



Dritter

Fortschrittsbericht

zur Umsetzung der Kreativwirtschafts-
strategie für Österreich



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
1. 5 Jahre Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich	2
2. Ziele und Aufgaben des Kreativwirtschaftsbeirats.....	4
3. Fortschritte bei der Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie	5
Maßnahme 1: Netzwerke für Peer-Learning ausbauen.....	5
Maßnahme 2: Aus- und Weiterbildung für Kreativschaffende intensivieren	6
Maßnahme 3: Spezial-Ratgeber für Kreativschaffende anbieten.....	8
Maßnahme 4: Kreativunternehmen finanziell und bürokratisch entlasten.....	8
Maßnahme 5: Kooperationen erleichtern und entbürokratisieren	10
Maßnahme 6: Flächendeckenden Breitbandausbau vorantreiben	11
Maßnahme 7: Duale Ausbildung in der Kreativwirtschaft attraktiver machen	12
Maßnahme 8: Talente für und in der Kreativwirtschaft identifizieren	12
Maßnahme 9: Gründungen vereinfachen	13
Maßnahme 10: Die Kreativwirtschaft auf internationalen Märkten positionieren.....	18
Maßnahme 11: Reputationsaufbau und Interessensvertretung in der EU vorantreiben	20
Maßnahme 12: Leistungen der Kreativwirtschaft messen und klar fassbar machen	22
Maßnahme 13: Die Transformationskraft der Kreativwirtschaft national und international sichtbar machen	23
Maßnahme 14: Bewusstsein für die Kreativwirtschaft bereits ab dem Kindesalter schaffen	25
Maßnahme 15: Anreize für die cross-sektorale Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft verstärken.....	26
Maßnahme 16: Kreativwirtschaftsbasierte Innovation im öffentlichen Sektor einsetzen	27

Maßnahme 17: Mittels Matchmaking neue Innovationspartnerschaften initiieren.	27
Maßnahme 18: Innovationsräume für Kreative zugänglich machen	30
Maßnahme 19: Wissen über Innovationsmethoden verbreitern	30
Maßnahme 20: Innovationsförderung im Bereich der Kreativwirtschaft fortsetzen und ausbauen	32
Maßnahme 21: Zugänglichkeit von allgemeinen Instrumenten der Innovationsfinanzierung verbessern	36
Maßnahme 22: Steuerliche Investitionsanreize verstärken	38
4. Tabellarische Übersicht mit Ampelbewertung	40
5. Umsetzungsstand der Empfehlungen des Beirats 2019.....	46
6. Positionspapier des Beirats 2020 und aktueller Umsetzungsstand	59
7. Erarbeitung einer neuen Kommunikationslinie für die Kreativwirtschaft	65
8. Ausblick.....	67

Vorwort

Die Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich wurde im Frühjahr 2016, vor mittlerweile mehr als 5 Jahren, erstellt. Der vorliegende Dritte Fortschrittsbericht zeigt den aktuellen Stand der Strategieumsetzung an dieser Wegmarke. Im Monitoring-Teil (siehe Kapitel 3) sind sämtliche Aktivitäten und Initiativen angeführt, die zur Realisierung der einzelnen Strategie-Maßnahmen seit 2016 beigetragen haben. Er zeigt insbesondere in den Bereichen Transformation und Innovation Erfolge auf. So fanden 2021 zweitägige Transformationsworkshops für insgesamt 12 Branchen statt, in denen UnternehmerInnen gemeinsam mit Kreativschaffenden innovative Lösungen für das eigene Unternehmen erarbeiteten. Weitere Beispiele sind die zahlreichen Initiativen auf regionaler Ebene, die die Leistungen der Kreativwirtschaft bottom-up unmittelbar sichtbar machen, weiters der neue KI-Marktplatz, der das Matchmaking zwischen KI-AnbieterInnen und potenziellen KundInnen unterstützt, sowie die intensivierte Informationsarbeit an Schulen, wo mit den erfolgreich gestarteten Entrepreneurship-Wochen die Begeisterung für das Unternehmertum in jungen Jahren geweckt wird.

