



Expert Network Kreativwirtschaft Kreativwirtschaft als regionaler Faktor

5. Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht

im Auftrag der **creativ wirtschaft austria**



CREATIVWIRTSCHAFT.AT



WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH



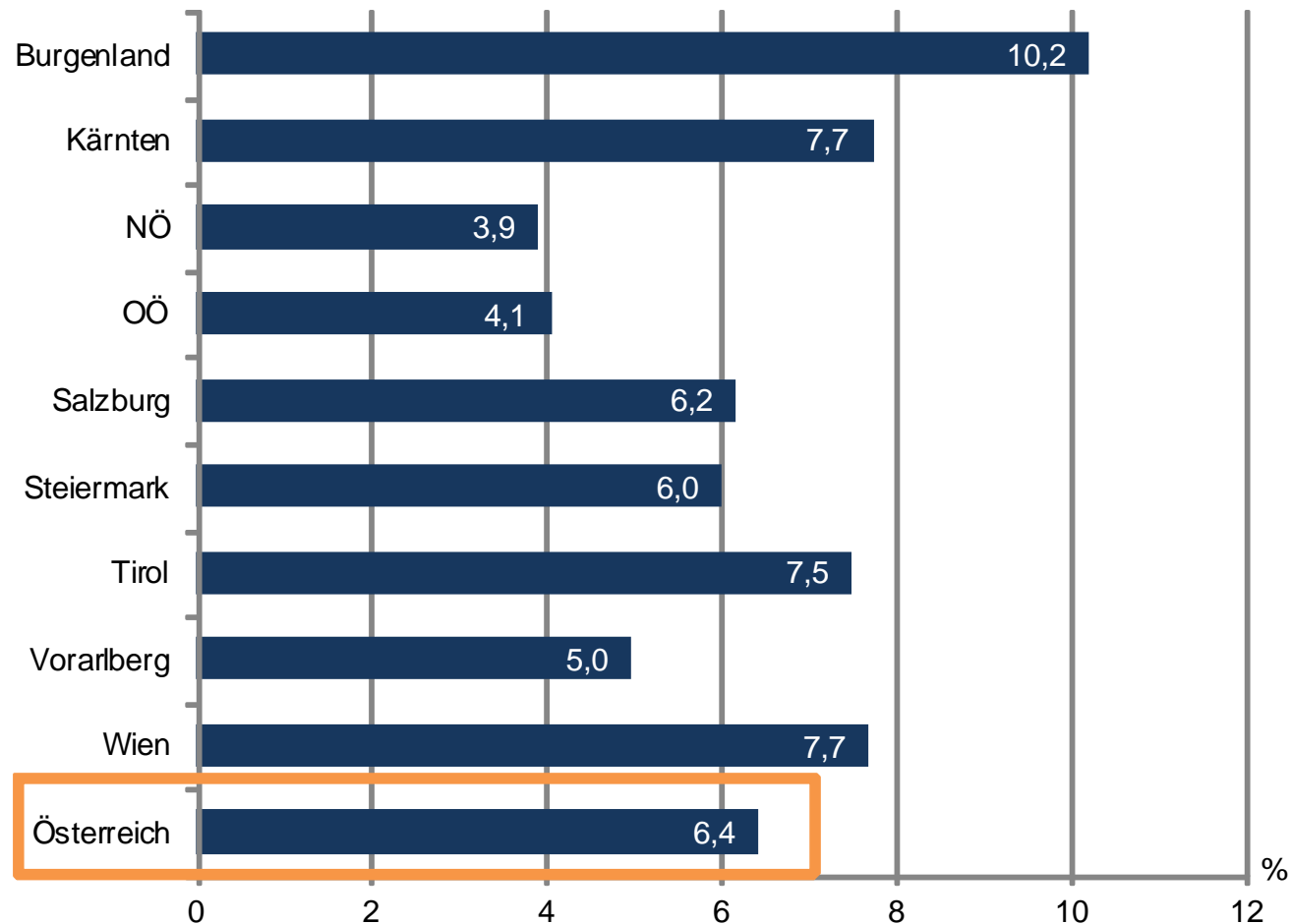
evolve

kreativwirtschaft
in österreich by

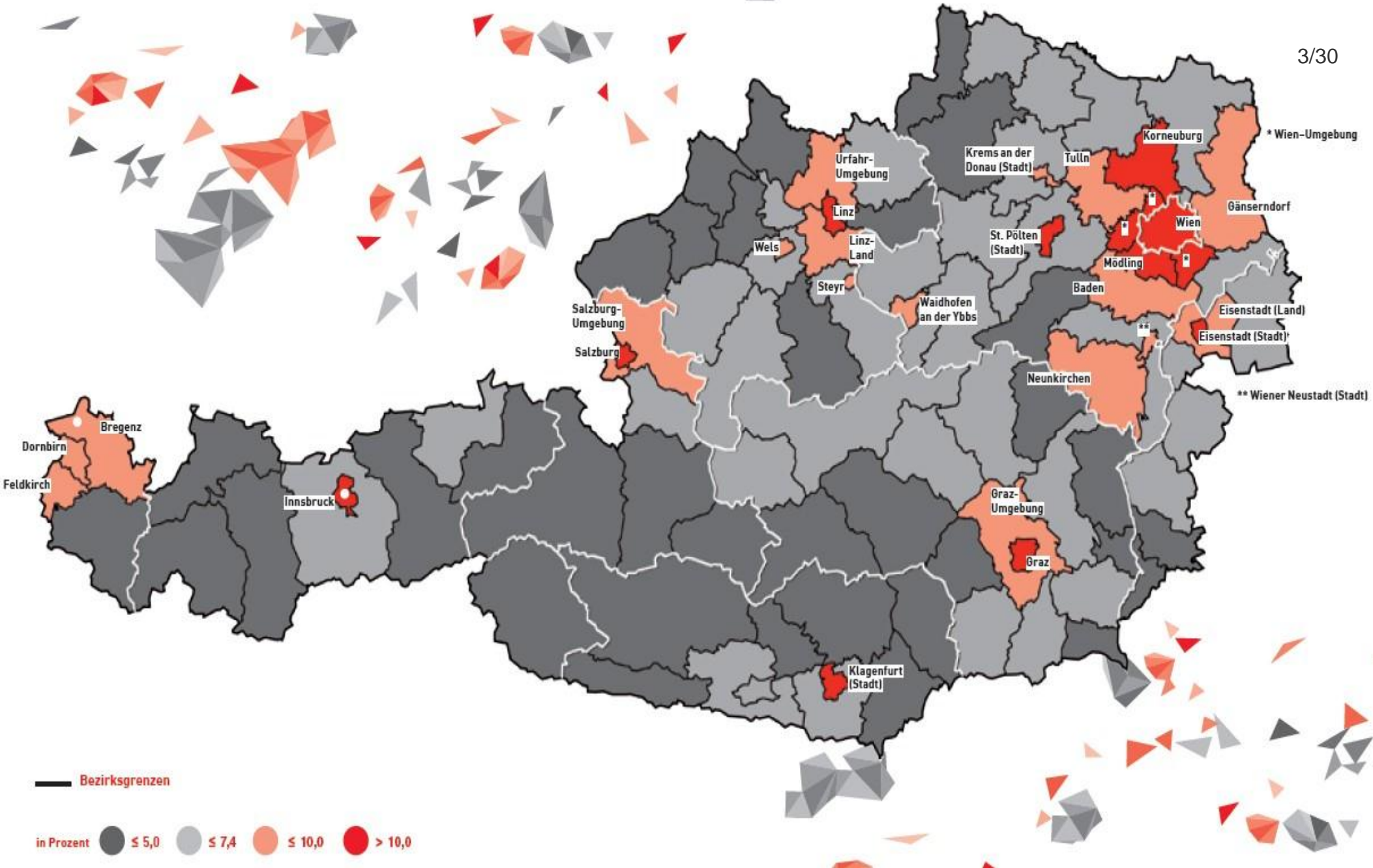
bm 

08. April 2013

Zum Einstieg: Entwicklung der Anzahl der Kreativunternehmen in den Bundesländern



Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, 2008-2010





Mehrwert der Kreativwirtschaft in den Regionen



... leistet einen Beitrag zur Neupositionierung von Städten und Regionen

- trägt zur **Wettbewerbsfähigkeit** und zur **Markenbildung** der Regionen bei, und unterstützt die Bewältigung von Krisen und Strukturwandel
- ist **Innovationspool** und ein **Innovationsvehikel**. Somit ein Werkzeug zur regionalen „intelligenten“ Spezialisierung
