

Kreativwirtschafts- politisches Datenblatt



Zusammenfassung

Die Kreativwirtschaft liegt weiter auf Erfolgskurs

Die Kreativwirtschaft wächst im Hinblick auf Beschäftigung, Umsatz und Wertschöpfung und liegt somit weiter auf Erfolgskurs. Im Jahr 2016 zählen rund 11% aller Unternehmen in Österreich zur Kreativwirtschaft, das sind etwa 42.300 Unternehmen mit 153.000 Beschäftigten. Die kreativen Unternehmen erzielen Umsätze in der Höhe von rund € 22 Mrd. sowie eine Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten von knapp € 9,1 Mrd. Die Kreativunternehmen haben sich sowohl kurzfristig (2015 bis 2016) als auch langfristig (2008 bis 2016) positiv entwickelt, wobei die Zuwächse in der Kreativwirtschaft zwischen 2008 und 2016 in den Bereichen Beschäftigung (+16 %) und Umsatz (+21%) höher ausfallen als in der österreichischen Gesamtwirtschaft (Beschäftigung: +7 %, Umsatz: +8 %). Die kreativen Unternehmen werden größer: Beschäftigung, Umsätze und Bruttowertschöpfung wachsen in einem größeren Ausmaß als die Anzahl der Unternehmen.

Die Kreativwirtschaft ist durch eine zufriedenstellende Kapitalstruktur sowie einen hohen Anteil an Fremdleistungen gekennzeichnet

Hinsichtlich der Kapitalstruktur zeigt sich in der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft aufgrund ihres überwiegenden Dienstleistungscharakters eine sehr geringe Bedeutung von langfristig im Unternehmen gebundenen Sachanlagen, was einen geringeren Kapitalbedarf zur Folge hat. Generell ist die Kapitalstruktur der Kreativwirtschaft zufriedenstellend: Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt mit rund 34 % über dem Mindestrichtwert von 30 % (Gesamtwirtschaft: 35 %).

In Bezug auf die Kostenstruktur weisen kreative Unternehmen im Unterschied zur Gesamtwirtschaft deutlich geringere Materialaufwendungen auf, was ebenfalls ihrem überwiegenden Dienstleistungscharakter geschuldet ist. Die Kreativwirtschaft ist durch einen hohen Anteil an Fremdleistungen gekennzeichnet, ein Indiz für eine hohe Bedeutung von Kooperationen.

Die größten Bereiche der Kreativwirtschaft sind Software und Games, Werbung, Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst und Architektur

Gemessen an Beschäftigung, Umsatz und Bruttowertschöpfung sind die größten Bereiche der Kreativwirtschaft Software und Games, Werbung, Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst und Architektur. Demgegenüber zählen Radio und TV, Musikwirtschaft und Design zu den kleineren Sektoren. Im Jahresvergleich 2015/16 sind die dynamischsten Bereiche der Kreativwirtschaft Software und Games, Musikwirtschaft, Design und Architektur.

60 % der kreativen Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen

Die Kreativwirtschaft ist und bleibt kleinbetrieblich strukturiert. Bei 60 % der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Überdurchschnittlich viele EPU sind im Markt für darstellende Kunst (81%), in den Bereichen Filmwirtschaft und Design (jeweils 68 %) sowie in der Musikwirtschaft (62 %) zu finden. Fast jedes vierte Unternehmen wird von einer Frau geführt, überdurchschnittlich hoch ist dieser Anteil in den Sektoren Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst und Design.

Der Bereich Software und Games und die Architektur haben eine besonders hohe Ertragskraft

Der Bereich Software und Games weist die höchste Eigenkapitalquote unter den bilanzierenden Kreativunternehmen auf (38 %), Design hat Aufholbedarf (22 %). Kreativwirtschaftsbereiche mit einer hohen Ertragskraft sind insbesondere Architektur und Software und Games. Hier wurden sowohl von bilanzierenden Unternehmen als auch von solchen mit Einnahmen-Ausgaben-Rechnung überdurchschnittlich hohe Umsatzrentabilitäten erzielt.

41% der kreativen Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Wien

Die österreichische Kreativwirtschaft ist stark auf Wien konzentriert: Im Jahr 2016 hatten 41 % aller Kreativwirtschaftsunternehmen hier ihren Hauptsitz. Diese beschäftigten 43 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielten mehr als die Hälfte der Umsätze bzw. knapp die Hälfte der Bruttowertschöpfung des kreativen Bereichs. Gemessen an allen Wiener Unternehmen zählt nahezu jedes fünfte zur Kreativwirtschaft, was deutlich über dem Österreichdurchschnitt (11 %) liegt. Bei Betrachtung nach Sektoren ist die Architektur überdurchschnittlich stark in Vorarlberg und Tirol vertreten, die Werbung in Salzburg. In Wien ist der Markt für darstellende Kunst besonders stark repräsentiert.

Die heimische Kreativwirtschaft löst in Österreich eine gesamtwirtschaftliche Produktion von € 38,9 Mrd. aus

Die heimische Kreativwirtschaft verfügt über eine starke Hebelwirkung für die gesamte Volkswirtschaft: Unter Berücksichtigung aller Verflechtungen löst sie in Österreich eine gesamtwirtschaftliche Produktion im Ausmaß von € 38,9 Mrd. aus (direkt, indirekt und induziert). Auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft kommen durchschnittlich zusätzliche € 0,70 an Produktion in der österreichischen Volkswirtschaft. Analog dazu beläuft sich das Ausmaß der in der Kreativwirtschaft und anderen Teilen der Volkswirtschaft generierten Wertschöpfung auf insgesamt € 19,6 Mrd., wobei zu jedem in der Kreativwirtschaft erwirtschafteten Euro zusätzlich € 0,71 an Wertschöpfung in anderen Teilen der Wirtschaft entstehen. In Summe sichert die Kreativwirtschaft direkt, indirekt und induziert rund 306.300 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab: Jedes Beschäftigungsverhältnis der Kreativwirtschaft schafft weitere 0,65 Beschäftigungsverhältnisse in der österreichischen Wirtschaft.

Die Kreativwirtschaft ist in sich und mit anderen Branchen stark vernetzt

Hinsichtlich der Inputstruktur fällt eine starke Vernetzung innerhalb der Kreativwirtschaft selbst und mit anderen Branchen auf. Die Kreativwirtschaft bezieht im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (44 %) relativ häufig Vorleistungen (52 %), vor allem aus dem Inland. Diese stammen vorwiegend aus anderen Dienstleistungsbranchen (Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen) sowie aus der Kreativwirtschaft selbst.

Die Kundinnen und Kunden der Kreativwirtschaft sind schwerpunktmäßig in der heimischen Wirtschaft zu finden

In Bezug auf die Verteilungsstruktur unterstützt die Kreativwirtschaft mit ihren Leistungen die nachgelagerte Produktion (44 %) und die Investitionstätigkeit (14 %) in weiten Teilen der Wirtschaft, d. h. die Kundinnen und Kunden der Kreativwirtschaft sind schwerpunktmäßig in der heimischen Wirtschaft (im Gegensatz zum privaten und staatlichen Konsum und zu den Exporten) zu finden (insgesamt 58 %). Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft und liefern damit einen wichtigen Beitrag zu deren Wettbewerbsfähigkeit.

Der Exportanteil der österreichischen Kreativwirtschaft ist mit rund 19 % höher als in der Dienstleistungsbranche

Die österreichische Kreativwirtschaft exportierte im Jahr 2014 Güter und Dienstleistungen im Wert von € 4,2 Mrd., woraus sich ein Exportanteil von 19,2 % ergibt (Stand Oktober 2018). Damit ist die Kreativwirtschaft im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (12,5 %) relativ exportstark. Die Werbung und der Bereich Software und Games tragen am meisten zu den Exporten der Kreativwirtschaft bei. Mehr als 70 % der Exporte der Kreativwirtschaft gehen in die EU-28, und hier wiederum vor allem nach Deutschland.

1. Die wichtigsten ökonomischen Indikatoren der Kreativwirtschaft Österreichs

Die Kreativwirtschaft wächst im Hinblick auf Beschäftigung, Umsatz und Wertschöpfung und ist somit weiter auf Erfolgskurs

Im Jahr 2016 zählen rund 42.300 Unternehmen zur Kreativwirtschaft. Dies sind fast 11% der Unternehmen der österreichischen Wirtschaft, die etwa 153.000 selbstständig und unselbstständig Beschäftigten (davon rund 108.800 unselbstständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern) einen Arbeitsplatz geben. Damit sind fast 5% aller Erwerbstätigen bzw. 4% der unselbstständig Beschäftigten in einem Kreativwirtschaftsunternehmen tätig.

Der kreative Bereich erzielte 2016 Umsätze in der Höhe von rund € 22 Mrd. sowie eine Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten von knapp € 9,1 Mrd. und ist damit für rund 3% der Erlöse bzw. rund 4% der Wertschöpfung der österreichischen Gesamtwirtschaft verantwortlich.

Die Kreativunternehmen haben sich sowohl kurzfristig (2015 bis 2016) als auch langfristig (2008 bis 2016) positiv entwickelt.

Tabelle 1
Struktur und Entwicklung
der Kreativwirtschaft¹, 2008 bis 2016

	2016	Anteil an der Gesamtwirtschaft in Prozent ²	Veränderung zu 2015 in Prozent ³	Veränderung zu 2008 in Prozent ³
Unternehmen	42.284	10,7	0,3	7,1
Beschäftigte gesamt	153.001	4,5	1,8	15,6
unselbstständig Beschäftigte	108.759	3,6	2,4	15,6
Umsatzerlöse in Mio. €	22.006	2,8	5,1	21,1
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. €	9.082	3,8	4,7	27,3

1 Der Bereich Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten ist in diesen Daten nicht enthalten, da nur ein geringer Teil zur Privatwirtschaft zählt und daher Daten nur in eingeschränktem Maß verfügbar sind.

2 erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

3 Da im Bereich Radio und TV von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit in der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten ist, wird die Veränderung zu 2014 bzw. zu 2008 ohne den Bereich Radio und TV ausgewiesen.

Anmerkung: Die Verbraucherpreise sind zwischen 2008 und 2016 vergleichsweise um mehr als 14% gestiegen.

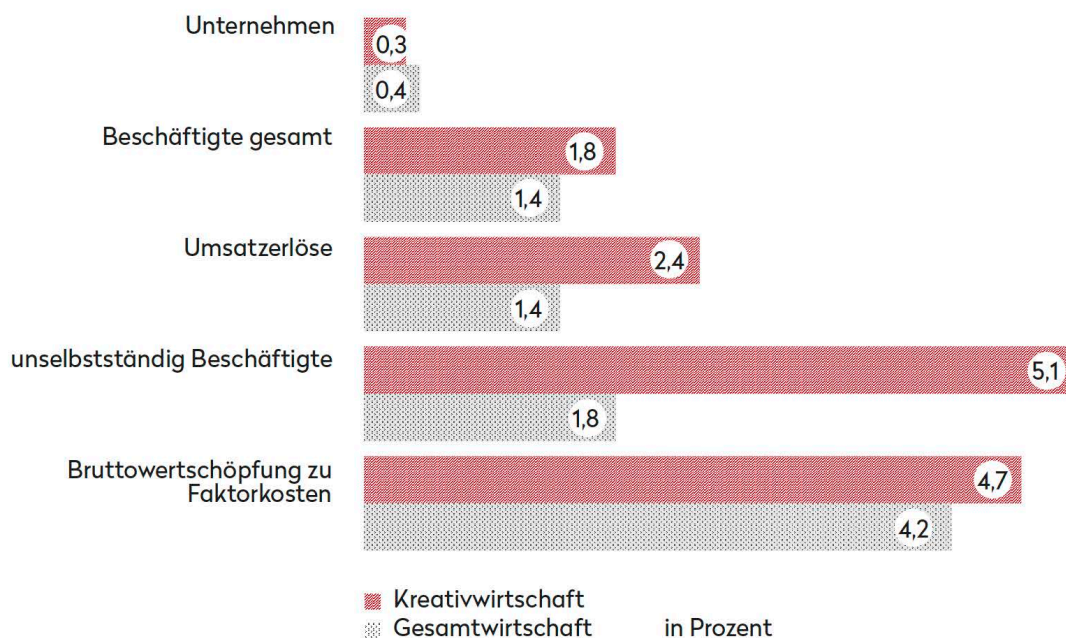
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Die Zuwächse in der Kreativwirtschaft sind höher als in der österreichischen Gesamtwirtschaft

Die Kreativwirtschaft ist im Jahresvergleich 2015/16 größtenteils stärker gewachsen als die Gesamtwirtschaft. Die Anzahl der Unternehmen im kreativen Bereich liegt im Jahr 2016 knapp über dem Niveau des Vorjahres (+0,3%). Die Anzahl aller und jene der unselbstständig Beschäftigten ist um jeweils rund 2% gestiegen. Bei den Umsätzen und der Bruttowertschöpfung ist es zwischen 2015 und 2016 zu einem Wachstum von jeweils rund 5% gekommen. Das höhere Plus bei Beschäftigung und Output (Umsätze, Bruttowertschöpfung) im Vergleich zur Anzahl der Unternehmen weist darauf hin, dass die kreativen Unternehmen im Durchschnitt etwas größer werden (pro Unternehmen mehr Beschäftigte und mehr Output). Der Anteil der Ein-Personen-Unternehmen bleibt mit 60% jedoch überdurchschnittlich hoch.

