

die kreativ für
wirtschafts
strategie **Österreich**

KURZFASSUNG

**Kreativwirtschaft – zentraler Wirtschaftsfaktor und
Impulsgeberin für den Innovationsstandort Österreich**

die kreativ für
wirtschafts
strategie **Österreich**

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

1010 Wien, Stubenring 1

Tel.: +43 1 711 00

www.bmwf.wg.v.at

Die vorliegende Kreativwirtschaftsstrategie wurde in einem mehrmonatigen Co-Creation-Prozess im Frühjahr 2016 federführend vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWF) in Kooperation mit der Kreativwirtschaft Austria (KAT), der Wirtschaftskammer Österreich, dem Austria Wirtschaftsservice (aws) und winnovation consulting gmbh erstellt. Rund 100 Kreativschaffende aus allen Bundesländern haben sich im Rahmen eines Stakeholder-Workshops bei der Strategieerstellung beteiligt und wesentlichen Input geliefert.

Produktion

Text: winnovation consulting gmbh (Astrid Bonk, Margit Hurich,

Gertraud Leimüller, Julia Schober, Johanna Stieblehner, Magdalena Theurl)

Layout: Barbara Wais, Drahtzieher Design + Kommunikation

Fotos: sofern nicht anders angegeben: Katharina Gossow, Michele Pauty

Druck: REMAprint Litteradruck

Verlags- und Erstellungsort: Wien

© 2016, Wien

Eine geschlechtergerechte Sprache ist uns wichtig, daher haben wir für die Beiträge in dieser Publikation gegenderte Formulierungen gewählt. Trotz sorgfältiger Prüfung sind Fehler im Text nicht auszuschließen. Kein Anspruch auf Vollständigkeit. Eine Haftung der Verlegerin oder anderen Beteiligten ist ausgeschlossen.

die kreativ für
wirtschafts
strategie **Österreich**

KURZFASSUNG

**Kreativwirtschaft – zentraler Wirtschaftsfaktor und
Impulsgeberin für den Innovationsstandort Österreich**

Vorwort



Dr. Reinhold Mitterlehner

Vizekanzler und Bundesminister für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Mit Kreativwirtschaft assoziiere ich ...

... Innovationstreiber ... kreative Ideen ... Blick über den Tellerrand ... internationale Zusammenarbeit und vernetztes Denken.

Österreich ohne Kreativwirtschaft wäre für mich ...

... im Nachteil, denn sowohl Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Gesellschaft profitieren vom Know-how und von der Problemlösungskompetenz der Kreativschaffenden. Die Kreativwirtschaft ermöglicht zukunftsorientierte Arbeitsplätze und ist eine wichtige Wachstums- und Innovationstreiberin.

Das derart hohe Gewicht der Kreativwirtschaft in der österreichischen Wirtschaft resultiert meiner Meinung aus ...

... aus dem Mehrwert, den die Kreativwirtschaft bringt. Sie stimuliert Innovationen und macht diese anwendbar und vermarktbar. Produkte und Dienstleistungen aus anderen Sektoren werden attraktiver gestaltet, die Vermarktung wird gefördert. Damit eröffnet die Kreativwirtschaft nicht nur neue Märkte und Wachstumschancen, sondern erhöht auch die Wettbewerbsfähigkeit anderer Branchen.

Mein Bild der Kreativwirtschaft in Österreich in 20 Jahren sieht folgendermaßen aus ...

... Wir haben das große Potenzial bestmöglich genützt und bauen es weiter aus. Die Bedeutung der Kreativwirtschaft als Wachstums- und Beschäftigungsfaktor ist gestiegen und der Innovationsstandort Österreich ist international anerkannt und top positioniert.

Den Kreativschaffenden in Österreich möchte ich gerne mitgeben ...

... Die Kreativwirtschaft sollte sich ihrer Rolle als dynamischer Wirtschaftsfaktor und branchenübergreifende Innovationstreiberin noch stärker bewusst werden. Ihr hoher Stellenwert als Impulsgeberin und Vorreiterin für den gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Wandel sollte sich auch im Selbstverständnis widerspiegeln.



Dr. Harald Mahrer
Staatssekretär,
Bundesministerium
für Wissenschaft,
Forschung und
Wirtschaft



Dr. Christoph Leitl
Präsident der Wirt-
schaftskammer
Österreich

... Pioniere ... Leidenschaft ... Motivation ... erfolgreicher gesellschaftlicher Wandel ... Innovation ... Start-ups ... Vernetzung ... Treiberin der Wissensgesellschaft ... hohes internationales Ansehen.

... Zukunftsbranche, die die Quintessenz des unternehmerischen Handelns verkörpert ... Wachstumsmotor unserer Wirtschaft ... zentraler Standortfaktor für den zukünftigen Erfolg Österreichs ... enormer Pool an Ideengeberinnen und -gebern und Umsetzerinnen und Umsetzern von Innovationen ... hohe Dynamik.

... im Zeitalter der Digitalisierung undenkbar! Die Kraft der Kreativwirtschaft für Innovation und Wettbewerbsfähigkeit ist entscheidend, damit Österreich wieder Innovationsleader wird. Sie ist der Motor des Fortschritts. Die transformative Rolle der Kreativwirtschaft macht sie in der dynamischen und vernetzten Wirtschaftswelt unabdingbar.

... einfach unvorstellbar! Dem Land würde ein Teil seiner Identität fehlen und der Wirtschaft ein eminent wichtiger Impulsgeber und Innovationsmotor.

... aus dem Fakt, dass sie zukunftsweisend ist und ihre Implikationen längst über die klassische Kultur- und Wirtschaftspolitik hinausreichen. Jedes zweite Kreativunternehmen ist für Innovationen in anderen Branchen verantwortlich. Das ist eine befruchtende Symbiose, die Österreich täglich einen Schritt nach vorne bringt.

... ihrem großen Innovations- und Transformationspotenzial im Inland, aber auch auf die internationale Ebene hinaus. Ohne starke gestalterische, innovative, kommunikative und digitale Leistungen ist es unmöglich, auf internationalen Märkten erfolgreich zu sein.