- stärkt so die **regionale Resilienz**, Nachhaltigkeit und Nahversorgung
- ist Grundlage für **regionale Identitäten** nach innen und Image nach außen

- schafft **Perspektiven** - verhindert **Brain Drain** und trägt zur **Attraktivität und zur Vitalität einer Region** bei
- Kreative Menschen in den Regionen entwickeln **neue Denkansätze** und **Modelle für ihre Region**
- **Qualifizierte kreative Arbeitskräfte** mit höheren Einkommen verschaffen den Gemeinden ein höheres Kommunalsteueraufkommen



Ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft in Österreich



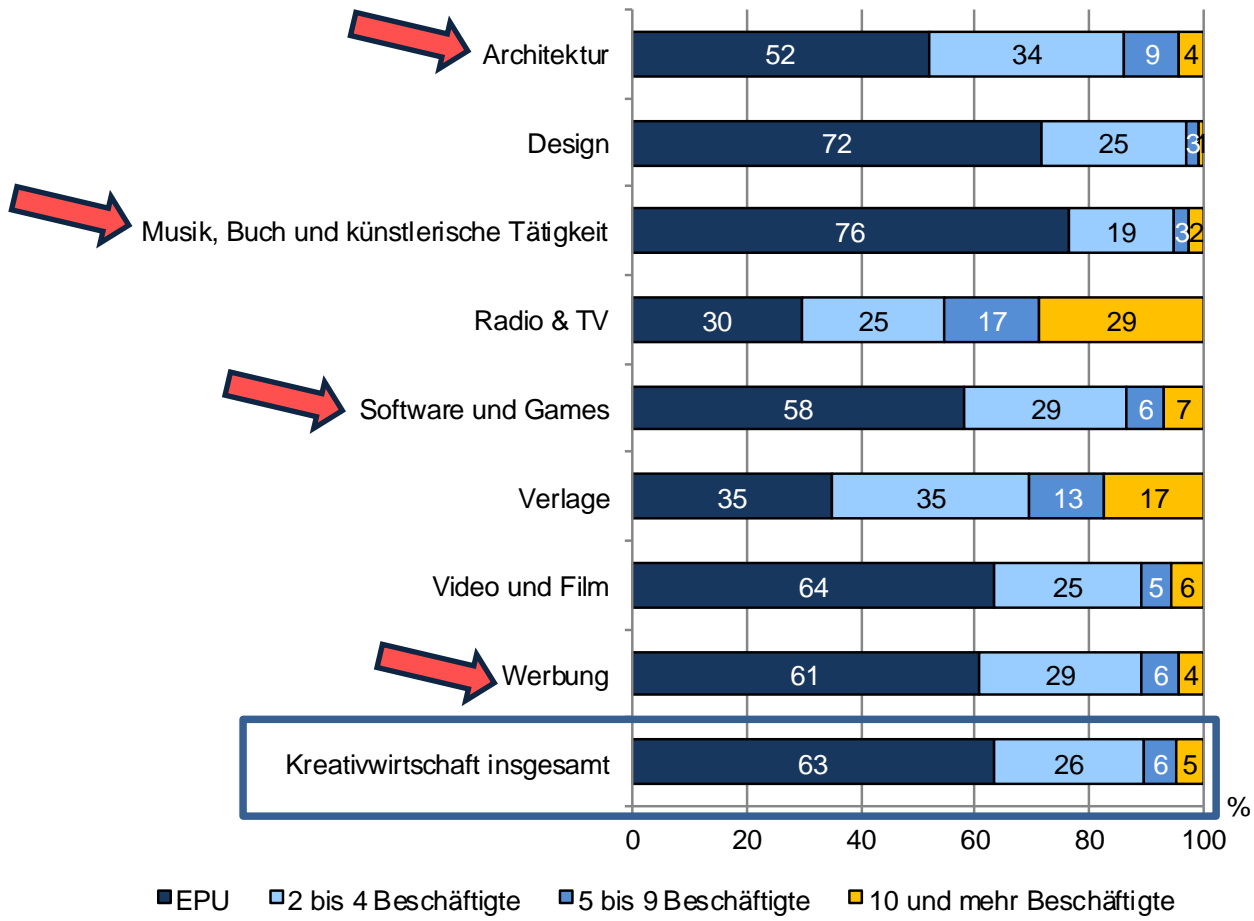
	Aktuell *	Anteil an der Gesamtwirtschaft ² in %	Veränderung in % zu 2 Jahre davor	
			Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft ²
Unternehmen	38.413	10,4	6,4	2,2
Beschäftigte gesamt	130.471	4,1	2,7	-0,1
unselbstständig Beschäftigte	93.117	3,2	0,7	-0,7
Umsatzerlöse in € Mio	18.232	2,7	-1,4	-5,5
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in € Mio	6.998	3,5	-2,8	-2,8

