

K  
-  
A  
T

Kreativ-  
wirtschaftspolitisches  
Datenblatt  
2019



# Kreativwirtschaftspolitisches Datenblatt 2019 – Zusammenfassung

## Die Kreativwirtschaft entwickelt sich weiterhin positiv

Die Kreativwirtschaft wächst im Hinblick auf die Anzahl der Unternehmen, Beschäftigung, Umsatz sowie Wertschöpfung und entwickelt sich weiterhin positiv. Im Jahr 2017 zählen nahezu 11% aller Unternehmen in Österreich zur Kreativwirtschaft, das sind etwa 44.000 Unternehmen mit 157.000 Beschäftigten. Die kreativen Unternehmen erzielen Umsätze in der Höhe von rd. €22,3 Mrd sowie eine Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten von knapp €9,2 Mrd. Die Kreativunternehmen haben sich sowohl kurzfristig (2016 bis 2017) als auch langfristig (2008 bis 2017) positiv entwickelt, wobei die Zuwächse in der Kreativwirtschaft zwischen 2008 und 2016 in den Bereichen Beschäftigung (+19%) und Umsatz (+23%) höher ausfallen als in der österreichischen Gesamtwirtschaft (Beschäftigung: +7%, Umsatz: +14%). Im Jahresvergleich 2016/17 haben sich der Umsatz und die Bruttowertschöpfung (jeweils +1,3%) hingegen zuletzt schwächer entwickelt als in der Gesamtwirtschaft (+5,6% bzw. +4,5%).

## 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 auf Grund 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 etwas mehr als 36% über dem Mindesttrichtwert von 30% (Gesamtwirtschaft: knapp 36%).

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, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen sowie Architektur

Gemessen an Beschäftigung, Umsatz und Bruttowertschöpfung sind die größten Bereiche der Kreativwirtschaft Software und Games, Werbung, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen sowie Architektur. Demgegenüber zählen Radio und TV, Musikwirtschaft und Design zu den kleineren Sektoren. Im Jahresvergleich 2016/17 sind die dynamischsten Bereiche der Kreativwirtschaft Design, Markt für darstellende Kunst und Werbung. Im größten Sektor, Software und Games, ist es ausgehend von einem hohen Niveau zu einem Rückgang der Umsätze und der Wertschöpfung gekommen. Dies ist auf Entwicklungen im Bereich der Erbringung von IT-Beratungsdienstleistungen zurückzuführen – bei den Programmierertätigkeiten und dem Verlegen von Software (inkl. Computerspiele) ist es hingegen zu Zuwächsen gekommen.

## **61% der kreativen Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen**

Die Kreativwirtschaft ist und bleibt kleinbetrieblich strukturiert. Bei 61% der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Überdurchschnittlich viele EPU sind im Markt für darstellende Kunst (81%), Filmwirtschaft inkl. Fotografie (69%) und Design (68%) sowie Musikwirtschaft (63%) zu finden. Jedes vierte Unternehmen wird von einer Frau geführt, überdurchschnittlich hoch ist dieser Anteil in den Sektoren Buch und Verlagswesen sowie Markt für darstellende Kunst und Design.

## **Die Bereiche Software und Games sowie Architektur haben eine besonders hohe Ertragskraft**

Der Markt für darstellende Kunst sowie Software und Games weisen die höchste Eigenkapitalquote unter den bilanzierenden Kreativunternehmen auf (jeweils rd. 38%), Design (27%) und Werbung (28%) haben Aufholbedarf. Kreativwirtschaftsbereiche mit einer hohen Ertragskraft sind insbesondere Architektur sowie Software und Games. Hier wurden sowohl bei bilanzierenden Unternehmen als auch bei Einnahmen-Ausgaben-Rechnern überdurchschnittlich hohe Umsatzrentabilitäten erzielt.

## **40% der kreativen Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Wien**

Die österreichische Kreativwirtschaft ist stark auf Wien konzentriert: im Jahr 2017 haben 40% aller Kreativwirtschaftsunternehmen hier ihren Hauptsitz. Diese beschäftigen 43% aller Mitarbeiter\_innen und erzielen 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, Werbung in Salzburg. In Wien ist der Markt für darstellende Kunst besonders stark repräsentiert.

## **Die heimische Kreativwirtschaft löst in Österreich eine gesamtwirtschaftliche Produktion von € 39,1 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 € 39,1 Mrd aus (direkt, indirekt und induziert). Auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft kommen durchschnittlich zusätzliche € 0,69 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 € 19,9 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 303.800 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab: jedes Beschäftigungsverhältnis der Kreativwirtschaft schafft weitere 0,65 Beschäftigungsverhältnisse in der österreichischen Wirtschaft.

## **Die Kreativwirtschaft ist stark innerhalb und mit anderen Branchen vernetzt**

Hinsichtlich der Inputstruktur fällt auf, dass die Kreativwirtschaft eine starke Vernetzung mit anderen Branchen und innerhalb der Kreativwirtschaft selbst aufweist. Die Kreativwirtschaft bezieht im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (43%) relativ häufig Vorleistungen (51%), vor allem aus dem Inland. Diese stammen vorwiegend aus anderen Dienstleistungsbranchen (Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen) sowie 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 (15%) 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 sowie den Exporten) zu finden (insgesamt 59%). Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft und liefern damit einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Wirtschaft.

## **Der Exportanteil der österreichischen Kreativwirtschaft ist mit rd. 18% höher als in der Dienstleistungsbranche**

Die österreichische Kreativwirtschaft exportiert im Jahr 2015 Güter und Dienstleistungen im Wert von € 4,1 Mrd, woraus sich ein Exportanteil von 18,3% ergibt (Stand Oktober 2019). Damit ist die Kreativwirtschaft im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (12,7%) relativ exportstark. Die Bereiche Software und Games sowie Werbung 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.

# Die wichtigsten ökonomischen Indikatoren der Kreativwirtschaft Österreichs

## Die Kreativwirtschaft entwickelt sich weiterhin positiv

Im Jahr 2017 zählen rd. 44.000 Unternehmen zur Kreativwirtschaft. Dies sind nahezu 11% der Unternehmen der österreichischen Wirtschaft. Diese geben knapp 157.000 selbstständig und unselbstständig Beschäftigten (davon rd. 111.000 unselbstständigen Mitarbeiter\_innen) einen Arbeitsplatz. Damit sind rd. 5% der gesamten Erwerbstätigen bzw. 4% der unselbstständig Beschäftigten in einem Kreativwirtschaftsunternehmen tätig.

Der kreative Bereich erzielt 2017 Umsätze in der Höhe von rd. € 22,3 Mrd sowie eine Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten von knapp € 9,2 Mrd und ist damit für rd. 3% der Erlöse bzw. rd. 4% der Wertschöpfung der österreichischen Gesamtwirtschaft verantwortlich.

Die Kreativunternehmen haben sich sowohl kurzfristig (2016 bis 2017) als auch langfristig (2008 bis 2017) positiv entwickelt.

**Tabelle 1**  
**Struktur und Entwicklung der Kreativwirtschaft<sup>1</sup>, 2008–2017**

	2017	Anteil an der Gesamtwirtschaft <sup>2</sup> in Prozent	Veränderung zu 2016 in Prozent	Veränderung zu 2008 in Prozent <sup>3</sup>
Unternehmen	43.921	10,8	3,9	11,3
Beschäftigte gesamt	156.876	4,5	2,5	18,5
unselbstständig Beschäftigte	110.998	3,6	2,1	18,0
Umsatzerlöse in Mio. Euro	22.283	2,7	1,3	22,5
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. Euro	9.196	3,7	1,3	28,8

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 ist und somit ab der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten ist, wird die Veränderung zu 2008 ohne den Bereich Radio und TV ausgewiesen.

Anmerkung: Die Verbraucherpreise sind zwischen 2008 und 2017 vergleichsweise um fast 17% gestiegen.

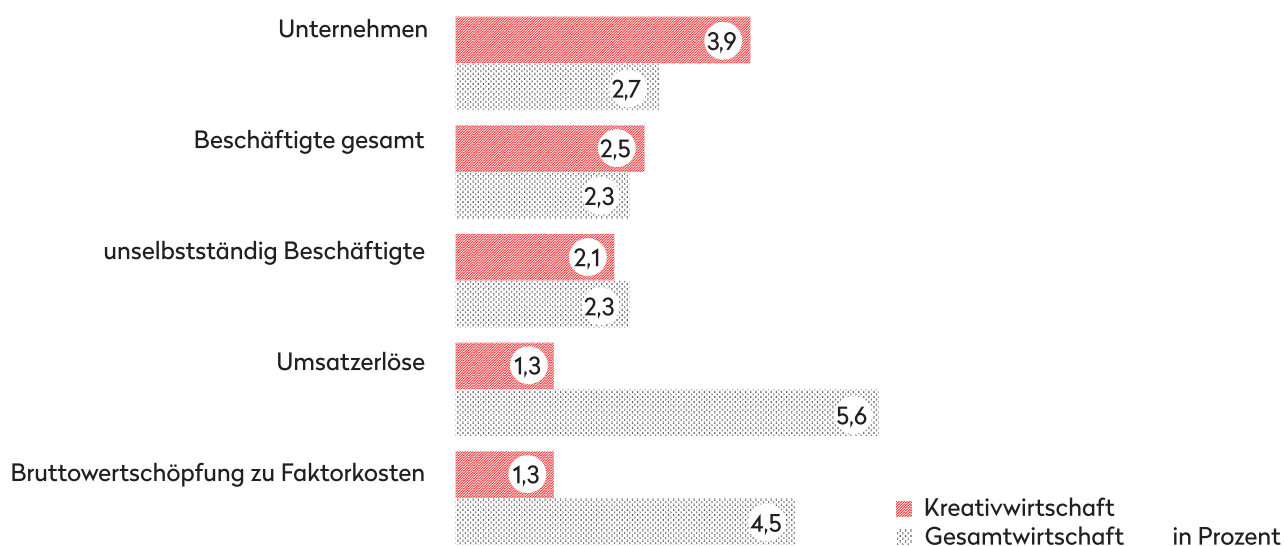
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Die Anzahl der Kreativunternehmen wächst stärker als jene der österreichischen Gesamtwirtschaft, Umsatzerlöse und Bruttowertschöpfung haben sich hingegen schwächer entwickelt

Die Anzahl der Kreativunternehmen hat sich im Jahresvergleich 2016/17 mit rd. 4% stärker erhöht als jene der Gesamtwirtschaft (rd. +3%). Die Anzahl der gesamten und unselbstständig Beschäftigten im kreativen Bereich ist um rd. 3% bzw. rd. 2% gestiegen. Dies entspricht in etwa dem Wachstum der österreichischen Gesamtwirtschaft. Der Output (Umsatz, Bruttowertschöpfung) der Kreativwirtschaftsunternehmen hat sich demgegenüber deutlich schwächer entwickelt. Dieses gedämpfte Wachstum ist vor allem auf den größten Sektor, Software und Games, zurückzuführen, in dem es ausgehend von einem hohen Niveau zu einem Rückgang der Umsätze und der Wertschöpfung gekommen ist (siehe S. 12 für Details).

### Grafik 1

Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft<sup>1</sup>; Veränderung von 2016 bis 2017 in Prozent



<sup>1</sup> Erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

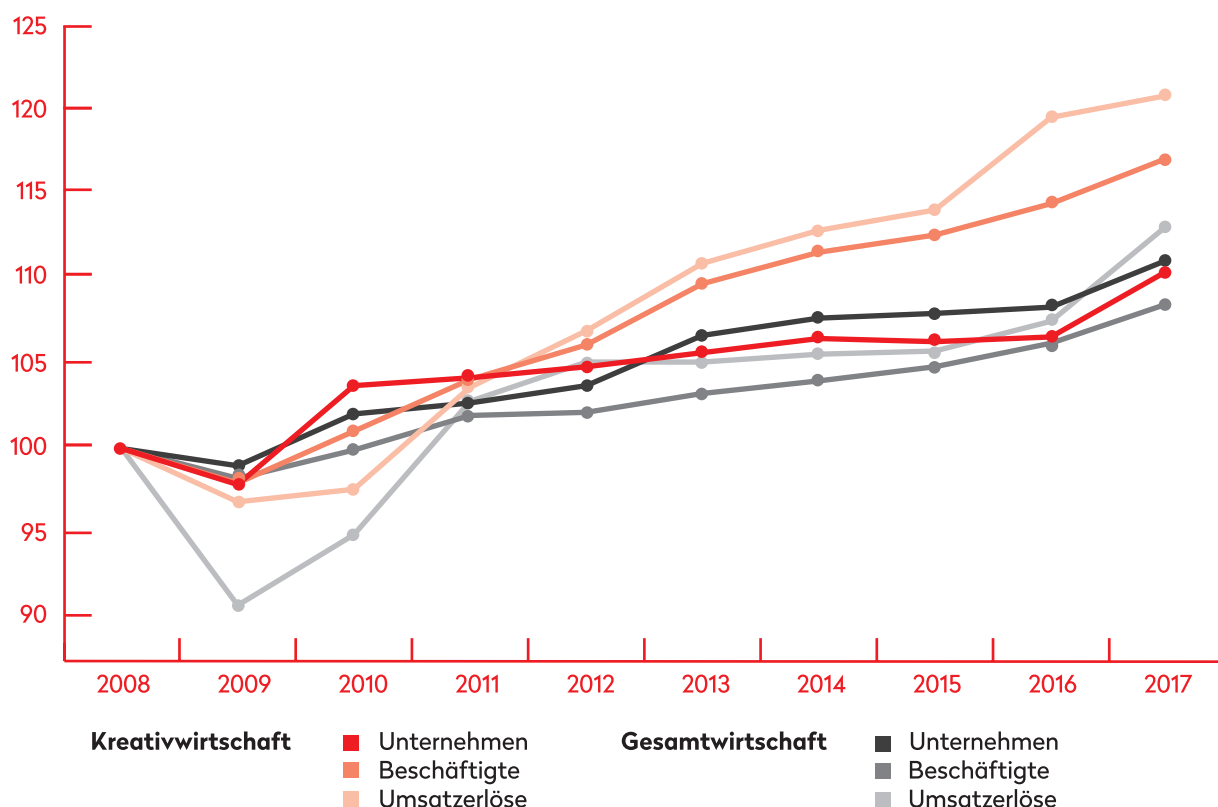
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Deutliches Wachstum bei Umsätzen und Beschäftigtenzahlen seit 2010

Im langfristigen Vergleich 2008 bis 2017 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 2017 beträgt im kreativen Bereich fast 19% gegenüber rd. 9% in der Gesamtwirtschaft. Auch das Umsatzplus ist in der Kreativwirtschaft (rd. +23%) höher ausgefallen als in der gesamten Wirtschaft (rd. +14%). Die Anzahl der Kreativwirtschaftsunternehmen (rd. +11%) ist demgegenüber etwas weniger gestiegen als der Gesamtbestand der Unternehmen (rd. +12%).

