

## Einblick: EU-Exportstrategien im Vergleich

Dieser Beitrag basiert auf mehreren Studien, Erhebungen und EU-weiten Expertengruppen zur Internationalisierung und Exportförderung der Kreativwirtschaft, an denen die Autorin - Sylvia Amann, inforelais - aktiv mitgewirkt hat. Aufgrund der Dynamik der internationalen Kreativwirtschaftsmärkte besteht auf europäischer Ebene strategisches Interesse an diesem Themenfeld.

Der Welthandel kultureller Güter und Dienstleistungen hat sich in den letzten 15 Jahren sehr positiv entwickelt: Zwischen 2002 und 2011 kam es zu einer Verdopplung des globalen Kulturgüterhandels<sup>1</sup>. Auch Österreich ist ein Top-Exporteur im Kreativbereich. An die 40% der österreichischen Kreativwirtschaftsunternehmen haben jetzt schon Kunden im Ausland<sup>2</sup>.

### **Auf EU-Ebene ist die Kreativwirtschaft als ein Schlüsselement im globalen Wettbewerb erkannt!**

Investitionen in diese Zukunftsbranchen sollen dazu beitragen, dass Europa mit China und den USA mithalten kann. Beide Großmächte haben massiv in die Kreativwirtschaft investiert. Am Beispiel China illustriert: Die öffentlichen Investitionen zugunsten der Kultur- und Kreativwirtschaft sind seit 2007 jährlich um 23% gestiegen<sup>3</sup>. Der zunehmende Druck auf den globalen Kreativmärkten hat auch zu einem Rückgang europäischer Kreativexporte auf Märkte außerhalb der EU geführt. Anstrengungen sind deshalb notwendig, um die Exportpotenziale noch besser zu nützen und (Neu-)Exporteure systematisch zu unterstützen.

### **Welche Herausforderungen stellen sich für die Intensivierung des Exports in der Europäischen Kreativwirtschaft? Und wie können diese am besten überwunden werden?**

Die Kultur- und Kreativwirtschaft sind von Klein- und KleinstunternehmerInnen geprägt, die naturgemäß über engere zeitliche und personelle Ressourcen im Vergleich zu mittelständischen Unternehmen verfügen. Maßnahmen, die den kreativwirtschaftlichen Unternehmen, den Erhalt von Schlüsselkontakten auf den neuen Märkten ermöglichen, sind deshalb zielführend. Exporteure aus der Kreativwirtschaft beklagen auch mangelnde Information über Zielmärkte. Systematische Marktstudien, wie jene der Außenwirtschaft Österreich, können Informationslücken schließen. Sprachbarrieren und die Fragmentierung von Märkten sind schwerer zu überwinden und entsprechende Mehrkosten müssen berücksichtigt werden (Übersetzungen, Untertitelungen, u. ä. m.). Exporteure müssen sich bewusst sein, dass der Einstieg in neue Märkte mit Kosten verbunden ist. Exportförderungen können nur kleine Teile dieser Kosten abdecken. Die finanziellen Unterstützungen sind in der Regel auch mit dem Einbringen von Eigenmitteln gekoppelt.

<sup>1</sup> EU OKM-Bericht „Strategien zur Förderung von Export und Internationalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Englisch) (2014)

<sup>2</sup> Creativ wirtschaft austria: Vierter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht

<sup>3</sup> EU OKM-Bericht „Strategien zur Förderung von Export und Internationalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Englisch) (2014)

## Das Bündeln von Kräften macht Sinn!

Unternehmenskooperationen ermöglichen: größere Sichtbarkeit, die Entwicklung von komplementären Angeboten (Alleinstellung gegenüber den Konkurrenten) sowie Kostenvorteile (z. B. gemeinsamer Versand und Marketing). Dieser Mehrwert sollte noch stärker genutzt werden. Intermediäre und Dachorganisation können diesbezüglich eine entscheidende Rolle spielen und sollten deshalb systematisch in die Exportunterstützung eingebunden werden. Generell gilt: Exportfördermaßnahmen müssen in enger Abstimmung mit den Unternehmerinnen und Unternehmern entwickelt und umgesetzt werden. International haben sich mehrjährige Programme bewährt, die die Kultur- und Kreativunternehmungen systematisch bei ihrem Einstieg in neue Märkte begleiten. Inspirierende Praxisbeispiele sind diesbezüglich „Tuscany Home“ im Interior Design Bereich mit dem Zielmarkt USA sowie das Luovimo-Programm der finnischen Handelsagentur (Nähere Infos: Siehe ergänzende Power Point Präsentation).

## In Österreich werden kreativwirtschaftliche Unternehmen seit Jahren bei ihren Exportanstrengungen unterstützt:

„go international - Fokus Kreativwirtschaft“ wurde auf europäischer Ebene bereits als ein Good Practice Beispiel präsentiert.

Die Initiative „Austrian Music Export“ ist ebenfalls eine bemerkenswerte, die verschiedene Stakeholder aus der Musikwirtschaft bündelt.

Spezifische Exportförderungen gibt es unter anderem für Galerien und im Filmbereich.

Auch die österreichischen Bundesländer setzen Internationalisierungsprogramme um.

Die Broschüre „Das Kapital der Kreativen“ der creativ wirtschaft austria gibt einen systematischen Einblick in kreativwirtschaftliche Förderungen in Österreich, inkl Exportförderungen.

EU-Exportstrategien sind in den letzten Jahren systematisch analysiert und publiziert worden. **Die wichtigsten Informationsquellen im Überblick:**

- EU OKM-Bericht „Strategien zur Förderung von Export und Internationalisierung in der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Englisch) (2014)  
[http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/reports/eac-omc-report-ccs-strategies_en.pdf)
- Mapping of Cultural and Creative Industry Export and Internationalisation strategies (Englisch) (2013) - <http://www.eenc.info/wp-content/uploads/2013/04/JStaines-CMercer-Mapping-CCI-Export-Strategies-Feb-2013.pdf>
- INTERREG IVC Thematic Programme Capitalisation Analysis Report on Creative Industries - Internationalisation and access to new markets (Englisch) (2013-2014)  
<http://www.interreg4c.eu/overview4/>
- Online-Befragung kreativwirtschaftlicher Netzwerke zu Exportpotentialen, inforelais und AWO Kreativwirtschaft (2013)
- Das Kapital der Kreativen - Finanzierung und Förderung der Kreativwirtschaft (2013)  
[http://www.creativwirtschaft.at/document/DasKapitalderKreativenTeil2Finanzierung\\_screen\\_final\\_28\\_514.pdf](http://www.creativwirtschaft.at/document/DasKapitalderKreativenTeil2Finanzierung_screen_final_28_514.pdf)

*Dieser Beitrag ist ein Auszug aus dem EU-OKM-Bericht zu Export- und Internationalisierungsstrategien, dem Analysis Report on Creative Industries (INTERREG IVC), der Online-Befragung kreativwirtschaftlicher Netzwerke sowie den Exportförderungen aus dem Kapital der Kreativen.*

*Sylvia Amann, inforelais, ist Expertin für die Bereich Kultur, Kreativwirtschaft und Regionalentwicklung. Sie wird laufend von verschiedenen EU Gremien als Expertin eingeladen: zur strategischen Entwicklung der Kreativwirtschaft (Kreativwirtschaft und Internationalisierung; Kreativwirtschaft in der EU-Regionalentwicklung und transnationalen Zusammenarbeit). Sie hat sich auch als Förderprofi für EU-Förderungen etabliert.*