Grafik 1

Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft¹,
Veränderung 2015 bis 2016 in Prozent²



¹ erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

² Da im Bereich Radio und TV von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit in der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten ist, wird die Veränderung ohne den Bereich Radio und TV ausgewiesen.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

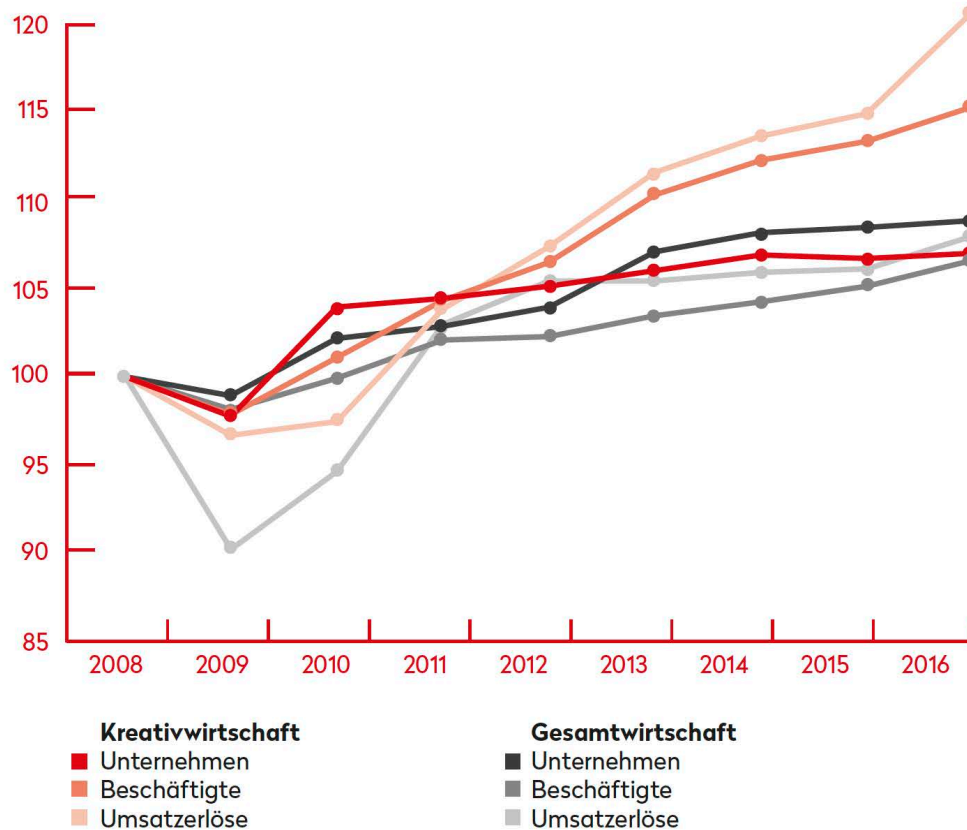
Konstantes Wachstum bei Umsätzen und Beschäftigtenzahlen seit 2010

Auch im langfristigen Vergleich 2008 bis 2016 hat sich die Kreativwirtschaft dynamischer entwickelt als die Gesamtwirtschaft. Die Anzahl der Beschäftigten und die Umsätze sind nach Rückgängen im Krisenjahr 2009 seit 2010 kontinuierlich angestiegen. Der Beschäftigtenzuwachs zwischen 2008 und 2016 beträgt im kreativen Bereich fast 16% gegenüber rund 7% in der Gesamtwirtschaft. Auch das

Umsatzplus ist in der Kreativwirtschaft (rund +21%) höher ausgefallen als in der gesamten Wirtschaft (rund +8%). Die Anzahl der Kreativwirtschaftsunternehmen (rund +7 %) ist demgegenüber etwas weniger gestiegen als der Gesamtbestand der Unternehmen (rund +8 %).

Grafik 2

**Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft¹,
2008 bis 2016 (Index: 2008 = 100)²**



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Unternehmen Kreativwirtschaft	100,0	97,7	104,0	104,5	105,2	106,1	107,0	106,8	107,1
Beschäftigte Kreativwirtschaft	100,0	97,8	101,1	104,4	106,6	110,5	112,5	113,6	115,6
Umsatzerlöse Kreativwirtschaft	100,0	96,6	97,4	103,9	107,5	111,8	113,9	115,2	121,1
Unternehmen Gesamtwirtschaft	100,0	98,9	102,2	102,9	104,0	107,2	108,3	108,6	109,0
Beschäftigte Gesamtwirtschaft	100,0	98,1	99,9	102,1	102,3	103,5	104,3	105,2	106,7
Umsatzerlöse Gesamtwirtschaft	100,0	90,0	94,5	103,0	105,5	105,5	106,0	106,2	108,1

¹ erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

² Da im Bereich Radio und TV von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit in der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten ist, wird die Veränderung ohne den Bereich Radio und TV ausgewiesen.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Geringe Anlagenintensität und zufriedenstellende Kapitalstruktur in der Kreativwirtschaft

Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeigt sich in der Kreativwirtschaft eine sehr geringe Bedeutung von langfristig im Unternehmen gebundenen Sachanlagen: Während in der Kreativwirtschaft 17 % des Gesamtvermögens auf Sachanlagen entfallen, sind es in der Gesamtwirtschaft 36 %. Dies ist auf den überwiegenden Dienstleistungscharakter der Unternehmen zurückzuführen und hat einen geringeren Kapitalbedarf zur Folge.

Tabelle 2

Vermögensstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2016/17 in Prozent des Gesamtvermögens

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
<i>Anlagevermögen</i>	30,9	46,2
davon Sachanlagevermögen	17,4	36,1
<i>Umlaufvermögen</i>	67,3	53,0
davon Kundinnen- und Kundenforderungen	15,1	12,2
davon Vorräte	10,4	16,0
<i>aktive Rechnungsabgrenzung</i>	1,8	0,9
Gesamtvermögen	100,0	100,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Die Kapitalstruktur der Kreativwirtschaft ist zufriedenstellend: Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt mit rund 34 % über dem Mindesttrichtwert von 30 % (Gesamtwirtschaft: 35 %). Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeigt sich ein höherer Anteil an kurzfristigem Fremdkapital bzw. vice versa ein geringerer Anteil an langfristigem Fremdkapital.

Tabelle 3

Kapitalstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2016/17 in Prozent des Gesamtkapitals

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Eigenkapital	34,2	35,4
Sozialkapital	5,6	4,2
langfristiges Fremdkapital	10,3	16,3
kurzfristiges Fremdkapital	47,8	43,4
passive Rechnungsabgrenzung	2,1	0,7
Gesamtkapital	100,0	100,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Charakteristika der Kostenstruktur kreativer Unternehmen: hohe Fremdleistungen, geringe Materialaufwendungen

Im Unterschied zur Gesamtwirtschaft weisen die Kreativunternehmen deutlich geringere Materialaufwendungen auf, was dadurch begründet ist, dass es sich zumeist um Dienstleistungsunternehmen handelt. Ein Indiz für eine hohe Bedeutung von Kooperationen ist der sehr hohe Anteil an Fremdleistungen in der Kreativwirtschaft.

Tabelle 4

Kostenstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2016/17 in Prozent der Betriebsleistung

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Betriebsleistung	100,0	100,0
- Materialaufwand/Wareneinsatz	18,4	42,6
- Fremdleistungen	23,1	11,1
= Rohertrag	58,5	46,3
+ sonstige betriebliche Erträge	5,9	3,0
- Personalkosten (inkl. kalkulatorischem Unternehmerlohn)	33,6	24,7
- sonstiger Aufwand	23,0	19,5
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	7,8	5,2
+/- Finanzergebnis	0,2	-0,2
= Ergebnis vor Steuern	8,0	5,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Tabelle 5

Kostenstruktur der Unternehmen mit Einnahmen-Ausgaben-Rechnung in der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2016 in Prozent der betrieblichen Einnahmen

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
betriebliche Einnahmen	100,0	100,0
- Materialausgaben/Wareneinsatz	12,2	22,4
- Fremdleistungen	12,4	4,5
= Rohertrag	75,4	73,0
+ sonstige betriebliche Einnahmen	0,5	0,7
- Personalkosten (inkl. kalkulatorischem Unternehmerlohn)	36,4	37,2
- sonstige Ausgaben	31,7	28,8
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	7,8	7,8
+/- Finanzergebnis	-1,2	-1,2
= Ergebnis nach Finanzerfolg	6,6	6,6

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Die größten Bereiche der Kreativwirtschaft sind Software und Games und Werbung

Innerhalb der Kreativwirtschaft zählen die Bereiche Software und Games, Werbung, Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst und Architektur gemessen an Beschäftigung, Umsatz und Bruttowertschöpfung zu den Top 5. Radio und TV, Musikwirtschaft und Design sind demgegenüber eher kleine Sektoren.

Tabelle 6
Struktur der Kreativwirtschaft
nach Bereichen, 2016

	Unternehmen	Beschäftigte gesamt	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in Mio. €	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in Mio. €
Architektur	5.890	17.854	10.045	1.719	893
Buch und Verlagswesen	3.895	22.939	19.122	3.852	1.220
Design	1.967	3.632	1.486	284	137
Filmwirtschaft	4.075	10.875	6.785	1.549	487
Markt für darstellende Kunst	8.041	22.764	14.723	2.556	1.385
Musikwirtschaft	1.170	3.082	1.889	358	133
Radio und TV ¹	85	1.572	1.507	411	145
Software und Games	7.553	41.186	33.776	6.739	3.363
Werbung	9.608	29.097	19.427	4.538	1.320
Kreativwirtschaft insgesamt	42.284	153.001	108.759	22.006	9.082

¹ Im Bereich Radio und TV ist von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit in der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten. Somit sind die Daten mit jenen von 2014 aus dem „Siebenten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht“ (Kreativwirtschaft Austria, 2017) nicht direkt vergleichbar.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Weitere wichtige Bereiche sind Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen und Architektur

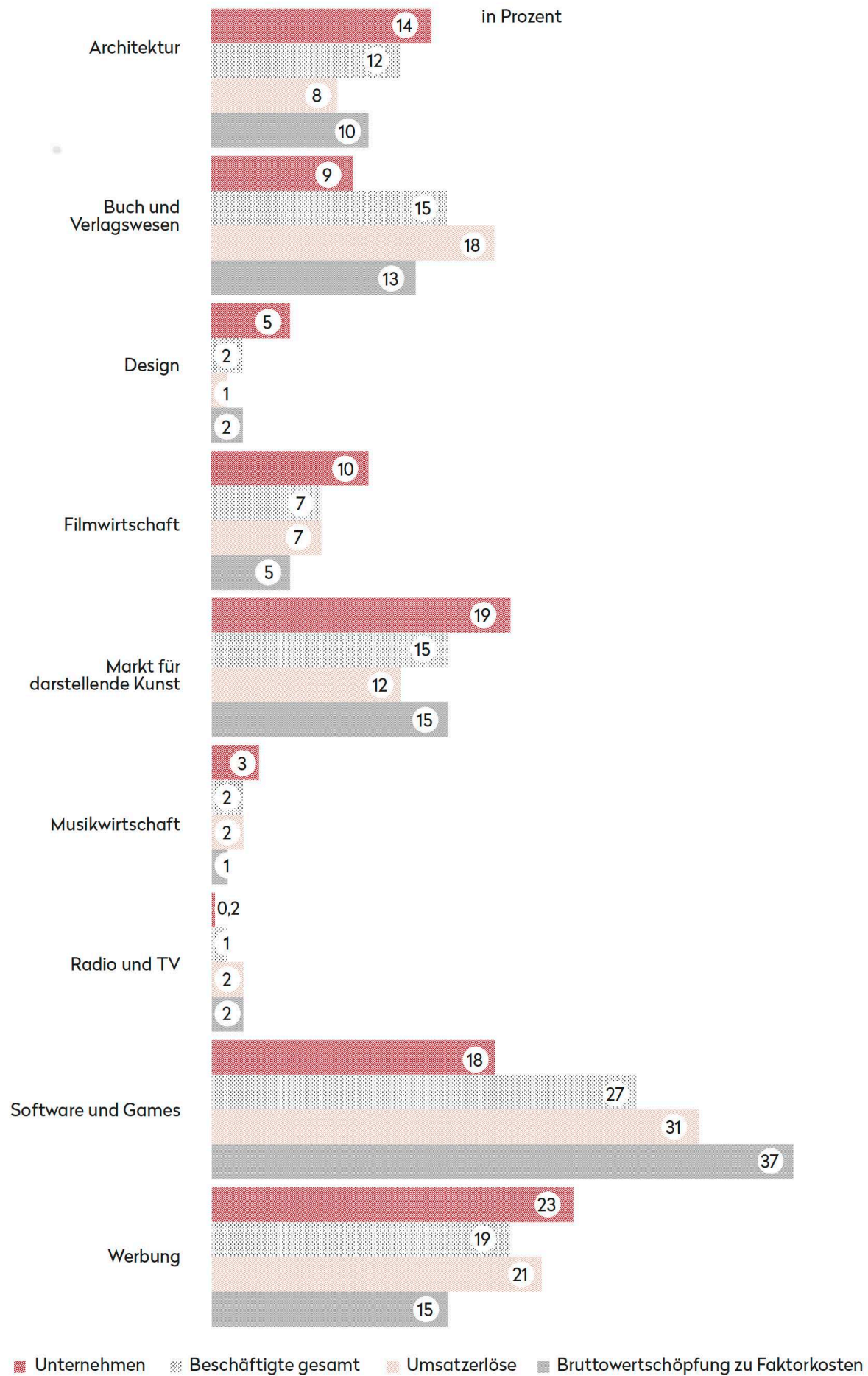
Die meisten Kreativunternehmen sind den Bereichen Werbung (23 %), Markt für darstellende Kunst (19 %) und Software und Games (18 %) zuzurechnen. Eine große Anzahl an Unternehmen stellt zudem der Sektor Architektur (14 %).

