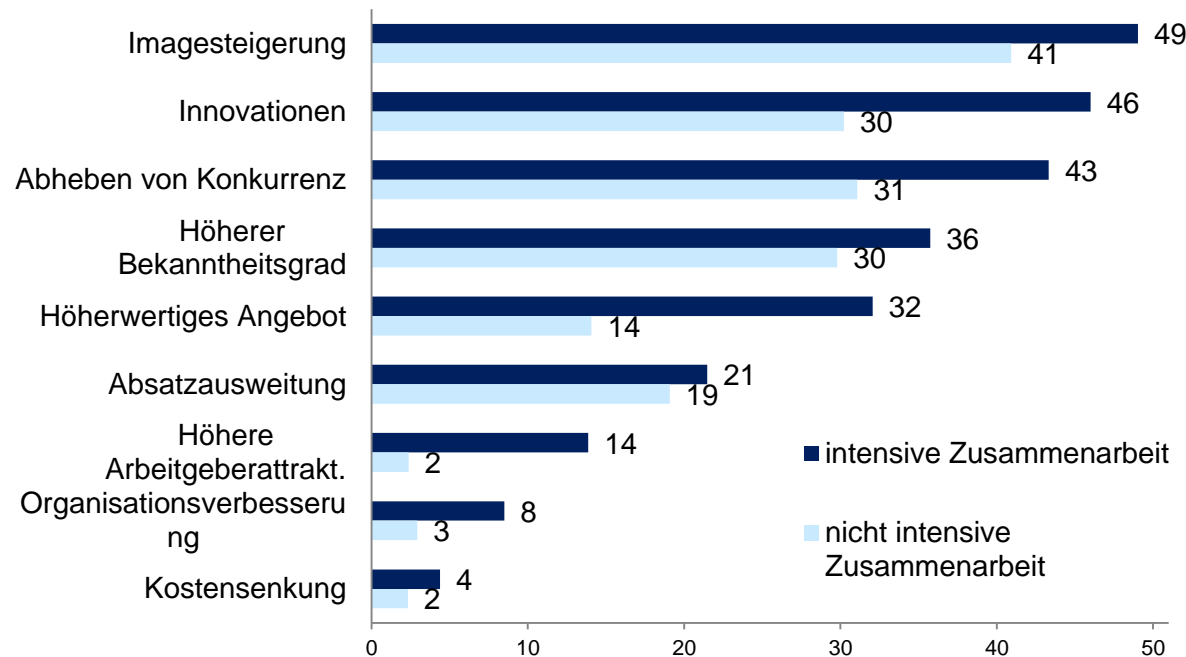
(hohe Bedeutung)

- 1) Imagesteigerung (49%)
- 2) Abheben von der Konkurrenz (46%)
- 3) Höherer Bekanntheitsgrad der Produkte (39%)
- ...
- 6) Einführung von Innovationen und Verbesserung von Produkten (28%)
- ...
- 8) Kostensenkung (17%)

- KW-Unternehmen unterschätzen ihre Rolle als Ideengeber für Kunden.
- KW-Unternehmen überschätzen ihre Bedeutung für Kostensenkungen.

Nutzen der Kreativleistungen

- Kundenunternehmen, die intensiv mit KW-Unternehmen zusammen-arbeiten, ziehen einen höheren Nutzen aus dem Bezug von Kreativ-leistungen.