### Grafik 2

Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft<sup>1</sup>; 2008 bis 2017 (Index 2008=100)<sup>2</sup>



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Unternehmen Kreativwirtschaft	100,0	97,7	104,0	104,5	105,2	106,1	107,0	106,8	107,1	111,3
Beschäftigte Kreativwirtschaft	100,0	97,8	101,1	104,4	106,6	110,5	112,5	113,6	115,6	118,5
Umsatzerlöse Kreativwirtschaft	100,0	96,6	97,4	103,9	107,5	111,8	113,9	115,2	121,1	122,5
Unternehmen Gesamtwirtschaft	100,0	98,9	102,2	102,9	104,0	107,2	108,3	108,6	109,0	112,0
Beschäftigte Gesamtwirtschaft	100,0	98,1	99,9	102,1	102,3	103,5	104,3	105,2	106,7	109,2
Umsatzerlöse Gesamtwirtschaft	100,0	90,0	94,5	103,0	105,5	105,5	106,0	106,2	108,1	114,2

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

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

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Geringe Anlagenintensität und sehr 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 16 % 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, 2017/18**  
**in % des Gesamtvermögens**

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Anlagevermögen	32,3	46,1
davon Sachanlagevermögen	16,2	36,1
Umlaufvermögen	66,1	53,0
davon Kundenforderungen	14,3	12,3
davon Vorräte	10,6	16,4
Aktive Rechnungsabgrenzung	1,6	0,9
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank

Die Kapitalstruktur der Kreativwirtschaft ist sehr zufriedenstellend: Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt mit etwas mehr als 36 % über dem Mindestrichtwert von 30 % (Gesamtwirtschaft: nahezu 36 %). Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeigt sich ein höherer Anteil an kurzfristigem Fremdkapital.

**Tabelle 3**  
**Kapitalstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2017/18**  
**in % des Gesamtvermögens**

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Eigenkapital	36,4	35,9
Sozialkapital	5,6	4,1
langfristiges Fremdkapital	10,4	15,9
kurzfristiges Fremdkapital	45,8	43,5
Passive Rechnungsabgrenzung	1,9	0,7
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

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 die Unternehmen zumeist Dienstleister sind. Die geringeren Materialaufwendungen sind u. a. ein Grund für die höhere Ertragskraft der Kreativwirtschaft. 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, 2017/18**  
**in % der Betriebsleistung**

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Betriebsleistung	100,0	100,0
- Materialaufwand / Wareneinsatz	19,1	42,9
- Fremdleistungen	22,5	10,8
= Rohertrag	58,4	46,3
+ sonstige betriebliche Erträge	3,8	2,7
- Personalkosten (inkl. kalk. Unternehmerlohn)	33,2	24,4
- sonstiger Aufwand	21,8	19,2
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	7,2	5,4
+/- Finanzergebnis	0,0	-0,2
<b>= Ergebnis vor Steuern</b>	<b>7,2</b>	<b>5,2</b>

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank

**Tabelle 5**  
**Kostenstruktur der Einnahmen-Ausgaben-Rechner**  
**der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2017**  
**in % der betrieblichen Einnahmen**

	Kreativwirtschaft	Gesamtwirtschaft
Betriebliche Einnahmen	100,0	100,0
- Materialausgaben / Wareneinsatz	14,9	22,9
- Fremdleistungen	9,0	4,0
= Rohertrag	76,2	73,1
+ sonstige betriebliche Einnahmen	0,7	0,7
- Personalkosten (inkl. kalk. Unternehmerlohn)	36,2	37,0
- sonstige Ausgaben	32,3	29,0
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	8,3	7,9
+/- Finanzergebnis	-1,2	-1,1
<b>= Ergebnis nach Finanzerfolg</b>	<b>7,2</b>	<b>6,7</b>

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank

## Die größten Bereiche der Kreativwirtschaft sind Software und Games sowie Werbung

Innerhalb der Kreativwirtschaft zählen die Bereiche Software und Games, Werbung, Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen, sowie 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, 2017**

	Unternehmen	Beschäftigte gesamt	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in € Mio.	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in € Mio.
Architektur	5.922	18.224	10.411	1.809	844
Buch und Verlagswesen	4.006	22.904	18.943	3.891	1.250
Design	2.010	3.754	1.511	305	141
Filmwirtschaft inkl. Fotografie	4.353	11.058	6.714	1.496	479
Markt für darstellende Kunst	8.300	23.469	15.124	2.689	1.458
Musikwirtschaft	1.238	3.121	1.867	349	127
Radio und TV <sup>1</sup>	85	1.641	1.573	438	156
Software und Games	8.119	42.991	35.092	6.600	3.356
Werbung	9.888	29.714	19.764	4.707	1.386
<b>Kreativwirtschaft insgesamt</b>	<b>43.921</b>	<b>156.876</b>	<b>110.998</b>	<b>22.283</b>	<b>9.196</b>

<sup>1</sup> Im Bereich Radio und TV ist von der Statistik Austria ein großes Unternehmen vom privatwirtschaftlichen in den öffentlichen Bereich umgeordnet worden und somit ab der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

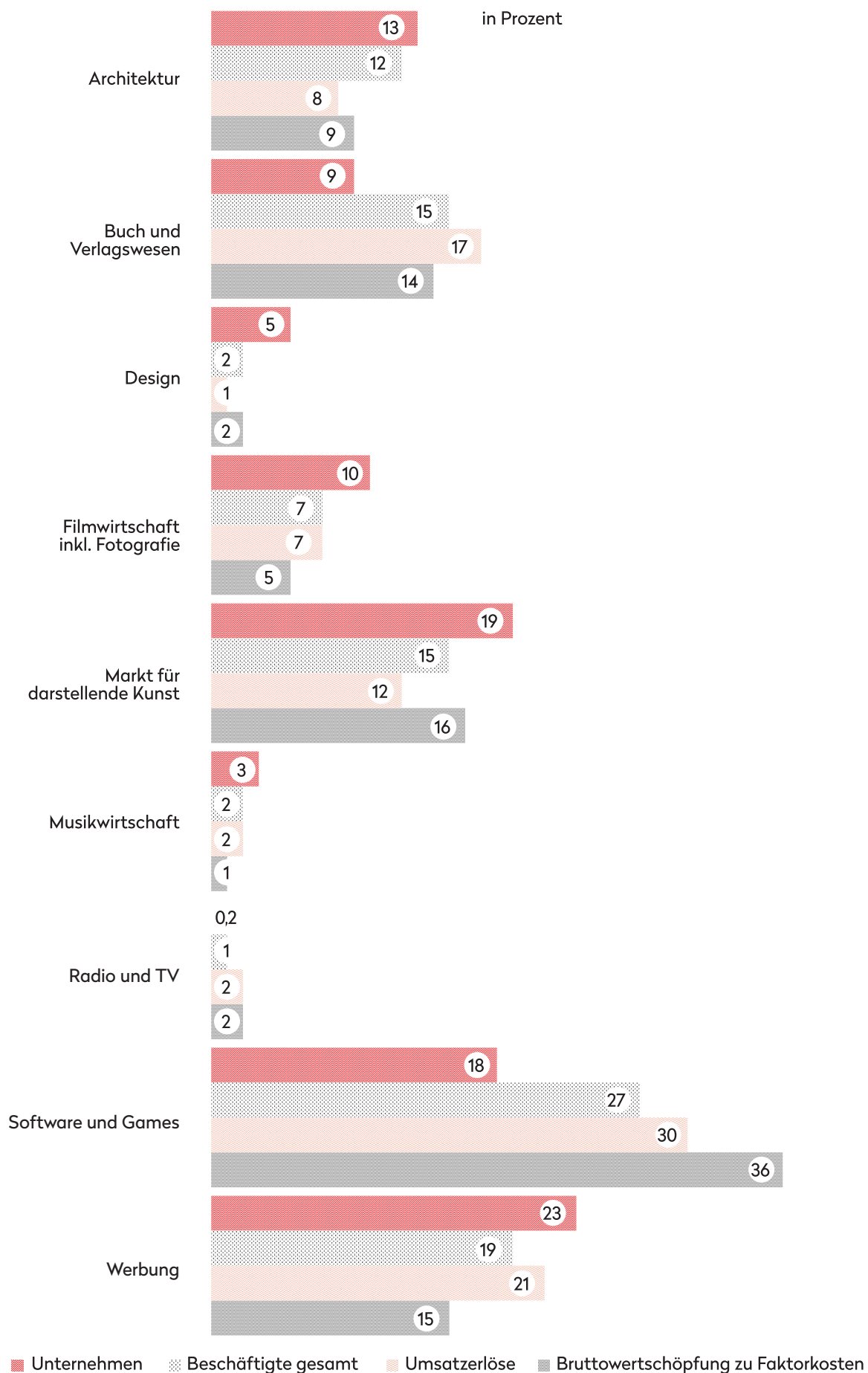
## Weitere wichtige Bereiche sind Markt für darstellende Kunst, Buch und Verlagswesen sowie Architektur

Die meisten Kreativunternehmen sind den Bereichen Werbung (23%), Markt für darstellende Kunst (19%) sowie Software und Games (18%) zuzurechnen. Eine große Anzahl an Unternehmen stellt zudem der Sektor Architektur (13%).

In Bezug auf die Beschäftigung und den Output ist Software und Games der weitaus größte Bereich. Dieser beschäftigt 27 % aller Mitarbeiter\_innen der Kreativwirtschaft und erzielt 30 % der Umsätze sowie 36 % der Wertschöpfung.

