

Der Kreativwirtschaftseffekt



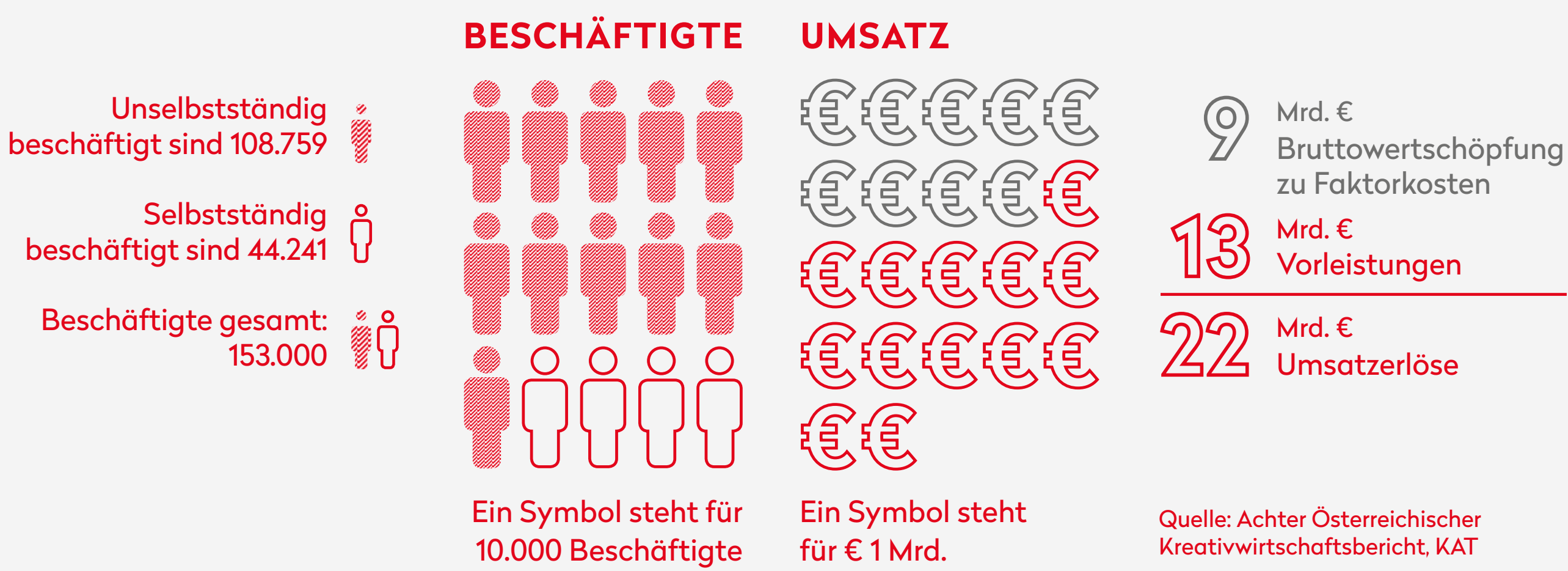
K
-
A
T

Jedes zehnte Unternehmen in Österreich zählt zur Kreativwirtschaft



Eines von zehn Unternehmen in Österreich zählt zur Kreativwirtschaft, das entspricht rund 11%. Diese rund 42.000 Kreativwirtschaftsunternehmen erwirtschaften einen jährlichen Umsatz von € 22 Mrd., das entspricht fast 4 % der gesamten österreichischen Wirtschaftsleistung!

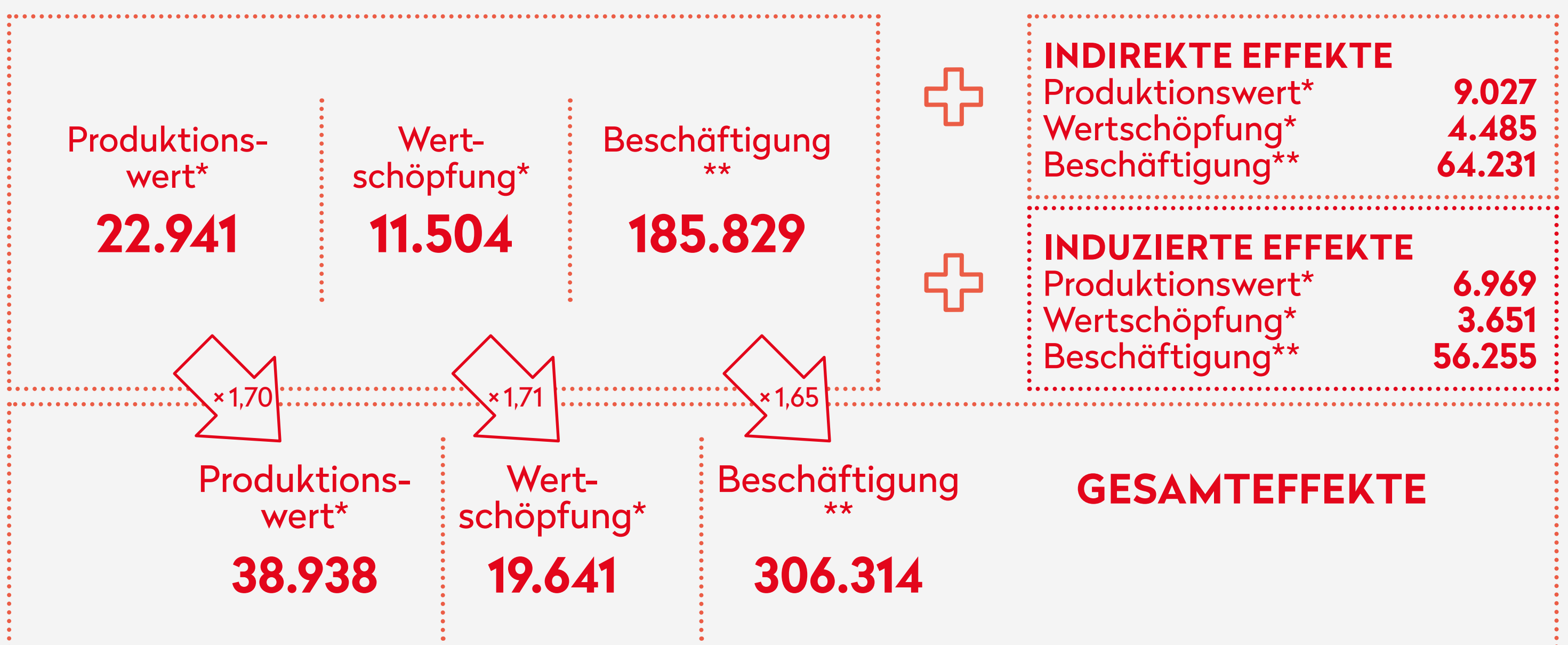
22 Mrd. Umsatzerlöse in der Kreativwirtschaft



Die Größe der Kreativwirtschaft

Mit € 22 Mrd. Umsatz und über 42.000 Unternehmen zählt mehr als jedes zehnte Unternehmen in Österreich zur Kreativwirtschaft. Am stärksten ist der Bereich Software und Games mit einer Umsatzhöhe von rund € 7 Mrd., gefolgt von Werbung mit rund € 5 Mrd. Der drittstärkste Bereich der Kreativwirtschaft ist mit beinahe rund € 4 Mrd. Umsatz Buch und Verlagswesen, dicht gefolgt vom Markt für darstellende Kunst (€ 3 Mrd.).