In Bezug auf die Beschäftigung und den Output ist Software und Games der weitaus größte Bereich. Dieser beschäftigt 27 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreativwirtschaft und erzielt 31 % der Umsätze sowie 37 % der Wertschöpfung.

Große Arbeitgeber sind zudem die Sektoren Werbung (19 % der Beschäftigten), Buch und Verlagswesen (15 %) und Markt für darstellende Kunst (15 %). Diese drei Bereiche tragen – in unterschiedlicher Reihenfolge – auch am meisten zum Umsatz und zur Bruttowertschöpfung der Kreativen bei.

Grafik 3

Verteilung der Kreativwirtschaft nach Bereichen in Prozent, 2016



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

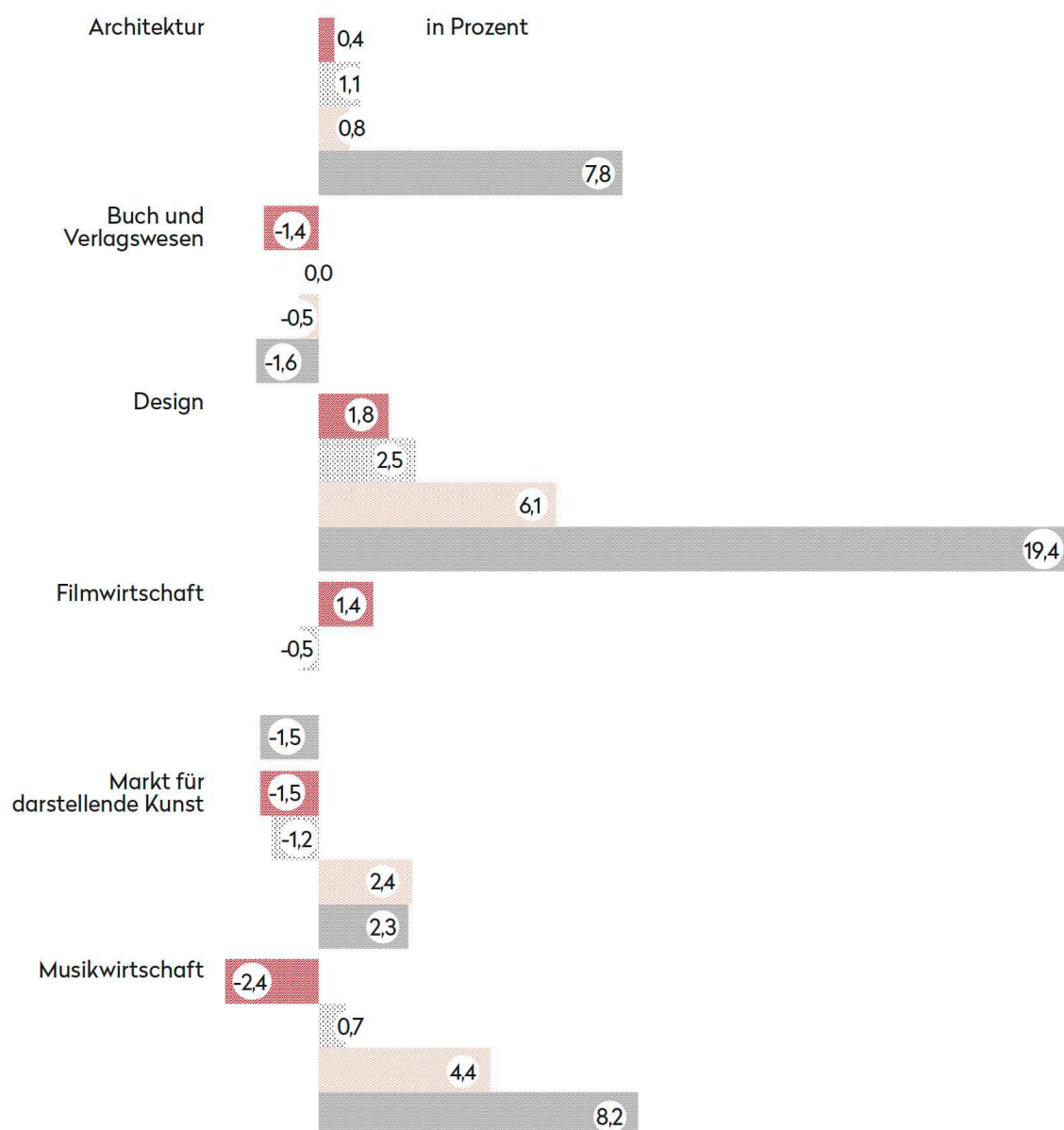
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

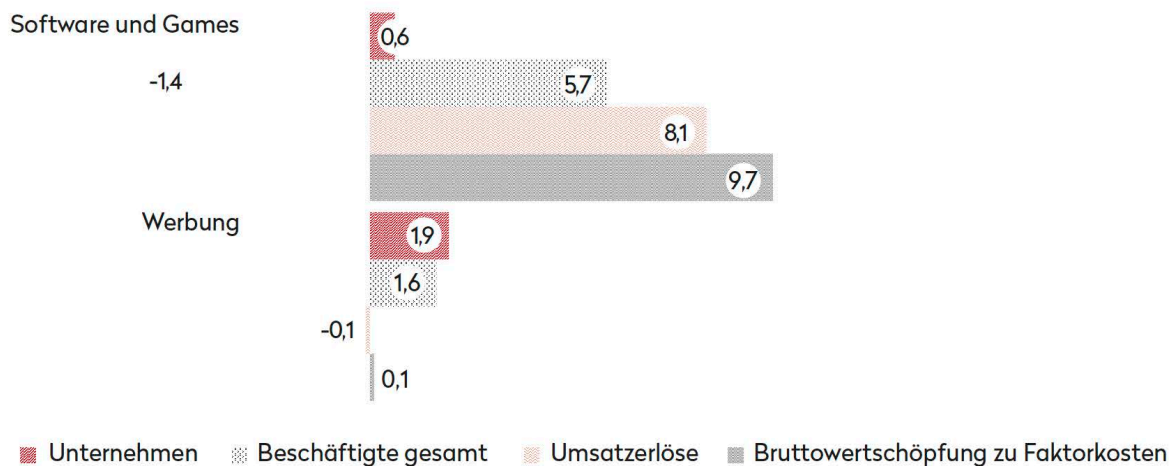
Die dynamischsten Bereiche der Kreativwirtschaft sind Software und Games, Musikwirtschaft und Design

Im Jahresvergleich 2015/16 weisen die Sektoren Software und Games und Design das höchste Wachstum auf. Damit tragen die Unternehmen des größten Bereichs Software und Games wesentlich zur guten Entwicklung der Kreativwirtschaft bei. In der Architektur und der Musikwirtschaft ist es ebenfalls (größtenteils) zu Zuwächsen gekommen. Eher schwach haben sich demgegenüber die Sektoren Buch und Verlagswesen, Filmwirtschaft und Werbung entwickelt.

Grafik 4

Entwicklung der Kreativwirtschaft nach Bereichen, Veränderung 2015 bis 2016 in Prozent





Anmerkungen:

Radio und TV: Im Bereich Radio und TV ist von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit in der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten. Für diesen Bereich wird daher kein Vergleich zu 2015 ausgewiesen.

Filmwirtschaft: Für die Filmwirtschaft wird kein Umsatzvergleich dargestellt: In der Branche „Herstellung von Filmen und Fernsehprogrammen, deren Verleih und Vertrieb, Kinos“ sind die Umsatzerlöse nur eingeschränkt mit den Vorjahren vergleichbar. Dies ist auf das Rechnungslegungsänderungsgesetz zurückzuführen, durch das es ab dem Jahr 2016 zu einer Verschiebung von den sonstigen betrieblichen Erträgen hin zu den Umsatzerlösen kommt.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

60 % der Unternehmen der Kreativwirtschaft sind EPU¹ – die größten Unternehmen finden sich im Sektor Radio und TV

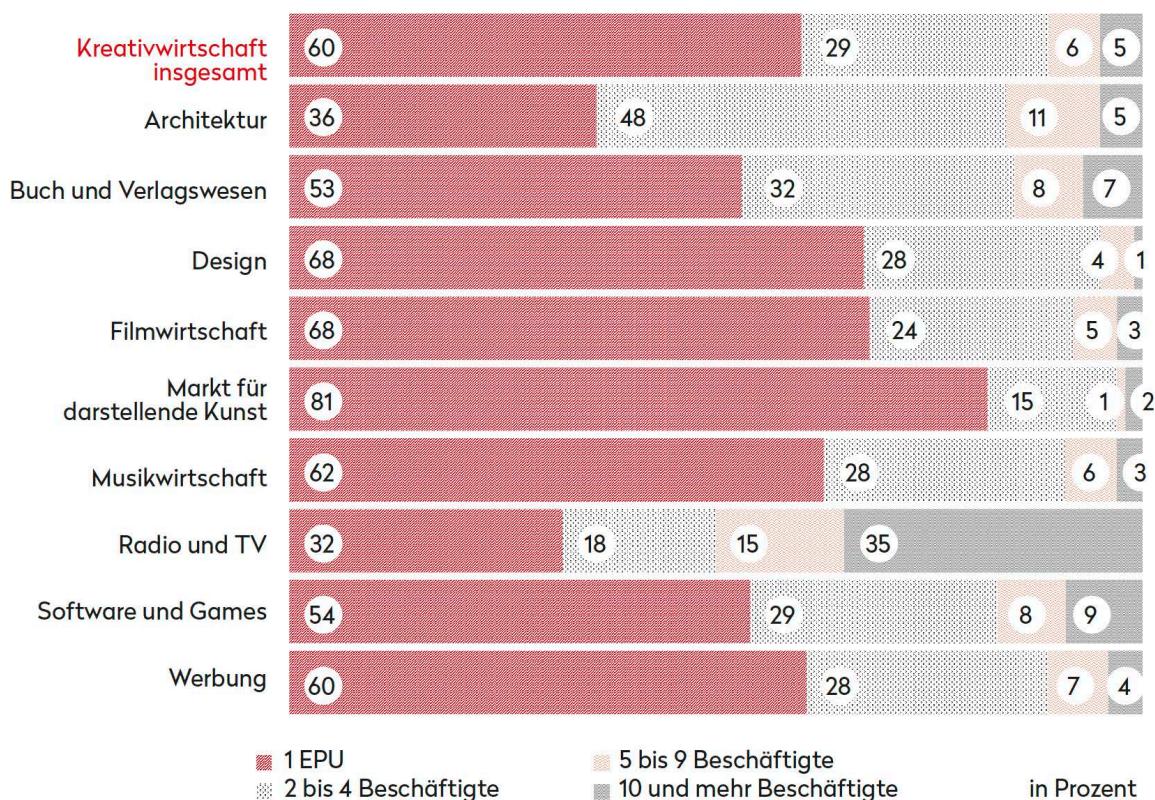
Die Kreativwirtschaft ist und bleibt kleinbetrieblich strukturiert. Bei 60 % der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Das bedeutet, dass in diesen Betrieben neben der Unternehmerin oder dem Unternehmer keine weiteren Personen dauerhaft beschäftigt sind. Am höchsten ist der EPU-Anteil im Markt für darstellende Kunst (81%). Überdurchschnittlich viele EPU sind auch in den Bereichen Filmwirtschaft und Design (jeweils 68 %) und in der Musikwirtschaft (62 %) zu finden.