... Die Kreativwirtschaft genießt hohes Ansehen und ist in der Gesellschaft sowie Wirtschaft breit verankert. Ihre Prozesse, Methoden, Arbeitsformen, Lösungsansätze und Flexibilität prägen das unternehmerische Selbstverständnis und sind dadurch in Gesellschaft und Wirtschaft zur Selbstverständlichkeit geworden.

... Sie hat sich von einer Zukunftsbranche zu einem strahlenden, weithin sichtbaren Standbein unserer Wirtschaft und des österreichischen Selbstverständnisses als Innovations- und Kreativwirtschaftsstandort an der internationale Spitze etabliert. Und die Erfolgsstory geht weiter!

... Der „First Mover“-Status ist nicht immer leicht. Als Pionier voranzugehen löst oft Kopfschütteln und auch Widerstände aus. Ich bin der Kreativwirtschaft für diese wichtige Rolle als Treiberin des Wandels dankbar für die hohe Motivation und die Leidenschaft, mit denen die Kreativschaffenden einen Beitrag leisten, Österreich ein Stück besser, moderner und menschlicher zu machen. Die Kreativwirtschaft kann das Aushängeschild für ein innovatives Österreich in der ganzen Welt sein.

... Wagen Sie Neues, bleiben Sie auch bei Widerständen mutig und visionär. Wir Unternehmerinnen und Unternehmer sind es, die die Zukunft dieses Landes gestalten – beim Tun fest in der Gegenwart, und mit den Ideen und dem Blick bereits in der Zukunft.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
2 Zielsetzung und Vision 2025	10
2.1 Zielsetzung	10
2.2 Vision: Die Kreativwirtschaft im Jahr 2025	11
3 Die Kreativwirtschaft im Überblick	12
3.1 Die Kreativwirtschaft als Sektor – Definition und Ausgangslage	12
3.2 Crossover-Effekte der Kreativwirtschaft für Wirtschaft, Innovation und Gesellschaft	14
3.3 Die Gesamtwirtschaft durch Wirkungspotenziale der Kreativwirtschaft stärken	15
4 Handlungsfelder und Maßnahmen der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich	16
4.1 Empowerment der Kreativwirtschaft	17
4.1.1 Handlungsfeld „Unternehmerische Kompetenz der Kreativschaffenden stärken“	17
4.1.2 Handlungsfeld „Standortbedingungen für Kreativunternehmen verbessern“	18
4.1.3 Handlungsfeld „Kreativwirtschaftlichen Nachwuchs fördern“	18
4.1.4 Handlungsfeld „Internationalisierung der Kreativunternehmen unterstützen“	18
4.2 Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft durch die Kreativwirtschaft	19
4.2.1 Handlungsfeld „Das Transformationspotenzial der Kreativwirtschaft kommunizieren und sichtbar machen“	19
4.2.2 Handlungsfeld „Anreize für Crossover-Effekte verstärken“	20
4.3 Innovation aus der Kreativwirtschaft	20
4.3.1 Handlungsfeld „Innovations-Know-how der Kreativschaffenden gezielt stärken“	21
4.3.2 Handlungsfeld „Zugang zu Finanzierungen und Risikokapital verbessern“	21
5 Umsetzung	21
6 Von der Erarbeitung bis zur Präsentation der Kreativwirtschaftsstrategie – Der Prozess in Bildern	22

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

aws	Austria Wirtschaftsservice
BMFWF	Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft
EPU	Ein-Personen-Unternehmen
EU	Europäische Union
F&E	Forschung & Entwicklung
IP	Intellectual Property
KAT	Kreativwirtschaft Austria
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
KW	Kreativwirtschaft
SME	Small and Medium Enterprises
SWOT	Akronym für Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
WKÖ/WKO	Wirtschaftskammer Österreich/Wirtschaftskammerorganisation

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Spezifische Charakteristika der Kreativwirtschaft	14
Abbildung 2:	SWOT-Analyse der Gesamtwirtschaft im Hinblick auf spezifische Wirkungspotenziale der Kreativwirtschaft	15
Abbildung 3:	Überblick der 3 Säulen Empowerment, Transformation und Innovation inklusive Handlungsfelder und Maßnahmen	16

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1:	Struktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen	12
Tabelle 2:	Struktur und Entwicklung der Kreativwirtschaft	13

2 Zielsetzung und Vision 2025

2.1 Zielsetzung

Österreich als kleinstrukturierte, stark exportorientierte Volkswirtschaft ist aufgrund der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüche, die Globalisierung und Digitalisierung mit sich bringen, mehr denn je auf eine hohe Innovationsdynamik angewiesen. Hierbei spielt die Kreativwirtschaft¹ eine wesentliche Rolle: Die Kreativwirtschaft hat, wie kaum eine andere Branche, in den vergangenen Jahren als Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor innerhalb der Europäischen Union an Bedeutung gewonnen. Auch in Österreich stellt sie einen bedeutsamen Wachstums- und Innovationsmotor für die Wirtschaft dar.

Die innovative und transformative Kraft der Kreativwirtschaft trägt zur Entstehung zukunftsfähiger Arbeitsplätze (vor allem in KMU), zur Verbesserung der Attraktivität von Städten und Regionen als Wirtschaftsstandorte und zur Stärkung regionaler Innovationssysteme bei. Insbesondere die Beiträge der Kreativwirtschaft zur Entwicklung, Dissemination und Vermarktung neuer Produkte, Dienstleistungen, Geschäfts- und Wertschöpfungsmodelle tragen wesentlich zu Innovation, Wachstum und Dynamik des Wirtschaftsstandort Österreichs bei. Sie muss daher aus wirtschafts- und innovationspolitischer Sicht gesichert und gestärkt werden.