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

*aktuellst möglich Zahlengrundlage 2010 für 5. KWB

Kleinteilig strukturiert – hoher Anteil an EPU

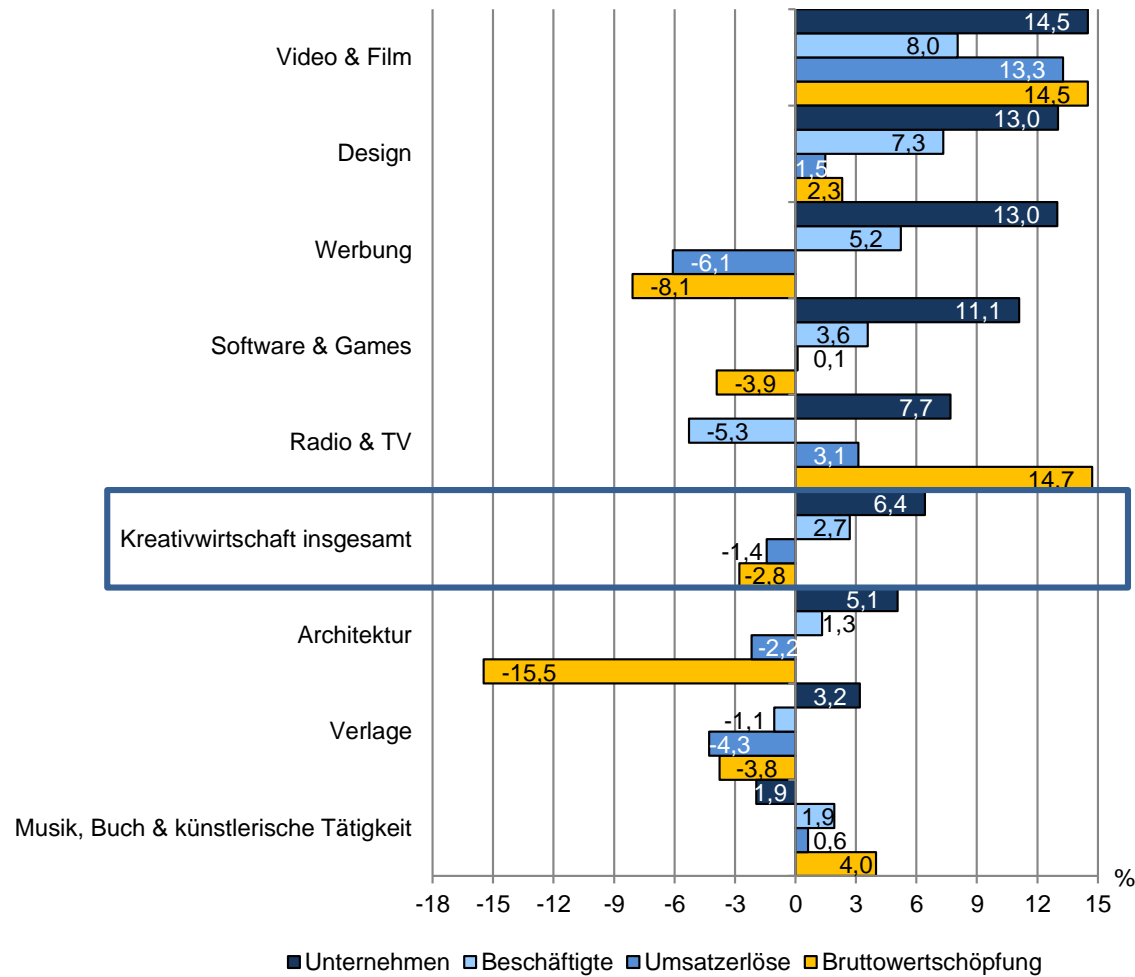
Die vier wichtigsten Bereiche der KW



Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

Entwicklung nach Sektoren

Veränderung in % der Kreativwirtschaft



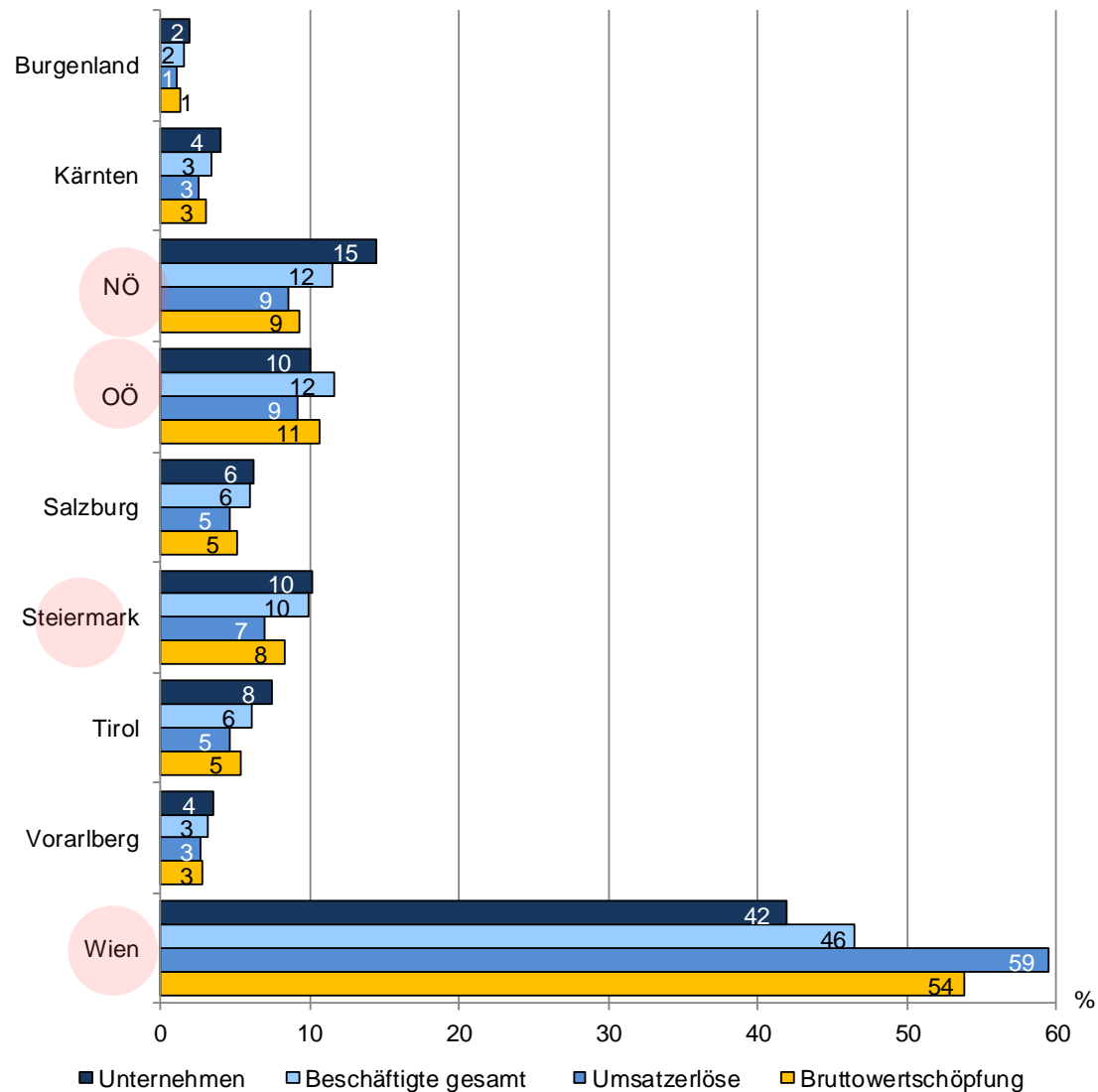
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, Entwicklung 2008 - 2010