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

**Grafik 3**  
**Verteilung der Kreativwirtschaft**  
**nach Bereichen in Prozent, 2017**

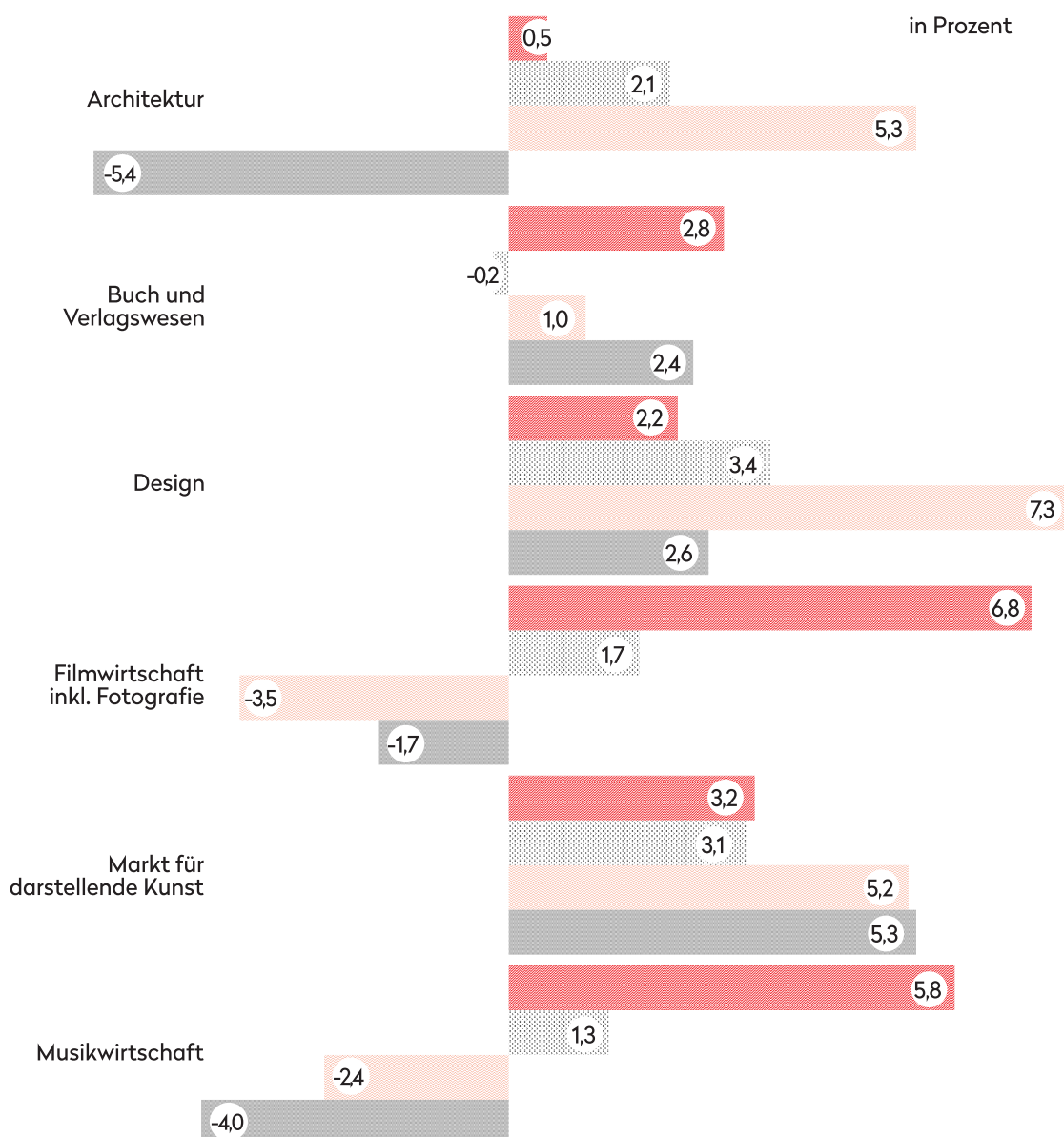


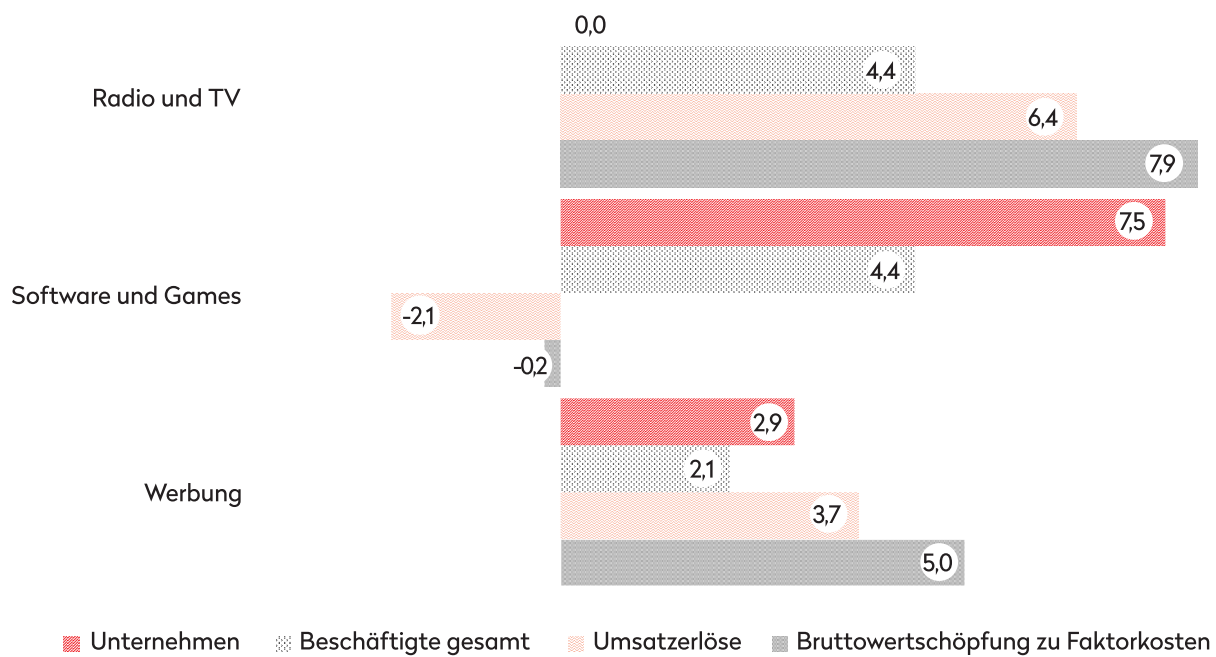
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen  
 Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Die dynamischsten Bereiche der Kreativwirtschaft sind Design, Markt für darstellende Kunst und Werbung

Im Jahresvergleich 2016/17 weisen die Sektoren Design, Markt für darstellende Kunst sowie Werbung bei allen Indikatoren ein Wachstum auf. In den Bereichen Radio und TV sowie Buch und Verlagswesen sind ebenfalls (größtenteils) Zuwächse zu beobachten. In der Filmwirtschaft inkl. Fotografie, in der Musikwirtschaft sowie im Sektor Software und Games sind sowohl die Umsätze als auch die Bruttowertschöpfung zurückgegangen. Die rückläufige Entwicklung im größten Bereich, Software und Games, dämpft damit das Wachstum des Outputs der gesamten Kreativwirtschaft. Verantwortlich hierfür sind Rückgänge bei der Erbringung von IT-Beratungsdienstleistungen, während es bei den Programmierertätigkeiten und dem Verlegen von Software (inkl. Computerspiele) zu Zuwächsen gekommen ist. In der Architektur zeigt sich ein deutlicher Rückgang der Wertschöpfung, während die Anzahl der Unternehmen, die Beschäftigten und der Umsatz gestiegen sind.

**Grafik 4**  
**Entwicklung der Kreativwirtschaft nach Bereichen,**  
**Veränderung von 2016 bis 2017 in Prozent**





Anmerkung: *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 ab der Leistungs- und Strukturstatistik 2016 nicht mehr enthalten.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

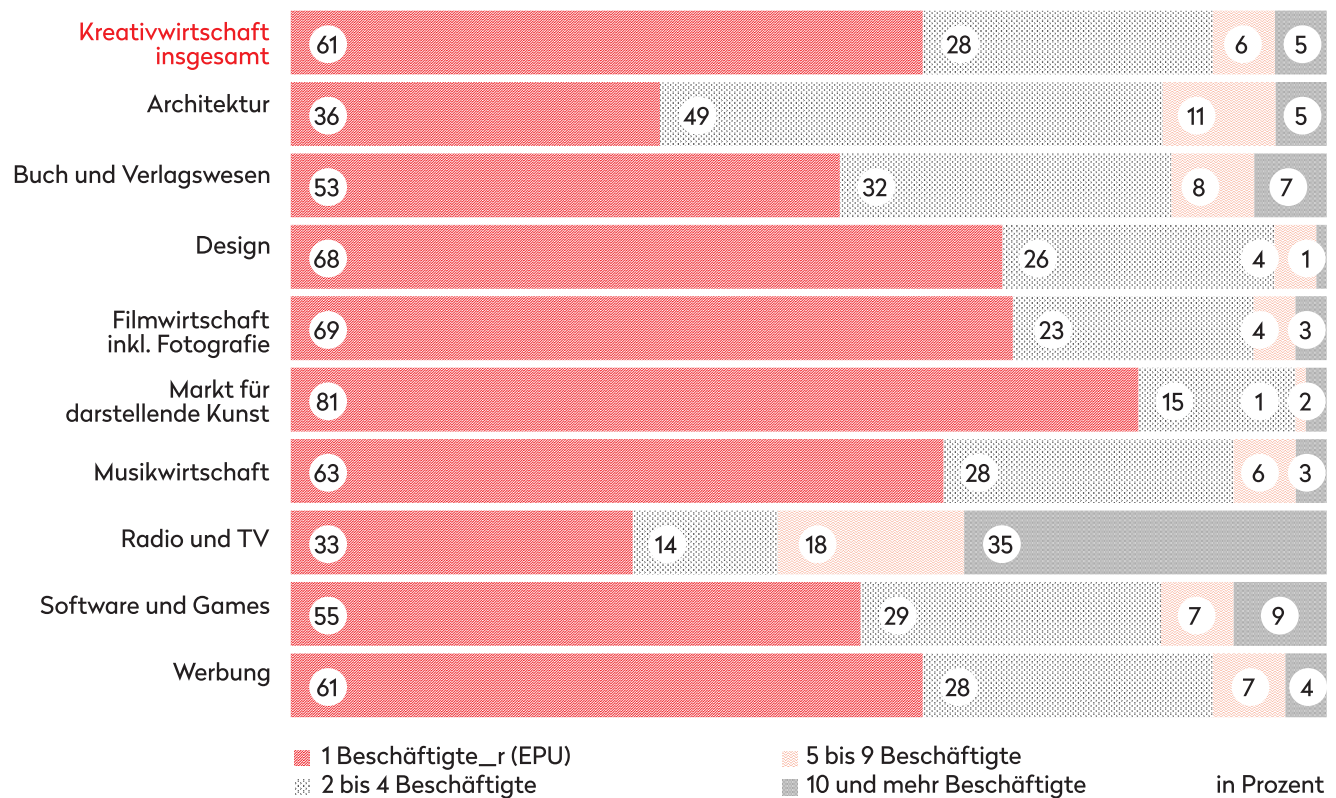


## 61% der Unternehmen der Kreativwirtschaft sind EPU<sup>1</sup> – die größten Unternehmen finden sich im Sektor Radio und TV

Die Kreativwirtschaft ist und bleibt kleinbetrieblich strukturiert. Bei 61% der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Dies bedeutet, dass in diesen Betrieben neben der/dem Unternehmer\_in dauerhaft keine weiteren Personen beschäftigt sind. Am höchsten ist der EPU-Anteil im Markt für darstellende Kunst (81%). Überdurchschnittlich viele EPU sind auch in den Bereichen Filmwirtschaft (69%), Design (68%) sowie Musikwirtschaft (63%) zu finden.

In der Architektur sind in fast der Hälfte der Unternehmen (49%) zwei bis vier Mitarbeiter\_innen tätig. Im Sektor Radio und TV haben mehr als ein Drittel der Betriebe (35%) 10 und mehr Beschäftigte.

**Grafik 5**  
**Größenstruktur der Kreativwirtschaft**  
**nach Bereichen in Prozent der Unternehmen, 2017**



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

<sup>1</sup> Ein-Personen-Unternehmen ohne unselbstständige Beschäftigte

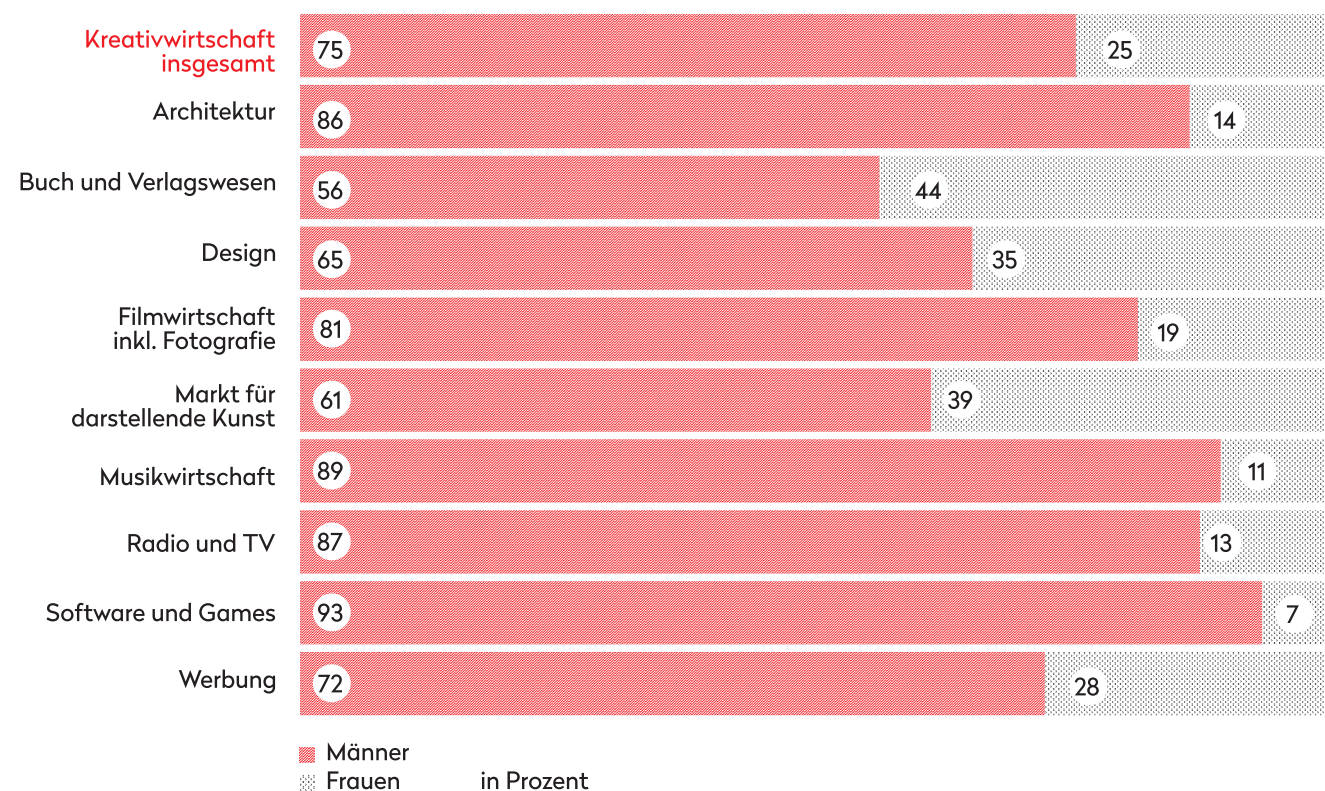
## Höchster Anteil an selbstständigen Frauen in Buch und Verlagswesen, Markt für darstellende Kunst und Design

In der Kreativwirtschaft wird jedes vierte Unternehmen von einer Frau geführt. Die anteilmäßig meisten weiblichen Selbstständigen sind in den Sektoren Buch und Verlagswesen (44%), Markt für darstellende Kunst (39%) sowie 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%) sowie Radio und TV (13%) und Architektur (14%) ist der Anteil an weiblichen Selbstständigen vergleichsweise gering.