Die federführend vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft erstellte Kreativwirtschaftsstrategie verfolgt folglich folgende Zielsetzungen:

→ **Stärkung des österreichischen Innovationssystems:**

Die Kreativwirtschaftsstrategie trägt gemeinsam mit der Strategie der Bundesregierung für Forschung, Technologie und Innovation (FTI-Strategie), der Open Innovation-Strategie, Gründerland-Strategie, den Open Access Empfehlungen, der IP-Strategie und der digitalen Roadmap wesentlich zur Weiterentwicklung und hohen Dynamik des österreichischen Innovationssystems bei.

→ **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Kreativwirtschaft:**

Die Unternehmen der Kreativwirtschaft sollen gestärkt und weiterentwickelt werden, um künftig noch stärkere Impulse für Wachstum und Beschäftigung setzen zu können.

→ **Stärkung der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftsbranchen:**

Die Kreativwirtschaft soll in Bezug auf Innovationen und Wettbewerbsfähigkeit einen „Missing Link“ quer über Branchen und Disziplinen bilden und zum unverzichtbaren Bindeglied werden.

→ **Stärkung des internationalen Bildes Österreichs als kreatives Kultur- und Innovationsland:**

Die österreichische Kreativwirtschaft soll durch ihre Leistungen das positive Bild Österreichs in anderen Ländern als Standort für Innovation und Kreativität verstärkt sichtbar machen.

¹ Die Kreativwirtschaft umfasst erwerbsorientierte Unternehmen, die sich mit der Schaffung, Produktion, (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern sowie Dienstleistungen beschäftigen. Nach der aktuellen Definition umfasst sie folgende Bereiche: Architektur, Buch und Verlagswesen, Design, Werbung, Filmwirtschaft, Musikwirtschaft, Radio & TV, Software und Games, Markt für darstellende Kunst

2.2 Vision: Die Kreativwirtschaft im Jahr 2025

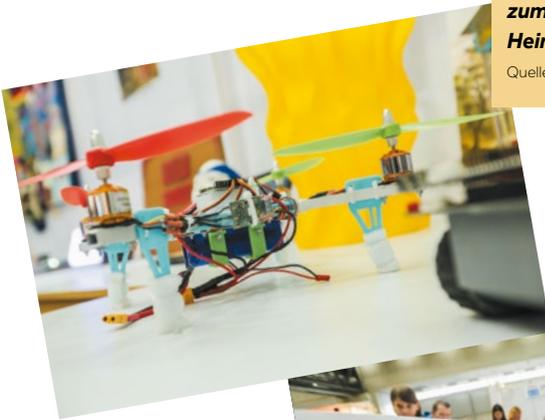
Im Jahr 2025 genießt die Kreativwirtschaft in Österreich hohes Ansehen. Kreativunternehmen sind untereinander und mit Unternehmen anderer Branchen eng vernetzt und kreativer Nachwuchs wird 2025 bereits frühzeitig erkannt und gezielt gefördert. Ideale Rahmenbedingungen für dynamisches, wissensbasiertes Entrepreneurship machen Österreich zu einem der besten Standorte für Kreativunternehmen in Europa. Die Kreativwirtschaft trägt so maßgeblich zum Bild Österreichs als kreatives Kultur und Innovationsland bei.

Makerspaces bieten Raum und Werkzeuge für kreative Projekte

selberMACHEREI (Wien)

Makerspaces sind Orte, an denen Interessierte Maschinen und Werkzeuge wie 3D-Drucker, Lasercutter und Werkbänke nutzen und Projekte umsetzen können. Die Räumlichkeiten von Makerspaces sind oftmals auf einen speziellen Schwerpunkt ausgerichtet wie Technik oder Design. Häufig werden auch Schulungen und Workshops angeboten. Ein Beispiel eines Makerspaces ist der in Wien ansässige Verein Maker Austria, der in der selberMACHEREI seinen Mitgliedern verschiedenste Werkzeuge wie 3D-Drucker, CNC-Fräsen und Lasercutter zur Bearbeitung von Materialien wie Holz, Ton, Stein und Wolle zum Up/Recycling sowie in den Bereichen Heim, Garten und Elektronik anbietet.

Quelle: www.makeraustria.at



© Maker Austria e.V.

3 Die Kreativwirtschaft im Überblick

3.1 Die Kreativwirtschaft als Sektor – Definition und Ausgangslage

Die 9 Bereiche der Kreativwirtschaft

Die Kreativwirtschaft umfasst erwerbsorientierte Unternehmen, die sich mit der Schaffung, Produktion und (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern sowie Dienstleistungen beschäftigen. Nach der aktuellen Definition umfasst sie folgende Bereiche:

1. **Architektur**
2. **Buch und Verlagswesen**
3. **Design**
4. **Werbung**
5. **Filmwirtschaft**
6. **Musikwirtschaft**
7. **Radio & TV**
8. **Software und Games**
9. **Markt für darstellende Kunst**

Quelle: Kreativwirtschaft Austria (KAT) 2016; Vorarbeiten der KMU-Forschung Austria zum 7. Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht 2017

Tabelle 1: Struktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen

Quelle: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, 2016, basierend auf Daten aus 2013

	Unternehmen	Beschäftigte gesamt	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in Millionen EUR	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. EUR
Architektur	5.850	17.480	9.960	1.740	930
Buch & Verlagswesen	4.010	22.910	19.070	3.910	1.250
Design	1.920	3.400	1.420	240	110
Werbung	9.030	26.800	17.840	4.410	1.210
Filmwirtschaft	3.870	10.720	6.850	1.040	490
Musikwirtschaft	1.240	3.120	1.850	420	140
Radio & TV	80	4.830	4.770	1.320	480
Software & Games	7.320	36.900	29.840	5.810	2.720
Markt für darstellende Kunst	8.580	23.510	14.680	2.470	1.330
Kreativwirtschaft insgesamt	41.900	149.670	106.280	21.360	8.660

Mehr als jedes 10. Unternehmen in Österreich gehört der Kreativwirtschaft an. Insgesamt sind es 41.900 Kreativwirtschaftsunternehmen. Die Anzahl der Unternehmen in der Kreativwirtschaft stieg in den letzten Jahren doppelt so hoch wie jene in der Gesamtwirtschaft.