Der Kreativwirtschaftseffekt in der Volkswirtschaft

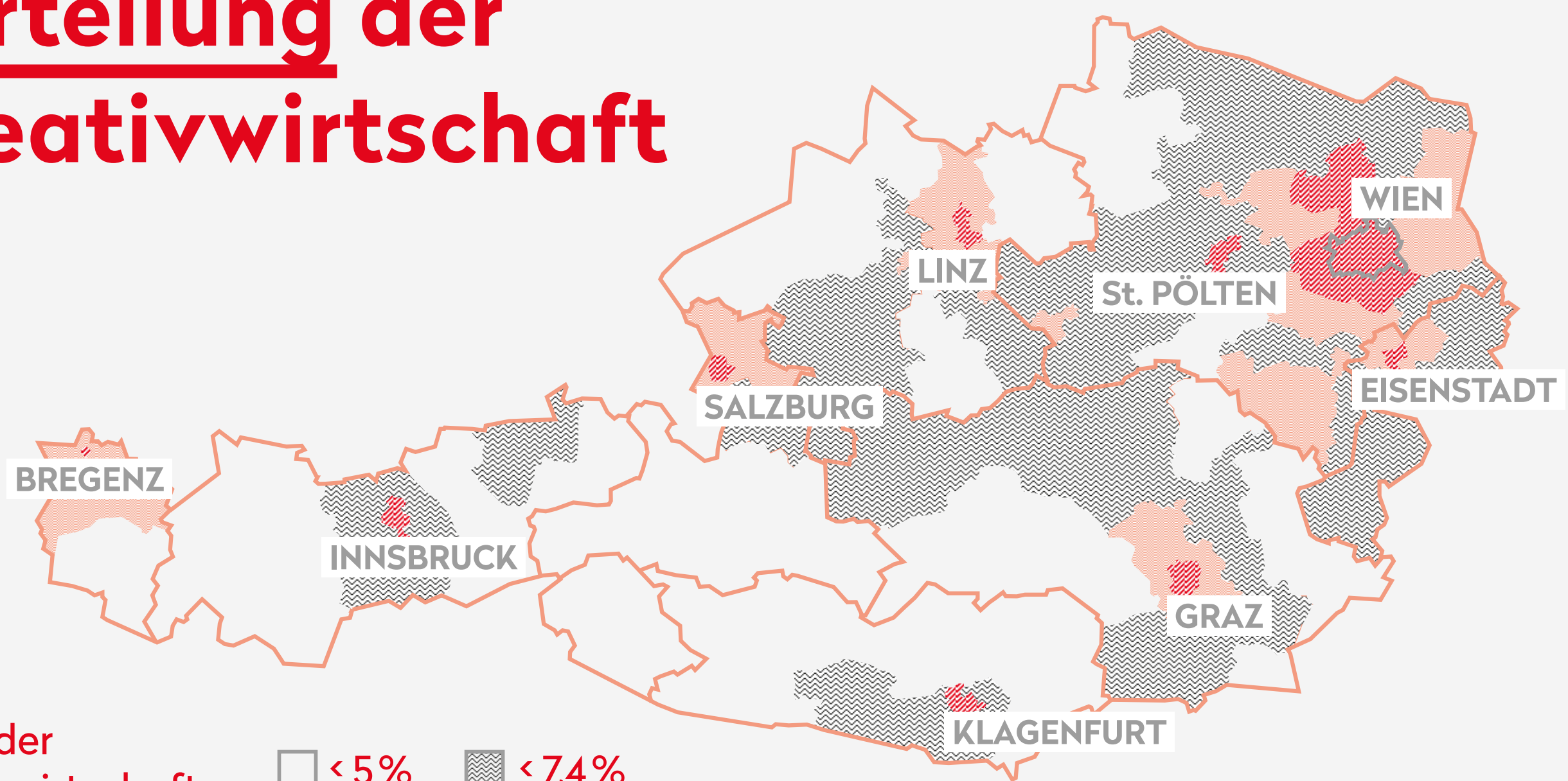


Der Kreativwirtschaftseffekt

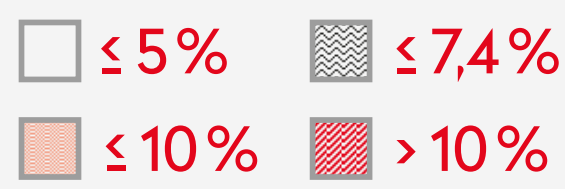


K
-
A
T

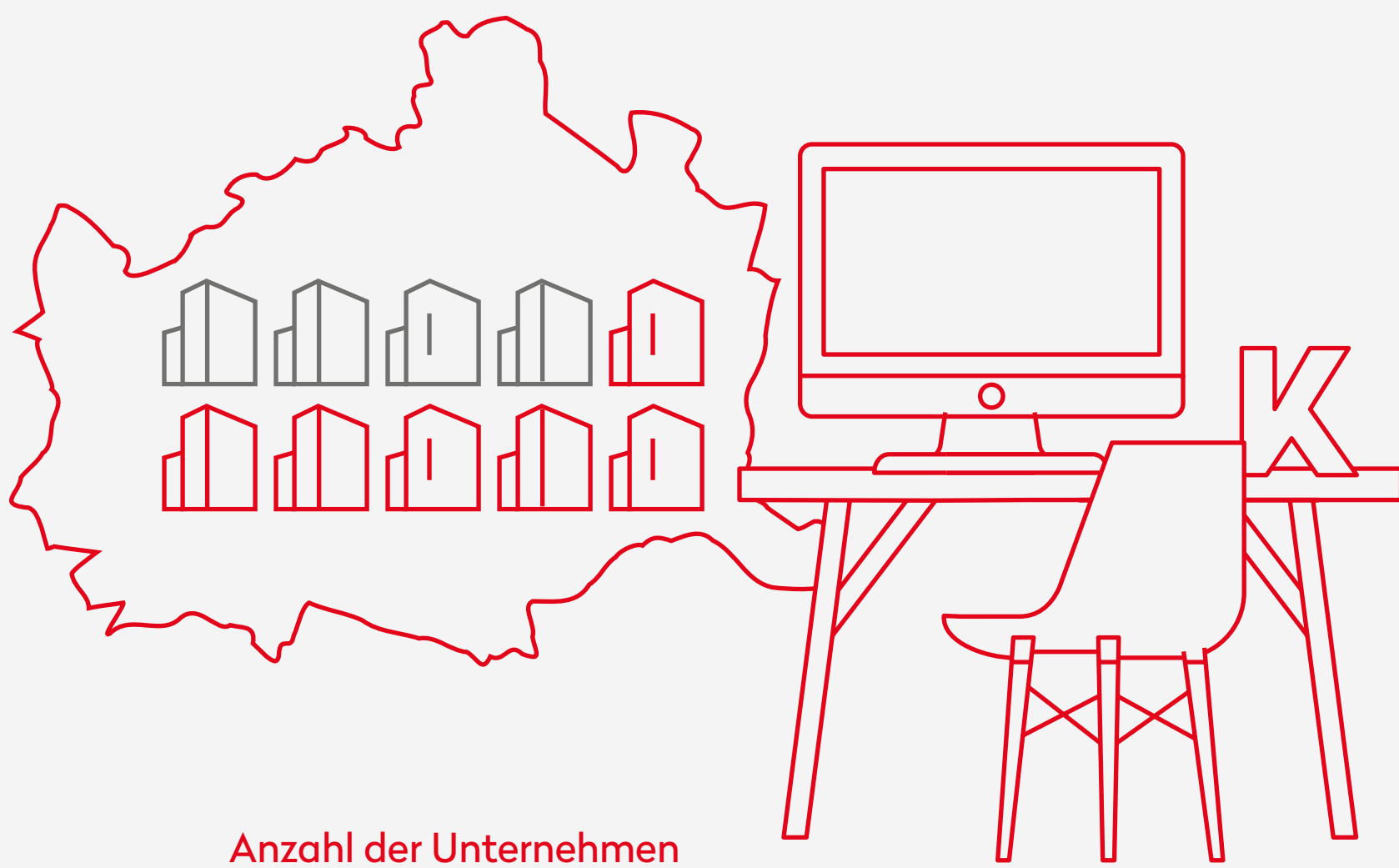
Verteilung der Kreativwirtschaft



Anteil der Kreativwirtschaft in den Regionen



Quelle: Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, KAT, 2013



Anzahl der Unternehmen

Burgenland	825
Kärnten	1.749
Niederösterreich	5.893
Oberösterreich	4.649
Salzburg	2.805

Steiermark	4.395
Tirol	3.315
Vorarlberg	1.501
Wien	17.152
Österreich	42.284

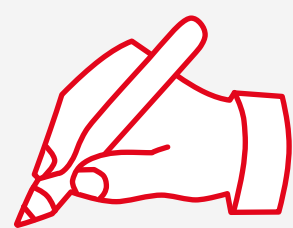
Regionale Verankerung

Die österreichischen Kreativen sind regional verankert und haben ihre Kundinnen und Kunden, Kooperationspartnerinnen und -partner in unmittelbarer Nähe. Dabei leisten sie wichtige Impulse für ihre Region. Vier von zehn Kreativunternehmen findet man in Wien, weitere 40% in Nieder- und Oberösterreich, der Steiermark und Salzburg.

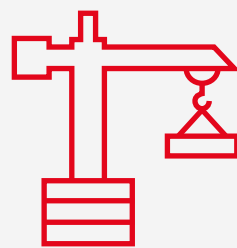
Quelle: Achter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, KAT

Kreativwirtschaft stärker als Hoch- und Tiefbau und KFZ-Branche