### Grafik 6

**Abschätzung der Verteilung der Selbstständigen in der Kreativwirtschaft  
in den unterschiedlichen Bereichen<sup>1</sup> nach Geschlecht in Prozent, 2017**



<sup>1</sup> exkl. Musikinstrumenteneinzelhandel sowie Kulturunterricht; in einem Großteil der Kreativbranchen sind die mithelfenden Angehörigen enthalten

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Markt für darstellende Kunst sowie Software und Games weisen eine überdurchschnittliche Eigenkapitalquote unter den bilanzierenden Kreativunternehmen auf, Design und Werbung haben Aufholbedarf

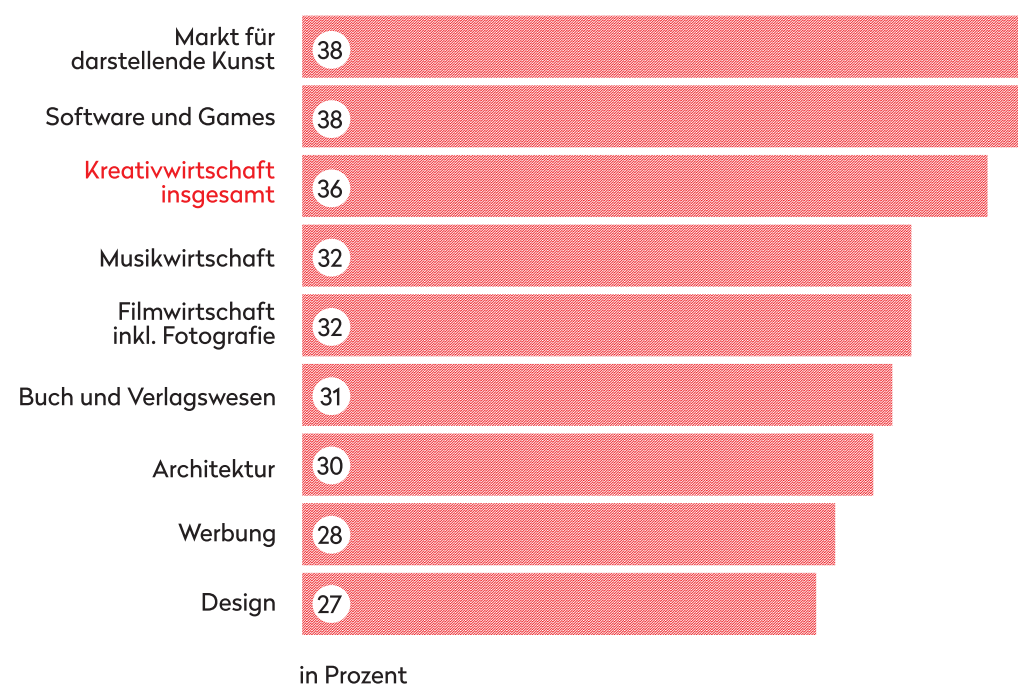
Die Eigenkapitalquote liegt im Durchschnitt der gesamten Kreativwirtschaft bei 36% und damit über dem empfohlenen Mindestrichtwert von 30%.

Die Bereiche Markt für darstellende Kunst sowie Software und Games weisen im Vergleich mit durchschnittlich rd. 38% die höchste Eigenkapitalquote auf. Aber auch fast alle anderen kreativen Bereiche haben im Durchschnitt eine zufriedenstellende Eigenmittelausstattung.

Lediglich die Bereiche Design und Werbung haben mit einer durchschnittlichen Eigenkapitalquote von 27% bzw. 28% Aufholbedarf.

### Grafik 7

#### Eigenkapitalquote der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2017/18



Quelle: KMU Forschung Austria, Bilanzdatenbank

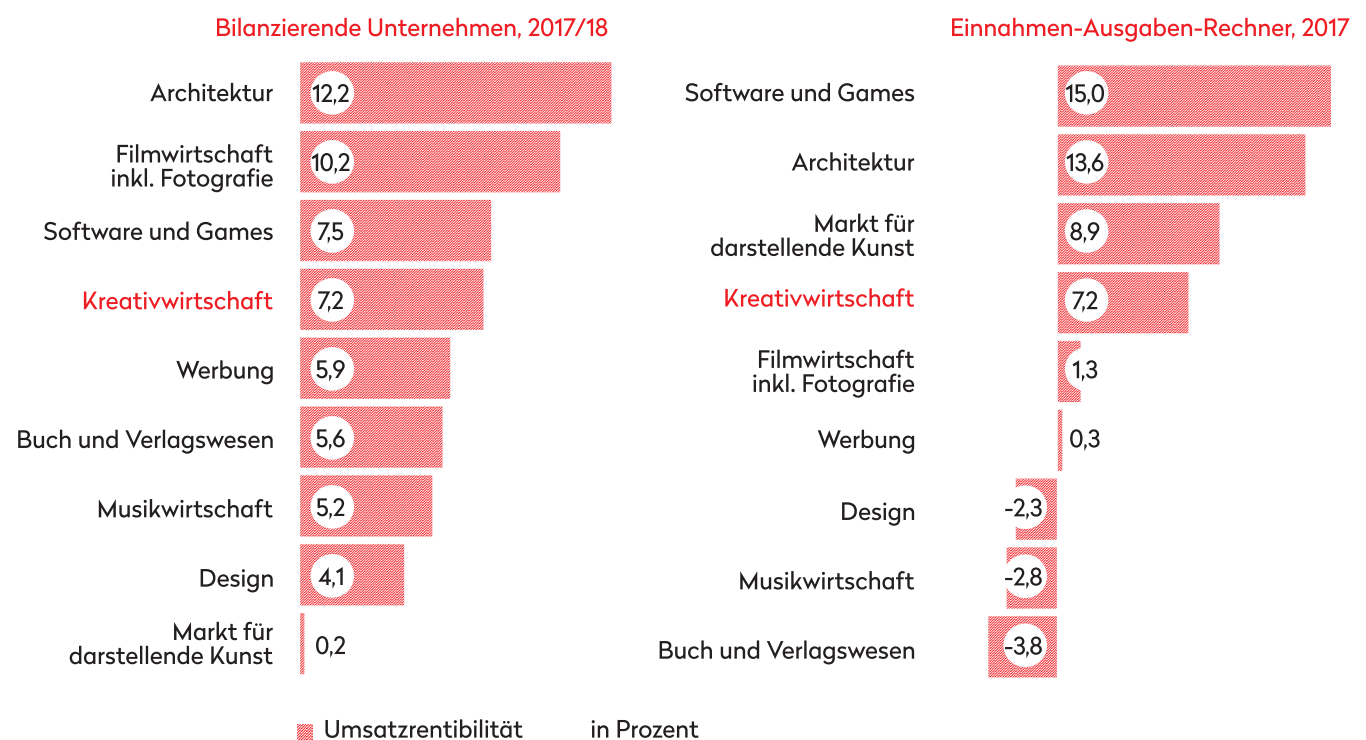


## Ertragsstarke Bereiche der Kreativwirtschaft: Architektur sowie Software und Games

Kreativwirtschaftsbereiche mit einer hohen Ertragskraft sind insbesondere Architektur sowie Software und Games. Hier wurden sowohl bei bilanzierenden Unternehmen als auch bei Einnahmen-Ausgaben-Rechnern überdurchschnittlich hohe Umsatzrentabilitäten erzielt.

Bei den bilanzierenden Unternehmen schneidet zudem die Filmwirtschaft (inkl. Fotografie) sehr erfolgreich ab. Bei den Einnahmen-Ausgaben-Rechnern 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 2017 haben 40% aller Kreativwirtschaftsunternehmen ihren Hauptsitz in der Bundeshauptstadt Wien. Die Anzahl ist gegenüber 2016 um rd. 3% gestiegen. Diese beschäftigen 43% aller Mitarbeiter\_innen 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 2016/17 ist es im Burgenland und Vorarlberg zu den höchsten Steigerungen gekommen. Im Burgenland ist der größte Bereich, Software und Games, überdurchschnittlich stark gewachsen. In Vorarlberg hat sich absolut betrachtet die Anzahl der Unternehmen in den Sektoren Software und Games sowie Werbung am stärksten erhöht.

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, 2017**

	Unternehmen		Beschäftigte gesamt	unselbst- ständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in Millionen Euro	Bruttowert- schöpfung zu Faktorkosten in Millionen Euro
	Anzahl	Veränderung zu 2016 in Prozent				
Burgenland	906	9,8	2.492	1.574	243	u
Kärnten	1.809	3,4	5.432	3.585	617	275
Niederösterreich	6.101	3,5	18.622	12.538	2.138	895
Oberösterreich	4.879	4,9	20.187	15.097	2.463	1.176
Salzburg	2.902	3,5	11.549	7.946	1.728	699
Steiermark	4.586	4,3	16.832	11.734	1.824	859
Tirol	3.491	5,3	9.894	6.308	1.113	482
Vorarlberg	1.606	7,0	5.105	3.325	633	273
Wien	17.641	2,9	66.763	48.892	11.525	4.421
<b>Österreich</b>	<b>43.921</b>	<b>3,9</b>	<b>156.876</b>	<b>110.998</b>	<b>22.283</b>	<b>9.196</b>

Anmerkung: Die Zuordnung zu den Bundesländern erfolgt auf Basis des Unternehmenssitzes. Dies 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.

u = Der Wert für die Bruttowertschöpfung für das Burgenland ist unplausibel und wird deshalb nicht ausgewiesen.

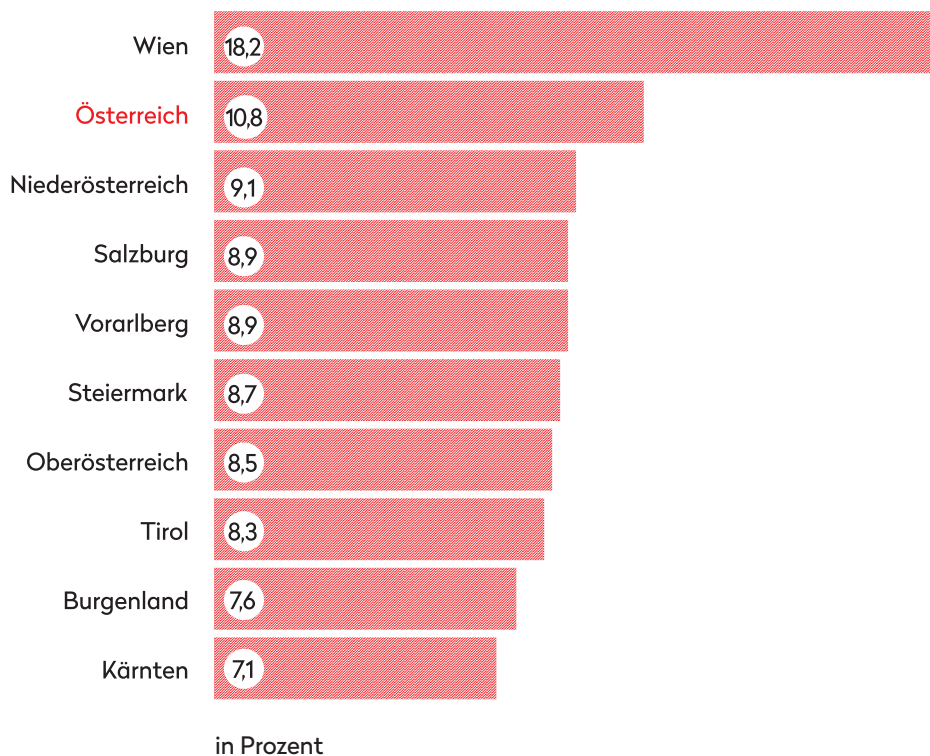
Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

## Beinahe jedes fünfte Wiener Unternehmen zählt zur Kreativwirtschaft

In Wien sind nicht nur absolut die meisten Kreativwirtschaftsunternehmen zu finden, die Bedeutung innerhalb der Gesamtwirtschaft ist unter allen Bundesländern auch am höchsten. 2017 sind 18 % aller Wiener Unternehmen im kreativen Bereich tätig. In Niederösterreich (9,1%), in Salzburg und Vorarlberg (jeweils 8,9%) sowie in der Steiermark (8,7%) ist der Anteil der Kreativunternehmen an den gesamten Unternehmen ebenfalls vergleichsweise hoch.

