

K
-
A
T



Kreativ- wirtschafts- barometer

Wir sind die
Kreativwirtschaft Austria
Für dich und deine Ideen!

www.kreativwirtschaft.at

Kreativwirtschaft

Austria



Kreativwirtschaftsbarometer Herbst 2016

Kreativwirtschaft mit vorsichtigem Optimismus in anhaltend unsicherem Umfeld

Die Kreativunternehmen äußern sich vorsichtig optimistisch in Hinblick auf ihre Geschäftsaussichten für die kommenden Monate. Die Geschäftsaussichten werden jedoch wesentlich positiver eingeschätzt als das allgemeine Wirtschaftsklima.

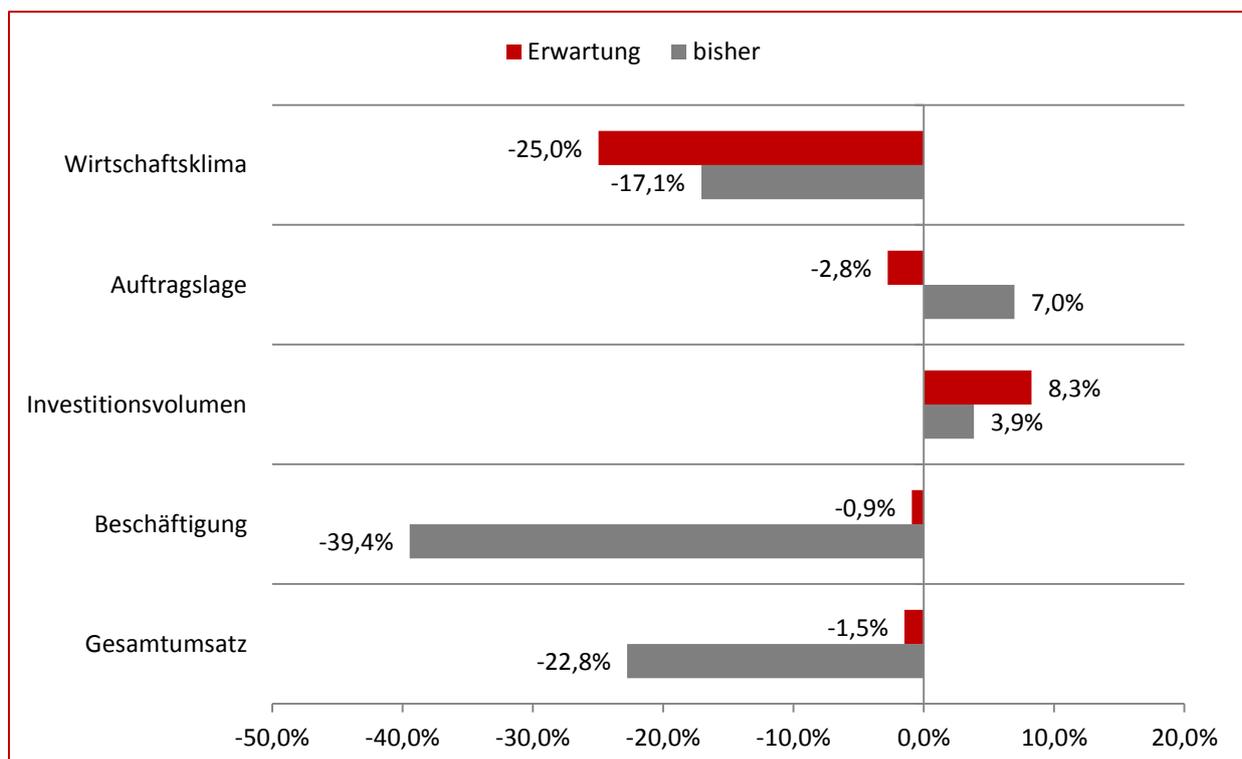
Aufwärtsbewegung bei Umsätzen, Beschäftigung und Investitionen

- Die kreativschaffenden Unternehmen schauen im Vergleich zur Einschätzung der bisherigen Lage optimistischer in die Zukunft. Per Saldo fallen die Erwartungen zu Umsätzen, Anzahl der Beschäftigten und Investitionen eindeutig positiver aus.