Quelle: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, 2016

4,5% aller Beschäftigten in Österreich arbeiten in der Kreativwirtschaft. Das sind rund 150.000 Beschäftigte, fast 1/3 ist selbstständig. Die Anzahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft wuchs um 9%, das sind 5% mehr als in der Gesamtwirtschaft.

Tabelle 2: Struktur und Entwicklung der Kreativwirtschaft

Quelle: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, 2016, basierend auf Daten aus 2013

	2013	Anteil an der Gesamtwirtschaft in Prozent	Veränderung zu 2010 in Prozent
Unternehmen	41.900	10,8 %	2,0 %
Beschäftigte gesamt	149.670	4,5 %	8,8 %
unselbstständig Beschäftigte	106.280	3,6 %	9,3 %
Umsatzerlöse in Mill. EUR	21.360	2,8 %	14,2 %
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mill. EUR	8.660	4,0 %	21,3 %

Die Bruttowertschöpfung der österreichischen Kreativwirtschaft beträgt **8.660 Mio. EUR**. Das sind 4% der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung. Die Bruttowertschöpfung der Kreativwirtschaft ist um beinahe ein Viertel gestiegen, wohingegen die Gesamtwirtschaft hier lediglich ein Plus von 8% verzeichnen konnte.

Quelle: KMU Forschung Austria, Statistik Austria, 2016

Die Kreativwirtschaft erwirtschaftet Umsatzerlöse in Höhe von **21.360 Mio. EUR**. Das sind 2,8% der gesamtwirtschaftlichen Erlöse. Die Kreativwirtschaft konnte ihre Umsatzerlöse um 14% steigern, das sind 2 Prozentpunkte mehr als in der Gesamtwirtschaft erreicht werden konnte.

Leuchtturm für die Kreativwirtschaft in der Oststeiermark KAPO (Steiermark)

Die Firma KAPO in Pöllau, steirisches Aushängeschild für Kreativität und Innovation, hat sich im oststeirischen Kernland als Leuchtturm für die Kreativwirtschaft etabliert – in einer Region, die bislang zu den kreativ noch wenig erschlossenen Gegenden Österreichs zählt. Durch seine zahlreichen engen Verflechtungen mit der regionalen und überregionalen Kreativwirtschaft schafft der Fenster-, Türen- und Möbelhersteller Anknüpfungspunkte für Architektur, Produktgestaltung und Kommunikationsdesign. Mit ihren Kooperationsprojekten und Initiativen setzt die Firma aktiv Impulse zur Förderung von Kreativen.

(<http://kapo.co.at/>)

Quelle: Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, KAT



© KAPO Holding GmbH

3.2 Crossover-Effekte der Kreativwirtschaft für Wirtschaft, Innovation und Gesellschaft

Die Kreativwirtschaft kann positive Crossover-Effekte auf die Wirtschaft, das Innovationssystem, die Regionalentwicklung, die öffentliche Verwaltung und die Gesellschaft im Allgemeinen auslösen, welche weit über ihre eigene Wirtschaftsleistung hinausgehen. Für die Wirtschaft eröffnet dies Wachstumsmöglichkeiten u.a. in Form von neuen Märkten und leistet zudem einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit anderer

Branchen. Dort wirkt die Kreativwirtschaft als Bindeglied zwischen den Branchen, da sie mit ihren spezifischen Leistungen (z.B. Design-, Gestaltungs-, IT- und Kommunikationsleistungen) in anderen Wirtschaftszweigen dazu beitragen kann, diese attraktiver zu gestalten, deren Vermarktung zu fördern, Geschäftsprozesse zu verbessern und die Digitalisierung der Wirtschaft voranzutreiben.

Abbildung 1: Spezifische Charakteristika der Kreativwirtschaft

Quelle: © KAT, 2016



Lesehilfe zu Abbildung 1: „Die Kreativwirtschaft ist zwar durch ihre Heterogenität gekennzeichnet, die sich aus ihren unterschiedlichen Bereichen ergibt, jedoch weisen diese wichtige Gemeinsamkeiten auf, welche für den gesamten Sektor bezeichnend sind und seine Identität prägen. Diese Charakteristika sind ausschlaggebend für die Resilienz und dynamisierende Funktion der Kreativwirtschaft auf den Wirtschaftsstandort.“

3.3 Die Gesamtwirtschaft durch Wirkungspotenziale der Kreativwirtschaft stärken

Abbildung 2: SWOT-Analyse der Gesamtwirtschaft im Hinblick auf spezifische Wirkungspotenziale der Kreativwirtschaft

Quelle: © winnovation, 2016

Lesehilfe zu Abbildung 2: „Die bestehende Stärke Österreichs, über ein differenziertes, hochentwickeltes Innovationssystem zu verfügen, kann durch die Modernisierung und Weiterentwicklung des Innovationsverständnisses durch die Kreativwirtschaft ausgebaut werden.“

Stärken

Wie die Kreativwirtschaft Stärken der Gesamtwirtschaft vergrößern kann

- Differenziertes, hochentwickeltes Innovationssystem
→ **wesentlicher Beitrag der Kreativwirtschaft zur Modernisierung und Weiterentwicklung des Innovationsverständnisses und der Innovationsprozesse**
- Hohe Lebensqualität → **Positionierung Österreichs als kreativer und innovativer Standort durch die Leistungen der Kreativwirtschaft**
- Hoher Bildungsstandard inklusive dualem Bildungssystem
→ **Ergänzung des Bildungssystems durch moderne kreativwirtschaftliche Ausbildungen**
- Im internationalen Vergleich gut ausgebaut ländliche Infrastruktur → **hohe Wachstumsmotiv der Kreativwirtschaft speziell außerhalb der Ballungsräume**