### Grafik 9

Anteil der Kreativunternehmen an der Gesamtanzahl der Unternehmen der Gesamtwirtschaft<sup>1</sup> nach Bundesländern in Prozent, 2017



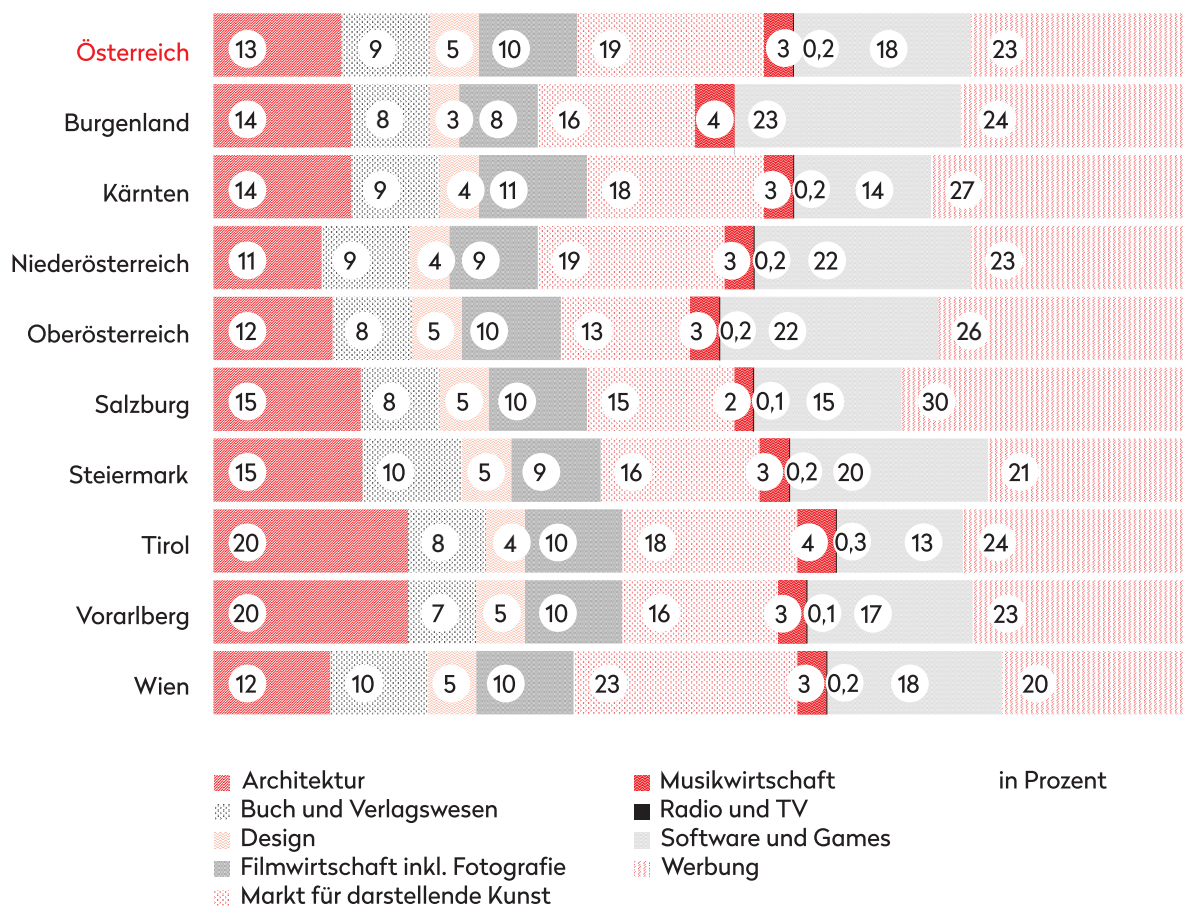
<sup>1</sup> Erwerbsorientierte Unternehmen exkl. Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S ohne Abschnitt O der ÖNACE 2008)

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 und Tirol (jeweils 20 %) ist der Anteil der Architekturunternehmen überdurchschnittlich hoch (Österreich: 13%). In Wien ist der Markt für darstellende Kunst besonders stark vertreten (23% gegenüber 19% in 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 (22% gegenüber 18% in Österreich) sowie Werbung (26% gegenüber 23% in Österreich) zuzuordnen. Der Anteil von Software und Games ist zudem im Burgenland (23%) und in Niederösterreich (22%) überdurchschnittlich hoch. In Salzburg ist die Bedeutung der Werbeunternehmen (30%) innerhalb der Kreativwirtschaft besonders hoch, während „lediglich“ 15% im Bereich Software und Games tätig sind. In Kärnten liegt der Anteil des Sektors Werbung (27%) 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, 2017**



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

# Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft

## Die Kreativwirtschaft übt eine starke Hebelwirkung für 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 sowie der durch den Einkommen-Konsum-Kreislauf induzierten Effekte bewirkt die heimische Kreativwirtschaft im Jahr 2017 eine gesamtwirtschaftliche Produktion (in Österreich) im Ausmaß von €39,1 Mrd. Direkt in der Kreativwirtschaft entstehen €23,0 Mrd an Produktion. In der Folge bedingen die Produktionsaktivitäten der Unternehmen der Kreativwirtschaft eine indirekte Produktion von €8,9 Mrd und eine induzierte Produktion von €7,1 Mrd. Somit kommen auf jeden Euro an Produktion in der Kreativwirtschaft durchschnittlich zusätzliche €0,69 an Produktion in der österreichischen Volkswirtschaft.

Analog dazu beläuft sich das Ausmaß der in den verschiedenen Teilen der Volkswirtschaft generierten Wertschöpfung auf €19,9 Mrd, wobei €11,7 Mrd<sup>2</sup> direkt auf die Kreativwirtschaft zurückzuführen sind und in weiterer Folge €4,5 Mrd an indirekten sowie €3,8 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.

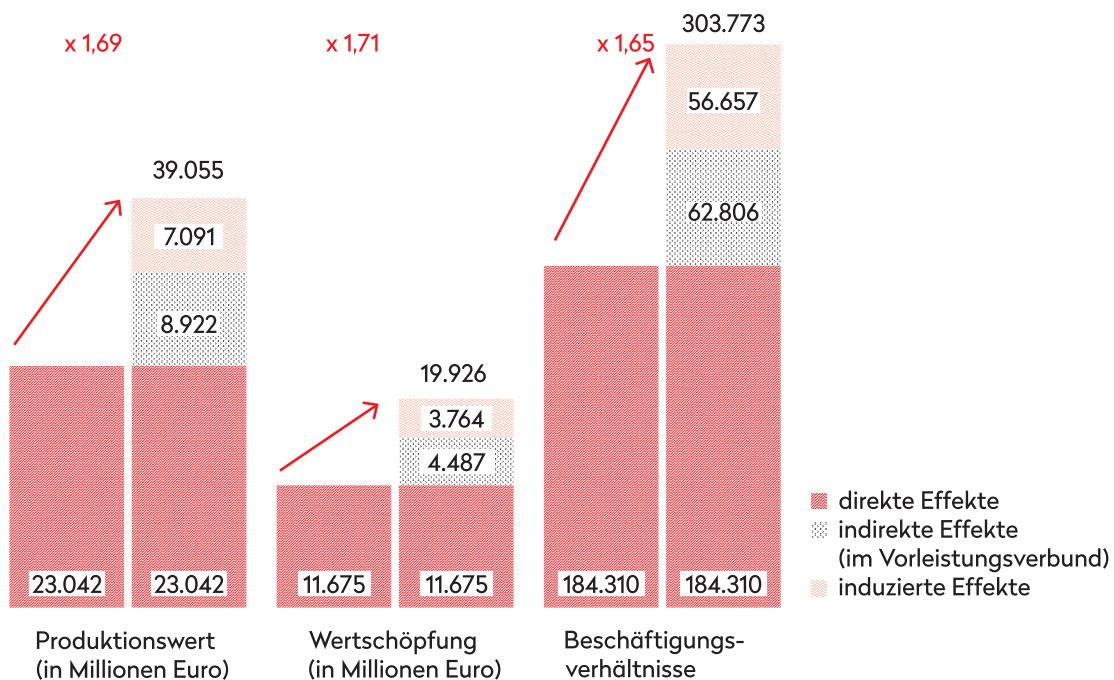
Die Unternehmen der Kreativwirtschaft sichern in Summe rund 303.800 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab. In der Kreativwirtschaft selbst sind mehr als 184.300 Personen<sup>3</sup> beschäftigt. Im Zuge der Vorleistungsverflechtungen werden in der heimischen Wirtschaft rund 62.800 und im Zuge der induzierten Effekte rund 56.700 Arbeitsplätze abgesichert. Somit schafft jeder bzw. jede Beschäftigte der Kreativwirtschaft auf indirekte oder induzierte Weise weitere 0,65 Beschäftigungsverhältnisse in der österreichischen Wirtschaft.

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

<sup>3</sup> Siehe vorhergehende Fußnote



**Grafik 11**  
**Volkswirtschaftliche Effekte der**  
**Kreativwirtschaft, 2017**



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 € 11,7 Mrd, lt. Leistungs- und Strukturstatistik jedoch € 9,2 Mrd) und Beschäftigung (hier 184.300 Personen, lt. Leistungs- und Strukturstatistik jedoch 157.000 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.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

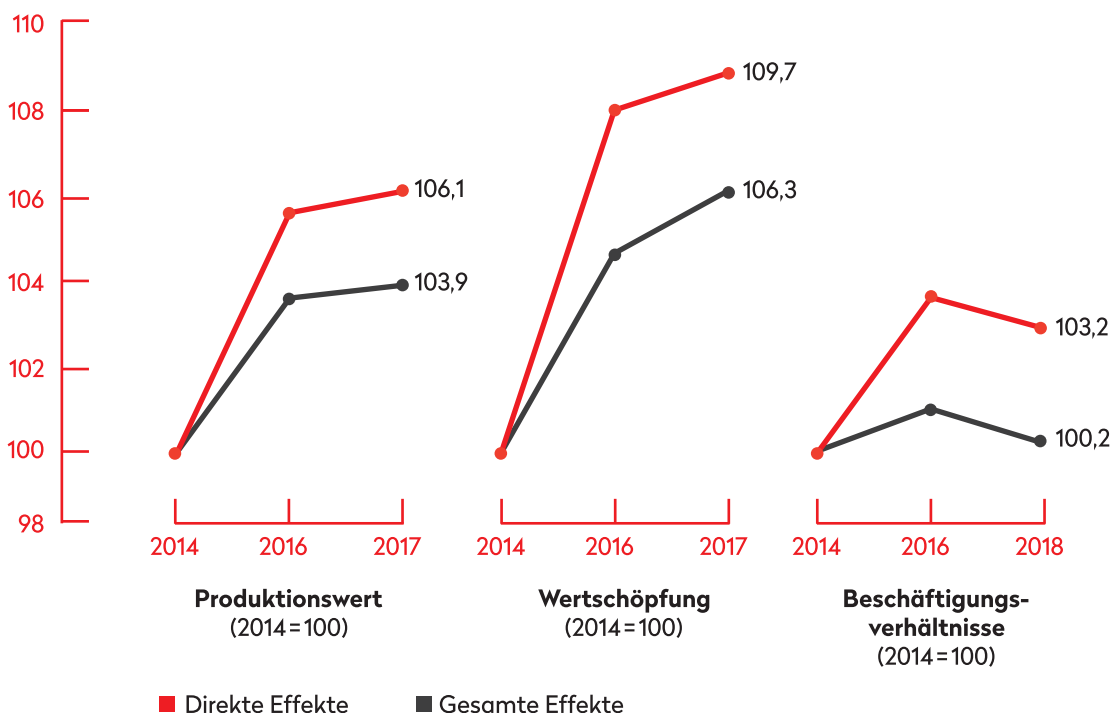
## Die volkswirtschaftlichen Effekte der Kreativwirtschaft steigen seit Jahren an, doch mit differenzierter Entwicklung seit dem letzten Vergleichsjahr

Im Vergleich zu 2016 (vgl. Kreativwirtschaftliches Datenblatt, Achter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht der Kreativwirtschaft Austria) ergeben sich leichte und differenzierte Änderungen bei den berechneten volkswirtschaftlichen Effekten. Die direkte Produktion und Wertschöpfung haben leicht zugenommen, während die direkte Beschäftigung leicht abgenommen hat. Im Wege der indirekten Effekte generiert die Kreativwirtschaft nahezu im unveränderten Ausmaß Produktion und Wertschöpfung, doch nahm auch hier der Effekt auf die Beschäftigung ab. Bei den induzierten Effekten zeigt sich im Jahresvergleich bei allen drei Indikatoren ein Wachstum.

In einem Vergleich über einen längeren Zeitraum lässt sich in allen Bereichen bzw. Effekten ein Wachstum feststellen. Von 2014 bis 2017 hat die direkte Produktion der Kreativwirtschaft um 6,1% zugenommen, während die gesamten Effekte um 3,9% angestiegen sind. In einem stärkeren Ausmaß nahm in diesem Zeitraum die Wertschöpfung zu (direkte Effekte um 9,7%, gesamte Effekte um 6,3%). Die Beschäftigung ist von 2014 bis 2017 um 3,2% (direkt in der Kreativwirtschaft) bzw. um 0,2% (gesamte ausgelöste Beschäftigung) gewachsen. Ein weiteres Muster, das sich durch den Vergleich der volkswirtschaftlichen Effekte über die Zeit offenbart, ist das durchgehend schwächere Anwachsen der Gesamteffekte im Vergleich zu den direkten Effekten.