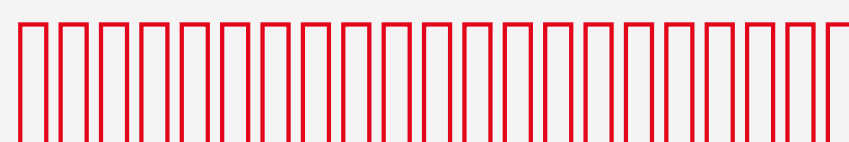
Die Wirtschaftsleistung ist der gemessene Anteil an der Gesamtwirtschaft (BIP) und ist in den letzten zehn Jahren bei der Kreativwirtschaft von 3,5% auf 3,8% gestiegen. Dabei zeigt sich, dass die Wirtschaftsleistung der Kreativwirtschaftsunternehmen annähernd gleich groß wie im Tourismus (4%), deutlich höher als im Hoch- und Tiefbau (2,9%) und fast doppelt so groß wie in der KFZ-Branche (2,1%) ist.



Kreativunternehmen



Hoch- und Tiefbau



KFZ-Wirtschaft

▨ Steigerung in den letzten zehn Jahren

Anteil Bruttowertschöpfung an der Gesamtwirtschaft (Abschnitte B bis S der ÖNACE 2008), Bezugsjahr 2016. Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Quelle: Achter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, KAT

Der Kreativwirtschaftseffekt

Schwerpunkt
Internationalisierung



K
-
A
T

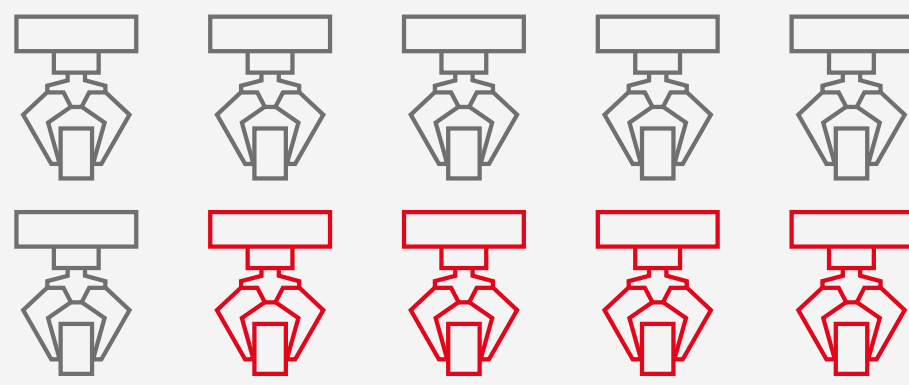
Die Kreativwirtschaft ist exportstark



Der Wert aller kreativwirtschaftlich produzierten Waren, Güter und Dienstleistungen beträgt jährlich rund € 21 Mrd. Jeder fünfte Euro davon, das entspricht rund € 4 Mrd., wird im Ausland erwirtschaftet.