Schwächen

Wie die Kreativwirtschaft den Schwächen der Gesamtwirtschaft entgegenwirken kann

- Steigende Arbeitslosigkeit
→ **hohes Beschäftigungswachstum in der Kreativwirtschaft**
- Geringes Wirtschaftswachstum
→ **hohes Umsatzwachstum der Kreativwirtschaft**
- Mangelnde Dienstleistungsexporte
→ **hohe Exportneigung der Kreativwirtschaft**
- Geringe Investitionstätigkeit in der Gesamtwirtschaft
→ **hohe Exportneigung der Kreativwirtschaft**
- Im internationalen Vergleich nur mittlere Gründungsdynamik in Gesamtwirtschaft → **hohe Gründungsdynamik und Entrepreneurship-Neigung in der Kreativwirtschaft**

Chancen

Wie die Kreativwirtschaft Chancen der Gesamtwirtschaft ausbauen kann

- Öffnung und Weiterentwicklung des Innovationssystems
→ **Kreativwirtschaft als wesentliches Verbindungsglied zwischen Branchen und Disziplinen**
- Neue Wachstumsimpulse durch Digitalisierung und Industrie 4.0 → **Stärkung des digitalen Wandels durch technologieaffine, innovative Kreativunternehmen**
- Verstärkte Exporttätigkeit der Unternehmen → **weitere Erhöhung der Kreativwirtschafts-Exporte**
- Steigendes Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten für nachhaltige Wertschöpfung → **nachhaltige Lösungen und neue Geschäftsmodelle aus der Kreativwirtschaft**
- Neue Wertschöpfungssysteme und Formen der Unternehmenskooperation → **Kreativwirtschaft als Vorreiter bei Arbeits- und Wertschöpfungssystemen**

Herausforderungen

Wie die Kreativwirtschaft Herausforderungen der Gesamtwirtschaft verringern kann

- Verschärfung des globalen Wettbewerbs → **Entwicklung hochqualitativer, einzigartiger kreativer und kultureller Leistungen durch Kreativwirtschaft**
- Alterung der Gesellschaft → **Entwicklung neuer altersgerechter Lösungen (Apps, Wearables, Services etc.) durch die Kreativwirtschaft**
- Neue gesundheitliche Herausforderungen, steigende Gesundheitskosten → **Entwicklung neuer, smarter Gesundheitslösungen durch die Kreativwirtschaft**
- Klimawandel v.a. in Tourismus und Landwirtschaft → **Entwicklung klimafreundlicher Lösungen durch die Kreativwirtschaft**
- Integration von Migranten und Migrantinnen in den Arbeitsmarkt → **Kreativwirtschaft unterstützt Integration mittels sozialer Innovation**
- Weiterer Rückgang von Arbeitsplätzen in der produzierenden Wirtschaft → **neue kreativwirtschaftsbasierte Hardware-Betriebe durch Einsatz digitaler Technologien (u.a. 3-D-Druck)**

4

Handlungsfelder und Maßnahmen der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich

Abbildung 3: Überblick der 3 Säulen Empowerment, Transformation und Innovation inklusive Handlungsfelder und Maßnahmen
Quelle: © winnovation. 2016

Empowerment	
Unternehmerische Kompetenz der Kreativschaffenden stärken	
Maßnahme 1	Netzwerke für Peer-Learning ausbauen
Maßnahme 2	Aus- und Weiterbildung für Kreativschaffende intensivieren
Maßnahme 3	Spezial-Ratgeber für Kreativschaffende anbieten
Standortbedingungen für Kreativunternehmen verbessern	
Maßnahme 4	Kreativunternehmen finanziell und bürokratisch entlasten
Maßnahme 5	Kooperationen erleichtern und entbürokratisieren
Maßnahme 6	Flächendeckenden Breitbandausbau vorantreiben
Kreativwirtschaftlichen Nachwuchs fördern	
Maßnahme 7	Duale Ausbildung in der Kreativwirtschaft attraktiver machen
Maßnahme 8	Talente für und in der Kreativwirtschaft identifizieren
Maßnahme 9	Gründungen vereinfachen
Internationalisierung der Kreativunternehmen unterstützen	
Maßnahme 10	Die Kreativwirtschaft auf internationalen Märkten positionieren
Maßnahme 11	Reputationsaufbau und Interessensvertretung in der EU vorantreiben

Transformation	
Das Transformationspotenzial der Kreativwirtschaft kommunizieren und sichtbar machen	
Maßnahme 12	Leistungen der Kreativwirtschaft messen und klar fassbar machen
Maßnahme 13	Die Transformationskraft der Kreativwirtschaft national und international sichtbar machen
Maßnahme 14	Bewusstsein für die Kreativwirtschaft bereits ab dem Kindesalter schaffen
Anreize für Crossover-Effekte verstärken	
Maßnahme 15	Anreize für die cross-sektorale Zusammenarbeit in der Kreativwirtschaft verstärken
Maßnahme 16	Kreativwirtschaftsbasierte Innovation im öffentlichen Sektor einsetzen
Maßnahme 17	Mittels Matchmaking neue Innovationspartnerschaften initiieren

Innovation	
Innovations-Know-how der Kreativschaffenden gezielt stärken	
Maßnahme 18	Innovationsräume für Kreative zugänglich machen
Maßnahme 19	Wissen über Innovationsmethoden verbreitern
Zugang zu Finanzierung und Risikokapital verbessern	
Maßnahme 20	Innovationsförderung im Bereich der Kreativwirtschaft fortsetzen und ausbauen
Maßnahme 21	Zugänglichkeit von allgemeinen Instrumenten der Innovationsfinanzierung verbessern
Maßnahme 22	Steuerliche Investitionsanreize verstärken

4.1 Empowerment der Kreativwirtschaft

Im Mittelpunkt der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich stehen die Ziele die Kreativwirtschaft als zentralen Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor begreifbar zu machen und zu stärken, die impulsgebende Rolle der Kreativwirtschaft für den Innovationsstandort Österreich zu forcieren und das internationale Bild Österreichs als kreatives Kultur- und Innovationsland zu unterstützen. Um dies zu erreichen, basieren die Handlungsfelder und Maßnahmen auf drei Säulen, welche einander ergänzen:

- 1. Empowerment** – die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Kreativwirtschaft
- 2. Transformation** – das Ausschöpfen der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftszweige, die öffentliche Verwaltung und die Gesellschaft
- 3. Innovation** – die Stärkung des Innovationssystems durch kreativwirtschaftsbasierte Innovation

Jede Säule umfasst spezifische Handlungsfelder, die durch insgesamt 22 Maßnahmen konkretisiert und operationalisiert werden. Dabei werden sowohl bestehende Maßnahmen beschrieben als auch neue Maßnahmen vorgeschlagen.