### Grafik 12

#### Vergleich der Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft, 2014, 2016 und 2017



Anmerkung: Die vorliegende Analyse beruht auf der Nebeneinanderstellung der bisher vorliegenden Satellitenkonten für die Kreativwirtschaft, die jedoch nicht in allen methodischen Aspekten vollständig vergleichbar sind. Es wird mit Hilfe der Wachstumspfade der Leistungs- und Strukturhebung (LSE) bzw. Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung eine Fortschreibung des Satellitenkontos um jeweils zwei Jahre vom Bezugsjahr des Satellitenkontos bis zum Bezugsjahr der jeweils aktuellsten LSE vorgenommen. Für das Jahr 2015 liegt keine vergleichbare Berechnung der volkswirtschaftlichen Effekte vor, da hier in einem unterschiedlichen methodischen Zugang die Strukturen des Satellitenkontos auf die Eckdaten der Leistungs- und Strukturhebung übertragen wurden.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

## 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 von der Kreativwirtschaft ausgelöst werden, eine breite Vielfalt von Branchen profitiert.

Gereiht nach den ausgelösten Produktionseffekten steht das Grundstücks- und Wohnungswesen an erster Position. Hier gehen eine Produktion von € 2,2 Mrd, eine Wertschöpfung von € 1,5 Mrd und eine Beschäftigung von rund 3.800 Beschäftigungsverhältnissen auf die Kreativwirtschaft zurück. Es folgen die Branchen Verlags- und Druckereierzeugnisse (€ 1,1 Mrd Produktion), EDV und Information (ohne ihren kreativwirtschaftlichen Anteil) (€ 960 Mio) und Energie und Energieversorgung (€ 850 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 rd. 12.500 Beschäftigungsverhältnisse) sowie die Beherbergung und Gastronomie (rd. 10.600 Beschäftigungsverhältnisse) von den Aktivitäten der Kreativwirtschaft.

**Tabelle 8**  
**Indirekte und induzierte volkswirtschaftliche Effekte**  
**der Kreativwirtschaft, Top-10 Branchen, 2017**

	<b>Produktion in Millionen Euro</b>	<b>Wertschöpfung in Millionen Euro</b>	<b>Beschäftigungs- verhältnisse</b>	<b>Beschäftigte in Vollzeiteinheiten</b>
Grundstücks- und Wohnungswesen	2.169	1.457	3.750	2.692
Verlags- und Druckerzeugnisse	1.112	400	5.530	5.038
EDV und Information (ohne Kreativwirtschaft)	964	446	5.694	4.914
Energie und Energieversorgung	852	156	558	554
Beherbergung und Gastronomie	843	523	10.600	7.879
Finanzdienstleistungen	739	405	3.383	2.929
DL d. Unternehmensführung u. -beratung	716	303	6.458	4.995
Einzelhandel (ohne Kfz und Kreativwirtschaft)	713	433	12.519	9.384
DL der Arbeitskräfteüberlassung	580	502	12.262	10.607
Großhandelsleistungen	539	310	3.220	2.830
Alle anderen Wirtschaftsbereiche	6.785	3.317	55.490	45.038

Anmerkung: Die indirekten Effekte bezeichnen die im Wege der Vorleistungsverflechtung bei den Zulieferern und den Zulieferern der Zulieferer ausgelöste Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung. Die induzierten Effekte bezeichnen die im Wege des Einkommen-Konsum-Kreislauf 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. Bauinstallationsleistungen und Wirtschaftliche Dienstleistungen a.n.g.

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)



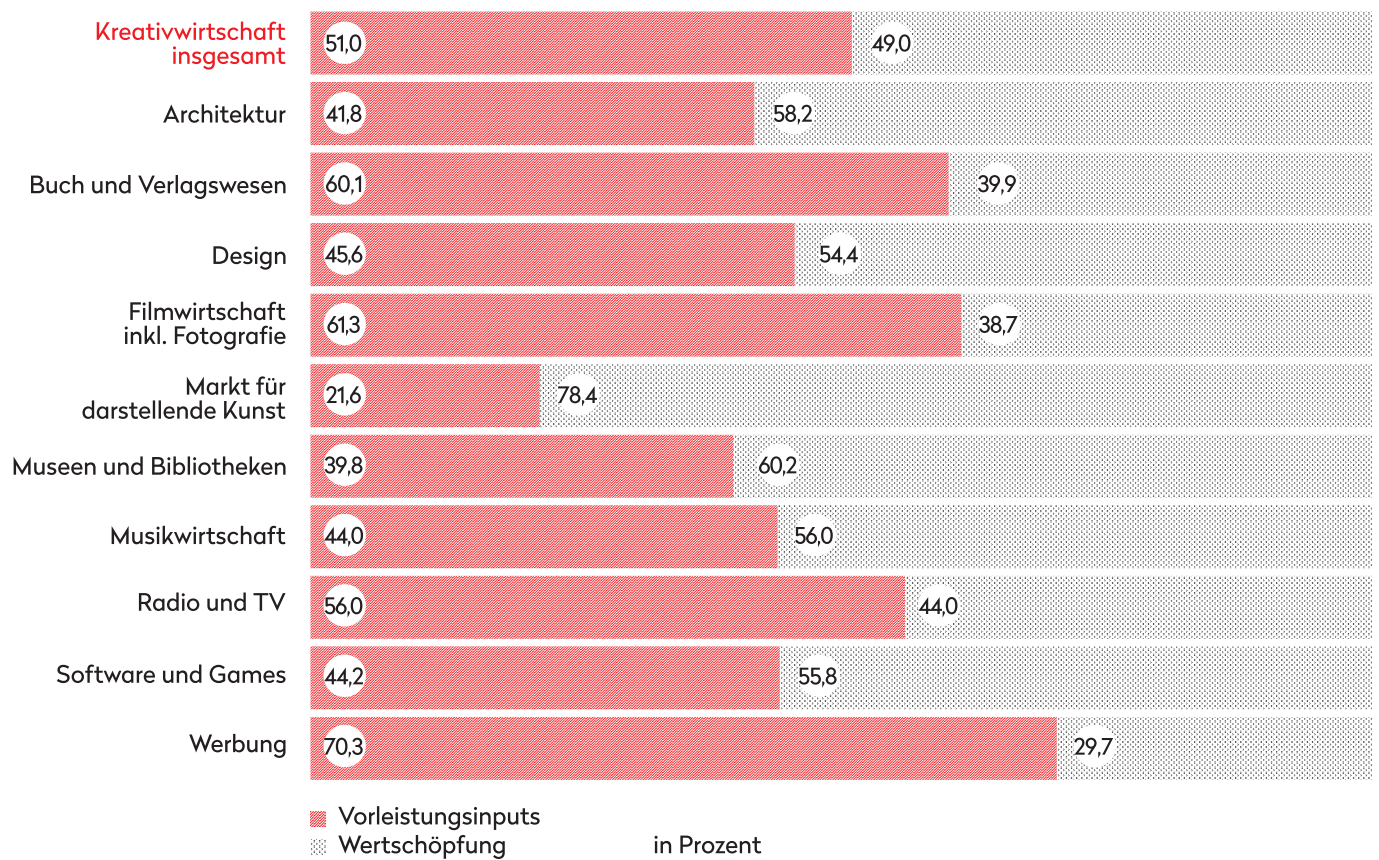
## **Die Kreativwirtschaft ist vorleistungsintensiv, stark vernetzt und stimuliert mit ihrer Nachfrage besonders die heimische Wirtschaft**

Die Kreativwirtschaft benötigt für die Erstellung ihrer Leistungen Inputs, also sowohl Vorleistungen von 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 Arbeit- und Kapitalinputs bzw. für deren Entlohnung.

Die Aufteilung der Inputs auf Vorleistungen einerseits und Wertschöpfungsinputs andererseits ist zwischen den einzelnen Kreativwirtschaftsbereichen sehr unterschiedlich. Während, bezogen auf das aktuellste Jahr des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft, 2015, der Kreativwirtschaftsbereich Markt für darstellende Kunst Vorleistungen im Wert von 21,6% seiner Produktionsleistung benötigt, sind es für die Werbung 70,3%. Insgesamt entfallen 51,0% der Gesamtkosten der Kreativwirtschaft auf Vorleistungen, wobei hierin auch die importierten Vorleistungen (10,4%) sowie Nettogütersteuern (0,5%) enthalten sind. Die Differenz auf 100% entfällt auf die Wertschöpfung und dient damit der Entlohnung des Arbeits- und Kapitaleinsatzes. Für die gesamte Kreativwirtschaft entfallen 49,0% des Produktionswerts auf die Wertschöpfung. Im Vergleich mit der Auswertung für das vorige Kreativwirtschaftliche Datenblatt (Bezugsjahr 2014) lässt sich eine leichte Verschiebung zu einer wertschöpfungsintensiveren Produktionsweise konstatieren.

Gegenüber einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche, die einen Vorleistungsanteil von 42,5% 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 Arbeitnehmerentgelte hervor. Bei der Kreativwirtschaft entfallen 53,9% der Wertschöpfung auf die Arbeitnehmerentgelte (Dienstleistungsbranche: durchschnittlich 44,7%). 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 13**  
**Inputstruktur der Kreativwirtschaft,**  
**insgesamt und nach Bereichen, 2015, in Prozent**



Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

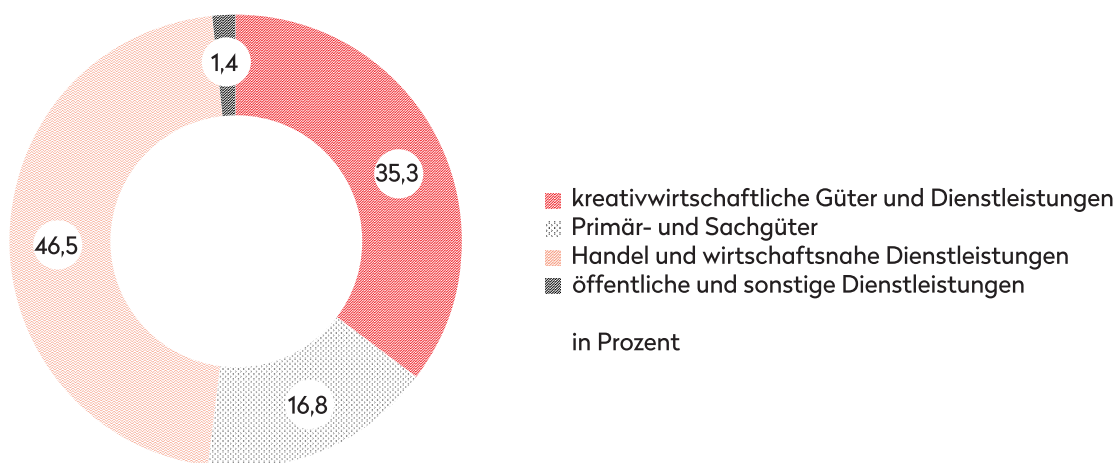
## Ihre Vorleistungen bezieht die Kreativwirtschaft vor allem vom Handel und den wirtschaftsnahen Dienstleistungen sowie von der Kreativwirtschaft selbst

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 (Handel und wirtschaftsnahen Dienstleistungen) bezieht. Von den bezogenen heimischen Vorleistungen kommen diese auf 46,5%. Den zweitgrößten Anteil haben die kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen selbst mit 35,3%. Die Primär- und Sachgüter machen 16,8% der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft aus, die öffentlichen und sonstigen Dienstleistungen immerhin 1,4%.

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 14

#### Struktur der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft, nach Gruppen von Vorleistungsgütern, 2015



Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

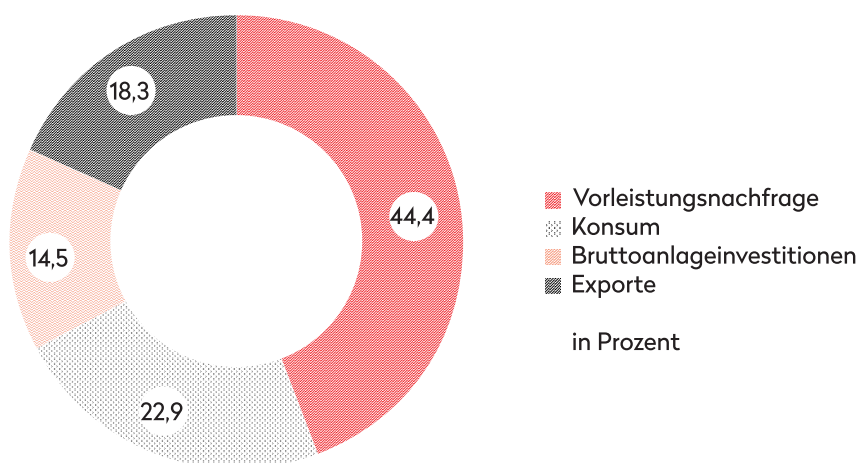
## Unter den Abnehmern der Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft haben die Nachfrage der nachgelagerten Produktion und die Investitionsnachfrage mit zusammen 58,9% den größten Anteil

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 im Jahr 2015 geht zu 44,4% an die Vorleistungsnachfrage der verschiedenen Wirtschaftsbereiche und zu 14,5% an die Investitionen. Zusammen werden somit 58,9% des Outputs der Kreativwirtschaft für Kundinnen und Kunden aus der Wirtschaft bereitgestellt. 18,3% der Güter und Dienstleistungen, die die Kreativwirtschaft herstellt, sind für den Export bestimmt. Der private und staatliche Konsum nimmt einen Anteil von 22,9% ein.