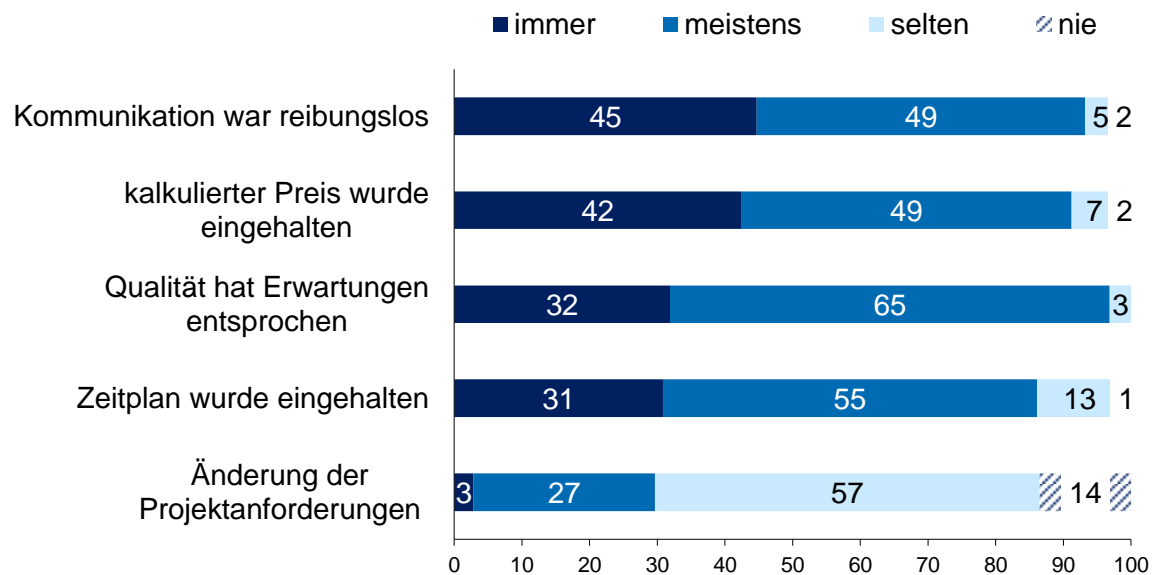


Anteil der Kundenunternehmen in % *Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
der creativ wirtschaft austria*

5. Zufriedenheit mit Kreativleistungen und Probleme bei der Zusammenarbeit

Zufriedenheit mit Kreativleistungen

- Kunden sind mit den erbrachten Kreativleistungen zufrieden.