Weiterhin schwieriges Umfeld drückt auf Auftragslage und Einschätzung zum Wirtschaftsklima

- Die Erwartungen zur Auftragslage schwächen sich etwas ab und liegen aktuell deutlich unter dem Saldo in der Gesamtwirtschaft.
- Aus Sicht der Kreativunternehmen trübt sich das Wirtschaftsklima ein, so fallen die Erwartungen zum Wirtschaftsklima negativer aus als die Einschätzung zur bisherigen Lage.

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



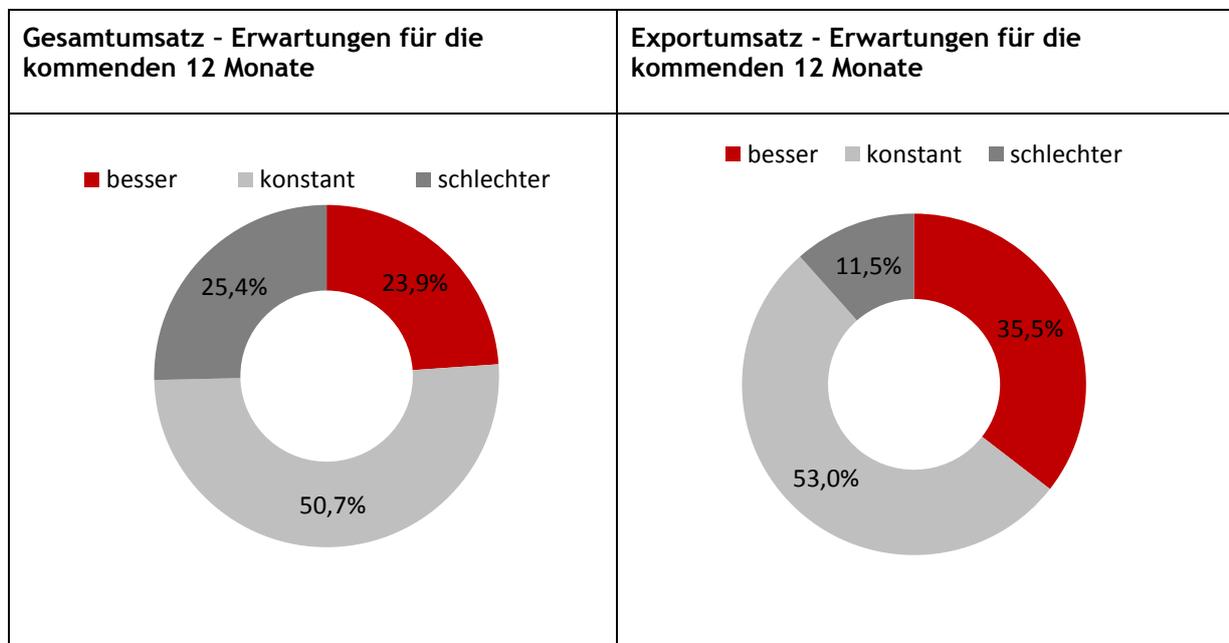
Auftragslage ohne Dynamik

- Die kreativschaffenden Unternehmen sind zurückhaltend bei den Erwartungen zur Auftragslage: Die Hälfte erwartet eine konstante Auftragslage. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für die Kapazitätsauslastung.
- Der Erwartungssaldo aus positiven und negativen Antworten zur Auftragslage liegt leicht im negativen Bereich. In der Gesamtwirtschaft hingegen ist die erwartete Auftragslage per Saldo eindeutig positiv (Saldo + 32).

Erwartungen Auftragslage	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
besser	23,7%	45,7%
konstant	49,8%	40,2%
schlechter	26,5%	14,1%
Saldo aus positiven und negativen Antworten	-2,8	31,7

Gesamtumsätze positiver, besonders Exportumsätze optimistischer

- 24 % der Kreativunternehmen erwarten steigende Gesamtumsätze und die Hälfte der Kreativschaffenden eine gleichbleibende Entwicklung ihrer Gesamtumsätze.
- Betrachtet man die exportierenden Kreativunternehmen so fällt die Bewertung noch positiver aus: 36 % erwarten eine Verbesserung der Exportumsätze in den kommenden 12 Monaten. Weitere 53 % gehen von einer konstanten Entwicklung der Exportumsätze aus.