Im Vorjahresvergleich, d. h. mit Bezugsjahr 2014 statt 2015 (vgl. Kreativwirtschaftliches Datenblatt, Achter Kreativwirtschaftsbericht der Kreativwirtschaft Österreich), haben sowohl die Vorleistungsnachfrage anderer Branchen als auch die Investitionsnachfrage als Abnehmerinnen der Kreativwirtschaft an Gewicht zugelegt (zusammen um 2,1 Prozentpunkte). Andere Bereiche, insbesondere der Export, haben im Gegenzug an Gewicht verloren.

An der Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft ist auch bemerkenswert, dass sie im Vergleich mit dem Durchschnitt der Dienstleistungsbranche deutlich mehr an andere Branchen und deren Vorleistungsnachfrage oder Investitionsnachfrage liefert. Im Dienstleistungssektor werden vergleichsweise 41,2% an die Vorleistungsnachfrage und 5,2% an die Investitionsnachfrage geliefert. Dies sind zusammen 46,4%, die an Kundinnen und Kunden aus der Wirtschaft gehen. Auch die Exporte haben bei der Kreativwirtschaft einen höheren Anteil als für den Dienstleistungssektor (12,7%). Umgekehrt hat die Konsumnachfrage für die durchschnittliche Dienstleistungsbranche einen höheren Stellenwert.

**Grafik 15**  
**Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft, nach Nachfragekomponenten, 2015**



Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

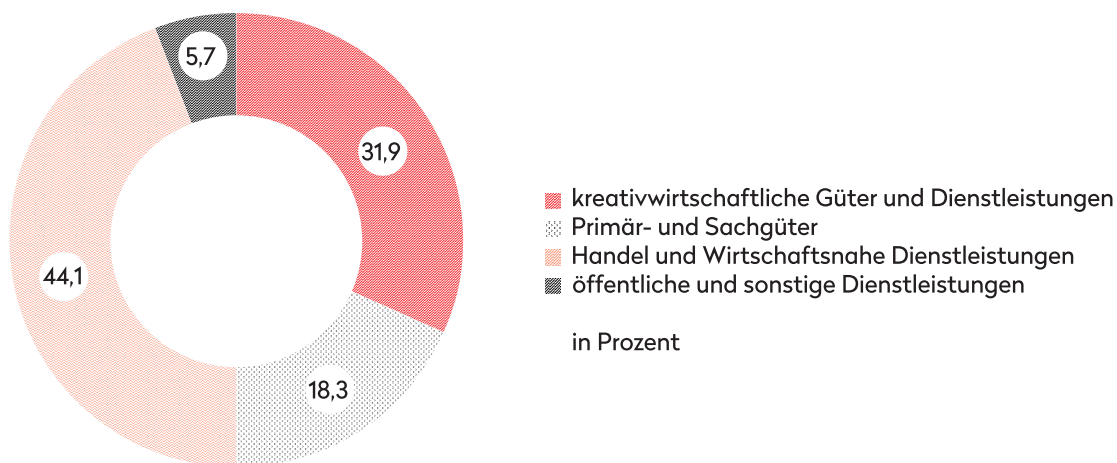
## Unter den Abnehmern der Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft sind Handel und wirtschaftsnahe Dienstleistungen sowie die Kreativwirtschaft selbst am wichtigsten

Von der gesamten Produktion an Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft werden im Jahr 2015 insgesamt € 9,9 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 31,9% fließt ein relativ großer Teil an die Kreativwirtschaft selbst. Dies ist (wie bereits bei der Analyse der Inputstruktur angemerkt) ein deutliches Zeichen für die starke Selbstverflechtung der Kreativwirtschaft. 18,3% der an die Vorleistungsnachfrage gelieferten Güter und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft gehen an die Produktion von Primär- und Sachgütern. Abnehmer im Bereich der öffentlichen und sonstigen Dienstleistungen tragen einen Anteil von 5,7% zur gesamten Vorleistungsnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen der Kreativwirtschaft bei.

Die Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft ist zwischen den verschiedenen Kreativwirtschaftsbereichen stark unterschiedlich. Die Dienstleistungen der Werbung werden besonders stark von der Vorleistungsnachfrage (zu 79,7%) aufgenommen, während Museen und Bibliotheken, Markt für darstellende Kunst und Musikwirtschaft besonderes Schwergewicht auf Lieferungen an die Endnachfrage und hier wiederum an den Konsum aufweisen.

### Grafik 16

#### Verteilungsstruktur der Lieferungen der Kreativwirtschaft an die Vorleistungsnachfrage, nach Gruppen von nachfragenden Wirtschaftsbereichen, 2015



Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)



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

Die Kreativwirtschaft ist nicht nur direkt, sondern auch indirekt ein Zulieferer 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.<sup>4</sup> 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 36,9% der größte Teil direkt oder indirekt für die Exporte bestimmt. Es kommen also zu den 19,1%, die direkt exportiert werden, noch weitere 17,9% 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 28,0% der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen. An dritter Stelle sind Investitionen das direkte oder indirekte Bestimmungsziel von 21,1% der kreativwirtschaftlichen Güter und Dienstleistungen. In den staatlichen und sonstigen Konsum wandern 14,0%.

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.

**Tabelle 9**

**Direkte und indirekte Bestimmung der kreativwirtschaftlichen Produktion, nach Kategorien der Endnachfrage, 2015**

	<b>direkte Lieferungen</b>	<b>indirekte Lieferungen</b>	<b>gesamte kreativwirtschaftliche Produktion</b>
Privater Konsum	13,8%	14,2%	28,0%
Staatlicher und sonstiger Konsum	8,3%	5,8%	14,0%
Bruttoanlageinvestitionen	13,0%	8,1%	21,1%
Exporte	19,1%	17,9%	36,9%
Summe Endnachfrage	54,1%	45,9%	100,0%

Anmerkung: Die angegebenen Prozentzahlen zu den direkten Lieferungen weichen von den vorangegangenen Angaben über die Verteilungsstruktur ab, da in dieser Analyse modellbedingt die Kreativwirtschaft anhand der Produktion kreativwirtschaftlicher Güter nach CPA-Systematik und nicht nach der Produktion in kreativwirtschaftlichen Branchen nach NACE-Systematik abgegrenzt wurde.

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

<sup>4</sup> Hierbei handelt es sich um eine sogenannte Forward-Linkage-Betrachtung.

## Zu den Exporten der Kreativwirtschaft tragen die Bereiche Software und Games sowie Werbung am meisten bei

Die Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft sowie allgemein ihre Internationalisierung haben in den letzten Jahren weiter zugenommen. Die österreichische Kreativwirtschaft exportiert im Jahr 2015 Güter und Dienstleistungen im Wert von € 4,1 Mrd, woraus sich ein Exportanteil von 18,3% ergibt. Damit ist die Kreativwirtschaft im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (Exportanteil von 12,7%) relativ exportstark. Zwischen 2012 und 2014 ist der Exportanteil deutlich auf 19,2% angestiegen. Im aktuellen Bezugsjahr 2015 kam es zu einem leichten Rückgang des Exportanteils um 0,9%.

Die Exportaktivitäten der Kreativwirtschaft verteilen sich recht unterschiedlich auf die verschiedenen Bereiche. In absoluten Beträgen ist der Bereich Software und Games mit Exporten von € 2,0 Mrd an erster Stelle gefolgt vom Bereich Werbung mit Exporten von € 893 Mio und dem Bereich Buch und Verlagswesen mit € 689 Mio. Auch gemessen an der Exportquote führt Software und Games die Rangfolge an. Auch das Design, die Musikwirtschaft die Werbung sowie Buch und Verlag 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, 2015

	Produktion in Millionen Euro	Exporte in Millionen Euro	Exportquote in Prozent
Architektur	1.634	52	3,2
Buch und Verlagswesen	3.270	689	21,1
Design	272	78	28,5
Filmwirtschaft inkl. Fotografie	1.636	180	11,0
Markt für darstellende Kunst	2.372	104	4,4
Museen und Bibliotheken	751	5	0,7
Musikwirtschaft	254	62	24,3
Radio und TV	1.478	38	2,6
Software und Games	6.243	1.994	31,9
Werbung	4.496	893	19,9
<b>Kreativwirtschaft insgesamt</b>	<b>22.404</b>	<b>4.096</b>	<b>18,3</b>

Anmerkungen: Die vorliegenden Auswertungen beruhen auf einer Sonderauswertung der verfügbaren Statistiken zum Außenhandel und internationalen Dienstleistungsverkehr, die im Rahmen des Satellitenkontos für das Bezugsjahr 2013 sowie für den Achten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht erstmals durchgeführt wurden und für das aktuellste Satellitenkonto mit Bezugsjahr 2015 aktualisiert wurden.

Stand Oktober 2019

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)

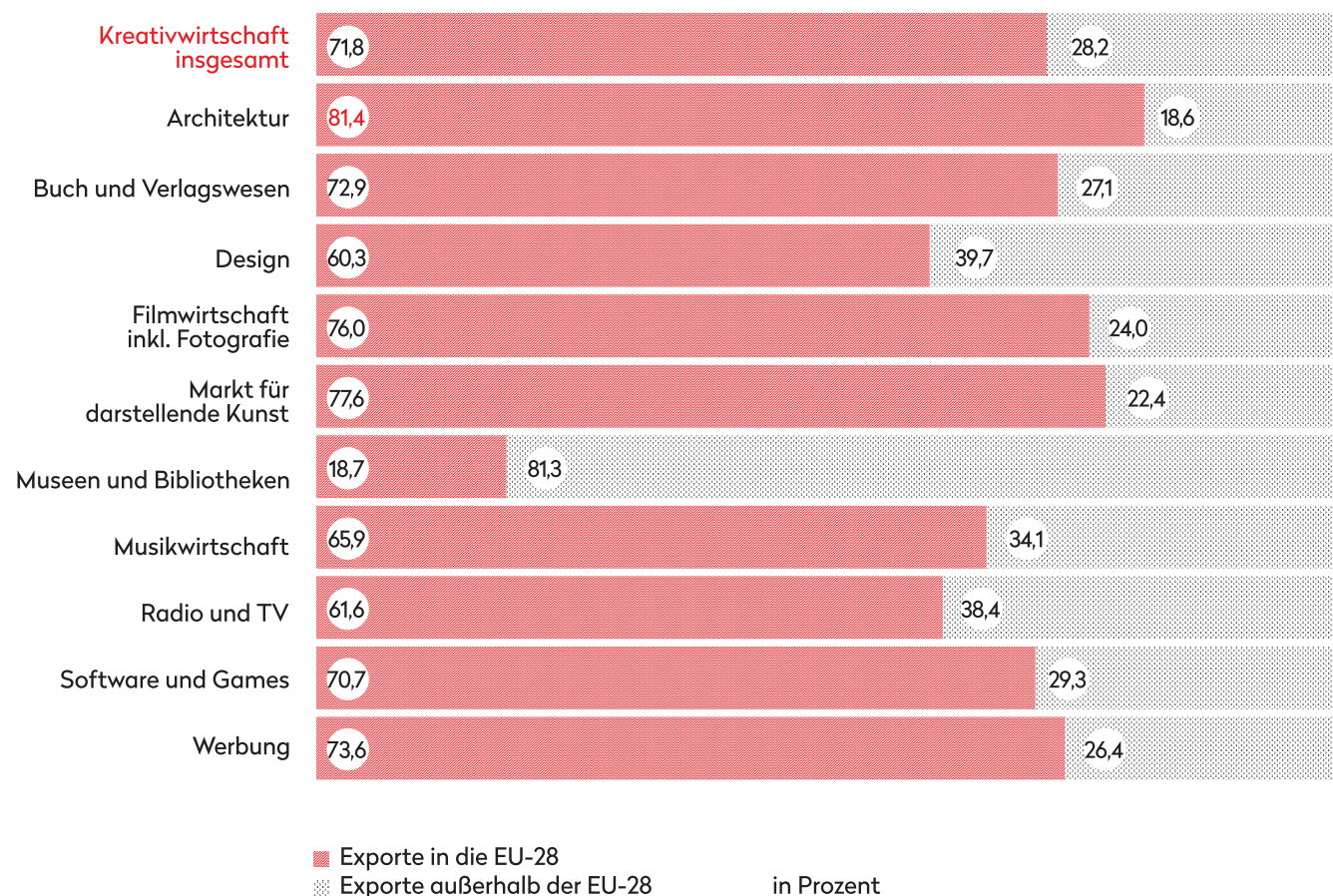
## Mehr als 70 % der Exporte der Kreativwirtschaft gehen in die EU-28

Der Großteil der Exporte der Kreativwirtschaft im Jahr 2015, 71,8 %, ist für die Region EU-28 bestimmt. 28,2 % der Exporte gehen in den Raum außerhalb der EU-28. Im Vergleich zum Bezugsjahr 2014, für das diese Analyse im Rahmen des vorjährigen Datenblattes erstmals durchgeführt wurde, zeigt sich eine leichte Steigerung des EU-Anteils. Die Verteilung der Zielmärkte variiert in den einzelnen Bereichen der Kreativwirtschaft nur wenig. Der europäische (EU-28) Anteil schwankt zwischen ca. 60 % und 80 % (die Ausnahme von 18,7 % für Museen und Bibliotheken ist wenig aussagekräftig). Der relativ hohe EU-Anteil von Buch und Verlagswesen, Filmwirtschaft, Radio und TV sowie Werbung ist wahrscheinlich durch die hohe Bedeutung des deutschsprachigen Marktes für diese Bereiche erklärbar.