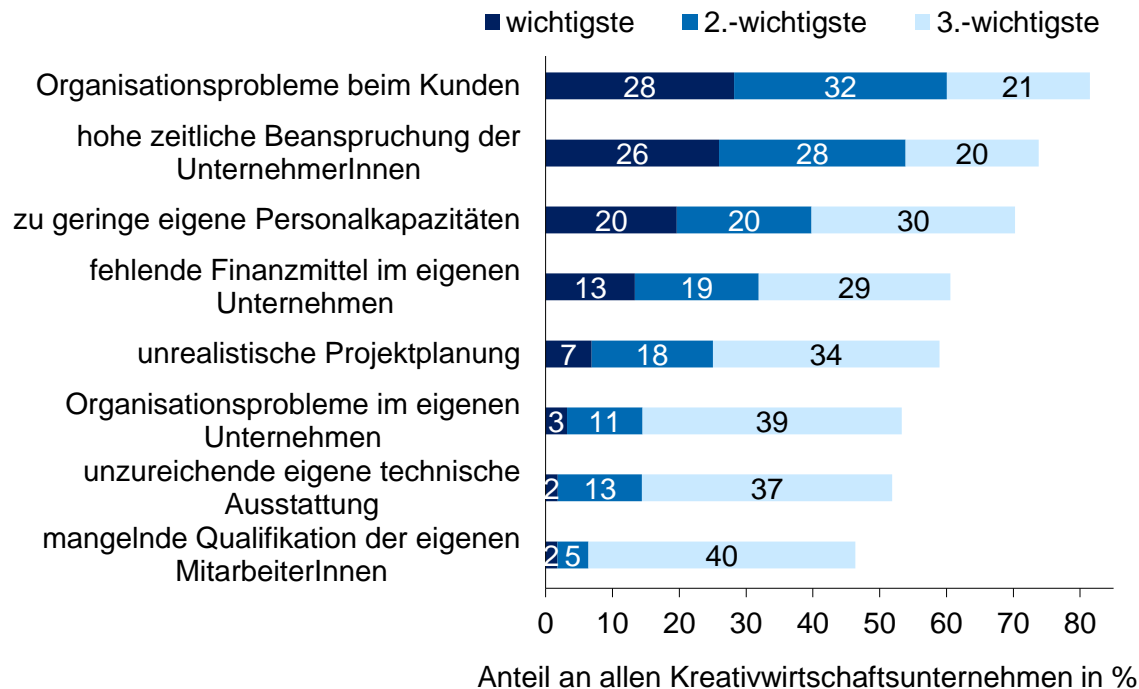


Anteil an allen Kundenunternehmen aus den Hauptkundenbranchen in %

- Einschätzungen werden auch von Kreativunternehmen geteilt.

Schwierigkeiten bei der Leistungserbringung

- Organisationsprobleme beim Kunden, Zeitmangel und geringe Personalkapazitäten häufigste Probleme bei KW-Unternehmen

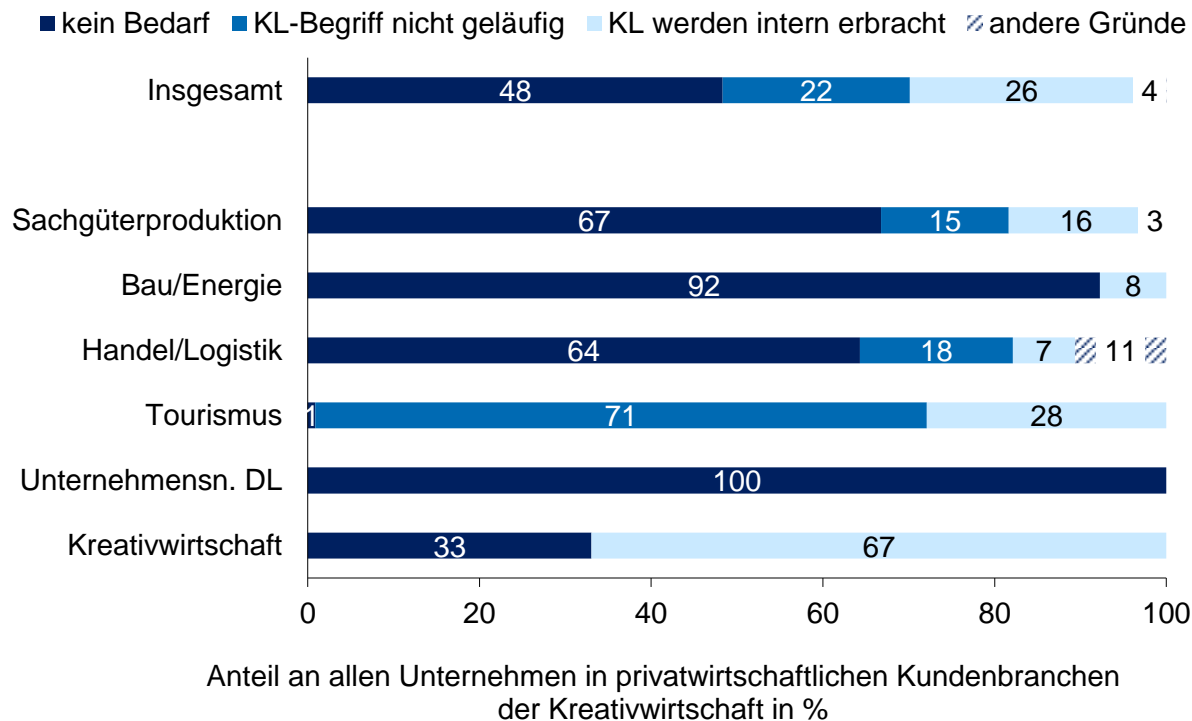


- Zeit- und Personalmangel Folge der kleinbetrieblichen Struktur der Kreativwirtschaft