Nur eine starke, wettbewerbsfähige Kreativwirtschaft ist in der Lage, in wesentlichem Ausmaß die Erneuerung von Wirtschaft und Gesellschaft zu unterstützen. Wirtschaftlich gesunde, permanent lernende Kreativunternehmen und förderliche Rahmenbedingungen am Standort sind wichtige Voraussetzungen, um die Transformations- und Innovationskraft der Kreativwirtschaft voll zur Entfaltung bringen zu können. Die Säule „Empowerment“ fokussiert daher die Stärkung und Weiterentwicklung der Kreativunternehmen in vier Handlungsfeldern:

4.1.1 Handlungsfeld „Unternehmerische Kompetenz der Kreativschaffenden stärken“

Kreativwirtschaftsunternehmen verfügen über eine Vielzahl von spezifischen Fachkompetenzen, jedoch ist die Situation heterogen. Häufig bestehen Lücken in Bezug auf unternehmerische Fähigkeiten. Es ist auch zu beachten, dass die Kundinnen und Kunden hohe Erwartungen haben: Sie verlangen, dass sich Kreativschaffende in ihre jeweiligen unternehmerischen Herausforderungen hineinversetzen können und Geschäftsmodelle und -methoden verstehen. Kundenerwartungen zu antizipieren, ist auch für das Agieren auf internationalen Märkten von hoher Relevanz, denn Österreich verfügt lediglich über einen begrenzten Heimmarkt. Um dynamisches Wachstum zu garantieren, müssen Kreativunternehmen neue internationale Märkte erobern.

Maßnahme 1: *Netzwerke für Peer-Learning ausbauen*

Maßnahme 2: *Aus- und Weiterbildung für Kreativschaffende intensivieren*

Maßnahme 3: *Spezial-Ratgeber für Kreativschaffende anbieten*

4.1.2 Handlungsfeld „Standortbedingungen für Kreativunternehmen verbessern“

Um die notwendigen Voraussetzungen für eine leistungsstarke und innovationsfreundliche Kreativwirtschaft zu schaffen, braucht es auch entsprechende Rahmenbedingungen. Derzeit erschwert eine Vielzahl von bürokratischen Vorgaben und Regulierungen den Arbeitsalltag von Kreativen. Gebühren, Steuern und überbordende Regulierung wirken insbesondere für Kleinunternehmen belastend. Die Komplexität bei Dienstverträgen und herrschende Rechtsunsicherheit bei der Zusammenarbeit mit Selbstständigen stellen ein massives Kooperationshemmnis für Kreativunternehmerinnen und -unternehmer dar. Die fehlende flächendeckende Breitbandverbindung stellt insbesondere Kreativschaffende in peripheren Gebieten vor große Herausforderungen.

**Maßnahme 4: Kreativunternehmen
finanziell und bürokratisch
entlasten**

**Maßnahme 5: Kooperationen erleichtern
und entbürokratisieren**

**Maßnahme 6: Flächendeckenden Breitband-
ausbau vorantreiben**

4.1.3 Handlungsfeld „Kreativwirtschaftlichen Nachwuchs fördern“

Österreich ist gefordert, nicht nur für bestehende Unternehmen ein attraktiver Standort zu sein, sondern auch den kreativwirtschaftlichen Nachwuchs heranzuziehen und gezielt heranzubilden. Nur dann bleibt der Sektor dynamisch und ist in der Lage, sich permanent zu erneuern und Leistungen hoher Qualität zu liefern. Kreativwirtschaftlicher Nachwuchs entsteht jedoch in unterschiedlichen

Communities und entlang thematischer „Klammern“ (Stichworte Maker-Movement, Social Entrepreneurship, Sharing Economy) und ist nicht nur im Umfeld herkömmlicher Institutionen wie Schule oder Hochschule zu lokalisieren. Auch die Lehre kann ein neuer Zugangsweg sein.

**Maßnahme 7: Duale Ausbildung in der
Kreativwirtschaft attraktiver
machen**

**Maßnahme 8: Talente für und in der
Kreativwirtschaft
identifizieren**

Maßnahme 9: Gründungen vereinfachen

4.1.4 Handlungsfeld „Internationalisierung der Kreativunternehmen unterstützen“

Das erfolgreiche Expandieren und Agieren in internationalen Märkten ist aufgrund eines begrenzten Heimmarktes in Österreich von besonderer Bedeutung für die Kreativwirtschaft. Derzeit werden fast 15% des Umsatzes der österreichischen Kreativwirtschaft im Ausland erzielt, doch Globalisierung und Digitalisierung verschärfen den globalen Wettbewerb. Um die Exportstärke der Kreativwirtschaft weiter zu heben, sind daher folgende Maßnahmen wesentlich:

**Maßnahme 10: Die Kreativwirtschaft
auf internationalen Märkten
positionieren**

**Maßnahme 11: Reputationsaufbau und
Interessensvertretung in der
EU vorantreiben**

4.2 Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft durch die Kreativwirtschaft

Kreativunternehmen sind Pionierinnen und Pioniere in der Entwicklung und Anwendungen neuer Organisations- und Arbeitsformen, Geschäftsmodelle und digitaler Technologien. Sie sind sensibel für Trends und Bedürfnisse von Konsumentinnen und Konsumenten sowie Usern. Diese Offenheit und Fortschrittlichkeit befähigt sie, die fundamentale Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft in positiver Weise zu unterstützen: Das kreative und gestaltende Know-how der Kreativunternehmen ist oftmals Basis für neue Services und Geschäfts- und Organisationsmodelle in großen, dynamischen Wirtschaftsbereichen wie Tourismus, Handwerk, Mobilität und Lebensmittel oder in der öffentlichen Verwaltung, in Gemeinden, Städten und Regionen. Digitale Kreativleistungen wie die Entwicklung von Apps, Gamification-Lösungen, User-Interfaces und Schnittstellen zu Social Media sind Kernbestandteile von Industrie 4.0 und ermöglichen damit einen erfolgreichen digitalen Wandel im produzierenden Sektor sowie insgesamt die Umsetzung der Digital Roadmap Austria³.