Trotz dieser Erfolgsbeispiele ist die Gesamtsituation für österreichische Kreativwirtschaftsunternehmen im zweiten Jahr der Pandemie nach wie vor angespannt. Nun muss am Neustart des Bereichs und seiner Teilhabe am wirtschaftlichen Aufschwung gearbeitet werden. Dazu wurde 2021 ein wichtiges Grundsatzprojekt für die Kreativwirtschaft gestartet: die Erarbeitung einer neuen Kommunikationslinie für den Sektor (siehe Kapitel 7). Es soll die Kompetenz- und Leistungsfelder der Kreativwirtschaft allgemeinverständlich erklären und stärker in das Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit, politischen EntscheidungsträgerInnen und UnternehmerInnen rücken. Nur wenn die Innovationskraft und Lösungskompetenz der Kreativwirtschaft erkannt wird, wird sie als relevante Wirtschaftspartnerin wahrgenommen und kann ihren unverzichtbaren Beitrag am Weg aus der Corona-Krise leisten. Wir gehen davon aus, dass das Projekt zur Aufwertung und Neupositionierung der Kreativwirtschaft und zu ihrem positiven Bedeutungswandel in Wirtschaft und Gesellschaft beitragen wird.

Christopher Lindinger

Vorsitzender des Kreativwirtschaftsbeirats Stv.

Karin Haager

Vorsitzende des Kreativwirtschaftsbeirats

1. 5 Jahre Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich

Im Jahr 2016 wurde die erste Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich in einem mehrmonatigen Co-Creation-Prozess unter Federführung des Wirtschaftsministeriums (jetzt Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, BMDW) in Kooperation mit der Kreativwirtschaft Austria (KAT), der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) erstellt. Fünf Jahre später und unter dem Eindruck der Corona-Krise ist die Strategie nach wie vor das wichtigste Grundsatzdokument für die zielgerichtete Weiterentwicklung der Kreativwirtschaft in Österreich. Sie ist die fachliche Arbeitsgrundlage zum Kreativwirtschaftsbereich und adressiert dabei primär Politik und Verwaltung. Darüber hinaus bildet sie einen gemeinschaftlichen Handlungsrahmen für alle AkteurInnen der Kreativwirtschaft.

Die Strategie verfolgt drei Hauptziele, nämlich die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Kreativwirtschaft, die Ausschöpfung der transformativen Wirkung der Kreativwirtschaft auf andere Wirtschaftszweige, die öffentliche Verwaltung und die Gesellschaft sowie die Stärkung des Innovationssystems durch kreativwirtschaftsbasierte Innovation. Den Zielen sind insgesamt 8 Handlungsfelder, 22 Maßnahmen und 43 Umsetzungsinitiativen zugeordnet. Diese haben seit der Strategieerstellung ihre Aktualität behalten und sind weiterhin mit Nachdruck zu verfolgen.

Die Corona-Pandemie hat den kontinuierlichen, planmäßigen Umsetzungsprozess der Strategie teilweise unterbrochen und verändert. 2020 und 2021 mussten manche geplanten Aktivitäten abgesagt bzw. verschoben werden, einige Initiativen wurden kurzfristig adaptiert bzw. wurden neue Formate ins Leben gerufen, um die von der Corona-Wirtschaftskrise besonders stark betroffene Kreativwirtschaft bestmöglich zu unterstützen. Diesem Umstand wurde auch beim diesjährigen Monitoring der kreativwirtschaftlichen Umsetzungsaktivitäten Rechnung getragen, d.h. es wurden die planmäßig umgesetzten, die an die spezielle Situation angepasst sowie die kurzfristig neu entwickelten strategie-bezogenen Umsetzungsaktivitäten erfasst.

Die jährlichen Fortschrittsberichte zur Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie sind als Fortschreibungen des jeweiligen Vorjahresberichts zu verstehen. So ist dieser Dritte Fortschrittsbericht eine Erweiterung des Zweiten Fortschrittsbericht und um die Aktivitäten des Jahres 2021 ergänzt. Er zieht neuerlich Bilanz, listet das seit der Strategieerstellung 2016 Erreichte auf und gibt Einblick in die Umsetzungserfolge auf

Bundesebene der letzten fünf Jahre. Außerdem enthält er den aktuellen Umsetzungsstand zu den 2019 vom Beirat ausgearbeiteten und vorgeschlagenen zusätzlichen Empfehlungen zur Strategie (siehe Kapitel 5), zum Positionspapier des Kreativwirtschaftsbeirats 2020 „Strategien und Maßnahmen für die Kreativwirtschaft in und nach der Corona-Krise“ (siehe Kapitel 6) sowie zum heuer neu gestarteten Projekt „Kommunikationslinie NEU für die Kreativwirtschaft“ (siehe Kapitel 7).