Ein Symbol steht für € 1 Mrd.

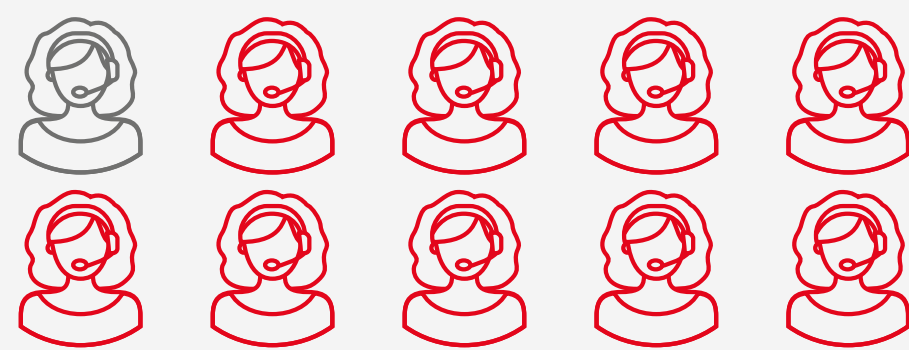
Exportquote der österreichischen Produktionsbranche: Sechs von zehn produzierten Waren gehen ins Ausland.



Exportquoten

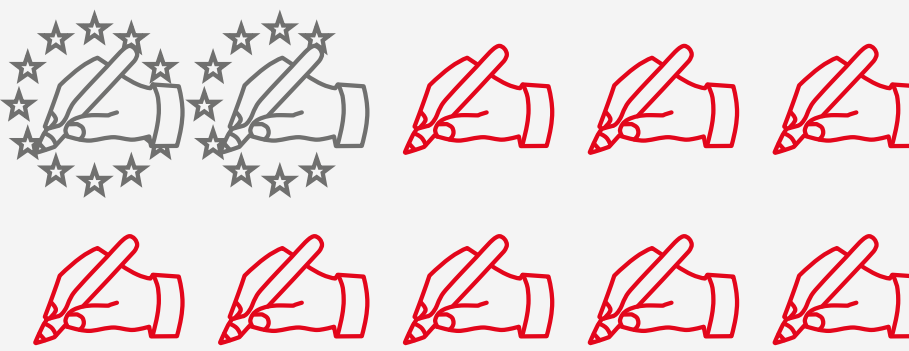
Im Vergleich zu anderen Sektoren wie der Dienstleistungsbranche (12,5%) ist die österreichische Kreativwirtschaft mit einer durchschnittlichen Exportquote von 19% äußerst exportstark.

Exportquote der österreichischen Dienstleistungsbranche: 12,5% der Dienstleistungen werden im Export erwirtschaftet.



Graue Symbole stehen für die Wertschöpfung durch Exporte, rote für die Binnenwertschöpfung.

Die gesamte Exportquote der österreichischen Kreativwirtschaft beträgt rund 19%, und 70% davon gehen in die EU-28.



Quellen: Produktion und Exporte kreativwirtschaftlicher Güter in Österreich, Auswertung des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft nach Gütern (CPA), 2013, Datenblatt Kreativwirtschaft 2017, 2018.

Software und Games als Exportzugpferd

Der Bereich Software und Games liefert mit rund € 1,7 Mrd. die größten Exporte in der Kreativwirtschaft, gefolgt von der Werbung mit rund € 1 Mrd.

Ein Symbol steht für € 100 Mio.

Quellen: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2018).



Exporte von Software und Games: € 1,68 Mrd.



Exporte der Werbung: € 992 Mio.



Exporte von Buch und Verlagswesen: € 752 Mio.

