

K
-
A
T



Kreativ- wirtschafts- barometer

Wir sind die
Kreativwirtschaft Austria
Für dich und deine Ideen!

www.kreativwirtschaft.at

Kreativwirtschaft

Austria



Kreativwirtschaftsbarometer Frühjahr 2016

Vorsichtiger Optimismus in der Kreativwirtschaft

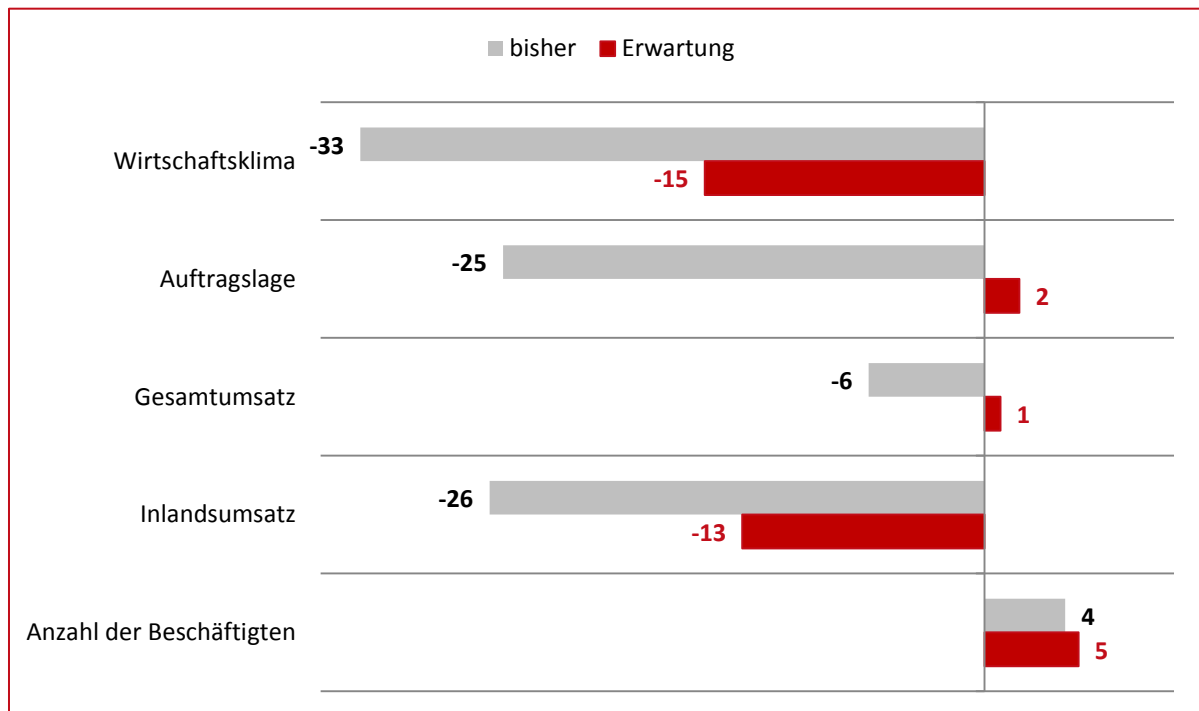
Die Kreativunternehmen äußern sich vorsichtig optimistisch in Hinblick auf ihre Geschäftstätigkeit in den kommenden 12 Monaten:

- Bei allen Indikatoren zeigt sich eine Verbesserung in den Erwartungen gegenüber der Einschätzung zur bisherigen Lage.
- Die Erwartungen der kreativschaffenden Unternehmen liegen dennoch zum Teil unter jenen der Gesamtwirtschaft.

Erwartungen über der Einschätzung der bisherigen Lage

Die Erwartungen der kreativschaffenden Unternehmen fallen optimistischer aus als die Einschätzung der bisherigen Lage. Bei den Inlandsumsätzen und dem Wirtschaftsklima zeigt sich besonders deutlich, dass die kommenden 12 Monate positiver eingeschätzt werden als die bisherigen 12 Monate, wenngleich die Ergebnisse per Saldo noch im negativen Bereich liegen. Die Erwartungssalden der Kreativunternehmen zur Auftragslage, Gesamtumsatz und Anzahl der Beschäftigten liegen sogar wieder knapp im positiven Bereich.