Lang- und Kurzfassung der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich:

www.bmdw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Die-Kreativwirtschaftsstrategie-für-Oesterreich.html

Der „Erste Fortschrittsbericht mit Empfehlungen zur Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie“ 2019:

<https://www.bmdw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Kreativwirtschaftsbeirat.html>

Der „Zweite Fortschrittsbericht zur Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich mit COVID-19-Maßnahmen“ 2020:

<https://www.bmdw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Kreativwirtschaftsbeirat.html>

2. Ziele und Aufgaben des Kreativwirtschaftsbeirats

Der Kreativwirtschaftsbeirat ist ein ExpertInnengremium, welches das Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) bei der Steuerung und Überprüfung der Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie unterstützt. Mindestens einmal pro Jahr tritt der Kreativwirtschaftsbeirat zusammen. 2020 und 2021 wurden die Sitzungen des Kreativwirtschaftsbeirats corona-bedingt als virtuelle Videokonferenzen abgehalten.

Der Kreativwirtschaftsbeirat führt jährlich ein Monitoring zum aktuellen Umsetzungsstand der Strategie durch und ergänzt dieses mit eigenen Anmerkungen betreffend Einschätzung der Wichtigkeit, notwendige zu schaffende Rahmenbedingungen oder Ideen für Begleitinitiativen. Weiters arbeitet er neue Empfehlungen und Maßnahmen aus, die bei aktuellen, von ihm wahrgenommenen Problemlagen bzw. Schwachpunkten ansetzen und ein Lösungshandeln vorschlagen. Aus diesem Selbstverständnis heraus hat der Kreativwirtschaftsbeirat 2020 in einem Positionspapier konkrete COVID-19-Maßnahmen für die Kreativwirtschaft gefordert und 2021 das Grundsatzprojekt zur Entwicklung einer neuen Kommunikationslinie, die eine Aufwertung der Kreativwirtschaft in der Gesamtwirtschaft und in der allgemeinen Öffentlichkeit bewirken soll, maßgeblich unterstützt.

Der Kreativwirtschaftsbeirat besteht aktuell aus folgenden Mitgliedern:

DI Christopher Lindinger, MAS / *Johannes Kepler Universität Linz (Vorsitzender)*

Mag. (FH) Karin Haager / *Flimmit GmbH & CO KG (Stellvertreterin des Vorsitzenden)*

Dipl.-Volkswirt Bernd Fesel / *European Creative Business Network*

Theresia Kohlmayr / *URBANAUTS Hospitality GmbH*

Dipl.-Designer Michael Lanzl / *designaffairs GmbH*

DI (FH) Dr. Barbara Lippe / *entreZ VR Entertainment*

Hannah Lux, MPP / *Vollpension Generationencafé GmbH*

Mag. Eberhard Schrempf / *Creative Industries Styria GmbH*

Informationen zum Kreativwirtschaftsbeirat und Berichte zu seinen Tätigkeiten werden auf der Website www.bmdw.gv.at/Themen/Wirtschaftsstandort-Oesterreich/Kreativwirtschaft/Kreativwirtschaftsbeirat.html veröffentlicht.

3. Fortschritte bei der Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie

Die nachfolgende Beschreibung des Umsetzungsstands der Kreativwirtschaftsstrategie entspricht einer Fortschreibung des vorjährigen Fortschrittsberichts, in welchem die Umsetzungsaktivitäten, die im Laufe des Jahres 2021 gesetzt wurden, ergänzt sind. Sie listet somit gesamthaft alle Aktivitäten auf, die seit der Strategieerstellung im Jahr 2016 einen Beitrag zur Umsetzung der einzelnen Strategie-Maßnahmen geleistet haben.