Der Kreativwirtschaftseffekt

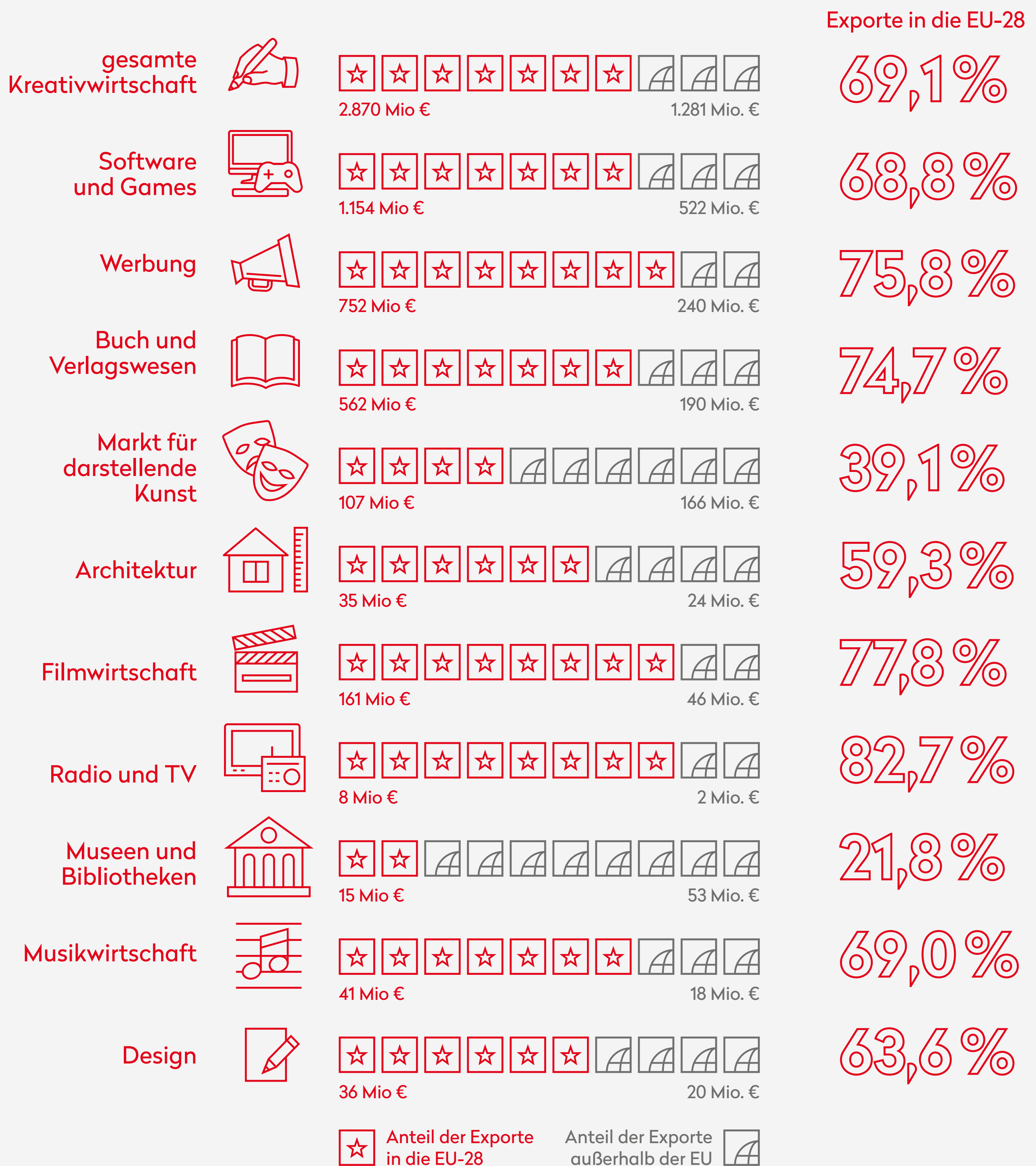
Schwerpunkt Internationalisierung



K
-
A
T

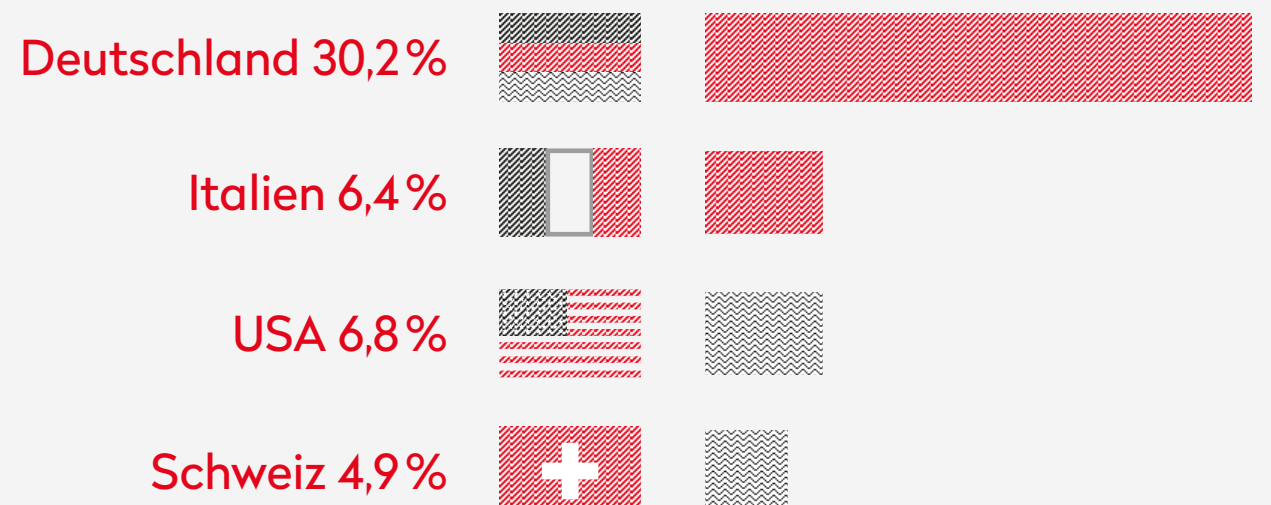
Die Europäische Union als Exportzentrum

Der Schwerpunkt der österreichischen kreativen Exportwirtschaft liegt eindeutig in den 28 EU-Mitgliedsländern. Fast 70% der Exporteinnahmen werden innerhalb der Europäischen Union erzielt.



Die wichtigsten Exportländer

Für die Kreativwirtschaft sind die gleichen vier Exportmärkte wie in der Gesamtwirtschaft relevant. Der größte Anteil des österreichischen Exports entfällt dabei auf Deutschland. Weitere wichtige Exportmärkte für Österreich sind Italien, die USA und die Schweiz.



Quelle: Österreichs Außenhandelsergebnisse Jänner bis Dezember 2017.