Trend zu mehr Investitionen

Ausgehend von einer angespannten wirtschaftlichen Gesamtlage zeichnet sich in der Kreativwirtschaft eindeutig eine antizyklische Investitionstätigkeit ab. Bei den kreativschaffenden Unternehmen zeigt sich ein leichter Überhang der Unternehmen, die das Investitionsvolumen aufstocken wollen. Trotz der nur verhaltenen Auftragslage planen rund 27 % der Kreativunternehmen an, das Investitionsvolumen zu erhöhen. Knapp 54 % wollen das Investitionsvolumen konstant halten. Die Erwartungen fallen per Saldo deutlich positiver aus als für die Gesamtwirtschaft.

Erwartungen Investitionsvolumen	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
besser	27,4%	25,1%
konstant	53,5%	48,2%
schlechter	19,1%	26,6%
Saldo aus positiven und negativen Antworten	8,3	-1,5

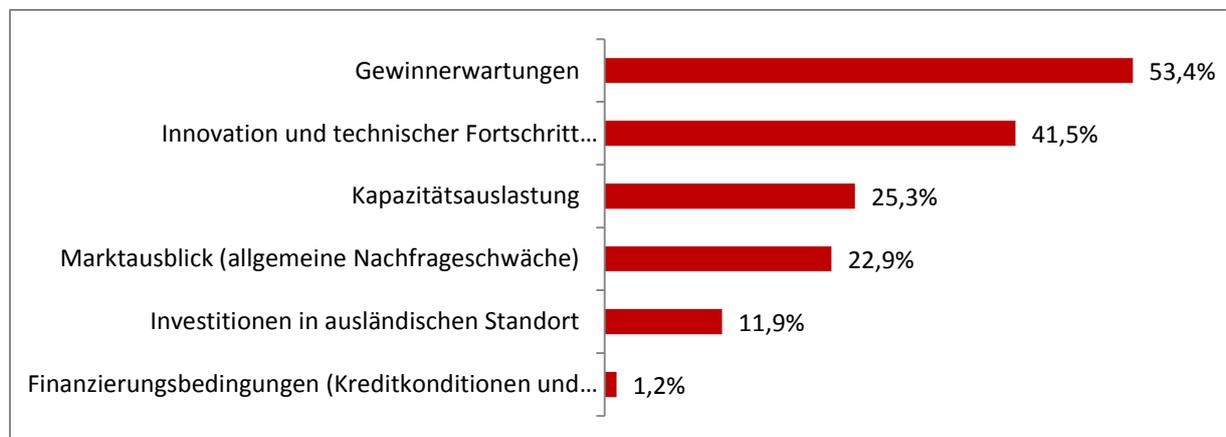
Während in der Gesamtwirtschaft der Fokus weiter auf Ersatzinvestitionen liegt, geben 46 % der Kreativunternehmen Neuinvestitionen als Hauptmotiv für ihre geplante Investitionstätigkeit an. Sie begründen diese Neuinvestitionen vorwiegend mit den steigenden Gewinnerwartungen (53 %) sowie Investitionen in Innovation und technischen Fortschritt / Digitalisierung (42 %).

Hauptmotive für Investitionen in den kommenden 12 Monaten

Welches sind die Hauptmotive Ihres Unternehmens für Investitionen in den kommenden 12 Monaten?

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Ersatzbedarf	21,7%	63%
Neuinvestitionen	46,4%	36%
Rationalisierungsinvestitionen	17,1%	21%
keine Investitionen geplant	39,1%	30%

Mehrfachantworten möglich



Quelle: Kreativwirtschaftsbarometer 1. Halbjahr 2016, Sonderauswertung des WKÖ-Wirtschaftsbarometers

Die Kreativunternehmen, die keine Neuinvestitionen tätigen begründen dies mit der allgemein hohen Unsicherheit und damit, dass sie keine Notwendigkeit für Neuinvestitionen sehen (40 %). Auch die allgemeine Nachfrageschwäche sowie hohe bürokratische Belastungen sind eindeutige Investitionshemmnisse.