Maßnahme 1: Netzwerke für Peer-Learning ausbauen

Umsetzungsinitiative „Kompetenzprogramm & Kreativwirtschaftsnetzwerk C hoch 3 (Creative Community Coaching) weiter ausbauen“

Das *Kreativwirtschaftscoaching C hoch 3* wird von der KAT seit 2008 als Maßnahme mit regionalen Partnerorganisationen sukzessive ausgebaut. Inzwischen wird C hoch 3 als Coaching- und Netzwerkmaßnahme für alle Bundesländer (Wien und Burgenland wurden zusammengefasst) angeboten. 2019 haben 160 Kreativschaffende daran teilgenommen. Im Herbst 2020 fand die Bewerbungsphase für den nächsten C hoch 3 Durchgang statt, der im ersten Halbjahr 2021 mit über 150 Kreativschaffenden – großteils im digitalen Format – umgesetzt wurde. Bis zu 20 Creatives pro Bundesland konnten ihre Geschäftsmodelle überdenken, neue Angebote entwickeln, ihre Netzwerke erweitern und nicht zuletzt sich gegenseitig stärken, um gut durch die Krise zu kommen und die unternehmerische Tätigkeit fortzusetzen. Den AbsolventInnen des C hoch 3 Programms werden Netzwerkaktivitäten angeboten, die laufend weiterentwickelt werden (z.B. jährliche Treffen, grenzüberschreitender Austausch mit bayrischen Kreativunternehmen, digitaler Peer-to-Peer-Austausch, österreichweite C hoch 3 Facebook-Gruppe). So fand beispielsweise im März 2021 ein C hoch 3 Netzwerk Informationsevent zum Thema Value Pricing statt, in dem Informationen vermittelt wurden, wie Kreativschaffende ihre Leistung auf Basis des Kundennutzens anstelle von klassischer Stundensatzkalkulation bepreisen können.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Neben dem Aufbau von Netzwerken für Peer Learning ist die interdisziplinäre Vernetzung der Kreativschaffenden über die eigenen Grenzen hinaus ebenso wichtig, um ein Ökosystem entlang der gesamten Wertschöpfungskette aufzubauen:

Kreativschaffende - Kunden (Firmen) - Financiers (Investor/Publisher/Producer/Mäzen/Brand) -
Technologieanbieter - Bildung/Forschung - Presse/Events

Maßnahme 2: Aus- und Weiterbildung für Kreativschaffende intensivieren

Umsetzungsinitiative „Maßgeschneiderte Weiterbildung und Awareness für neue Themen schaffen“

Die *Kreativwirtschaftsgespräche* der KAT sind eine Veranstaltungsreihe zu Wirtschaftsthemen von hoher Relevanz für Kreativschaffende sowie zu Innovationsthemen. Bis 2019 fanden sie 2x jährlich statt und konnten auch online mitverfolgt werden.

Die *Kreativwirtschaftswebinare* der KAT wurden im Jahr 2018 als neue Serie gestartet, in denen internationale Kreativwirtschaftsunternehmen ihre innovativen Geschäftsmodelle vorstellen. Diese sollen als Lernbeispiele motivieren und zum Übertragen und Adaptieren durch heimische Kreativschaffende anregen. Deshalb werden sie auch aufgezeichnet und sind als Videos dauerhaft verfügbar. Bis Ende 2019 nahmen knapp 2.000 Kreativschaffende an den Webinaren teil. Im Corona-Jahr 2020 wurde das Webinar-Format unter anderem dafür genutzt, Unternehmen über Refresh-Möglichkeiten mittels Kreativleistungen und über die Nutzung der Investitionsprämie zu informieren. 2021 wurde die Reihe fortgesetzt, und zwar mit dem Webinar „Artificial Intelligence, Big Data und High Performance Computing – nur was für die Großen?“ Mitte September und dem Webinar „Ecodesign: For a better future of design“ Ende September 2021.

Die Außenwirtschaft Austria der WKÖ und Austrian Music Export nutzten die coronabedingte Festivalpause, um exportorientierten Musikunternehmen, Labels und Verlagen, Agenturen und Managements ein virtuelles Programm zu bieten und das Projekt *Around the World* zu starten. In einer Reihe von *Webinaren* wurden ausgewählte Musikmärkte in Südamerika, Afrika und Asien beleuchtet, globale

Trends mit ausgewählten Fachleuten diskutiert und das Networking mit internationalen KollegInnen gefördert. Im Frühjahr 2021 standen mit Brasilien, Mexiko, Südafrika, Indien und Südkorea vor allem digitale Wachstumsmärkte im Fokus. Weitere Webinare sind geplant.