6. Gründe für den Verzicht auf Nachfrage nach Kreativleistungen

Gründe für Verzicht

- Unternehmen ohne Kreativleistungsnachfrage haben meistens keinen Bedarf
- Viele KW-Leistungen werden aber auch intern erbracht



Gründe für Verzicht

- KW-Unternehmen beurteilen Verzichtsgründe zum Teil anders als Kunden

Kunden

(wichtigster Grund)

- kein Bedarf (44%)
- zu hoher Preis (23%)
- Schwierigkeit, Nutzen vorab einzuschätzen (11%)
- ...

- KW-Unternehmen sehen eher zu geringe Wertschätzung, wo Kunden keinen Bedarf oder zu hohen Preis sehen.
- Defizite in der Kommunikation und Vermarktung von KW-Angeboten und ihres Nutzens für die Kunden.

KW-Unternehmen

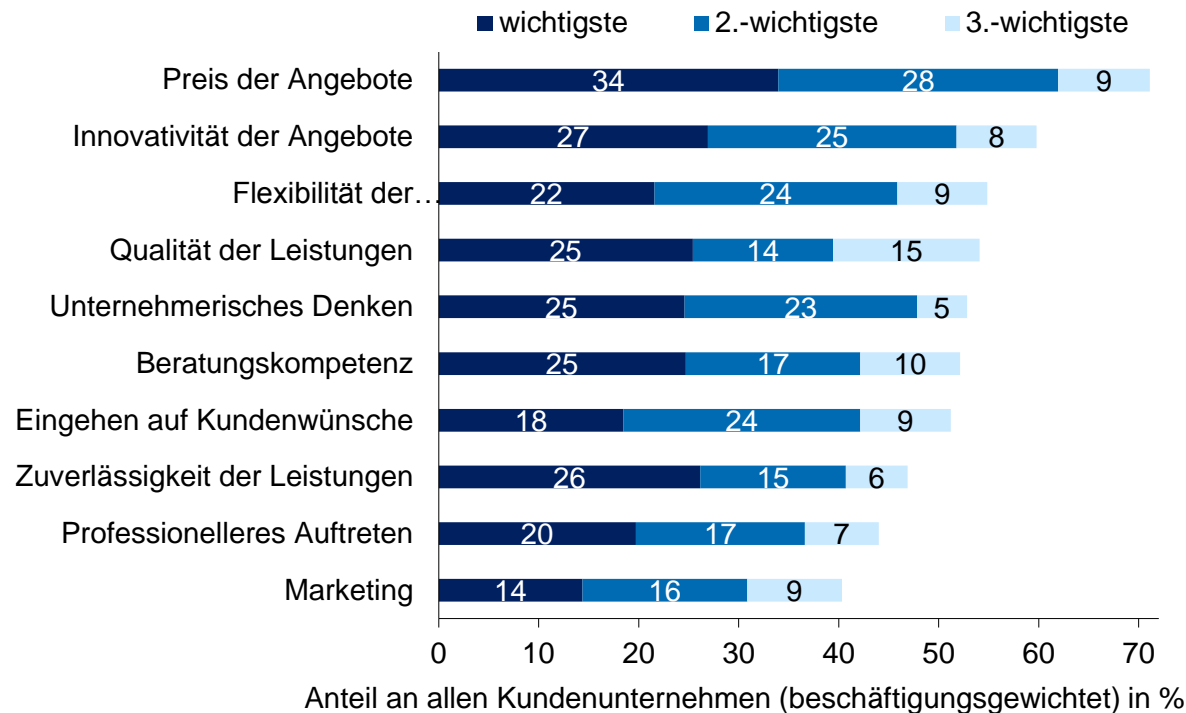
(wichtigster Grund)

- Schwierigkeit, Nutzen vorab einzuschätzen (51%)
- mangelnde Zahlungsbereitschaft (32%)
- zu hoher Preis (30%)
- kein Bedarf (18%)
- ...