Standorte der Kreativwirtschaft

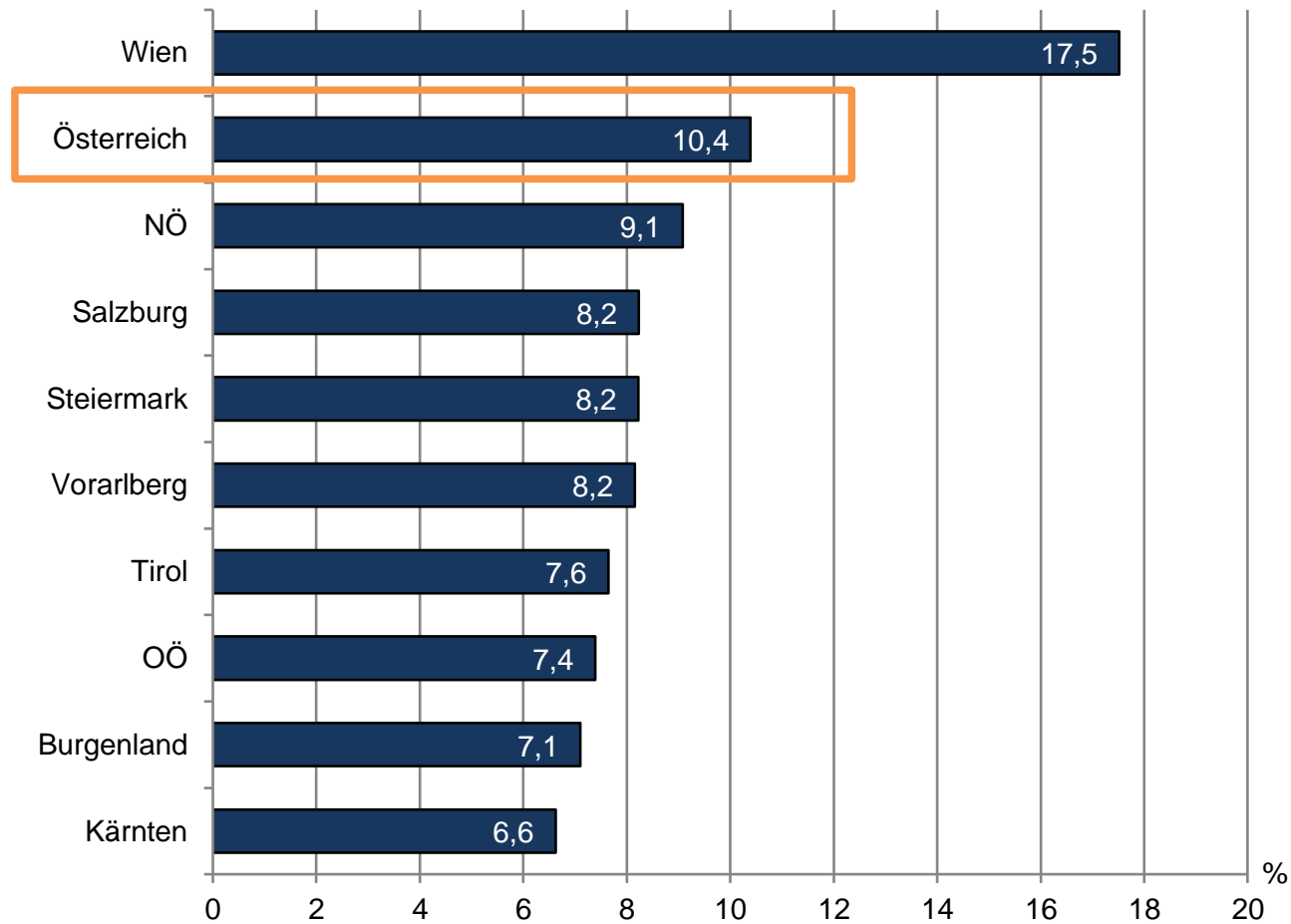


Verteilung der KW auf die Bundesländer



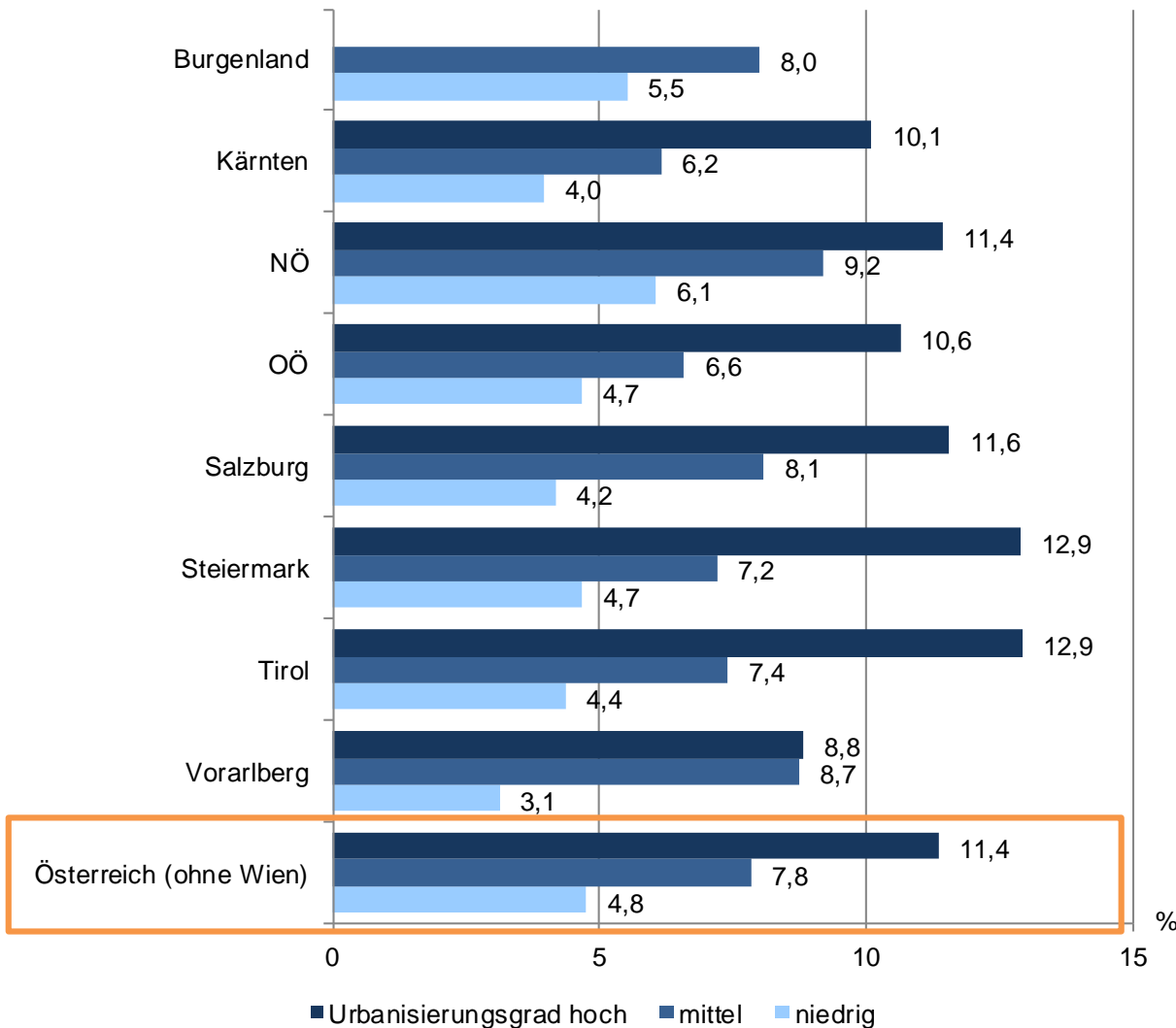
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