Mit dem 2019 geschaffenen Programm *Kreativwirtschaftscoworking* vermittelt die KAT in Zusammenarbeit mit der Außenwirtschaft Austria (WKÖ) Plätze in Coworking Spaces in kreativen Metropolen wie New York, Tel Aviv oder Kopenhagen. Know-how und Support werden von den Innovationsagenturen vor Ort geleistet. Das Programm zielt auf die Förderung der Internationalisierung österreichischer Kreativunternehmen ab und soll ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Die Erstaufgabe des Kreativwirtschaftscoworking startete im Jänner 2020 mit 30 zur Verfügung gestellten Plätzen, jedoch mussten Kreativschaffende ihre Auslandsaufenthalte aufgrund von COVID-19 verfrüht abbrechen. Im Herbst 2021 wurde diese Maßnahme wieder aufgenommen und eine Bewerbungsphase ab Mitte Oktober gestartet, wobei sich Interessenten im Zeitraum von Februar bis September 2022 in sechs Städten einbuchten können.

2020 schuf die KAT ein neues *digitales, kostenloses Impulscoaching* als kurzfristiges Unterstützungsangebot für Kreativschaffende zu Beginn der COVID-19-Krise. Gemäß den Eckpfeilern „5 Tage, 5 Schwerpunkte, 5 Coaches“ arbeiteten 20 Kreative im interaktiven, digitalen Raum in kleinen Teams und in der Gesamtgruppe an Lösungen und Ideen betreffend die eigene Positionierung und die eigenen Angebote. Im Jahr 2020 wurden drei Durchgänge dieses Impulscoachings umgesetzt.

Die *aws impulse Lectures* (aws „impulse“ Programm wurde 2020 in „Creative Impact“ umbenannt) sind eine seit vielen Jahren etablierte Weiterbildungsreihe mit ca. 10-15 Workshops und Vorträgen pro Jahr. Ziel ist es, mit etablierten Partnerorganisationen einen Wissenstransfer mit Fokus auf unternehmerische Professionalisierung für (potenzielle) Start-Ups, Spin-Offs und Intrapreneure, zugeschnitten auf die Zielgruppe der Kreativwirtschaft, umzusetzen. ExpertInnen geben Einblicke in aktuelle unternehmensrelevante Themen und in neueste Methoden und Trends. Im Jahr 2019 fanden unter den Titeln „Gamification und Design“ und „How to apply game engines in creative and classic industries“ Workshops und Lectures in 4 Bundesländern statt. 2020 wurden die aws Lectures mit den Schwerpunkten Entrepreneurship, Gaming, Pitch Training, ExpertInnentalks (Peer-to-Peer Learning) erfolgreich weitergeführt und 19 Veranstaltungen organisiert. 2021 gab es 20 Workshops und Lectures mit 750 TeilnehmerInnen zu den Schwerpunkthemen Gaming, Femtrepreneurship und ExpertInnentalks.

Neben den Workshops und Lectures hat die aws mit Kooperationspartnern zwei neue Ausbildungsformate geschaffen, den *Creative Media Entrepreneur* und den *Creative Design Entrepreneur*. In diesen Formaten geht es um die Kompetenzvermittlung von

kreativer Arbeit in Verbindung mit wirtschaftlicher Kompetenz (siehe auch Maßnahme 19).

Am 10. und 11. März 2021 fand eine virtuelle Wirtschaftsmission *Prototyping the Future* der Außenwirtschaft Austria (WKÖ) nach New York für die Kreativbranche statt, um Erfahrungsaustausch, gegenseitige Inspiration und strategische Partnerschaften mit lokalen Playern zu ermöglichen.