In der Architektur sind in fast der Hälfte der Unternehmen (48 %) zwei bis vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig. Im Sektor Radio und TV haben mehr als ein Drittel der Betriebe (35 %) zehn und mehr Beschäftigte.

¹ Ein-Personen-Unternehmen ohne unselbstständig Beschäftigte

Grafik 5

**Größenstruktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen
in Prozent der Unternehmen, 2016**



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

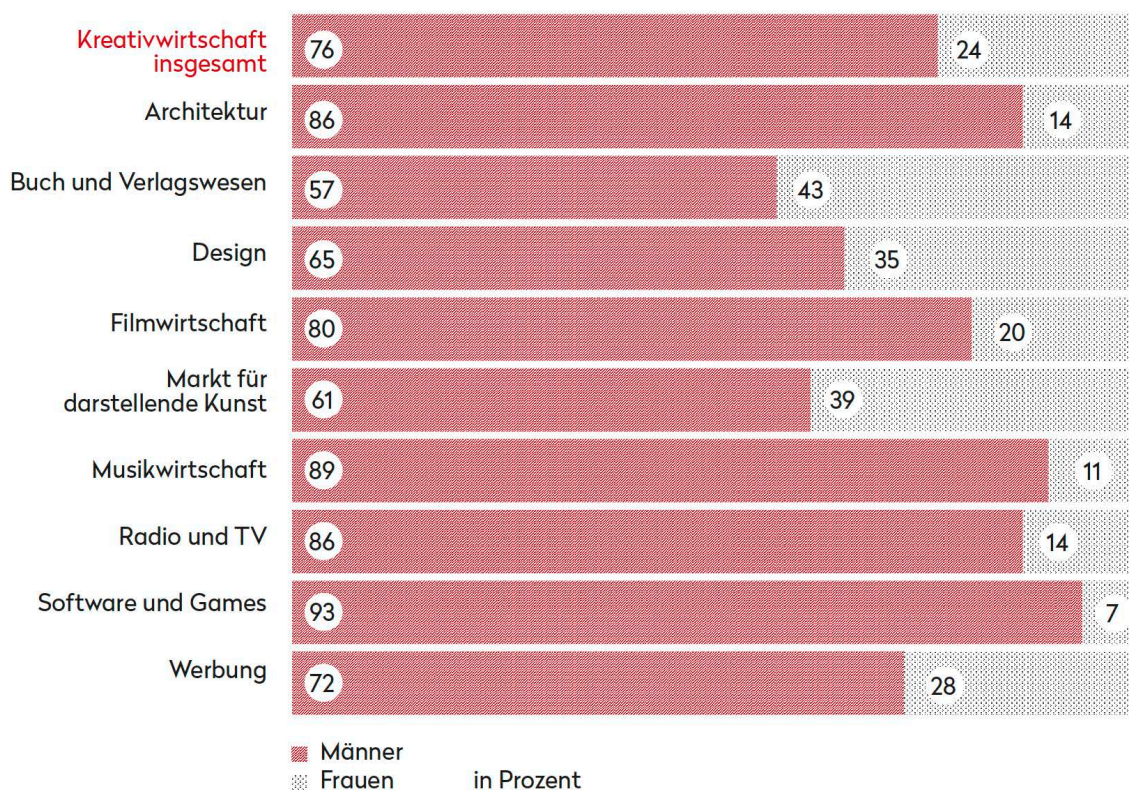
**Höchster Anteil an selbstständigen Frauen
in Buch und Verlagswesen,
Markt für darstellende Kunst und Design**

In der Kreativwirtschaft wird fast jedes vierte Unternehmen von einer Frau geführt. Die anteilmäßig meisten weiblichen Selbstständigen sind in den Sektoren Buch und Verlagswesen (43%), Markt für darstellende Kunst (39%) und Design (35%) zu finden. Innerhalb des Bereiches Buch und Verlagswesen weisen die Branchen Übersetzen und Dolmetschen sowie der Einzelhandel mit Büchern bzw. Zeitungen/Zeitschriften den höchsten Frauenanteil auf.

In den Sektoren Software und Games (7%), Musikwirtschaft (11%), Radio und TV und Architektur (jeweils 14%) ist der Anteil an weiblichen Selbstständigen vergleichsweise gering.

Grafik 6

Abschätzung der Verteilung der Selbstständigen in der Kreativwirtschaft in den unterschiedlichen Bereichen¹ nach Geschlecht in Prozent, 2016



¹ exkl. Musikinstrumenteneinzelhandel und Kulturunterricht; in einem Großteil der Kreativbranchen sind die mithelfenden Angehörigen enthalten

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Software und Games weist die höchste Eigenkapitalquote unter den bilanzierenden Kreativunternehmen auf, Design hat Aufholbedarf

Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt der gesamten Kreativwirtschaft bei 34 % und damit über dem empfohlenen Mindesttrichtwert von 30 %.

Der Bereich Software und Games weist im Vergleich mit durchschnittlich 38 % die höchste Eigenkapitalquote auf. Aber auch fast alle anderen kreativen Bereiche haben im Durchschnitt eine zufriedenstellende Eigenmittelausstattung.

Lediglich der Bereich Design hat mit einer durchschnittlichen Eigenkapitalquote von 22 % Aufholbedarf.

Grafik 7

Eigenkapitalquote der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2016/17



Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

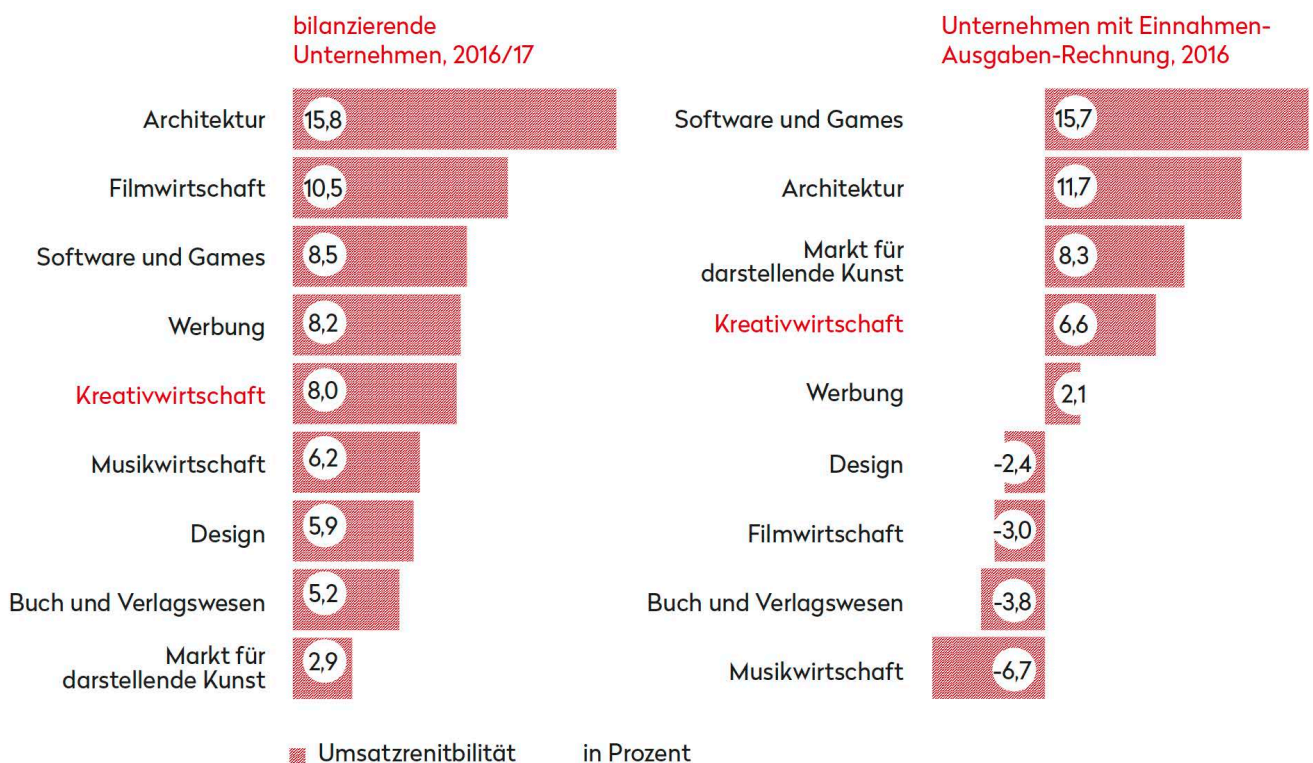
Ertragsstarke Bereiche der Kreativwirtschaft: Architektur und Software und Games

Kreativwirtschaftsbereiche mit einer hohen Ertragskraft sind insbesondere die Architektur und der Bereich Software und Games. Hier wurden sowohl bei bilanzierenden Unternehmen als auch bei solchen mit Einnahmen-Ausgaben-Rechnung überdurchschnittlich hohe Umsatzrentabilitäten erzielt.

Bei den bilanzierenden Unternehmen schneiden zudem die Filmwirtschaft und die Werbung sehr erfolgreich ab. Bei den Unternehmen mit Einnahmen-Ausgaben-Rechnung wiederum weist der Markt für darstellende Kunst überdurchschnittliche Renditen auf.

Grafik 8

Umsatzrentabilität in der Kreativwirtschaft nach Bereichen



Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank.

Die österreichische Kreativwirtschaft ist stark auf Wien konzentriert

Im Jahr 2016 hatten 41% aller Kreativwirtschaftsunternehmen ihren Hauptsitz in der Bundeshauptstadt Wien – die Anzahl ist gegenüber 2015 fast unverändert geblieben. Diese beschäftigen 43% aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielen mehr als die Hälfte der Umsätze bzw. knapp die Hälfte der Bruttowertschöpfung des kreativen Bereichs.

Eine große Anzahl an Kreativunternehmen ist zudem in Niederösterreich (14%), Oberösterreich (11%) und in der Steiermark (10%) ansässig. Im Jahresvergleich 2015/16 ist es in Salzburg, Tirol, Oberösterreich und der Steiermark zum höchsten Wachstum gekommen, während sich in Vorarlberg und Niederösterreich eine leicht rückläufige Entwicklung zeigt.

Oberösterreich ist im Hinblick auf die Beschäftigung (13%), den Umsatz (11%) und die Wertschöpfung (13%) innerhalb der Kreativwirtschaft das zweitgrößte Bundesland.

Tabelle 7**Struktur der Kreativwirtschaft
nach Bundesländern, 2016**

	Unternehmen		Beschäftigte	unselbst- ständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in Mio. €	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in Mio. €
	Anzahl	Veränderung zu 2015 in Prozent				
Burgenland	825	0,1	2.311	1.545	240	132
Kärnten	1.749	0,2	5.280	3.447	563	263
Niederösterreich	5.893	-0,3	17.986	12.113	2.035	866
Oberösterreich	4.649	0,7	19.380	14.479	2.353	1.196
Salzburg ¹	2.805	0,9	11.315	7.871	1.717	675
Steiermark	4.395	0,7	16.093	11.216	1.690	834
Tirol	3.315	0,9	9.529	6.113	1.030	478
Vorarlberg	1.501	-0,7	4.826	3.166	590	256
Wien ²	17.152	0,1	66.281	48.810	11.789	4.382
Österreich	42.284	0,3	153.001	108.759	22.006	9.082

Anmerkung: Die Zuordnung zu den Bundesländern erfolgt auf Basis des Unternehmenssitzes. Das bedeutet, dass alle Beschäftigten, die Umsatzerlöse und die Bruttowertschöpfung jenem Bundesland zugeordnet werden, in dem das Unternehmen seinen (Haupt-)Sitz hat, unabhängig von Standorten (z. B. Niederlassungen, Geschäften etc.) in anderen Bundesländern.

1 Die Umsatzerlöse von Unternehmen mit Sitz in Salzburg für das Jahr 2016 sind deutlich höher als jene von 2014 aus dem Siebenten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht (Kreativwirtschaft Austria, 2017). Dies ist auf die Filmwirtschaft zurückzuführen: Hier ist es in Folge des Rechnungslegungsänderungsgesetzes bei einem großen Unternehmen zu einer Verschiebung von den sonstigen betrieblichen Erträgen hin zu den Umsatzerlösen gekommen.