7. Wege zu einer stärkeren Nutzung von Kreativleistungen

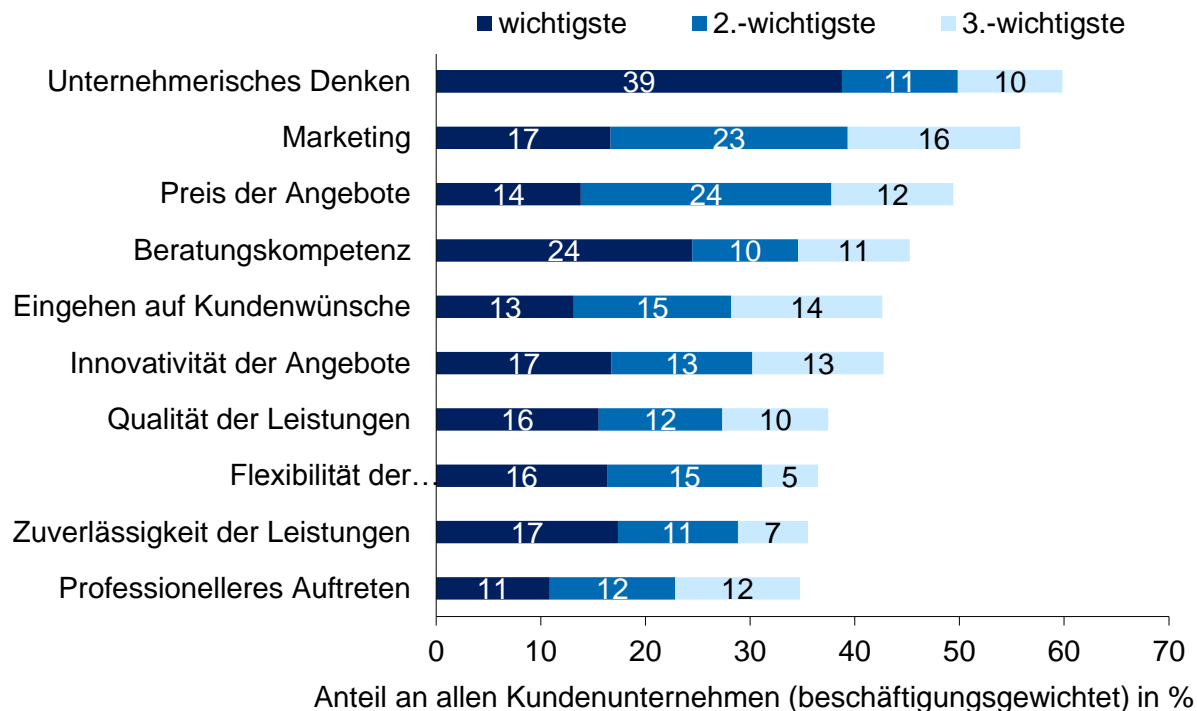
Wege zu einer stärkeren Nutzung von Kreativleistungen

- Kunden sehen Preis und Innovationsgrad als wichtigste Stellschrauben für höhere Kreativleistungsnachfrage an.