Anteil KW-Unternehmen an Gesamtzahl der Unternehmen



Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

Anteile KW-Unternehmen an der marktorientierten Wirtschaft nach Urbanisierungsgrade



Urbanisierungsgrade:

- ✓ basierend auf der Einwohnerdichte
- ✓ Unterscheidung von drei Kategorien von Gemeinden:
 - gering besiedeltes Gebiet = ländliches Gebiet
 - Gebiete mit mittlerer Besiedlungsdichte = Städte & Vororte
 - dicht besiedeltes Gebiet = Städte/urbane Zentren

Quelle: Europäische Kommission

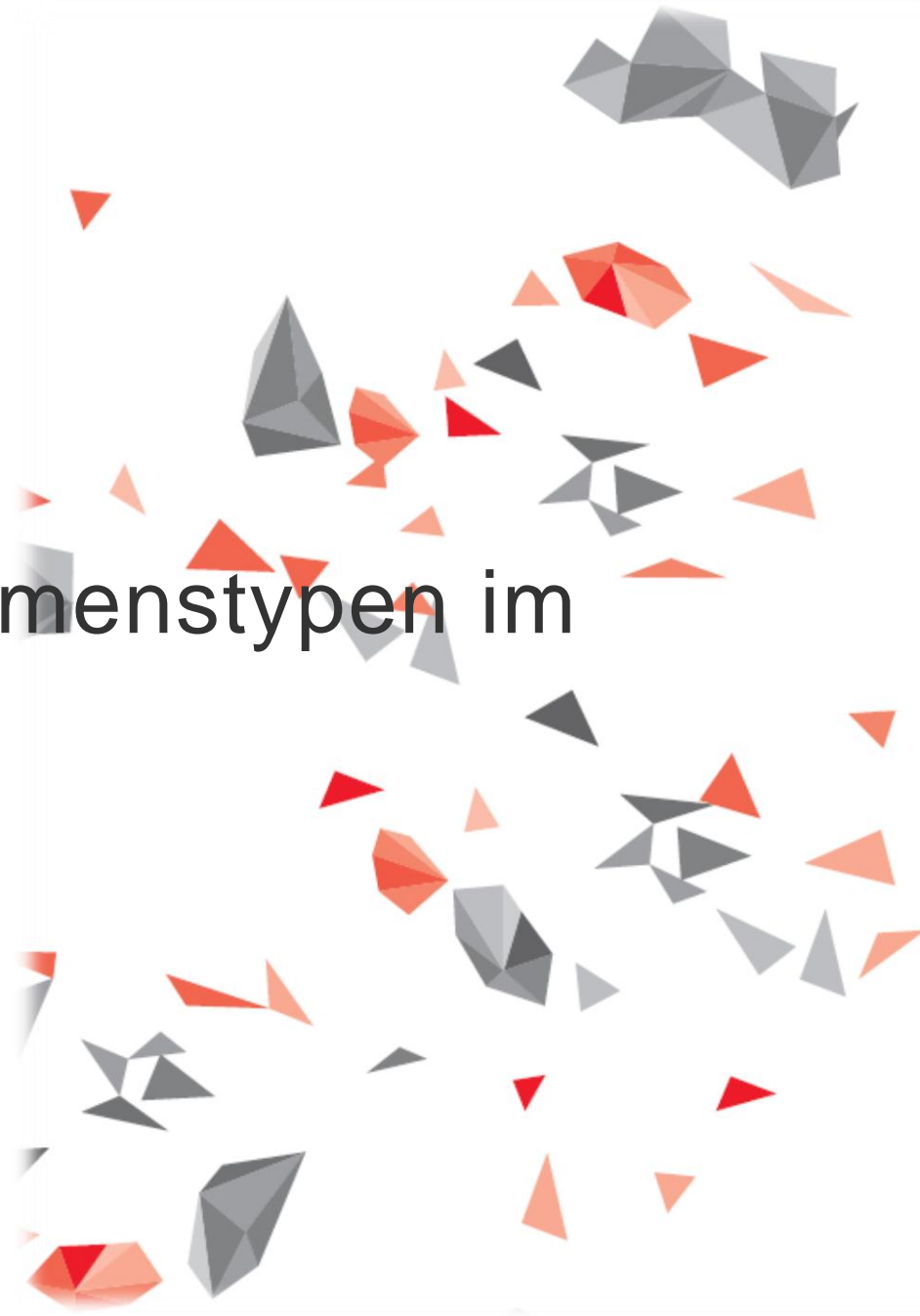
„marktorientierte Wirtschaft“:

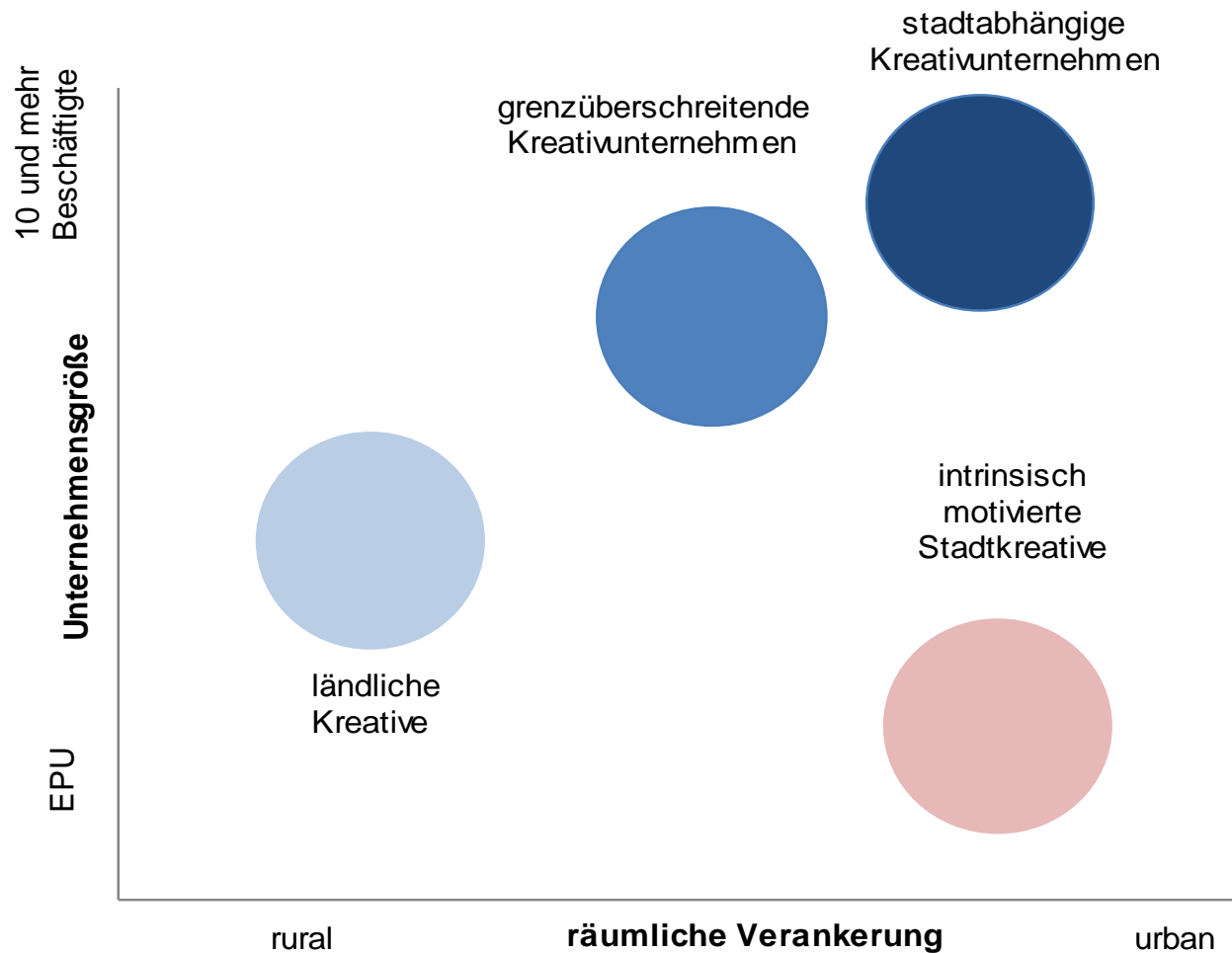
Statistischer Terminus bzw. Abgrenzung; Alle Branchen der Kreativwirtschaft außer „künstlerische Tätigkeit, Kulturunterricht, Kunsthandel“

Quelle: KMU Forschung Austria auf Basis von Daten der Statistik Austria



Identifizierte Unternehmenstypen im regionalen Kontext





- Aufzeigen von **Anforderungen an den Unternehmensstandort** nach Kriterien der räumlichen Interaktion
- Allgemeine **Charakterisierung** und **Beschreibung der regionalen Verankerung** sowie der wichtigen **Standortfaktoren** der identifizierten Unternehmenstypen

Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung Frühjahr 2012

	ländliche Kreative	grenz- überschreitende Kreativ- unternehmen	stadtabhängige Kreativ- unternehmen	intrinsisch motivierte Stadtkreativen
Unternehmens- standort	außerhalb urbaner Regionen	Regionen jedes Urbanisierungs- grades	in der Stadt	in der Stadt
Kunden & Geschäftspartner	außerhalb der Städte	im Ausland	in urbanen Regionen	in urbanen Regionen
Größe	klein 60% EPU	größer 15% \geq 10 Beschäftigte	größer 18% \geq 10 Beschäftigte	klein 80% EPU
Umsatz	40% mehr als €100.000	70% mehr als €100.000	55% mehr als €100.000	40% mehr als €100.000

Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung Frühjahr 2012

	ländliche Kreative	grenz- überschreitende Kreativ- unternehmen	stadtabhängige Kreativ- unternehmen	intrinsisch motivierte Stadtkreativen
Bindung an Unternehmensstandort	gering	gering	hoch – von der Stadt als Standort abhängig	äußerst gering – Ansiedelung in der Stadt als bewusste Entscheidung
Standort	meist Heimatregion	meist Ausbildungsregion	meist Ausbildungsregion	meist Heimatregion & Ausbildungsregion
wichtige Standortfaktoren*	„regionale Verbundenheit“	Arbeitsmarkt F&E-Infrastruktur	Räumlichkeiten, Immobilien, öffentliches Verkehrsnetz	Räumlichkeiten, Immobilien, öffentliches Verkehrsnetz
geringere Zufriedenheit mit Standortfaktoren*	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsanbindung u. öffentlichen Verkehrsmitteln, • Nähe zu Kooperationspartnern, zu kreativen Gleichgesinnten 	<ul style="list-style-type: none"> • F&E-Infrastruktur • Nähe zu Kooperationspartnern, zu kreativen Gleichgesinnten 	<ul style="list-style-type: none"> • Immobilien 	<ul style="list-style-type: none"> • Immobilien • Absatzmärkten