2 Im Bereich Radio und TV ist von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit in der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten. Somit sind die Daten mit jenen von 2014 nicht direkt vergleichbar.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Beinahe jedes fünfte Wiener Unternehmen zählt zur Kreativwirtschaft

In Wien sind nicht nur absolut die meisten Kreativwirtschaftsunternehmen zu finden, auch die Bedeutung innerhalb der Gesamtwirtschaft ist unter allen Bundesländern hier am höchsten. 2016 waren 18 % aller Wiener Unternehmen im kreativen Bereich tätig. In Niederösterreich (9,0 %), in Salzburg (8,8 %) und in Vorarlberg und in der Steiermark (jeweils 8,6 %) war der Anteil der Kreativunternehmen an den gesamten Unternehmen in diesem Jahr ebenfalls vergleichsweise hoch.

Grafik 9

Anteil der Kreativunternehmen an der Gesamtanzahl der Unternehmen der Gesamtwirtschaft¹ nach Bundesländern in Prozent, 2016



¹ erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

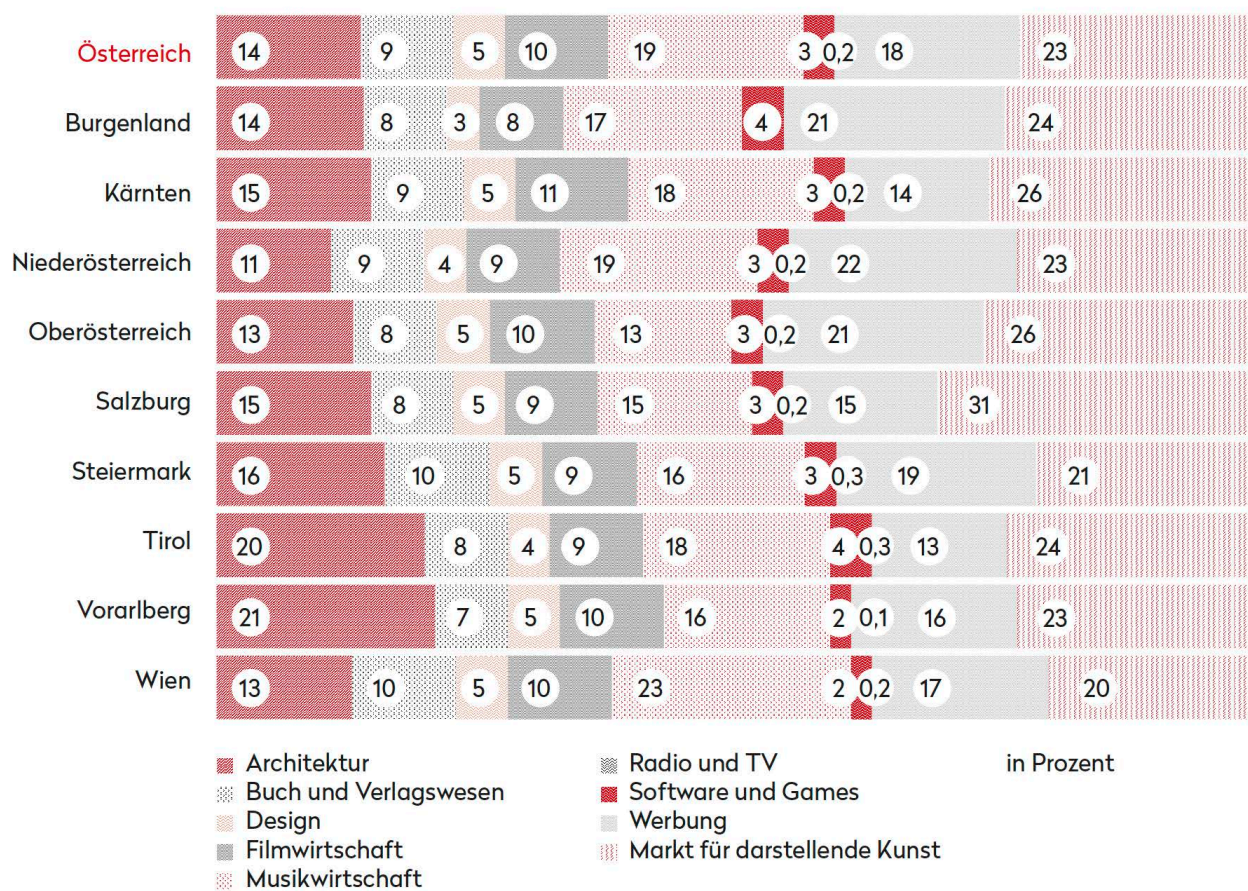
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

Architektur ist überdurchschnittlich stark in Vorarlberg und Tirol vertreten, Werbung in Salzburg

In den Bundesländern zeigt sich eine unterschiedliche Verteilung der Kreativwirtschaft nach Bereichen. In Vorarlberg (21%) und Tirol (20%) ist der Anteil der Architekturunternehmen überdurchschnittlich hoch (Österreich: 14%). In Wien ist der Markt für darstellende Kunst besonders stark vertreten (23% gegenüber 19% in ganz Österreich). Dieser spielt wiederum insbesondere in Oberösterreich (13%) eine geringere Rolle als im Österreichdurchschnitt. In Oberösterreich sind demgegenüber vergleichsweise viele Unternehmen den Bereichen Software und Games (21% gegenüber 18% in ganz Österreich) und Werbung (26% gegenüber 23% in ganz Österreich) zuzuordnen. Der Anteil von Software und Games ist zudem in Niederösterreich (22%) überdurchschnittlich hoch. In Salzburg ist die Bedeutung der Werbeunternehmen (31%) innerhalb der Kreativwirtschaft besonders hoch, während „lediglich“ 15% im Bereich Software und Games tätig sind. In Kärnten liegt der Anteil des Sektors Werbung (26%) ebenfalls über dem Österreichdurchschnitt, während der Anteil des Sektors Software und Games (14%) darunter liegt.

Grafik 10

**Verteilung der Kreativunternehmen nach Bereichen
im jeweiligen Bundesland in Prozent, 2016**



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria.

2. Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft

Die Kreativwirtschaft übt eine starke Hebelwirkung auf die gesamte Volkswirtschaft aus und generiert Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung

Die Kreativwirtschaft ist über intensive Verflechtungen mit zahlreichen anderen heimischen Branchen und über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg verbunden und wirkt so als volkswirtschaftlicher Dynamisierungsfaktor. Unter Berücksichtigung auch der durch die Vorleistungsverflechtung generierten indirekten Effekte und der durch den Einkommen-Konsum-Kreislauf induzierten Effekte bewirkt die heimische Kreativwirtschaft eine gesamtwirtschaftliche Produktion (in Österreich) im Ausmaß von € 38,9 Mrd. Direkt in der Kreativwirtschaft entstehen € 22,9 Mrd. an Produktion. In der Folge bedingen die Produktionsaktivitäten der Unternehmen der Kreativwirtschaft eine indirekte Produktion von € 9,0 Mrd. und eine induzierte Produktion von € 7,0 Mrd. Somit kommen auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft durchschnittlich zusätzliche € 0,70 an Produktion in der österreichischen Volkswirtschaft.

Analog dazu beläuft sich das Ausmaß der in den verschiedenen Teilen der Volkswirtschaft generierten Wertschöpfung auf € 19,6 Mrd., wobei € 11,5 Mrd.² direkt auf die Kreativwirtschaft zurückzuführen sind und in weiterer Folge € 4,5 Mrd. an indirekten sowie € 3,6 Mrd. an induzierten Wertschöpfungseffekten anfallen. Daraus folgt, dass zu jedem Euro an Wertschöpfung, der in der Kreativwirtschaft erwirtschaftet wird, zusätzlich € 0,71 an Wertschöpfung in den anderen Teilen der Wirtschaft entstehen.

Die Unternehmen der Kreativwirtschaft sichern in Summe rund 306.300 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab. In der Kreativwirtschaft selbst sind mehr als 185.800 Personen³ beschäftigt. Im Zuge der Vorleistungsverflechtungen werden in der heimischen Wirtschaft rund 64.200 und im Zuge der induzierten Effekte rund 56.300 Arbeitsplätze abgesichert. Somit schafft jeder bzw. jede Beschäftigte der Kreativwirtschaft auf indirekte oder induzierte Weise weitere 0,65 Beschäftigungsverhältnisse in der österreichischen Wirtschaft.

Im Vergleich zu 2014 (vgl. Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der Kreativwirtschaft Austria) ergeben sich nur graduelle Änderungen. Das Wachstum der Kreativwirtschaft manifestiert sich im Zweijahresvergleich in allen drei betrachteten Größen, Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung. Die indirekten und induzierten Effekte sind jedoch nicht im gleichen Ausmaß mitgewachsen bzw. im Falle der Beschäftigung leicht gesunken. Im Ergebnis sind die gesamten Effekte auf die heimische Wirtschaft nur leicht gestiegen bzw. haben stagniert, und die Multiplikatoren haben marginal abgenommen.⁴

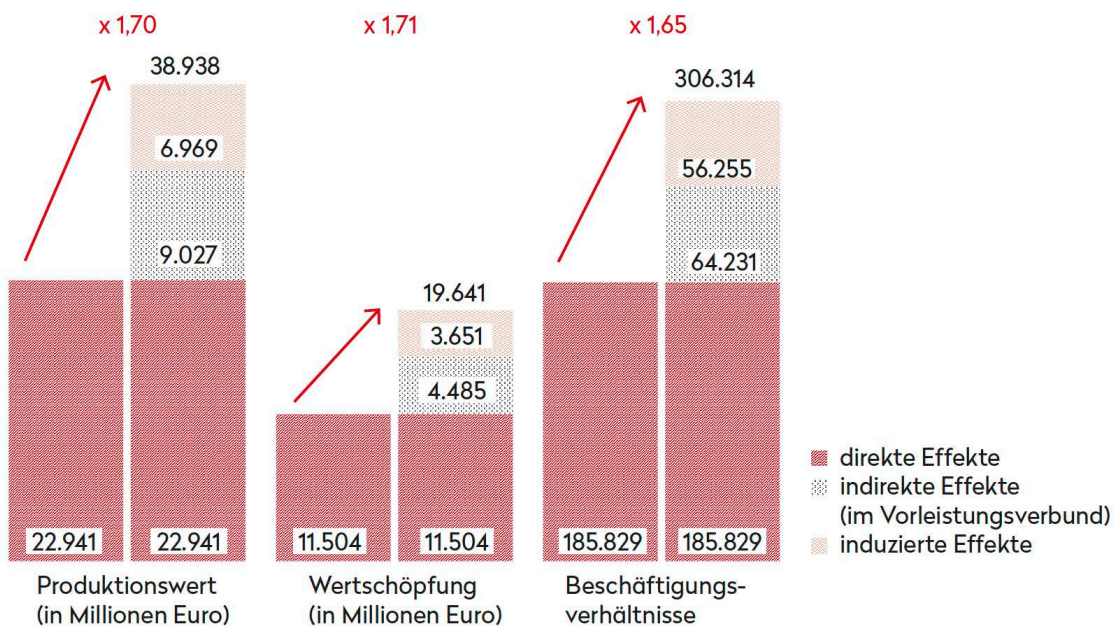
² Die hier präsentierten Ergebnisse weichen aus verschiedenen Gründen von jenen der anderen Auswertungen des Datenblatts ab. Siehe hierzu die Anmerkungen zu Grafik 11.

³ Siehe vorhergehende Fußnote.

⁴ Ein Vergleich mit der entsprechenden Analyse des Datenblatts 2017 mit dem Bezugsjahr 2015 ist nicht verfügbar, da hier der Kreativwirtschaftsbereich Museen und Bibliotheken von der Analyse ausgeschlossen war und die Analyseergebnisse einer Harmonisierung mit den anderen statistischen Auswertungen des Datenblatts unterzogen wurden.

Grafik 11

**Volkswirtschaftliche Effekte
der Kreativwirtschaft, 2016**



Anmerkung: Die Ergebnisse der Input-Output-Analyse weichen aufgrund ihrer Konsistenz mit den Variablendefinitionen und Abgrenzungen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung von jenen der anderen Auswertungen des vorliegenden Datenblattes ab. Dies betrifft insbesondere die Indikatoren Wertschöpfung (hier € 11,5 Mrd., laut Leistungs- und Strukturstatistik jedoch € 9,1 Mrd.) und Beschäftigung (hier 185.800 Personen, laut Leistungs- und Strukturstatistik jedoch 153.000 Personen). Dies liegt unter anderem in der unterschiedlichen Handhabung des Sektors Staat, welcher hier enthalten ist, sowie in einer unterschiedlichen Definition und statistischen Zuordnung der Beschäftigung, welche sich insbesondere im Wirtschaftsbereich NACE 90 bzw. im Kreativwirtschaftsbereich Markt für darstellende Kunst auswirkt. Zudem ist in der vorliegenden Betrachtung auch der Kreativwirtschaftsbereich Museen und Bibliotheken erfasst.