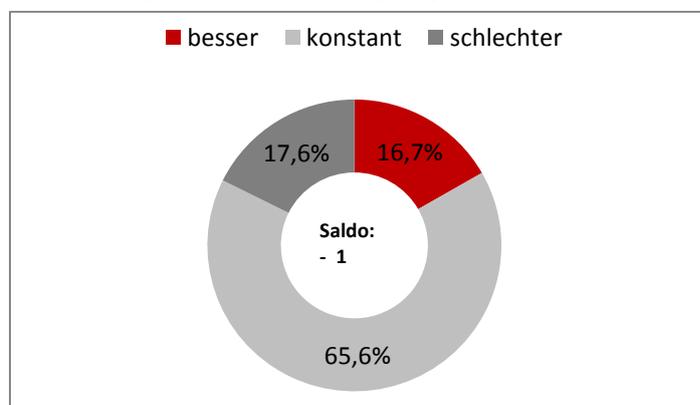
Warum tätigen Sie keine Neuinvestitionen?

Allgemeine Unsicherheit	53,5%
Keine Notwendigkeit für Neuinvestition	40,4%
Allgemeine Nachfrageschwäche	33,3%
Zu hohe bürokratische Belastungen	29,1%
Gewinnerwartungen	24,9%
Finanzierungsbedingungen (Kreditkonditionen und Sicherheiten)	20,2%

Keine Dynamik bei Beschäftigung

Rund zwei Drittel der kreativschaffenden Unternehmen beabsichtigen, den Personalstock konstant zu halten. Bei der Beschäftigung ist die Anzahl der Nennungen der Kreativunternehmen in der Kategorie „gleichbleibend“ mit mehr als 65 % höher als bei den übrigen Indikatoren. Nur ein geringer Anteil - nämlich 17 % der kreativschaffenden Unternehmen - plant, in den kommenden 12 Monaten Personal aufzubauen. Demgegenüber stehen knapp ebenso viele Unternehmen, die einen Personalabbau planen.

Erwartungen zur Beschäftigung

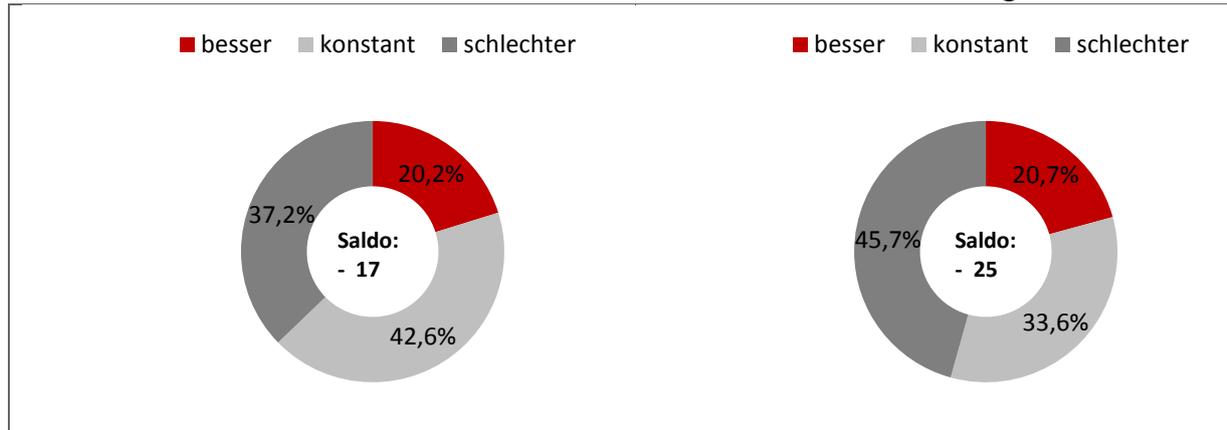


Einschätzungen zur Geschäftstätigkeit positiver als Wirtschaftsklima

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 wieder zugenommen und die Erwartungen zum Wirtschaftsklima fallen per Saldo schwächer aus als die Einschätzung der bisherigen Lage.

Wirtschaftsklima bisher

Wirtschaftsklima Erwartungen



Antizyklische Maßnahmen notwendig - Kreativwirtschaftsstrategie umsetzen

Die vorsichtige Einschätzung der Geschäftsaussichten der Kreativwirtschaft ist vor dem Hintergrund der ebenfalls nur eher verhaltenen Dynamik in der Gesamtwirtschaft zu sehen. In der Gesamtwirtschaft zeichnen sich zwar erste Signale für eine Trendwende ab, die Kreativwirtschaft kann davon jedoch erst zeitlich versetzt profitieren, wenn sich die positivere Dynamik in der Gesamtwirtschaft festigt.