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 Verlag sind es sogar an die 70 %. Unter den restlichen EU-europäischen Ländern folgen in großem Abstand und wechselnder Reihenfolge das Vereinigte Königreich, Frankreich, Italien, Tschechien, Polen, Niederlande und Ungarn.

### Grafik 17

**Verteilung der Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft auf EU-28 und Extra-EU-28, insgesamt und nach Kreativwirtschaftsbereichen, 2015**



Stand Oktober 2019

Quelle: IWI-Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, IWI-Berechnungen (2019)



# Schlussfolgerungen

Die österreichische Kreativwirtschaft entwickelt sich weiterhin positiv. 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 die Anzahl der Unternehmen, Beschäftigung, Umsatz sowie Wertschöpfung. Die Zuwächse im Zeitraum zwischen 2008 und 2017 fallen wesentlich höher aus als in der österreichischen Gesamtwirtschaft. Allerdings haben sich im Jahresvergleich 2016/17 der Umsatz und die Bruttowertschöpfung hingegen zuletzt schwächer entwickelt als in der Gesamtwirtschaft, was auf rückläufige Entwicklungen in Software und Games, und zwar im Bereich Erbringung von IT-Beratungsdienstleistungen zurückzuführen ist.

Auf der einen Seite ist ein Wachstum der kreativen Unternehmen zu beobachten – zwischen 2008 und 2017 sind Beschäftigung, Umsätze und Bruttowertschöpfung in einem größeren Ausmaß gestiegen als die Anzahl der Unternehmen. Auf der anderen Seite ist die Anzahl der Unternehmen im Jahresvergleich 2016/17 wieder stärker gestiegen als in der Gesamtwirtschaft, was sich auch in einem geringfügig höheren Anteil an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) (61%) widerspiegelt (Vorjahr: 60%). Die Kreativwirtschaft ist und bleibt somit kleinbetrieblich strukturiert.

Wien bleibt der kreative Hotspot in Österreich – 40% aller Kreativwirtschaftsunternehmen haben hier ihren Hauptsitz. Diese beschäftigen 43% aller Mitarbeiter\_innen 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 € 39,1 Mrd aus, generiert somit eine Wertschöpfung von insgesamt € 19,9 Mrd und sichert in Summe rund 303.800 Arbeitsplätze in der österreichischen Wirtschaft ab.

Die Kreativwirtschaft ist sehr vorleistungsintensiv – 51% der Produktionskosten entfallen auf Vorleistungen – und weist eine starke Vernetzung mit anderen Branchen und innerhalb der Kreativwirtschaft selbst auf. Hinsichtlich der Verteilungsstruktur unterstützt die Kreativwirtschaft mit ihren Leistungen die nachgelagerte Produktion und die Investitionstätigkeit in weiten Teilen der heimischen Wirtschaft (insgesamt 59%). Auch indirekt stärken die Lieferungen der Kreativwirtschaft Investitionen und Exporte der österreichischen Wirtschaft.

Im Vergleich zu einer durchschnittlichen Dienstleistungsbranche (12,7%) ist die Kreativwirtschaft relativ exportstark: Im Jahr 2015 wurden Güter und Dienstleistungen im Wert von € 4,1 Mrd exportiert, woraus sich ein Exportanteil von 18,3% ergibt (Stand: Oktober 2019)

Wie die Analyse gezeigt hat, spielen für die österreichische Kreativwirtschaft internationale Verflechtungen eine sehr große Rolle. Internationale Entwicklungen betreffen somit die österreichische Kreativwirtschaft unmittelbar.

Die zuletzt schwächere Entwicklung im Bereich Software und Games muss im Lichte der derzeitigen Herausforderungen der Kreativwirtschaft gesehen werden: Ein großes aktuelles Thema im Hinblick auf die Internationalisierung der Kreativunternehmen ist die Fragmentierung der europäischen Kreativwirtschaft, die sowohl hemmend für die grenzüberschreitende Verbreitung von Werken als auch für die Interessenvertretung unabhängiger Kreationen gegenüber großen internationalen Konzernen ist. Ein weiteres wichtiges Thema sind Konzentrationstendenzen in jenen Bereichen, die besonders von Digitalisierung und der Plattformökonomie betroffen sind. Hier sehen sich europäische Akteure oftmals einer Dominanz von nicht-europäischen Playern gegenüber.<sup>5</sup> Dank neuer digitaler Tools können sie sich zwar an Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette beteiligen, sie verfügen jedoch meist nicht über den Umfang und die Kapazität, um diese Möglichkeiten in vollem Umfang zu nutzen und sich auf Forschung und Entwicklung einzulassen.<sup>6</sup> Da die Kreativwirtschaft eine Vorreiterrolle beim Einsatz neuer (auch nicht technologischer) Formen von Innovation innehat und auch als Impulsgeberin für neue Innovationsformen agiert, bedarf es entsprechender Maßnahmen, um das volle Innovationspotenzial ausschöpfen können. Hierzu zählen vor allem die Anerkennung des breiten Innovationsverständnisses der Kreativwirtschaft (inkl. Open Innovation, Produkt-, Verfahrens-, Prozess- und Organisations-, Marketing- und Geschäftsmodellinnovationen) sowie einer entsprechenden Integration dieses besonderen Innovationsverhaltens der Kreativwirtschaft im Rahmen der nationalen und internationalen Innovationspolitik.

5 Europäisches Parlament (2019): Research for CULT Committee - Culture and creative sectors in the European Union – Key future developments, challenges and opportunities.  
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL\\_STU\(2019\)629203\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU(2019)629203_EN.pdf)  
Abfragedatum 30.10.2019

6 The Arts+, European Manifesto on Supporting Innovation for Cultural and Creative Sectors, 11/10/2018  
<https://www.buchmesse.de/news/arts-european-manifesto>  
Abfragedatum 30.10.2019

## Methodik

### **Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft**

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Kreativwirtschaft in Österreich kann mit Hilfe einer Input-Output-Analyse bestimmt werden. Hierbei werden nicht nur ihr Produktionsoutput selbst und die unmittelbaren Vorleistungen berücksichtigt, sondern die 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 auf jeder Stufe berücksichtigt.

Diese vollständige Betrachtungsweise ist möglich, da mit dem Satellitenkonto für die Kreativwirtschaft, welches erstmals für das Bezugsjahr 2012 erstellt, seither für die volkswirtschaftlichen Analysen im Siebenten und Achten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht eingesetzt und nun für das Bezugsjahr 2015 aktualisiert wurde, 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 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 2017 als Bezugsjahr berechnet. Hierfür wird die Produktion der Kreativwirtschaft und ihrer Bereiche gemäß Satellitenkonto 2015 anhand der aktuell verfügbaren Statistiken aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der Leistungs- und Strukturhebung bis 2017 fortgeschrieben.

# Verzeichnisse

## Grafikverzeichnis

Grafik 1	
Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft <sup>1</sup> , Veränderung von 2016 bis 2017 in Prozent	6
Grafik 2	
Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Gesamtwirtschaft <sup>1</sup> , 2008 bis 2017 (Index: 2008=100) <sup>2</sup>	7
Grafik 3	
Verteilung der Kreativwirtschaft nach Bereichen in Prozent, 2017	11
Grafik 4	
Entwicklung der Kreativwirtschaft nach Bereichen, Veränderung von 2016 bis 2017 in Prozent	12
Grafik 5	
Größenstruktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen in Prozent der Unternehmen, 2017	14
Grafik 6	
Abschätzung der Verteilung der Selbstständigen in der Kreativwirtschaft in den unterschiedlichen Bereichen <sup>1</sup> nach Geschlecht in Prozent, 2017	15
Grafik 7	
Eigenkapitalquote der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2017/18	16
Grafik 8	
Umsatzrentabilität in der Kreativwirtschaft nach Bereichen	17
Grafik 9	
Anteil der Kreativunternehmen an der Gesamtanzahl der Unternehmen der Gesamtwirtschaft <sup>1</sup> nach Bundesländern in Prozent, 2017	19
Grafik 10	
Verteilung der Kreativunternehmen nach Bereichen im jeweiligen Bundesland in Prozent, 2017	20
Grafik 11	
Volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft, 2017	22
Grafik 12	
Inputstruktur der Kreativwirtschaft, insgesamt und nach Bereichen, 2015, in Prozent	23
Grafik 13	
Struktur der heimischen Vorleistungen der Kreativwirtschaft, nach Gruppen von Vorleistungsgütern, 2015	26
Grafik 14	
Verteilungsstruktur der Produktion der Kreativwirtschaft, nach Nachfragekomponenten, 2015	27

Grafik 15	
Verteilungsstruktur der Lieferungen der Kreativwirtschaft an die Vorleistungsnachfrage, nach Gruppen von nachfragenden Wirtschaftsbereichen, 2015	28
Grafik 16	
Verteilung der Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft auf EU-28 und Extra-EU-28, insgesamt und nach Kreativwirtschaftsbereichen, 2015	29
Grafik 17	
Verteilung der Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft auf EU-28 und Extra-EU-28, insgesamt und nach Kreativwirtschaftsbereichen, 2015	32
 <b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1	
Struktur und Entwicklung der Kreativwirtschaft <sup>1</sup> , 2008–2017	5
Tabelle 2	
Vermögensstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2017/18	8
Tabelle 3	
Kapitalstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2017/18	8
Tabelle 4	
Kostenstruktur der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2017/18	9
Tabelle 5	
Kostenstruktur der Einnahmen-Ausgaben-Rechner der Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft, 2017	9
Tabelle 6	
Struktur der Kreativwirtschaft nach Bereichen, 2017	10
Tabelle 7	
Struktur der Kreativwirtschaft nach Bundesländern, 2017	18
Tabelle 8	
Indirekte und induzierte volkswirtschaftliche Effekte der Kreativwirtschaft, Top-10 Branchen, 2017	24
Tabelle 9	
Direkte und indirekte Bestimmung der kreativwirtschaftlichen Produktion, nach Kategorien der Endnachfrage, 2015	30
Tabelle 10	
Produktion und Exporte der österreichischen Kreativwirtschaft, Auswertung des Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft, nach Bereichen, 2015	31

# 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 BMWFW im Rahmen der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich.

## Kreativwirtschaftspolitisches Datenblatt

Das Kreativwirtschaftspolitische Datenblatt der Kreativwirtschaft Austria gibt einen jährlichen Überblick über die relevantesten ökonomischen Indikatoren der Kreativwirtschaft und zeigt ihre Entwicklung sowie Bedeutung innerhalb der Gesamtwirtschaft auf. Darüber hinaus werden die volkswirtschaftlichen Effekte in Form einer Input-Output-Analyse berechnet. Die Definition der Kreativwirtschaft basiert auf der neu festgelegten Abgrenzung des „Siebenten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichts“, wodurch die Zahlen vergleichbar sind.

## Unterstützt von

Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort  
Wirtschaftskammer Österreich

## Projektleitung & Redaktion

Michaela Gutmann, Kreativwirtschaft Austria, WKÖ

## Verfasserinnen und Verfasser der Studie

KMU Forschung Austria (KMFA) und Industriewissenschaftliches Institut (IWI)  
Christina Enichlmair (Projektleitung, KMFA), Karin Gavac, KMFA, Tatjana Zlatev, KMFA,  
Wolfgang Koller, IWI, Herwig Schneider, IWI

## Layout

Barbara Wais, Drahtzieher Design + Kommunikation

© 2019 Kreativwirtschaft Austria  
Verlags- und Herstellungsort Wien

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.

**K** Kreativwirtschaft  
**A** Austria  
**T**



 Bundesministerium  
Digitalisierung und  
Wirtschaftsstandort



A woman with long dark hair, wearing a light blue denim jacket, is kneeling on a wooden floor next to a large black and white dog with brown patches. The dog is sitting and looking towards the camera with its tongue out. In the background, another woman with curly blonde hair is sitting on a white chair at a wooden desk, smiling. The room has a window with a view of a landscape, a lamp, and a sign that says "DO what YOU LOVE what YOU DO".

VERANTWORTUNG  
**#schaffenwir**

Und ausgedehnte Streicheleinheiten.

cosa Kosmetik

Produkte, die mit Tierversuchen entwickelt wurden, haben bei cosa Kosmetik nichts verloren. Dafür ist den Eigentümerinnen Corinna Schneider und Sarah Ranak das Wohl der Tiere viel zu wichtig. Das bekommt auch Vierbeinerin Loona zu spüren, die im Büro für gute Stimmung sorgt und so auch einen kleinen Beitrag zur Wirtschaft leistet. Denn Wirtschaft sind wir alle. Alle, die was unternehmen.

Eine Initiative der



[schaffenwir.wko.at](https://schaffenwir.wko.at)



# Das Kreativwirtschaftspolitische Datenblatt der Kreativwirtschaft Austria Für dich und deine Idee!

**K** Kreativwirtschaft  
**A** Austria  
**T**



**B** Bundesministerium  
Digitalisierung und  
Wirtschaftsstandort