Gegenüberstellung von Einschätzung der bisherigen Lage der vergangenen 12 Monate und Erwartungen für die kommenden 12 Monate



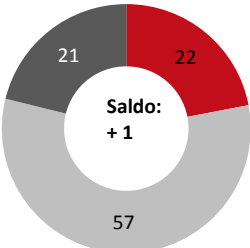
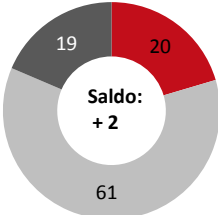
Erwartungen zur Geschäftstätigkeit geringer als in der Gesamtwirtschaft

Die Umsatzerwartungen fallen in der Kreativwirtschaft per Saldo nur knapp positiv aus. Der Saldo aus positiven und negativen Antworten liegt bei 1, während dieser in der Gesamtwirtschaft aufgrund der optimistischeren Einschätzung der Exportumsätze bei 9 liegt. Positiv ist jedoch in der Kreativwirtschaft, dass die Erwartungen zum Gesamtumsatz über der bisherigen Lage liegen. Kreative Unternehmen erwarten unterm Strich eine positive Entwicklung der Exportumsätze, jedoch nicht der Inlandsumsätze.

Erwartungen für die kommenden 12 Monate

	Gesamtwirtschaft	Kreativwirtschaft
Gesamtumsatz	9	1
Exportumsätze	32	11
Inlandsumsatz	-5	-13
Auftragslage	0	2

Erwartungen der Kreativwirtschaft im Detail

<p>Antworten in % Saldo = Differenz aus positiven und negativen Antworten</p>	
<p>■ besser ■ konstant ■ schlechter</p>  <p>Saldo: +1</p>	<p>Gesamtumsatz</p> <ul style="list-style-type: none"> Der Saldo aus positiven und negativen Erwartungen für die kommenden 12 Monate liegt nur knapp im positiven Bereich. 57 % der Kreativunternehmen erwarten eine konstante Umsatzentwicklung. 22 % der befragten Kreativunternehmen erwarten in den kommenden 12 Monaten eine Verbesserung des Umsatzes. Demgegenüber stehen 21 %, die mit einer Verschlechterung der Umsätze rechnen.
<p>■ besser ■ konstant ■ schlechter</p>  <p>Saldo: +2</p>	<p>Auftragslage</p> <ul style="list-style-type: none"> Die kreativschaffenden Unternehmen sind überwiegend abwartend bei der Einschätzung zur Auftragslage. 6 von 10 Kreativunternehmen erwarten eine konstante Auftragslage. Die positiven und negativen Antworten halten sich die Waage.

Einschätzungen zur Geschäftstätigkeit positiver als Wirtschaftsklima

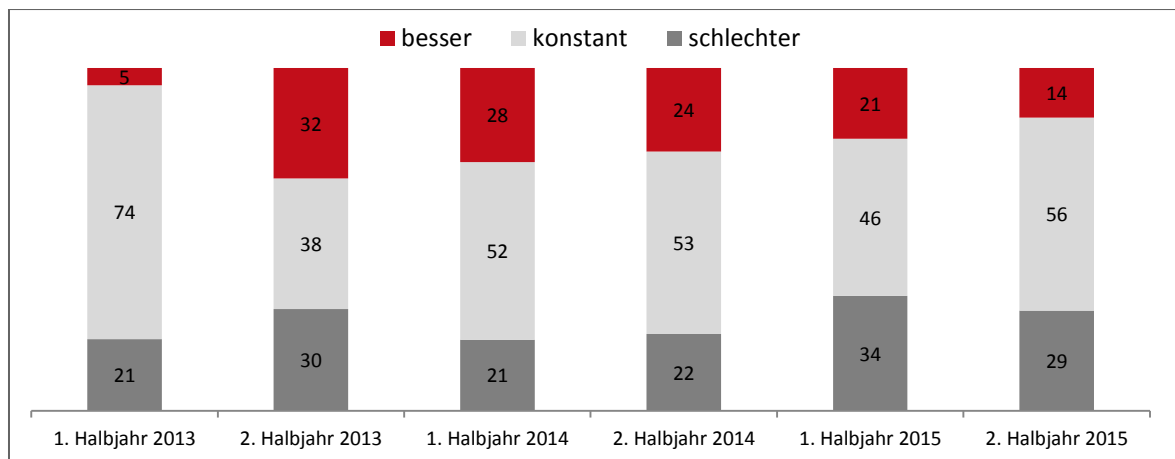
Die eigene Geschäftstätigkeit wird in den kommenden 12 Monaten besser eingeschätzt als das allgemeine Wirtschaftsklima. Das Wirtschaftsklima fasst die Einschätzung der Unternehmen zum Umfeld und den Rahmenbedingungen zusammen und gilt als Anhaltspunkt für die vorherrschende Unsicherheit. Dadurch ist das Wirtschaftsklima ein Stimmungsindikator und reagiert in der Regel mit höheren Ausschlägen als die unternehmensbezogenen Indikatoren. In den letzten Monaten hat die Unsicherheit etwas abgenommen und die Erwartungen zum Wirtschaftsklima per Saldo eindeutig über der Einschätzung der bisherigen Lage. Eine Verbesserung des Wirtschaftsklimas kann ein erstes vorsichtiges Signal für eine positive Trendwende sein.

Wirtschaftsklima bisher

Wirtschaftsklima Erwartungen



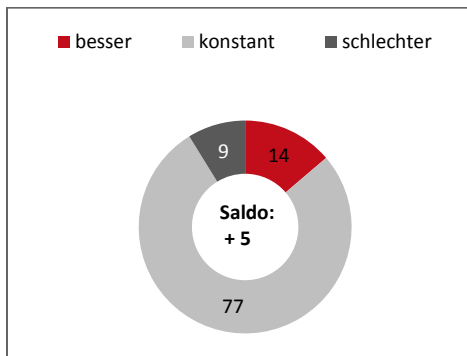
Erwartungen zum Wirtschaftsklima in der Kreativwirtschaft im Zeitverlauf



Personalstock bleibt konstant

Der Saldo aus positiven und negativen Antworten bei der Beschäftigung liegt leicht im positiven Bereich (+5, in der Gesamtwirtschaft: -14). Bei der Beschäftigung ist die Anzahl der Nennungen der Kreativunternehmen in der Kategorie „gleichbleibend“ höher als bei übrigen Indikatoren: 77 % geben an, den Personalstock konstant zu halten. Nur ein geringer Anteil, nämlich 14 % der kreativschaffenden Unternehmen plant, in den kommenden 12 Monaten Personal aufzubauen.

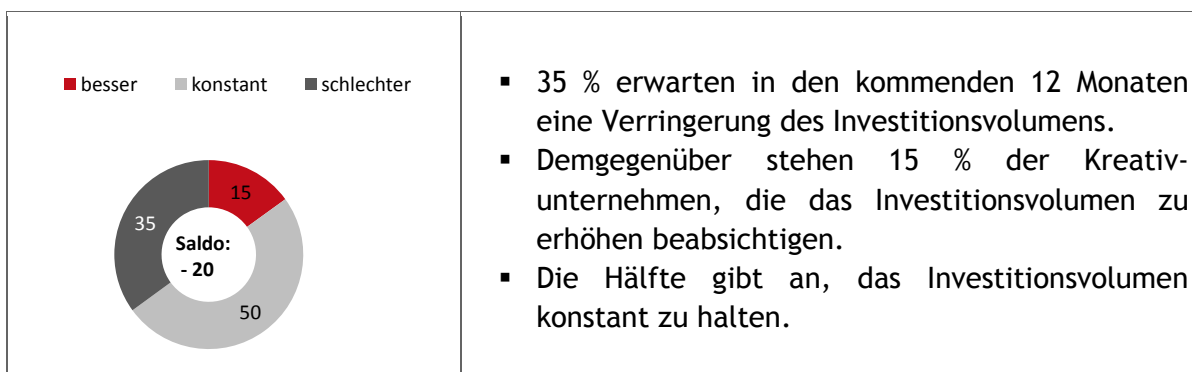
Erwartungen zur Beschäftigung



Zurückhaltung bei Investitionen

Der Mix aus schwachem Wirtschaftsklima und eher pessimistischen Erwartungen zur Auftragslage resultiert in einer Zurückhaltung bei den Investitionen. Die kreativschaffenden Unternehmen weisen derzeit deutlich geringe Investitionsabsichten auf als die Gesamtwirtschaft.

Erwartungen zum Investitionsvolumen



Derzeit geben nur 16 % der kreativschaffenden Unternehmen Neuinvestitionen als Hauptmotiv an, während der Wert in der Gesamtwirtschaft bei 32 % liegt. 33 % der Kreativunternehmen geben Ersatzbedarf als Investitionsmotiv an, in der Gesamtwirtschaft liegt der Anteil bei 62 %. 51 % der Unternehmen aus der Kreativwirtschaft geben an, keine Investitionen zu planen. Im Vergleich dazu äußern nur rund 20 % der Unternehmen in der Gesamtwirtschaft, keine Investitionsabsichten in den kommenden 12 Monaten.

Hauptmotive für Investitionen in den kommenden 12 Monaten

	Gesamtwirtschaft	Kreativwirtschaft
Ersatzbedarf	62	33
Neuinvestitionen	32	16
Rationalisierungsinvestitionen	36	18
Keine Investitionen geplant	21	51

*Mehrfachantworten möglich***Kreativunternehmen sehen steuerliche Maßnahmen und Verbesserungen in der Öffentlichen Verwaltung als wesentliche Anreize für mehr Investitionen****Welche Rahmenbedingungen wären aus Ihrer Sicht notwendig, um Anreize für Investitionen zu schaffen?**

Steuerliche Maßnahmen (Degressive Afa, Abschreibungszeitraum)	83,3%
Verwaltungsvereinfachung und -beschleunigung	57,9%
Verwaltungskosten senken	56,6%
Direktförderungen	36,3%
Freibeträge	24,0%
Finanzierungsbedingungen	15,7%