Branchen im Fokus

Rund ein Viertel der Unternehmen in der österreichischen Kreativwirtschaft gehört dem Bereich **Werbung und Marktkommunikation** an. Die Tendenzen des Kreativwirtschaftsbarometers - Herbst 2016 - spiegeln sich grundsätzlich auch in der Analyse der Werbekonjunktur im aktuellen [WIFO-Werbeklimaindex](#) für das 2. Halbjahr 2016 und für 2017 wider. Die österreichische Kommunikationswirtschaft befindet sich nach wie vor in einer Phase vergleichsweise verhaltener Konjunktur. Die Werbekonjunktur läuft der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung traditionell um ein halbes Jahr nach. Im 2. Halbjahr 2016 wird mit Wachstumsimpulsen durch die Binnennachfrage gerechnet, sowohl durch eine Ausweitung des privaten Konsums als auch durch steigende Anlageninvestitionen. Erste signifikante Anzeichen einer Belebung der Werbekonjunktur werden daher in der zweiten Jahreshälfte 2016 spürbar. Eine dynamischere Konjunktur, die auch mit einer Ausweitung des Arbeitskräfteangebots einhergeht, wird erst 2017 erwartet.

Die österreichische **Filmwirtschaft** ist in den letzten Jahren sehr erfolgreich, was durch internationale Preise für den österreichischen Film regelmäßig belegt wird. Trotzdem weist auch die Filmwirtschaft eine wenig dynamische konjunkturelle Entwicklung auf. Nach Einschätzung des [Fachverbandes Film- und Musikwirtschaft \(F&MA\)](#) sind Anbieter und Anbieterinnen von Werbe- und Imagefilmen und andere in der Filmwirtschaft erwerbswirtschaftlich Tätige zunehmend einem Preisdruck ausgesetzt, bei dem der Risk-Charakter im Filmbereich, aber auch Qualitätsansprüche immer wenig Berücksichtigung finden. Gerade vor diesem Hintergrund seien spezifische Förderprogramme durch den öffentlichen Sektor für den österreichischen Film essentiell, aber im Sinne einer Qualitätsoffensive auch entsprechend bewusstseinsbildende Maßnahmen.

Antizyklisches Investitionsverhalten

Umso wichtiger ist das derzeit beobachtbare antizyklische Investitionsverhalten der Kreativunternehmen, die mit positiven Gewinnerwartungen sowie durch Innovationen und technologischen Fortschritt begründet werden. Kreativunternehmen sind selbst hochinnovativ, tragen aber auch in hohem Maße zu Innovationen in anderen Unternehmen bei. Fast die Hälfte der Kreativwirtschaftsunternehmen unterstützt andere Branchen bei Innovationsaktivitäten. Die Zusammenarbeit zwischen der Kreativwirtschaft und anderen Wirtschaftsakteuren kann somit zu einer Win-Win Situation auf beiden Seiten werden. Für die Kreativwirtschaft entstehen neue Märkte und Geschäftsfelder, andere Unternehmen können von der transformativen Kraft der Kreativwirtschaft profitieren, die mit ihrem spezifischen Angebot an z.B. Design-, Gestaltungs-, IT- oder Kommunikationsleistungen dazu beiträgt, Produkte und Dienstleistungen attraktiver zu gestalten, deren Vermarktung zu fördern, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und die Digitalisierung in Unternehmen voranzutreiben.

Die [Kreativwirtschaftsstrategie des BMWFW](#) unterstützt die Rolle der Kreativwirtschaft als zentraler Wirtschaftsfaktor und Impulsgeberin für Innovationen und setzt damit ein wichtiges Signal für die Bedeutung der kreativschaffenden Unternehmen in Österreich. Gerade ein Instrument wie der in der Strategie verankerte Kreativwirtschaftsscheck sind wichtig, um das „antizyklische Investitionsverhalten“ der Unternehmen zu stärken und zu unterstützen. Die Kreativwirtschaftsstrategie muss sukzessive umgesetzt werden, um den Markt für Kreativleistungen zu verbessern.

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., Kreativwirtschaft Austria

Auswertung

Stabsabteilung Wirtschaftspolitik

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. 220 kreativschaffende Unternehmen haben sich an dem aktuellen Kreativwirtschaftsbarometer beteiligt.

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 der Kreativwirtschaftsstrategie des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft.

Verlags- und Herstellungsort Wien

© 2016 Kreativwirtschaft Austria