* im Vergleich zu den anderen Unternehmenstypen

Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung Frühjahr 2012



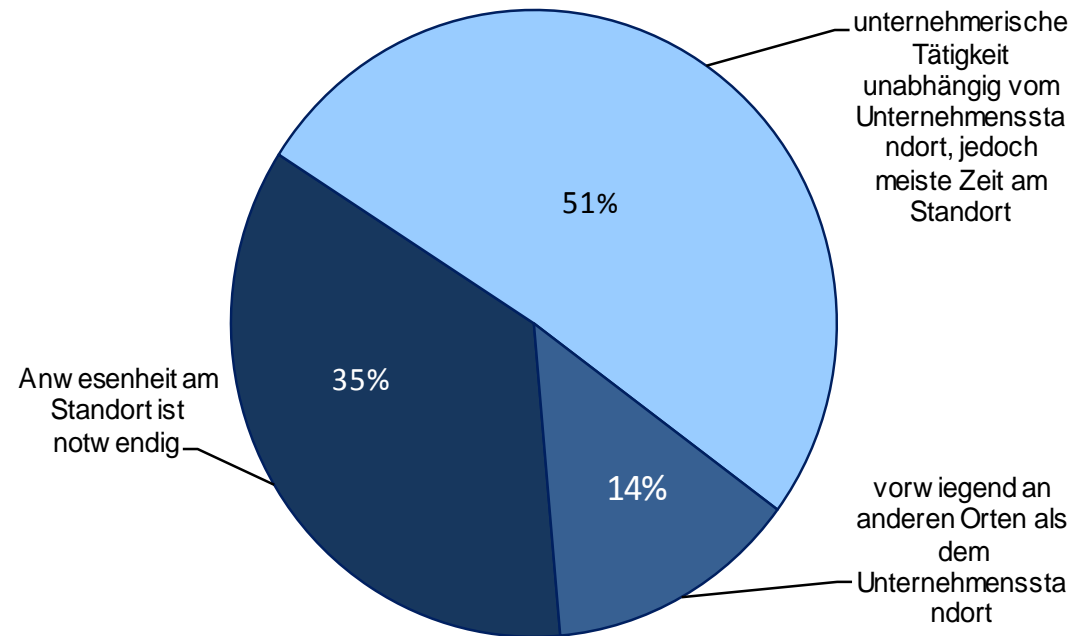
Faktoren der Standortwahl



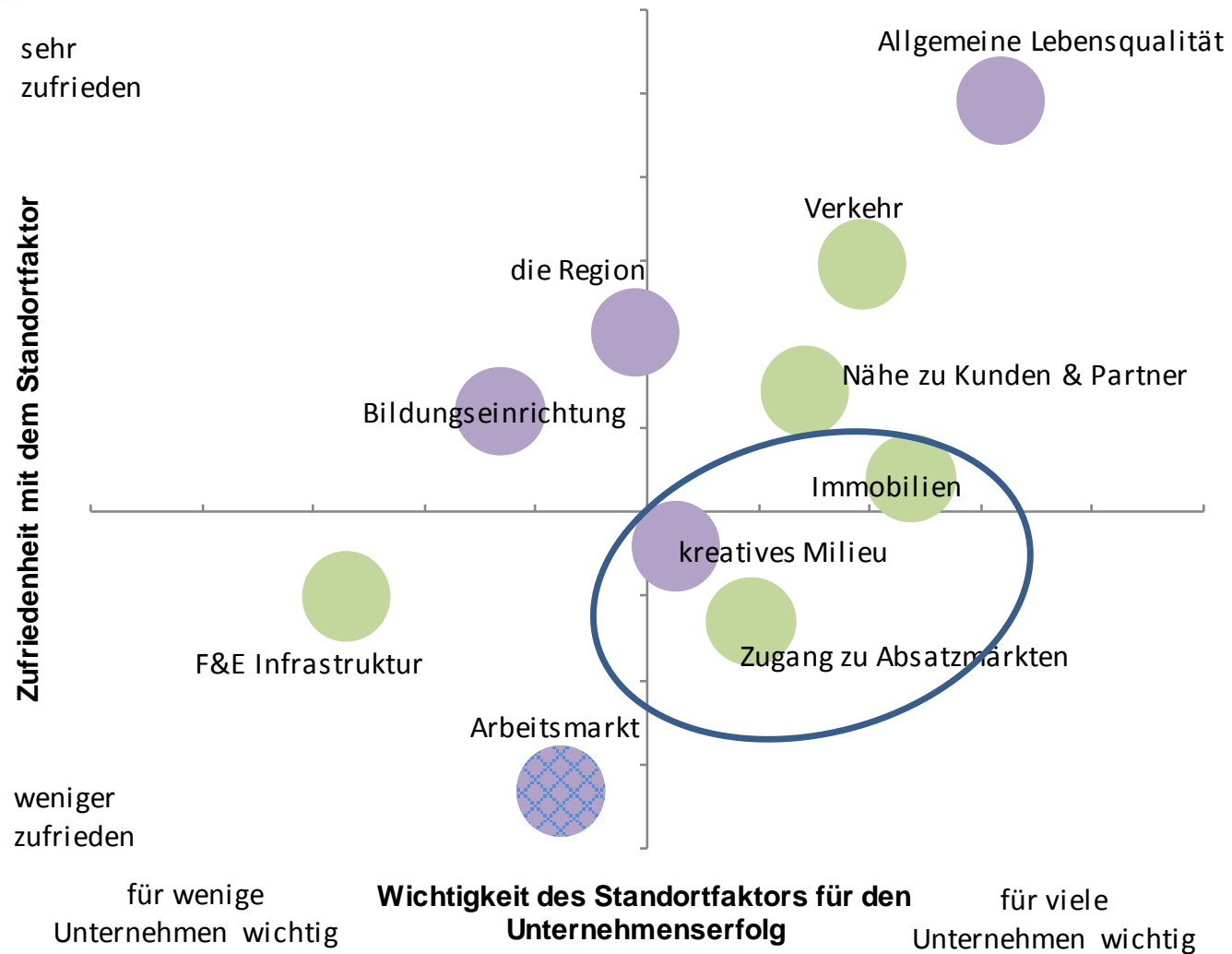
Räumliche Mobilität

Kreative sind „an und für sich“ mobil

- Starke Ausprägung von Ortsunabhängigkeit der unternehmerischen Tätigkeit
- Anwesenheit am Standort vorrangig notwendig, wenn unternehmerische Gründe die Standortwahl beeinflusst haben
- Sie könnten ortsunabhängig arbeiten, letztlich sehr regional verankert