Quelle: Achter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, KAT

Der Kreativwirtschaftseffekt

Schwerpunkt
Internationalisierung

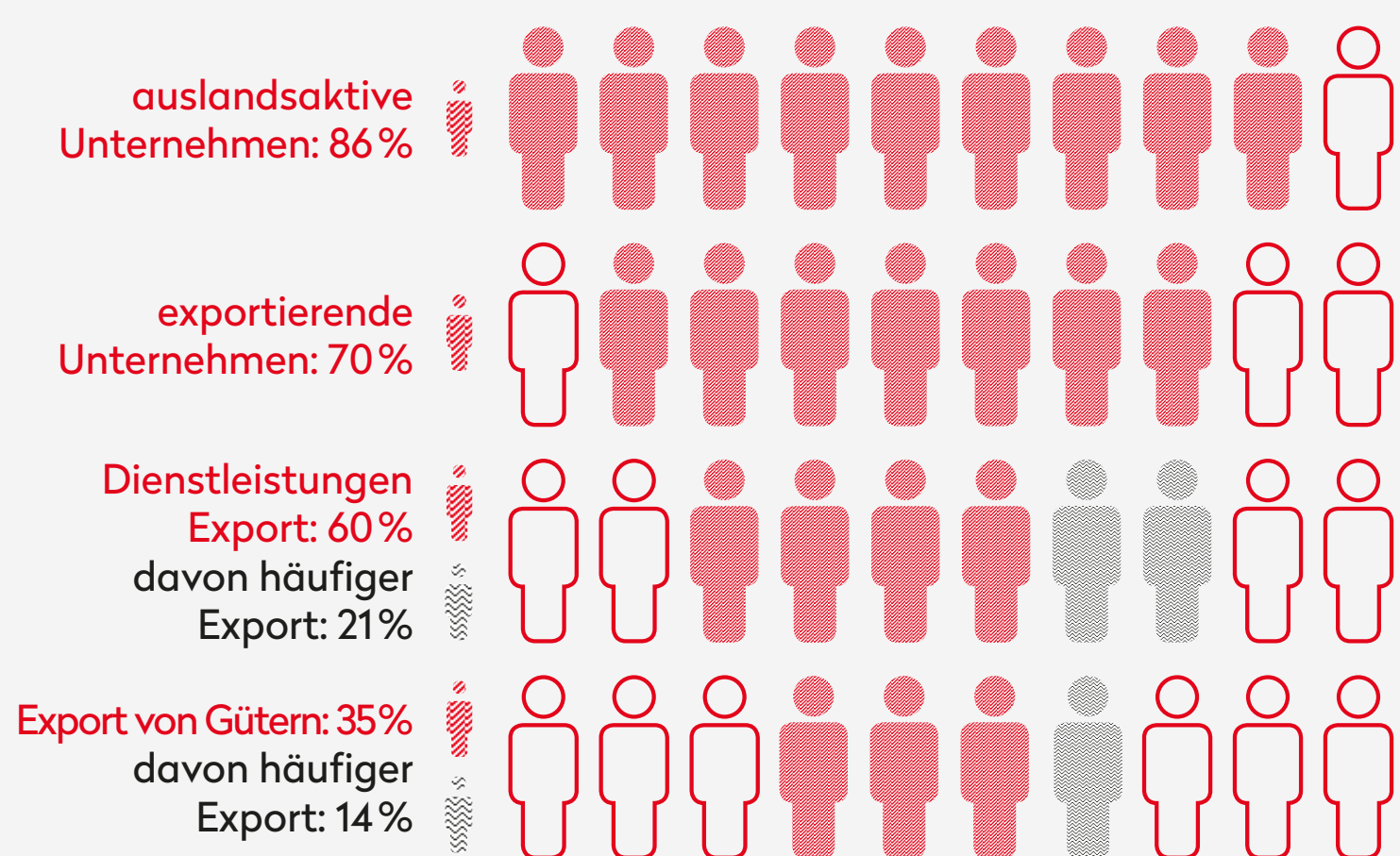


K
-
A
T

Kreativunternehmen sind auslandsaktiv

Für 86% der Kreativwirtschaftsunternehmen spielen Auslandsaktivitäten eine entscheidende Rolle. Sieben von zehn Unternehmen sind dabei im Export tätig. Von diesen Unternehmen exportieren 60% gelegentlich und 21% regelmäßig Dienstleistungen. Mehr als ein Drittel (35%) führt vereinzelt Waren aus, 14% davon öfters.

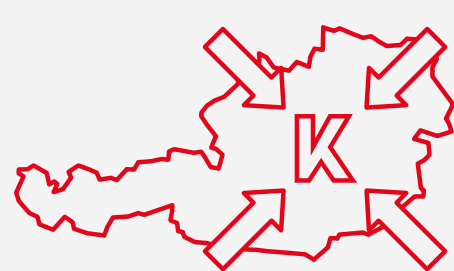
Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung 2017, N = 527.



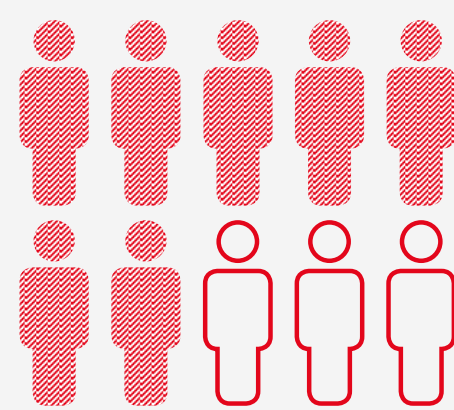
Häufige Auslandsaktivitäten

Zwei von drei heimischen Kreativwirtschaftsunternehmen importieren Produkte aus dem Ausland (67%). Im Gegensatz dazu exportieren sechs von zehn Betrieben Dienstleistungen. Waren und Produkte werden von einem Drittel (36%) der Kreativwirtschaftsunternehmen exportiert. Fast gleich viele Betriebe (34%) kooperieren mit ausländischen Unternehmen bzw. Institutionen oder beziehen Dienstleistungen außerhalb von Österreich (38%). Knapp ein Fünftel der Betriebe lagert zumindest gelegentlich Prozesse an ausländische Unternehmen aus.

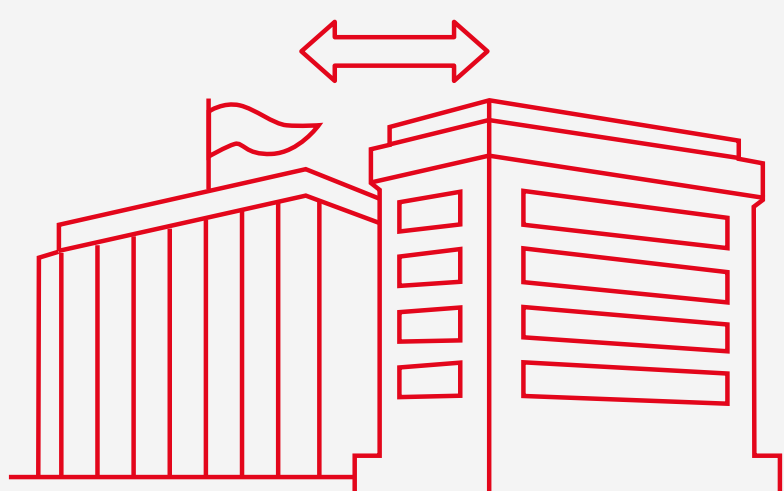
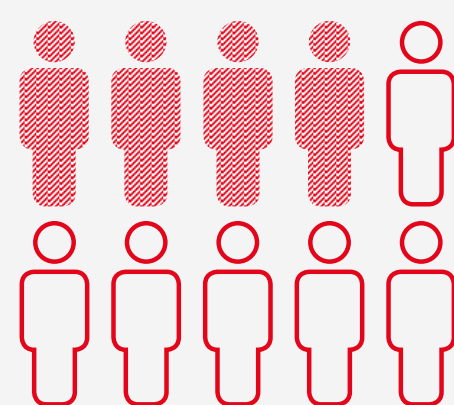
BESCHAFFUNGSSEITIG FÜR DEN EINKAUF



Rund zwei Drittel der heimischen Kreativbetriebe importieren Produkte aus dem Ausland

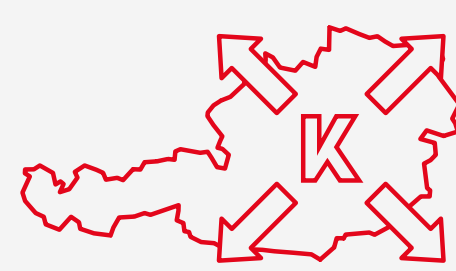
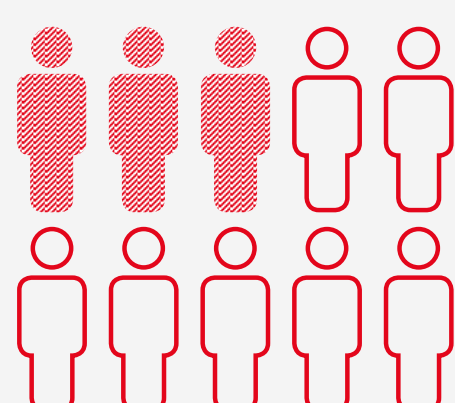


Mehr als ein Drittel der Unternehmen bezieht Dienstleistungen von außerhalb Österreichs



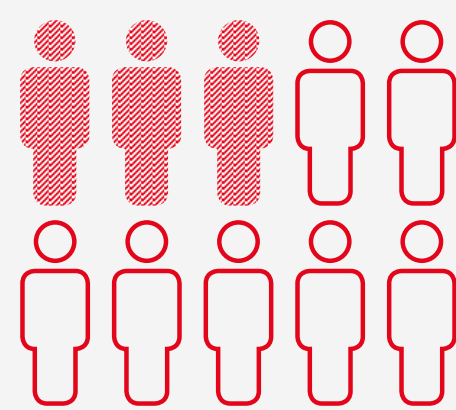
Knapp ein Fünftel der Betriebe lagert zumindest gelegentlich Prozesse an ausländische Unternehmen aus.

Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung 2017, N = 527 – ohne auslandaktive Unternehmen

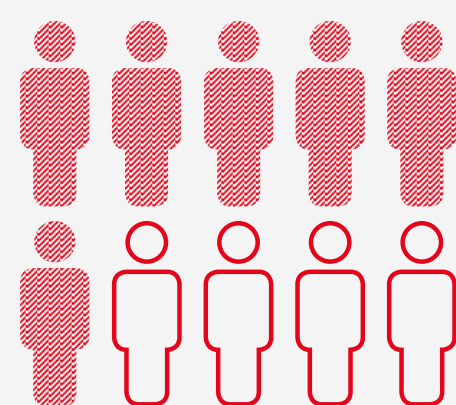


ABSATZSEITIG FÜR DEN VERTRIEB

Mehr als ein Drittel der Unternehmen verkauft Güter über die Landesgrenzen



Fast sechs von zehn Betrieben exportieren Dienstleistungen ins Ausland



Mehr als ein Drittel der Unternehmen kooperiert mit ausländischen Unternehmen bzw. Institutionen



Der Kreativwirtschaftseffekt

Schwerpunkt
Internationalisierung

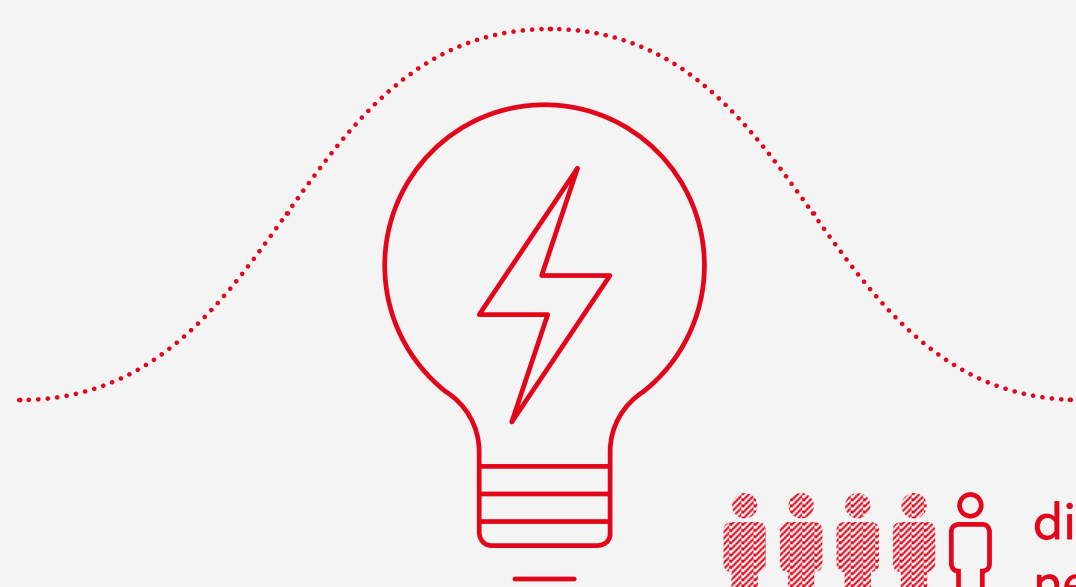


K
-
A
T

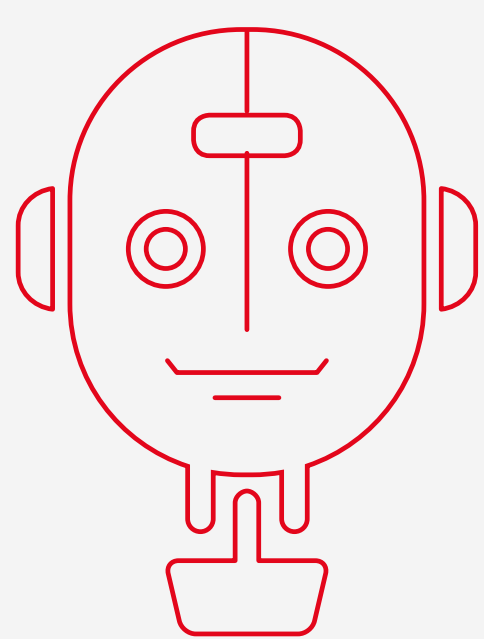
Hauptmotive für die Internationalisierung