Im Fokus der Säule „Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft“ steht daher die Frage, wie Spillover-Effekte von der Kreativwirtschaft auf andere Branchen erzeugt und multipliziert werden können. Dies wird in zwei Handlungsfeldern adressiert:

³ Digital Roadmap Austria: 2016 in Entwicklung



4.2.1 Handlungsfeld „Das Transformationspotenzial der Kreativwirtschaft kommunizieren und sichtbar machen“

Die Bedeutung der Kreativwirtschaft für die Weiterentwicklung anderer Branchen, Unternehmen und Non-Profit-Organisationen und die Problemlösungsfähigkeit der Kreativschaffenden sind noch in zu geringem Ausmaß bekannt. Die Kreativwirtschaft wird nicht in dem Ausmaß als Treiberin eines positiven Wandels wahrgenommen als dies anhand ihrer Leistungen angebracht wäre. Dies gilt insbesondere auch für Branchen und Bereiche, die besonders von einer Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft profitieren würden, z.B. Handwerk und Gewerbe, Handel, Verkehr und öffentliche Verwaltung. Ziel dieses Handlungsfelds ist es daher, das Bewusstsein für das Transformationspotenzial der Kreativwirtschaft in der gesamten Wirtschaft und Gesellschaft zu heben und eine positive Reputation der Kreativwirtschaft zu schaffen. Insbesondere soll dies geschehen durch:

Maßnahme 12: Leistungen der Kreativwirtschaft messen und klar fassbar machen

Maßnahme 13: Die Transformationskraft der Kreativwirtschaft national und international sichtbar machen

Maßnahme 14: Bewusstsein für die Kreativwirtschaft bereits ab dem Kindesalter schaffen

„I love brot“

Dank! Design und Bäckerei Felzl (Wien)

Die Designerin Katharina Dankl beschäftigt sich u. a. mit der Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Gemeinsam mit der Wiener Bäckerei Felzl und Expertinnen und Experten aus dem Nachhaltigkeitsbereich leitete Dankl einen Innovationsprozess ein. Durch die Verwertung von altem Brot zu Brotchips und der Einführung eines Brotautomaten, über den Kundinnen und Kunden auch nach Ladenschluss Brot und Gebäck kaufen können, wurde aus der Reduktion von Backwarenabfällen ein neues Geschäftsfeld entwickelt.

Quelle: Rothauer Doris, 2016: Kreativität – Der Schlüssel für eine neue Wirtschaft und Gesellschaft. Wien, Facultas: S. 97

4.2.2 Handlungsfeld „Anreize für Crossover- Effekte verstärken“

Damit das Transformationspotenzial der Kreativwirtschaft wirksam wird, müssen Anreize für das Entstehen neuer Partnerschaften und Beziehungen quer über Branchen- und Disziplinengrenzen hinweg gesetzt werden. Es sollte für beide Seiten, Anbieterinnen und Anbietern, als auch potenziellen Nachfragerinnen und Nachfragern von kreativwirtschaftlichen Leistungen einfach sein, mögliche Partnerinnen und Partner zu identifizieren, mit ihnen in Kontakt zu treten und zu prüfen, ob eine Zusammenarbeit Mehrwert schaffen könnte und zielbringend ist. Dabei ist nicht nur die Überwindung von Distanz (im weitesten Sinn) von Bedeutung, sondern auch die Erzielung einer möglichst großen Übereinstimmung zwischen möglichen Partnerinnen und Partnern bei Faktoren wie Leistung, persönliche Chemie, Arbeitsweise und Preis, um nur einige Beispiele zu nennen.

Mehr cross-sektorale Verbindungen soll durch entsprechende Maßnahmen vor allem in folgenden Bereichen erreicht werden:

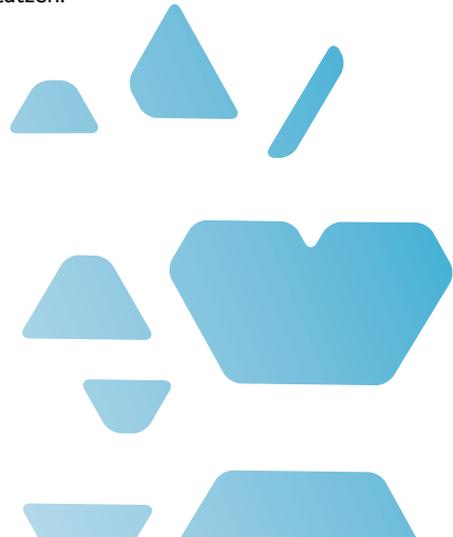
Maßnahme 15: *Anreize für die cross-sektorale Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft verstärken*

Maßnahme 16: *Kreativwirtschaftsbasierte Innovation im öffentlichen Sektor einsetzen*