*Mehrfachantworten möglich***Bessere Bewertung für Investitionen in immaterielle Werte**

Die vergleichsweise geringeren Investitionsvorhaben der Kreativwirtschaft können vor dem Hintergrund des gängigen Investitionsverständnisses interpretiert werden, das primär auf Investitionen in psychische Produktionsanlagen und Materialaufwendungen abstellt. Investitionen der Kreativwirtschaft in Materialaufwendungen fallen generell deutlich geringer aus als in der Gesamtwirtschaft, was im Zusammenhang mit dem Dienstleistungscharakter des Sektors steht. Vorrangig wird in Fremdleistungen wie Software, Design, Marketing oder Weiterbildung investiert, was auch den hohen Kooperationsgrad innerhalb der Kreativwirtschaft widerspiegelt. Diese immateriellen Güter werden häufig nicht als Investitionen betrachtet und auch in Hinblick auf Fremdfinanzierungen schlecht bewertet. Eine faire Bewertung des unternehmerischen Wertes kreativer Leistungen und damit ein besseren Zugang zu Finanzierung, wären notwendig, um Investitionen in die und in der Kreativwirtschaft zu verbessern.

Die nur vorsichtig optimistische Einschätzung der wirtschaftlichen Lage durch die Kreativwirtschaft muss auch im Zusammenhang mit der anhaltenden Wirtschaftsflaute der Gesamtwirtschaft betrachtet werden. Die Kreativwirtschaft erzielt 65 % ihres Umsatzes mit Unternehmenskunden. Diese zeigen sich mit den Leistungen der Kreativwirtschaft hochzufrieden und schätzen die Qualität der Leistungen der Kreativwirtschaft. Kreativunternehmen erbringen vorwiegend für ihre Kunden maßgeschneiderte Leistungen, allerdings war das durchschnittliche Auftragsvolumen mit 5.000,- EUR bisher schon gering. Durch die angespannte Wirtschaftslage in der Gesamtwirtschaft ist auch die Kreativwirtschaft zunehmend unter Druck geraten. Sie trifft die anhaltende Wirtschaftsflaute zeitlich nachgelagert nun auch.

Antizyklische Maßnahmen, um den Markt für Kreativleistungen zu verbessern, können zu einer Win-Win Situation bei Unternehmen anderer Branchen und der Kreativwirtschaft führen. Unternehmen profitieren durch Kreativleistungen, die ihre Produkte und Dienstleistungen attraktiver gestalten, die Vermarktung fördern, Geschäftsprozesse verbessern oder Innovationen einführen. Dadurch eröffnen sich neue Märkte und Wachstumsmöglichkeiten.

Um das Bewusstsein bei Unternehmen für den Mehrwert von Investitionen in Kreativleistungen zu steigern, sucht die Kreativwirtschaft Austria auch 2016 wieder die beste Kreativwirtschaftsgeschichte. Erfolgreiche und anschauliche Beispiele, die zeigen wie Kreativwirtschaftstreibende für andere Unternehmen ganz unterschiedliche Kreativwirtschaftseffekte erbringen - die Mehrwert schaffen und Umsatz machen, werden ins Schaufenster gestellt. Kreative und ihre Kunden können ab 21. März 2016 auf www.kreativwirtschaft.at einreichen.

Impressum

Medieninhaberin, Herausgeberin und Verlegerin
Kreativwirtschaft Austria, Wirtschaftskammer Österreich
Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien
kreativwirtschaft@wko.at
+43 (0) 5 90 900 4000
www.kreativwirtschaft.at/offenlegung

Projektleitung
Mag. Michaela Gutmann, LL.M.

Der Kreativwirtschaftsbarometer ist eine Sonderauswertung des Wirtschaftsbarometers Austria der WKÖ, der größten Umfrage der gewerblichen Wirtschaft mit einer umfassenden Befragung der Kreativwirtschaft zu den Erwartungen für die kommenden 12 Monate.

Die Kreativwirtschaft Austria vertritt, als Teil der Wirtschaftskammer, die Interessen der Kreativwirtschaft in Österreich bzw. gegenüber der Europäischen Union und setzt sich für Sichtbarkeit kreativwirtschaftsbasierter Leistungen ein. Die Kreativwirtschaft Austria, kurz KAT, bietet umfangreiche Serviceleistungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Kreativen und ihre branchenübergreifende Vernetzung.

Die Kreativwirtschaft Austria ist Umsetzungspartnerin von evolve, der Strategie des BMWFW zur Förderung kreativwirtschaftsbasierter Innovationen.

Verlags- und Herstellungsort Wien
© 2016 Kreativwirtschaft Austria