Beschaffungsseitige Motive für Auslandsaktivitäten

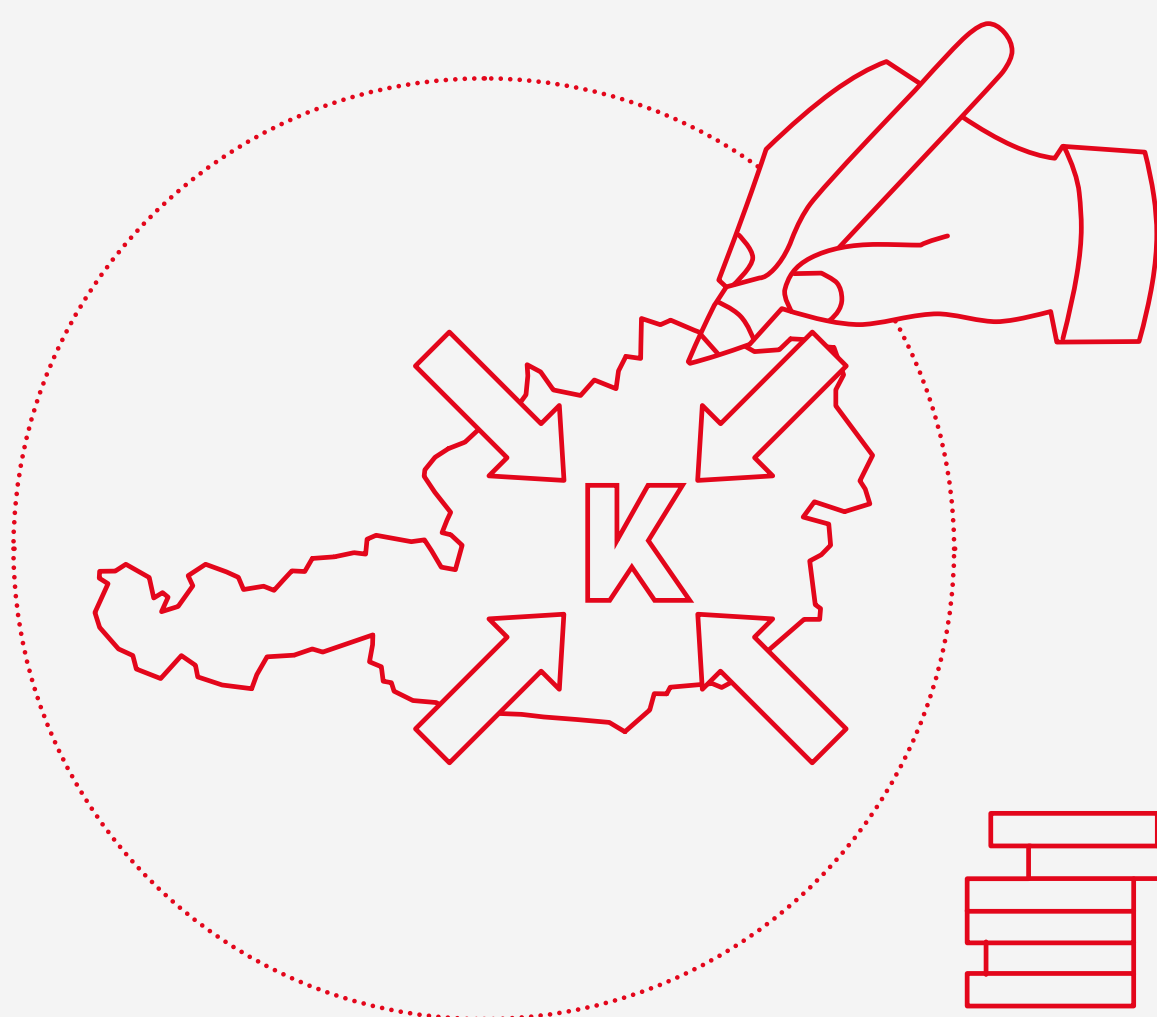
Für Kreativwirtschaftsunternehmen sind die Suche nach neuen Ideen für Produkte/Dienstleistungen/Technologien (42%), die Beschaffung neuer Technologien (29%) und Preisvorteile auf dem Beschaffungsmarkt (29%) wichtige Entscheidungsgründe für ihre internationalen Aktivitäten.



die Suche nach neuen Ideen für Produkte und Dienstleistungen

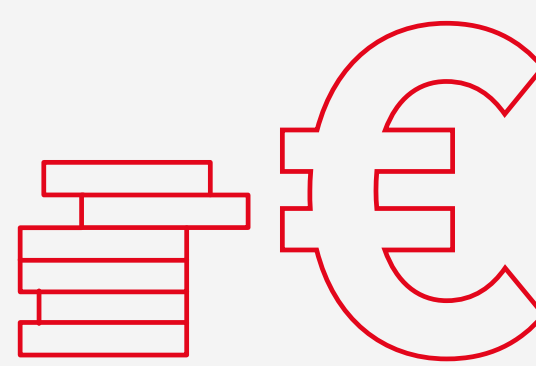


die Suche nach neuen Technologien



BESCHAFFUNGSSEITIG FÜR DEN EINKAUF

Preisvorteile auf dem Beschaffungsmarkt

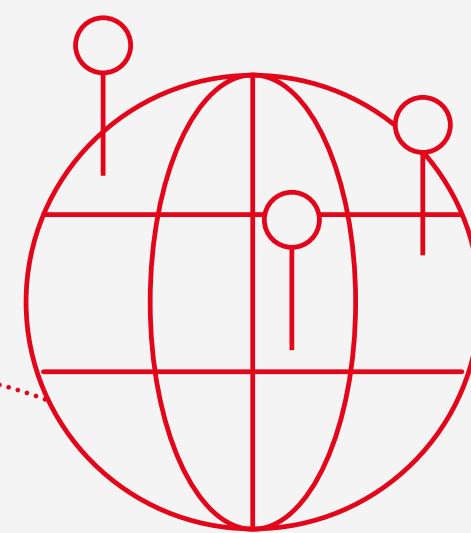


Absatzseitige Motive für Auslandsaktivitäten

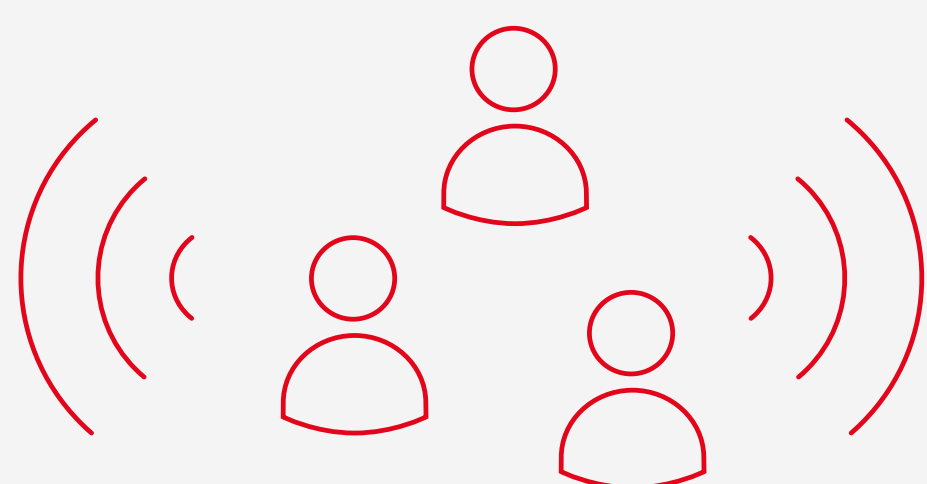
Wichtige Motive von Kreativunternehmen sind die Ausweitung der Absatzmärkte (53%), die Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades (47%) und jene des Umsatzes (47%).

Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung 2017, N = 544 (auslandsaktive Unternehmen).

Ausweitung des Absatzmarktes sowie der Kundinnen-, Kunden- und Publikumsgruppen



ABSATZSEITIG FÜR DEN VERTRIEB



Steigerung des Bekanntheitsgrades



Umsatzsteigerungen