Maßnahme 17: *Mittels Matchmaking neue Innovationspartnerschaften initiieren*

4.3 Innovation aus der Kreativwirtschaft

Die Innovationskraft der Kreativwirtschaft ist essenziell für Wirtschaft und Gesellschaft, um die vielfältigen Veränderungen und Umbrüchen gestalten und in positiver Weise bewältigen zu können. Dabei ist die Verwendung eines breiten Innovationsbegriffs, der auch nicht-technologische und nicht-F&E-basierte Innovation umfasst (z.B. Design-driven Innovation, Geschäftsmodell-Innovation), von großer Bedeutung. Dies gilt sowohl für die Wirtschaft, als auch in der öffentlichen Verwaltung und betrifft insbesondere die Gestaltung von Förderprogrammen, welche wesentliche Anreize beinhalten müssen, damit kreativwirtschaftsbasierte Innovation am Markt verstärkt nachgefragt, entwickelt und umgesetzt wird. Es sind jedoch auch die Kreativunternehmen selbst gefordert, sich intensiver mit den Innovationsprozessen in Kundenunternehmen, als auch mit dem breiten Spektrum der Innovationsmethoden (Open Innovation, Citizen Science, u. a.) auseinanderzusetzen. Nur dann können sie ihr Know-how gezielt in Innovationspartnerschaften und Co-Creation-Prozesse einbringen und Kundinnen und Kunden im Innovationsbereich professionell unterstützen.



Daher stehen in Säule 3, „Innovation aus der Kreativwirtschaft“, zwei Handlungsfelder im Vordergrund:

4.3.1 Handlungsfeld „Innovations-Know-how der Kreativschaffenden gezielt stärken“

Kreativschaffende sind gefordert, ihre eigene Innovationstätigkeit weiterzuentwickeln und gleichzeitig Kundenbedürfnisse im Bereich der Innovation gezielt befriedigen zu können. Um am Markt als fachlicher Berater für kreativwirtschafts-basierte Innovation wahrgenommen zu werden, gewinnen Kenntnisse in den verschiedenen Prozessen und Methoden der Innovationsentwicklung an Bedeutung. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen folgende Maßnahmen gesetzt werden:

Maßnahme 18: *Innovationsräume für
Kreative zugänglich machen*

Maßnahme 19: *Wissen über Innovations-
methoden verbreitern*

4.3.2 Handlungsfeld „Zugang zu Finanzierungen und Risikokapital verbessern“

Um größere Innovationssprünge generieren und innovative Produkte, Services und Geschäftsmodelle entwickeln zu können, benötigen Kreativschaffende Zugang zu Finanzierung und Risikokapital.

Maßnahme 20: *Innovationsförderung im
Bereich der Kreativwirtschaft
fortsetzen und ausbauen*

Maßnahme 21: *Zugänglichkeit von
allgemeinen Instrumenten
der Innovationsfinanzierung
verbessern*

Maßnahme 22: *Steuerliche Investitions-
anreize verstärken*

5. Umsetzung

Da der Erfolg der Kreativwirtschaftsstrategie nur so groß sein kann wie auch die Umsetzung der konkreten Maßnahmen gelingt, soll ein Kreativwirtschaftsbeirat aus Expertinnen und Experten ein jährliches Monitoring des Maßnahmenpakets durchführen und Empfehlungen aussprechen. Pro Jahr stellt das BMWFW 8 Millionen EUR für Maßnahmen zur Förderungen kreativwirtschaftsbasierter Innovation zur Verfügung. Innerhalb von fünf Jahren (2016 bis 2020) will das BMWFW daher 40 Millionen EUR in die Wirkung der Kreativwirtschaft als Treiberin für Innovation und Transformation investieren.

MASSNAHME 20:

Innovationsförderung im Bereich der Kreativwirtschaft fortsetzen und ausbauen

Um das Innovationspotenzial der Kreativwirtschaft gezielt zu stärken, sollen die spezifischen Förderprogramme für kreativwirtschaftsbasierte Innovation fortgesetzt und weiterentwickelt werden.

UMSETZUNGSINITIATIVEN:

Kreativwirtschaftsbasierte Innovation fördern: *Um unterschiedliche Innovationsprojekte bzw. -phasen gezielt adressieren zu können, sollen die bestehenden Programme in diesem Bereich, aws impulse XS und XL, fortgeführt werden. Diese bieten monetäre Förderangebote sowohl für Unternehmen in den frühen Innovationsphasen als auch in der Entwicklungsphase an.*

Regionale Innovationssysteme stärken: *Innovation basiert häufig auf Netzwerken und Enabling-Strukturen im Bereich spezifischer Themen bzw. in Regionen. Daher ist es wichtig, die Bildung von Innovationsnetzwerken, in denen die Kreativwirtschaft als Katalysator wirkt, gezielt finanziell zu unterstützen (z.B. auch durch aws impulse Creative Catalyst).*

6 Von der Erarbeitung bis zur Präsentation der Kreativwirtschaftsstrategie – Der Prozess in Bildern

Die vorliegende Kreativwirtschaftsstrategie wurde in einem mehrmonatigen Co-Creation-Prozess im Frühjahr 2016 federführend vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW) in Kooperation mit der Kreativwirtschaft Austria (KAT), der Wirtschaftskammer Österreich, dem Austria Wirtschaftsservice (aws) und winnovation

consulting gmbh erarbeitet. Rund 100 Kreativschaffende aus allen Bundesländern haben sich im Rahmen eines Stakeholder-Workshops bei der Strategieerstellung beteiligt und wesentlichen Input geliefert.

Die Strategie wurde von Staatssekretär Harald Mahrer gemeinsam mit der WKÖ-Vizepräsidentin Martha Schultz präsentiert.

Der Stakeholder-Workshop zur Erarbeitung einer Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich fand am 27. 04. 2016 statt. (Fotos: Katharina Gossow)





Die Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich wurde am 15. 06. 2016 präsentiert.

(Fotos: Michele Pauty)

„Der Wettbewerb von morgen wird auf dem Feld der Kreativität entschieden. Bereits heute ist jedes zweite Kreativ-Unternehmen für Innovationen in anderen Wirtschaftsbereichen verantwortlich. Mit der neuen Strategie wollen wir die Pionierrolle der Kreativwirtschaft weiter ausbauen und andere Branchen mit dem positiven Wachstumsspirit anstecken.“

Dr. Harald Mahrer

Staatssekretär, Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft