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

Viele verschiedene Branchen werden durch die Kreativwirtschaft im Wege der Vorleistungsverflechtung und der generierten Einkommen stimuliert

Die von der Kreativwirtschaft im Wege der Vorleistungsverflechtung und der generierten Einkommen ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung kann nach den Branchen differenziert werden, in denen sie jeweils entsteht. Es zeigt sich, dass von den wirtschaftlichen Impulsen, die die Kreativwirtschaft auslöst, eine breite Vielfalt von Branchen profitiert.

Gereiht nach den ausgelösten Produktionseffekten steht das Grundstücks- und Wohnungswesen an erster Position. Hier gehen eine Produktion von € 2,1 Mrd., eine Wertschöpfung von € 1,4 Mrd. und 3.800 Beschäftigungsverhältnisse auf die Kreativwirtschaft zurück. Es folgen die Branchen Verlags- und Druckereierzeugnisse (€ 1,1 Mrd. Produktion), EDV und Information (ohne ihren kreativwirtschaftlichen Anteil) (knapp € 1,0 Mrd.) und Energie und Energieversorgung (€ 868 Mio.).

Bei einer Reihung nach den Wertschöpfungs- oder Beschäftigungseffekten würde sich eine unterschiedliche Reihenfolge der Branchen ergeben. Hinsichtlich der Beschäftigungsverhältnisse profitieren am meisten der Einzelhandel und die Dienstleistungen der Arbeitskräfteüberlassung (jeweils rund 12.300 Beschäftigungsverhältnisse) sowie die Beherbergung und die Gastronomie (rund 10.400 Beschäftigungsverhältnisse) von den Aktivitäten der Kreativwirtschaft.

Tabelle 8**Indirekte und induzierte volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft,
Top-10-Branchen, 2016**

	Produktion	Wert- schöpfung	Beschäftigungs- verhältnisse
	in Mio. €		
Grundstücks- und Wohnungswesen	2.073	1.408	3.800
Verlags- und Druckerzeugnisse	1.131	401	5.617
EDV und Information (ohne Kreativwirtschaft)	978	462	5.803
Energie und Energieversorgung	868	160	576
Beherbergung und Gastronomie	813	504	10.388
Finanzdienstleistungen	725	403	3.455
Dienstleistungen der Unternehmensführung und -beratung	722	309	6.586
Einzelhandel (ohne Kfz und Kreativwirtschaft)	706	440	12.346
Dienstleistungen der Arbeitskräfteüberlassung	555	489	12.318
Bauinstallations- und sonstige Ausbauarbeiten	546	220	4.784
alle anderen Wirtschaftsbereiche	6.878	3.340	54.812

Anmerkung: Die indirekten Effekte bezeichnen die im Wege der Vorleistungsverflechtung bei den Zulieferunternehmen und deren Zulieferunternehmen ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung. Die induzierten Effekte bezeichnen die im Wege des Einkommen-Konsum-Kreislaufs ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung. Die direkten Effekte werden bei dieser Betrachtung nicht berücksichtigt, da sie die Kreativwirtschaft selbst betreffen. Unter der Bezeichnung „alle anderen Wirtschaftsbereiche“ sind insgesamt 69 weitere Wirtschaftsbereiche zusammengefasst, z. B. Großhandelsleistungen (ohne Kfz) und anderweitig nicht genannte wirtschaftliche Dienstleistungen.

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

Die Kreativwirtschaft ist vorleistungsintensiv und stark vernetzt und stimuliert mit ihrer Nachfrage besonders die heimische Wirtschaft

Die Kreativwirtschaft benötigt für die Erstellung ihrer Leistungen Inputs, also sowohl Vorleistungen aus anderen Wirtschaftsbereichen als auch Arbeits- und Kapitalinputs. Durch die Vorleistungen, die die Kreativwirtschaft bezieht, stimuliert sie andere Unternehmen und Wirtschaftsbereiche. Die in der Kreativwirtschaft stattfindende Wertschöpfung hingegen steht für die Arbeits- und Kapitalinputs bzw. für deren Entlohnung.

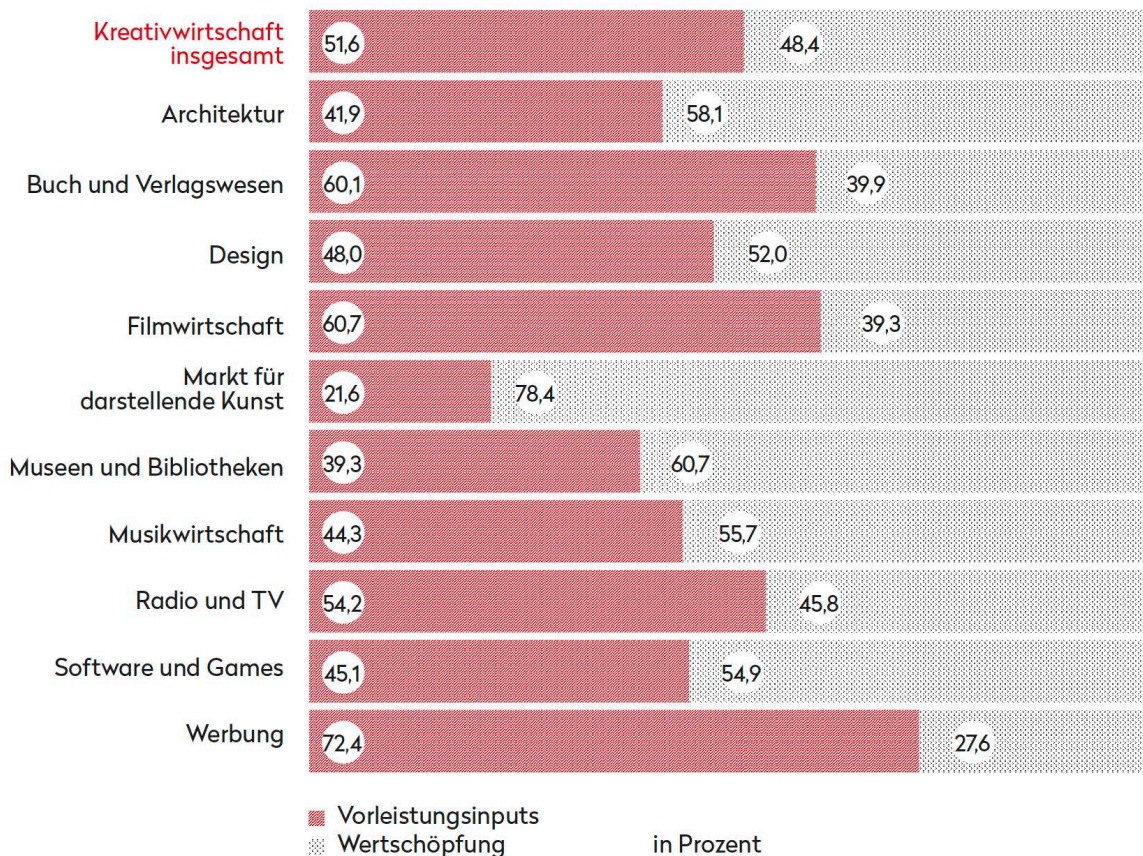
Die Aufteilung der Inputs auf Vorleistungen einerseits und Wertschöpfungsinputs andererseits ist zwischen den einzelnen Kreativwirtschaftsbereichen sehr unterschiedlich. Während der Kreativwirtschaftsbereich Markt für darstellende Kunst Vorleistungen im Wert von 21,6 % seiner Produktionsleistung benötigt, sind es für die Werbung 72,4 %. Insgesamt entfallen 51,6 % der Gesamtkosten des Produktionswerts der Kreativwirtschaft auf Vorleistungen, wobei hierin auch die importierten Vorleistungen (10,0 %) sowie Nettogütersteuern (0,5 %) enthalten sind. Die Differenz auf 100 % entfällt auf die Wertschöpfung und dient damit der Entlohnung des Arbeits- und Kapitaleinsatzes. In der gesamten Kreativwirtschaft entfallen 48,4 % des Produktionswerts auf die Wertschöpfung.

Im Vergleich mit einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche, die einen Vorleistungsanteil von 43,5 % aufweist, ist die Kreativwirtschaft als vorleistungsintensiv anzusehen. Eine weitere Besonderheit der Kreativwirtschaft ist, dass sie ihre Vorleistungen zum allergrößten Teil aus dem Inland

bezieht. Bei ihrer Wertschöpfung hingegen sticht im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche der relativ hohe Anteil der Entgelte für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer hervor. In der Kreativwirtschaft entfallen auf diese Entgelte 57,4 % der Wertschöpfung (Dienstleistungsbranche: durchschnittlich 44,9 %).

Im Ergebnis dieser Strukturen ist die österreichische Kreativwirtschaft in der Lage, eine Nachfrage nach ihren Leistungen in besonders hohem Maße als Stimulus auch an andere, vorgelagerte Branchen im Inland sowie an heimische Arbeitskräfte weiterzugeben.

Grafik 12
Inputstruktur der Kreativwirtschaft,
insgesamt und nach Bereichen in Prozent, 2014



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

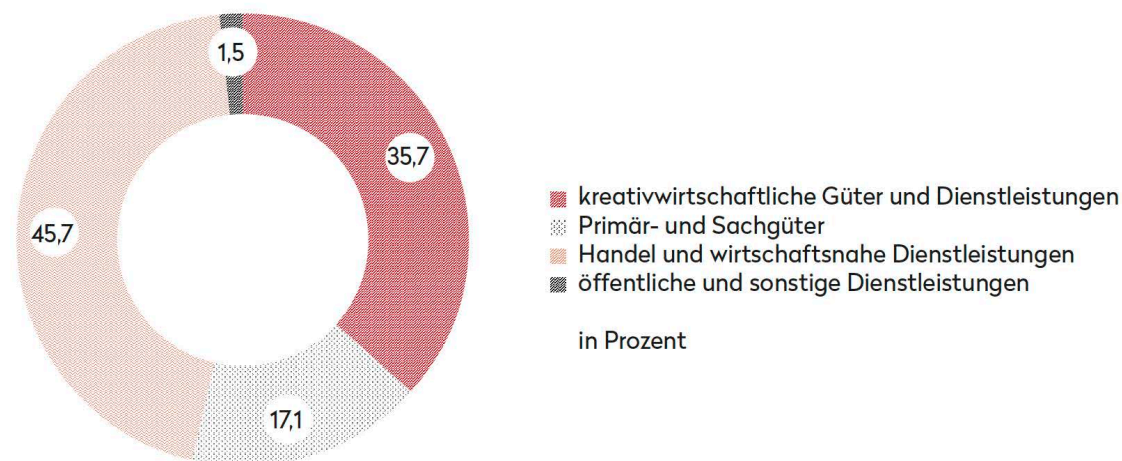
Ihre Vorleistungen bezieht die Kreativwirtschaft vor allem vom Handel und von den wirtschaftsnahen Dienstleistungen sowie von der Kreativwirtschaft selbst

Die Inputs der Kreativwirtschaft können auch nach den zugekauften Gütern und Dienstleistungen aufgeschlüsselt werden. Am meisten hängt die Kreativwirtschaft von jenen Vorleistungen ab, die sie von anderen Dienstleistungsbranchen bezieht (vom Handel und von den wirtschaftsnahen Dienstleistungen). Bei den bezogenen heimischen Vorleistungen kommen diese auf 45,7 %. Den zweitgrößten Anteil haben die kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen selbst mit 35,7 %. Die Primär- und Sachgüter machen 17,1 % der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft aus, die öffentlichen und sonstigen Dienstleistungen immerhin 1,5 %.

Die starke Verflochtenheit der Kreativwirtschaftsbereiche untereinander weist auf die vielfältigen Kooperationen und Synergien innerhalb der Kreativwirtschaft hin und legt außerdem nahe, dass sie in der Lage ist, sich selbst zu stärken und sich selbst Feedback zu geben.

Grafik 13

Struktur der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft nach Gruppen von Vorleistungsgütern, 2014



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

Unter den Abnehmerinnen und Abnehmern der Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft haben die Nachfrage der nachgelagerten Produktion und die Investitionsnachfrage mit zusammen 57,8 % den größten Anteil

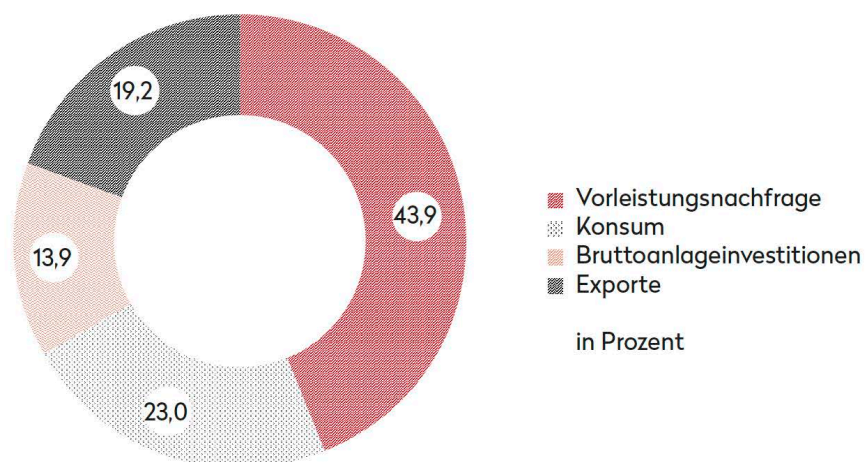
Die Kundinnen und Kunden der Kreativwirtschaft sind schwerpunktmäßig in der heimischen Wirtschaft (im Gegensatz zum privaten und staatlichen Konsum sowie den Exporten) zu finden. Mit ihren Leistungen unterstützt die Kreativwirtschaft die Produktion und die Investitionstätigkeit in weiten Teilen der Wirtschaft. Der Output der Kreativwirtschaft geht zu 43,9 % an die Vorleistungsnachfrage der verschiedenen Wirtschaftsbereiche und zu 13,9 % an die Investitionen. Insgesamt gehen somit 57,8 % an Kundinnen und Kunden aus der Wirtschaft. 19,2 % der Güter und Dienstleistungen, die die Kreativwirtschaft herstellt, sind für den Export bestimmt. Der private und staatliche Konsum nimmt einen Anteil von 23,0 % ein.

Im Vergleich zu 2012 (vgl. „Siebenter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht“ der Kreativwirtschaft Österreich) zeigt sich eine deutliche Verschiebung von der Vorleistungsnachfrage anderer Branchen zur Endnachfrage als Abnehmerin der kreativwirtschaftlichen Produktion. Insbesondere der Anteil der Exporte und jener des Konsums stiegen hierbei um 1,5 Prozentpunkte, während sich der Anteil der Vorleistungsnachfrage um fast 3,5 Prozentpunkte abschwächte.

An der Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft ist auch bemerkenswert, dass sie im Vergleich zum Durchschnitt der Dienstleistungsbranche deutlich mehr an andere Branchen und deren Vorleistungsnachfrage oder Investitionsnachfrage liefert. Im Dienstleistungssektor werden vergleichsweise 42,4 % an die Vorleistungsnachfrage und 4,9 % an die Investitionsnachfrage geliefert. Dies sind zusammen 47,3 %, die an Kundinnen und Kunden aus der Wirtschaft gehen. Auch die Exporte haben bei der Kreativwirtschaft einen höheren Anteil als für den Dienstleistungssektor (12,5 %). Umgekehrt hat die Konsumnachfrage für die durchschnittliche Dienstleistungsbranche einen höheren Stellenwert.

Grafik 14

**Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft
nach Nachfragekomponenten, 2014**



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

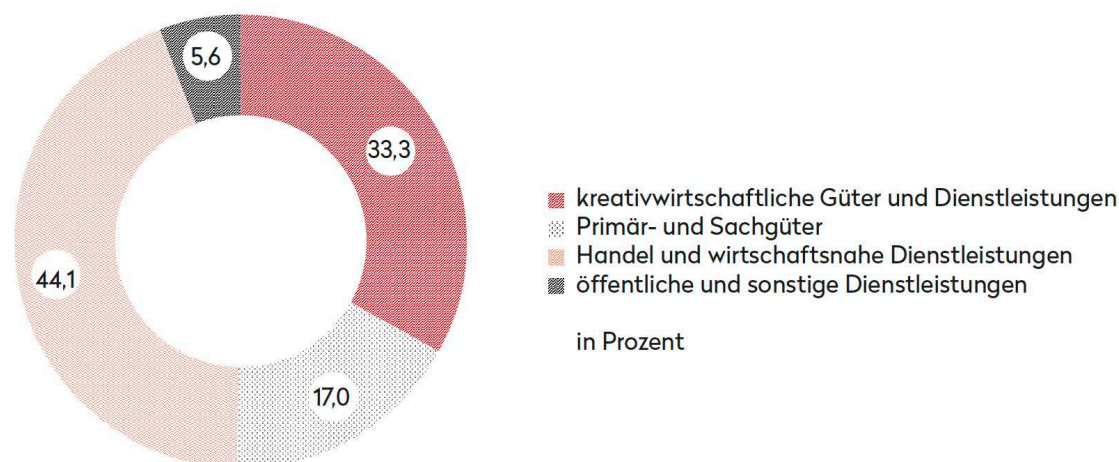
Unter den Abnehmerinnen und Abnehmer der Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft sind Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen sowie die Kreativwirtschaft selbst am wichtigsten

Von der gesamten Produktion an Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft wurden im Jahr 2014 insgesamt € 9,6 Mrd. von der Vorleistungsnachfrage nachgelagerter Unternehmen absorbiert. Diese Summe kann nach den Gütern und Dienstleistungen aufgeschlüsselt werden, in deren Produktion die Kreativleistungen Eingang finden. Den größten Anteil an der gesamten Vorleistungsnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft nimmt hierbei mit 44,1% die Produktion von Dienstleistungen des Handels und von wirtschaftsnahen Dienstleistungen ein. Mit 33,3% fließt ein relativ großer Teil an die Kreativwirtschaft selbst. Dies ist (wie bereits im Rahmen der Analyse der Inputstruktur angemerkt) ein deutliches Zeichen für die starke Selbstverflechtung der Kreativwirtschaft. 17,0% der an die Vorleistungsnachfrage gelieferten Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft gehen an die Produktion von Primär- und Sachgütern. Abnehmerinnen und Abnehmer im Bereich der öffentlichen und sonstigen Dienstleistungen tragen einen Anteil von 5,6% zur gesamten Vorleistungsnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft bei.

Die Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft unterscheidet sich stark zwischen den verschiedenen Kreativwirtschaftsbereichen. Die Dienstleistungen der Werbung werden besonders stark (zu 77,7%) von der Vorleistungsnachfrage aufgenommen, während Museen und Bibliotheken, der Markt für darstellende Kunst und die Musikwirtschaft ein besonderes Gewicht auf Lieferungen an die Endnachfrage und hier wiederum an den Konsum aufweisen.

Grafik 15

Verteilungsstruktur der Lieferungen der Kreativwirtschaft an die Vorleistungsnachfrage nach Gruppen von nachfragenden Wirtschaftsbereichen, 2014



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

Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft

Die Kreativwirtschaft ist nicht nur direkt, sondern auch indirekt eine Zulieferin von Gütern und Dienstleistungen für nachgelagerte Wirtschaftsbereiche. Verfolgt man die Lieferungen über die Stufen der Wertschöpfungskette weiter, bis sie schließlich in die Endnachfrage eingehen, kann man zeigen, für welche der verschiedenen Endnachfragekategorien (privater und staatlicher Konsum, Investitionen und Exporte) die Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft direkt und indirekt bestimmt sind.⁵ Um indirekte Lieferungen handelt es sich, wenn ein Unternehmen der Kreativwirtschaft an ein anderes Unternehmen liefert, das selbst direkt oder indirekt die Endnachfrage beliefert.

Von der gesamten Produktion kreativwirtschaftlicher Güter und Dienstleistungen ist mit 38,6 % der größte Teil direkt oder indirekt für die Exporte bestimmt. Es kommen also zu den 20,8 %, die direkt exportiert werden, noch weitere 17,8 % der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen hinzu, die im Wege der Wertschöpfungskette in den Export eingehen. In den privaten Konsum fließen nach dem vollständigen Durchlaufen der Wertschöpfungskette letztendlich 27,2 % der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen. An dritter Stelle sind Investitionen das direkte oder indirekte Bestimmungsziel von 20,5 % der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen. In den staatlichen und sonstigen Konsum wandern 13,7 %.

Die Ergebnisse dieser Analyse legen nahe, dass die Kreativwirtschaft mit ihren Lieferungen direkt und indirekt überwiegend die Investitionstätigkeit und die Exporte der österreichischen Wirtschaft unterstützt. Damit liefert sie einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft.

⁵ Hierbei handelt es sich um eine sogenannte Forward-Linkage-Betrachtung.

Tabelle 9**Direkte und indirekte Bestimmung der kreativwirtschaftlichen Produktion
nach Kategorien der Endnachfrage, 2014**

	direkte Lieferungen	indirekte Lieferungen	gesamte kreativwirt- schaftliche Produktion
privater Konsum	13,6 %	13,6 %	27,2 %
staatlicher und sonstiger Konsum	8,1 %	5,6 %	13,7 %
Bruttoanlageinvestitionen	12,3 %	8,1 %	20,5 %
Exporte	20,8 %	17,8 %	38,6 %
Summe Endnachfrage	54,8 %	45,2 %	100,0 %

Anmerkung: Die angegebenen Prozentzahlen weichen von den Angaben der anderen Tabellen ab, da in dieser Analyse modellbedingt die Kreativwirtschaft anhand der Produktion kreativwirtschaftlicher Güter nach CPA-Systematik und nicht wie die Produktion in kreativwirtschaftlichen Branchen nach NACE-Systematik abgegrenzt wurde.

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

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

Zu den Exporten der Kreativwirtschaft tragen Software und Games und der Bereich Werbung am meisten bei

Die Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft und ihre Internationalisierung im Allgemeinen haben in den letzten Jahren weiter zugenommen und sind Gegenstand des Achten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts, in dessen Rahmen unter anderem die verfügbaren Statistiken zum Außenhandel und zum internationalen Dienstleistungsverkehr detaillierter als bisher für die Ermittlung von Exportanteilen der Kreativwirtschaft und ihrer Bereiche berücksichtigt werden konnten. Die folgenden Auswertungen basieren auf einer Aktualisierung dieser Analyse anhand des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft (Stand Oktober 2018, Bezugsjahr 2014).

Die österreichische Kreativwirtschaft exportierte im Jahr 2014 Güter und Dienstleistungen im Wert von € 4,2 Mrd., woraus sich ein Exportanteil von 19,2 % ergibt. Damit ist die Kreativwirtschaft im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (Exportanteil von 12,5 %) relativ exportstark. Auf den deutlichen Anstieg des Exportanteils der österreichischen Kreativwirtschaft im Vergleich zu 2012 wurde bereits weiter oben hingewiesen.

Die Exportaktivitäten der Kreativwirtschaft verteilen sich recht unterschiedlich auf die verschiedenen Bereiche. In absoluten Beträgen liegt der Bereich Software und Games mit Exporten von € 2,0 Mrd. an erster Stelle, gefolgt vom Bereich Werbung mit Exporten im Ausmaß von € 954 Mio. und dem Bereich Buch und Verlagswesen mit € 696 Mio. Auch gemessen an der Exportquote führt Software und Games die Rangfolge an. Auch das Design, die Musikwirtschaft, die Werbung und der Bereich Buch und Verlagswesen weisen Exportquoten von über 20 % auf. Naturgemäß gibt es in einigen Bereichen (Museen und Bibliotheken, Radio und TV) relativ wenig Potenzial für vergleichbar hohe Exportaktivitäten. Andere Bereiche könnten jedoch zumindest in Teilbereichen Potenzial für Exportsteigerungen aufweisen.

Tabelle 10

**Produktion und Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft,
Auswertung des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2014**

	Produktion	Exporte	Exportquote
	in Mio. €		in Prozent
Architektur	1.668	51	3,1
Buch und Verlagswesen	3.259	696	21,4
Design	271	72	26,7
Filmwirtschaft	1.509	181	12,0
Markt für darstellende Kunst	2.290	91	4,0
Museen und Bibliotheken	705	5	0,8
Musikwirtschaft	243	61	25,1
Radio und TV	1.406	38	2,7
Software und Games	6.128	2.049	33,4
Werbung	4.391	954	21,7
gesamte Kreativwirtschaft	21.870	4.199	19,2

Stand Oktober 2018.