Quellen: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung Frühjahr 2012



Quellen: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung Frühjahr 2012



Strategien zur Förderung der Kreativwirtschaft in den Regionen

Handlungsoptionen



Zentrale Themenfelder in Bezug auf Rahmenbedingungen für die Kreativwirtschaft

23/30

Absatzmärkte

Offene Mentalität und
„kreatives Milieu“

Raumangebot

Bewusstsein für kreative
(Wirtschafts-) Prozesse und
Kreativwirtschaft

Lebensqualität

Intelligente
Positionierung

Kooperationsbereitschaft
und Vernetzung

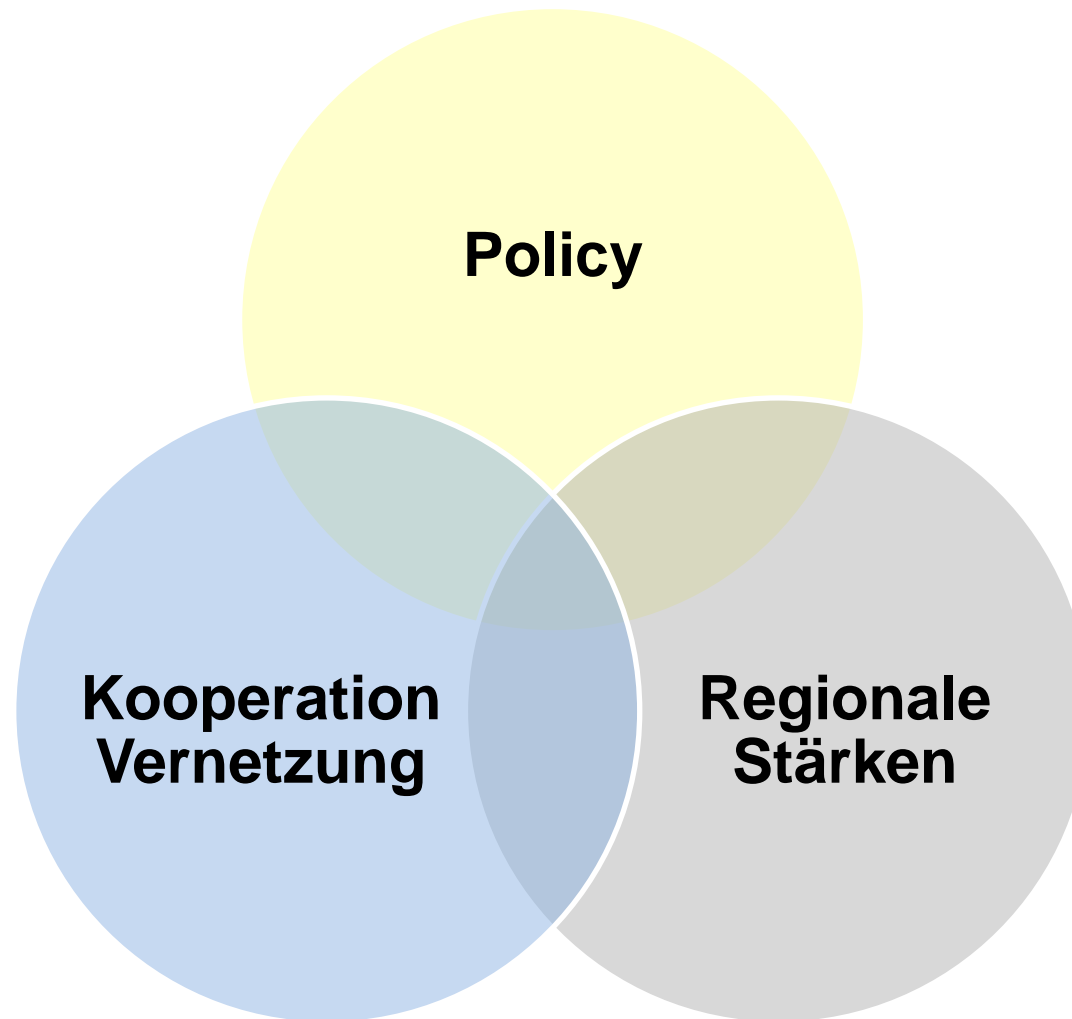
Migration
going out - coming back

Mobilität

(Aus-)
Bildungseinrichtungen
und Arbeitsmarkt

sichtbare
Perspektiven und
Chancen

Ansatzpunkte für regionale Strategien



„Policy“

- **Klares Bekenntnis** der verantwortlichen politischen Akteure, die Kreativwirtschaft zu adressieren / zu unterstützen
- Identifikation von **für die Region geeigneten Strategie bzw. Kombination** von Strategien.
- Analyse der **Ausgangssituation einer Region**
- **Einbettung** der regionalen Kreativwirtschaftsstrategie in übergeordneten **Entwicklungsplänen und Strategien**
- Suche und Einbeziehung **strategischer KooperationspartnerInnen**
- Förderung und Unterstützungen in Kooperation mit „regulären“ **Förderinstitutionen** aufstellen
- **Anreizsysteme für lokale Akteure** schaffen
- **Proaktive Kommunikationsstrategien**

„Kooperation, Vernetzung“

- Identifikation von **regionalen Schlüsselpersonen und kreativen Milieus** sowie Unternehmen, die als Leuchttürme für die Kreativwirtschaft fungieren können;
- **Branchen- und spartenübergreifende** regionale Netzwerkbildung
- Kooperationen zwischen **(Aus)Bildungseinrichtungen und Kreativen**
- **Breite Einbindung der Akteure** auf lokaler und regionaler Ebene
- Kooperationen zwischen **Groß- und Mittelbetrieben mit KMU der Kreativwirtschaft** forcieren
- Förderung der Vernetzung und Kooperation auch durch entsprechende **physische Räumlichkeiten** (strategische Mischnutzung)
- **Public-Private-Partnerships**

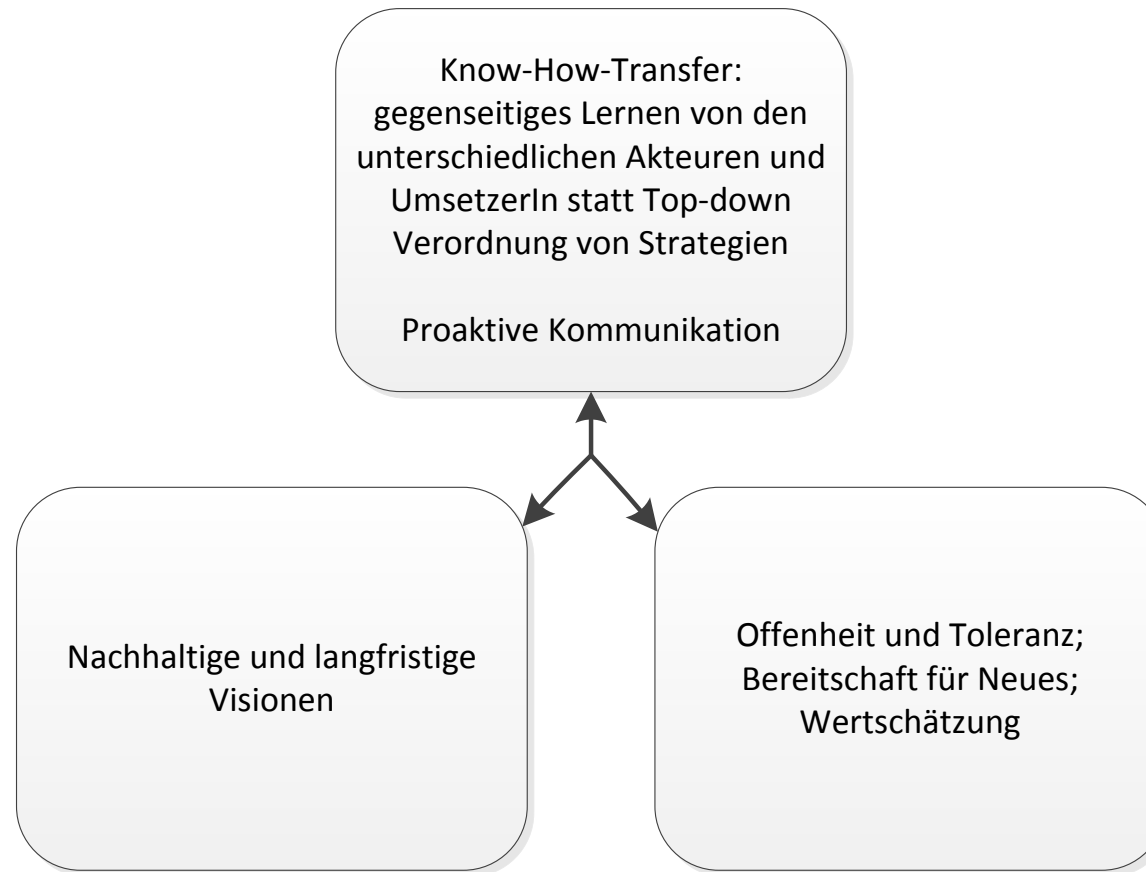
„regionale Stärken“

- **Sichtbarkeit** für die regionale Kreativwirtschaft und ihren Produkten / Dienstleistungen
- Klare, langfristige **Positionierung einer Region** bzw. einer Stadt
- **Nähe zu kreativen Hubs**, Orten mit Gestaltungskultur



Erfolgsfaktor: „Das miteinander Tun“

28/30



- Studie durchgeführt im Auftrag der **creativ wirtschaft austria** der WKO
- Von der **KMU Forschung Austria** in Kooperation mit
 - österreichische kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen
 - Oxford Research Sweden
 - Kingston University UK
- Erarbeitungszeitraum: 2012

- **Mehrwert** der Kreativwirtschaft in den Regionen
- **Ökonomische Bedeutung** der Kreativwirtschaft
- **Standorte** der Kreativwirtschaftsunternehmen
- **Unternehmenstypen** im regionalen Kontext
- **Faktoren** der Standortwahl
- **Strategien** zur Förderung der **Kreativwirtschaft in den Regionen**