Wege zu einer stärkeren Nutzung von Kreativleistungen

- KW-Unternehmen sehen stärkeres unternehmerisches Denken als Hauptansatzpunkt für eine stärkere Nachfrage



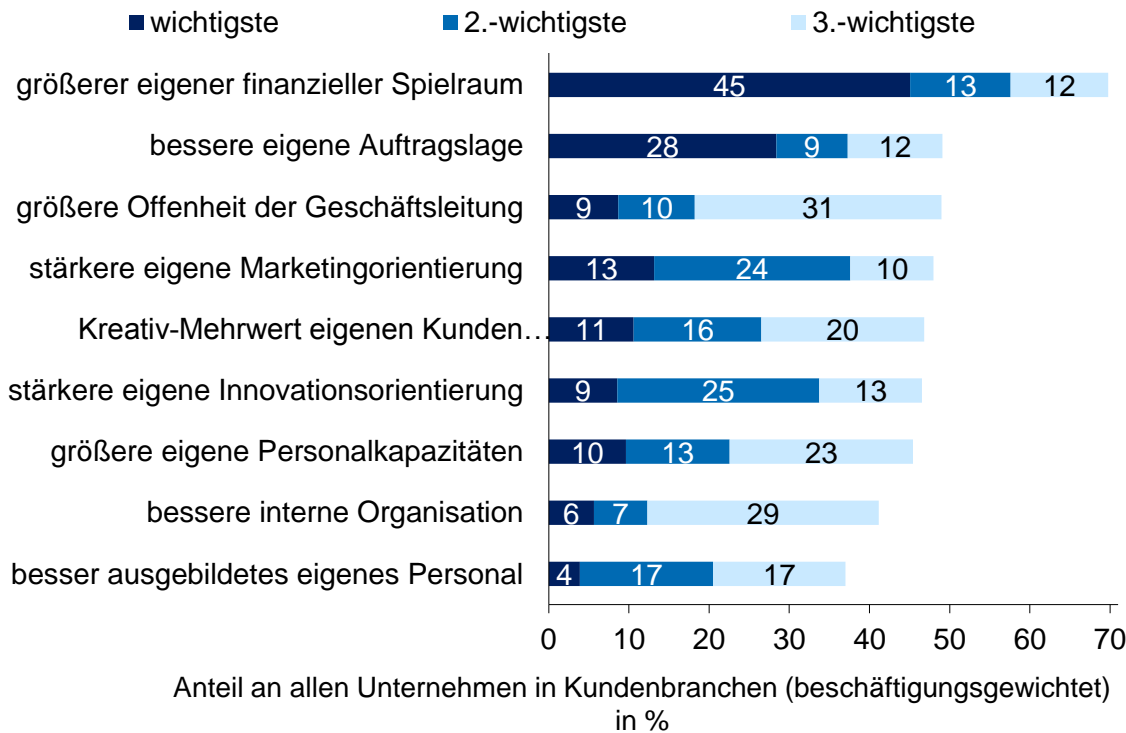
Wege zu einer stärkeren Nutzung von Kreativleistungen

- Kunden sehen mehr Änderungsbedarf als KW-Unternehmen



Wege zu einer stärkeren Nutzung von Kreativleistungen

- Ungünstige finanzielle Situation der Kunden schränkt Nachfrage nach Kreativleistungen am stärksten ein.



8. Öffentliche Nachfrage nach Kreativleistungen

Sechster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht
der *creativ wirtschaft austria*



Öffentliche Nachfrage nach Kreativleistungen

- Im Jahr 2010 hat die öffentliche Hand Kreativleistungen im Wert von 1,85 Mrd. Euro nachgefragt.

	in Millionen Euro
Nachfrage der öffentlichen Verwaltung	640
Nachfrage durch überwiegend öffentliche Sektoren	710
Nachfrage durch öffentliche Unternehmen außerhalb der überwiegend öffentlichen Sektoren	ca. 240
geschätzte Kreativleistungsnachfrage in Form von Investitionen	ca. 260
direkte Nachfrage der öffentlichen Hand	ca. 1.850
indirekte Nachfrage der öffentlichen Hand nach Kreativleistungen	ca. 1.500
gesamte öffentliche Nachfrage nach Kreativleistungen	ca. 3.350

- Ein Fünftel der gesamten Kreativleistungsnachfrage im Jahr 2010 kam direkt oder indirekt von der öffentlichen Hand.

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

bettina.mueller@zew.de