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

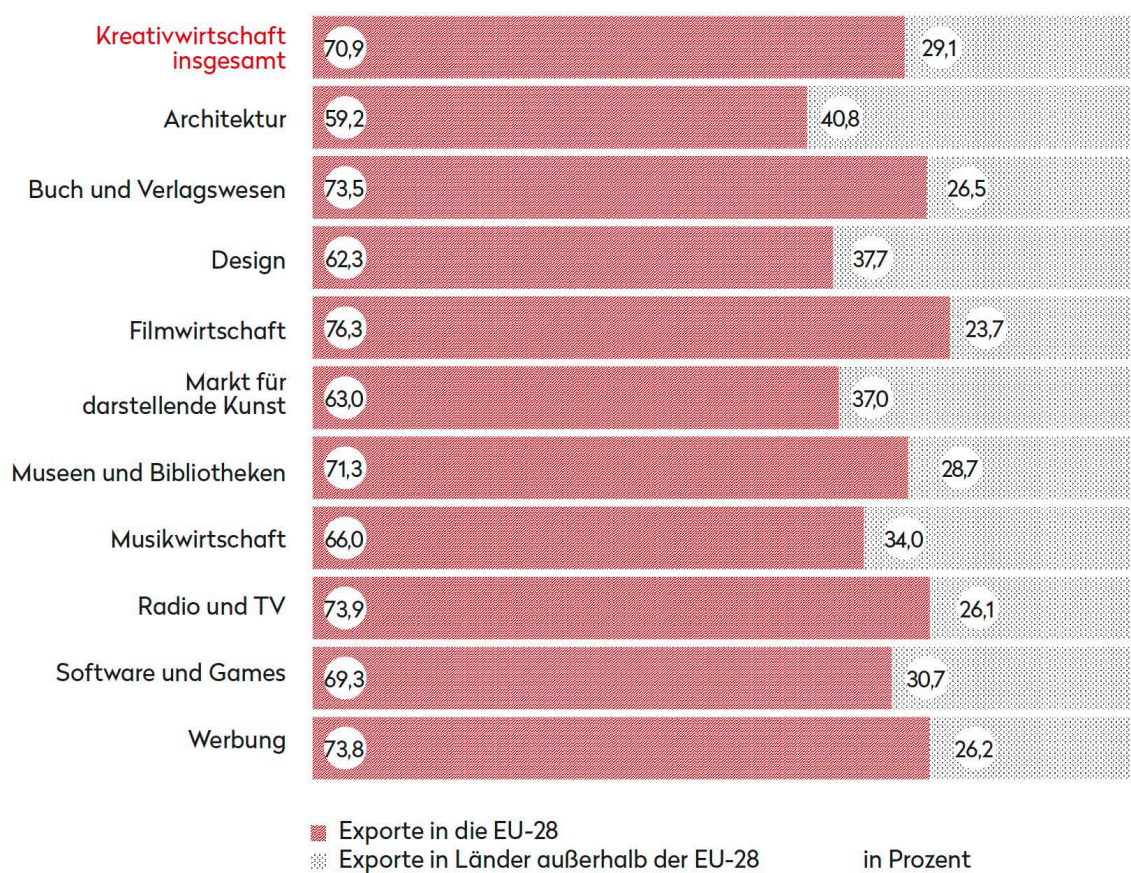
Mehr als 70 % der Exporte der Kreativwirtschaft gehen in die EU-28

Die Verteilung der geografischen Zielmärkte der Exporte der Kreativwirtschaft kann in diesem Datenblatt erstmals vorgelegt werden. Der Großteil der Exporte, 70,9 %, ist für die Region EU-28 bestimmt. 29,1% der Exporte gehen in den Raum außerhalb der EU-28. Die Verteilung der Zielmärkte variiert in den einzelnen Bereichen der Kreativwirtschaft nur wenig. Der europäische Anteil (EU-28) beträgt zwischen 59,2% und 76,3%, wobei sich der relativ hohe EU-Anteil von Buch und Verlagswesen, Filmwirtschaft, Radio und TV und Werbung wahrscheinlich durch die hohe Bedeutung des deutschsprachigen Marktes für diese Bereiche erklären lässt.

Unter den Ländern der EU-28 nimmt Deutschland als Zielland für die Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft insgesamt und in fast allen Teilbereichen die erste Stelle ein. Zwischen 40 und 55 % der für die EU-28 bestimmten Exporte entfallen in den meisten Bereichen der Kreativwirtschaft auf den deutschen Markt. Für den Bereich Buch und Verlagswesen sind es sogar an die 70%. Unter den restlichen EU-Ländern folgen in großem Abstand und wechselnder Reihenfolge das Vereinigte Königreich, Frankreich, Italien, Tschechien, Polen, die Niederlande und Ungarn.

Grafik 16

Verteilung der Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft auf die EU-28 und Länder außerhalb der EU-28 insgesamt und nach Kreativwirtschaftsbereichen, 2014



Stand Oktober 2018.

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

3. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Die österreichische Kreativwirtschaft liegt weiter auf Erfolgskurs. Sie ist mit 11% aller Unternehmen ein bedeutender Wirtschaftsfaktor und zeigt sowohl in der kurzfristigen als auch in der langfristigen Analyse eine dynamische Entwicklung in Bezug auf Beschäftigung, Umsatz und Wertschöpfung. Die Zuwächse im Zeitraum zwischen 2008 und 2016 fallen wesentlich höher aus als in der österreichischen Gesamtwirtschaft. Es sind insbesondere die Sektoren Software und Games, Musikwirtschaft, Design und Architektur, die für diese Entwicklung verantwortlich zeichnen.

Die kreativen Unternehmen werden größer: Beschäftigung, Umsätze und Bruttowertschöpfung wachsen in einem größeren Ausmaß als die Anzahl der Unternehmen. Dennoch ist und bleibt die Kreativwirtschaft kleinbetrieblich strukturiert und hat einem hohen Anteil (60%) an Ein-Personen-Unternehmen (EPU), was auch Herausforderungen birgt.

Wien bleibt der kreative Hotspot in Österreich: 41% aller Kreativwirtschaftsunternehmen haben hier ihren Hauptsitz. Diese beschäftigen 43% aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielen mehr als die Hälfte der Umsätze bzw. knapp die Hälfte der Bruttowertschöpfung des kreativen Bereichs.

Die österreichische Kreativwirtschaft verfügt über eine starke Hebelwirkung für die gesamte Volkswirtschaft und liefert damit einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft. Sie löst in Österreich direkt, indirekt und induziert eine gesamtwirtschaftliche Produktion im Ausmaß von € 38,9 Mrd. aus, generiert somit eine Wertschöpfung von insgesamt € 19,6 Mrd. und sichert in Summe rund 306.300 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab.

Die Kreativwirtschaft ist sehr vorleistungsintensiv – 52% des Inputs sind Vorleistungen – und weist eine starke Vernetzung mit anderen Branchen und in sich selbst auf. Hinsichtlich der Verteilungsstruktur unterstützt die Kreativwirtschaft mit ihren Leistungen die nachgelagerte Produktion und die Investitionstätigkeit in weiten Teilen der heimischen Wirtschaft (insgesamt 58%). Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft.

Im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (12,5%) ist die Kreativwirtschaft relativ exportstark: Im Jahr 2014 wurden Güter und Dienstleistungen im Wert von € 4,2 Mrd. exportiert, woraus sich ein Exportanteil von 19,2% ergibt (Stand: Oktober 2018).

Um die Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches, dynamisches und wissensbasiertes Entrepreneurship sicherzustellen, sind die Handlungsfelder und Maßnahmen der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich⁶ des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort weiterhin von hoher Relevanz und somit weiter zu verfolgen:

⁶ BMFWF (2016): Die Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich. Kreativwirtschaft – zentraler Wirtschaftsfaktor und Impulsgeberin für den Innovationsstandort Österreich. Wien: BMFWF.

- o Empowerment, vor allem Stärkung der unternehmerischen Kompetenz der Kreativschaffenden, Verbesserung der Standortbedingungen für Kreativunternehmen, Unterstützung der Internationalisierung der Kreativunternehmen,
- o Transformation, d. h. die Stärkung der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftsbranchen, etwa durch Anreize für Crossover-Effekte, und
- o Innovation, insbesondere die Stärkung des Innovations-Know-hows der Kreativschaffenden und die Verbesserung des Zugangs zu Finanzierung und Risikokapital.

4. Anhang

4.1 Methodik

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft in Österreich kann mithilfe einer Input-Output-Analyse bestimmt werden. Hierbei werden nicht nur ihr Produktionsoutput selbst und die unmittelbaren Vorleistungen berücksichtigt, sondern jene der gesamten Produktion, die Voraussetzung dafür ist, dass die Kreativwirtschaft produzieren kann. Die gesamte Wertschöpfungskette wird bis zur Urproduktion zurückverfolgt, und Output, Wertschöpfung und Beschäftigung werden auf jeder Stufe berücksichtigt.

Diese vollständige Betrachtungsweise ist möglich, da mit dem Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, erstmals für das Bezugsjahr 2012 erstellt, für die volkswirtschaftlichen Analysen im „Siebenten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht“ eingesetzt und nun für das Bezugsjahr 2014 aktualisiert, eine detaillierte und konsistente Datenbasis zur Verfügung steht. Ein Satellitenkonto ist eine Erweiterung des Systems der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung bzw. der Input-Output-Tabelle, die einen bestimmten Bereich – eben die Kreativwirtschaft – detaillierter und mit zusätzlichen Variablen und Strukturen erfasst. Im Kern des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft steht eine Disaggregation der Input-Output-Tabelle, in der die Kreativwirtschaft und ihre Teilbereiche konsistent als Sektoren ausgewiesen sind.

Die Input-Output-Analyse erlaubt es, die Gesamtheit der in einer Volkswirtschaft ausgelösten Effekte zu quantifizieren, wobei nicht nur die direkten, sondern auch indirekte und induzierte Effekte dargestellt werden.

- o Direkte Effekte umfassen Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung, die die Kreativwirtschaft unmittelbar durch den laufenden Betrieb erwirtschaftet bzw. generiert.
- o Indirekte Effekte ergeben sich aus Vorleistungen. Die Kreativwirtschaft generiert Nachfrage bei Zulieferunternehmen, Händlerinnen und Händlern, Dienstleisterinnen und Dienstleistern, die ihrerseits wiederum Vorleistungen von weiteren Betrieben benötigen.
- o Induzierte Effekte entstehen über den durch die direkte und indirekte Beschäftigung ermöglichten Konsum.

Die volkswirtschaftlichen Effekte werden für das Jahr 2016 als Bezugsjahr berechnet. Hierfür wird die Produktion der Kreativwirtschaft und ihrer Bereiche gemäß dem Satellitenkonto 2014 anhand der aktuell verfügbaren Statistiken bis 2016 fortgeschrieben.

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

Kreativwirtschaft Austria

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

Unterstützt von

Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort
Wirtschaftskammer Österreich

Projektleitung und Redaktion

Kreativwirtschaft Austria
Michaela Gutmann, Petra Lindermuth, Gerin Trautenberger

Verfasserinnen und Verfasser „Kreativwirtschaftspolitisches Datenblatt“

KMU Forschung Austria (KMFA) und Industriewissenschaftliches Institut (IWI)
Christina Enichlmair (Projektleitung, KMFA), Karin Gavac (KMFA), Kerstin Hölzl (KMFA),
Wolfgang Koller (IWI), Herwig Schneider (IWI)
Internes Review/interne Begutachtung: Peter Voithofer (KMFA)

Verfasserinnen und Verfasser „Kreativwirtschaftsbarometer“

Stabsabteilung Wirtschaftspolitik, Wirtschaftskammer Österreich
Claudia Huber, William Burton
Internes Review: Christoph Schneider

Verfasserinnen und Verfasser „Schwerpunkt Internationalisierung“

KMU Forschung Austria und Industriewissenschaftliches Institut
Christina Enichlmair (KMFA, Projektleitung), Daniela Hosner (KMFA), Karin Petzlberger (KMFA), Wolfgang Koller (IWI),
Herwig Schneider (IWI), Martin Koch Haagensen (Oxford Research), Amber van der Graaf (Panteia)
Interne Begutachtung: Peter Voithofer (KMFA)

Produktion Kreativwirtschaftsbericht

Lektorat: Martin Thomas Pesl
Layout: Barbara Wais, Drahtzieher Design + Kommunikation
Infografiken S. 14 – 23: Gabi Damm, datadive
Fotonachweis jeweils am Foto
Druck: gugler GmbH

© 2018 Kreativwirtschaft Austria
Verlags- und Herstellungsort Wien
ISBN 978-3-200-06144-6

Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung und Kontrolle ohne Gewähr. Eine etwaige Haftung der Herausgeberin und der Verfasserinnen und Verfasser ist ausgeschlossen.

Ein Kreativwirtschaftsbericht der Kreativwirtschaft Austria Für dich und deine Ideen!