Maßnahme 3: Spezial-Ratgeber für Kreativschaffende anbieten

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaftshandbücher laufend aktualisieren und ergänzen“

Die 5 Kreativwirtschaftshandbücher der KAT zu den Schwerpunktthemen Unternehmertum, Geistiges Eigentum, Finanzierung & Förderungen, Kunden & Aufträge und Kooperationen & Gesellschaftsformen werden regelmäßig überarbeitet, um sie am aktuellen Stand, z.B. bezüglich steuerlich-rechtlicher Rahmenbedingungen, zu halten. Die „Marke der Kreativen“ wurde wiederholt einer inhaltlichen Aktualisierung unterzogen und im Jänner 2020 in neuer, digitaler Fassung veröffentlicht. Auch das Kreativwirtschaftshandbuch „Das Handwerk der Kreativen“ wurde 2020 aktualisiert und ein Kapitel dem Thema Internationalisierung und Export gewidmet, um Kreativschaffenden mehr praktisches Know-how zu vermitteln, wie sie ihre Leistungen grenzüberschreitend anbieten können. Seit 2021 sind die Förderungsmöglichkeiten für Kreativschaffende nicht mehr nur im Handbuch „Das Kapital der Kreativen“ nachlesbar, sondern stehen auch in digitaler Form als Förderungsleitfaden auf einer Subseite der KAT-Website zur Verfügung. Dies hat den Vorteil, dass die Förderungsinformationen einfach und dynamisch am aktuellen Stand gehalten werden können und den Kreativschaffenden ein systematisches Routing zu den verschiedenen Förderungsarten geboten wird. Der digitale Förderungsleitfaden informiert auch über die neuen EU-Förderprogramme und Projektausschreibungen aus Horizon Europe und Creative Europe.

Maßnahme 4: Kreativunternehmen finanziell und bürokratisch entlasten

Umsetzungsinitiative „finanzielle Belastungen stoppen“

Mit 1.1.2020 wurde der Krankenversicherungsbeitrag für alle Selbständigen um 0,85 Prozent gesenkt, wodurch ein Großteil der Kreativwirtschaftsunternehmen entlastet

wird. Ebenso wurde mit 1.1.2020 die Kleinunternehmergrenze erhöht und eine Befreiung von Umsatzsteuer-Erklärungen bei einem Jahresumsatz bis 35.000 Euro vereinbart. Auch fallen Einkommenssteuererklärung, Wareneingangsbuch und Anlagenkartei bei einem Jahresumsatz bis 35.000 Euro weg.

2020 wurde im Ministerrat die leichtere Absetzbarkeit von Arbeitsplätzen im Wohnungsverband beschlossen. Dadurch können künftig vor allem junge Unternehmen und Ein-Personen-Unternehmen (EPU) bis maximal 1.200 Euro pro Jahr, also bis zu 100 Euro monatlich, für den Arbeitsplatz in der Wohnung als Betriebsausgabe geltend machen. Dies ist eine Erleichterung für viele Kreativwirtschaftsunternehmen, von denen zwei Drittel EPU sind und die häufig die eigenen Räumlichkeiten sowohl privat als auch für betriebliche Zwecke nutzen. Diese Entlastungsmaßnahme trat per 1.1.2021 in Kraft.

Die im Herbst 2019 eingeführte Digitalsteuer ist seit 1.1.2020 anzuwenden und belastet die Kreativwirtschaft. Onlinewerbeleistungen, welche gegen Entgelt im Inland erbracht werden, unterliegen seither einer 5%igen Digitalsteuer.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Kreatives Schaffen wird einer der wichtigsten Arbeitsbereiche der Zukunft sein, weil es niemals durch Computer/Maschinen ersetzt werden kann, und sollte steuerlich und bürokratisch entlastet werden.

Umsetzungsinitiative „Bagatellsteuern abschaffen“:

Mit 1.1.2018 wurde die Flugabgabe für Kurz-, Mittel- und Langstrecken um die Hälfte reduziert. Weitere die Kreativwirtschaft betreffenden Bagatellsteuern, wie z.B. die in der Kreativwirtschaftsstrategie angesprochene Rechtsgeschäftsgebühr oder Werbeabgabe, wurden nicht abgeschafft.

Umsetzungsinitiative „Grenze für sofort abschreibbare Wirtschaftsgüter anheben“:

Mit Anfang 2020 erfolgte eine Verdoppelung der Grenze für die Sofortabschreibung von geringfügigen Wirtschaftsgütern von 400 Euro auf 800 Euro. Laut Kreativwirtschaftsstrategie wäre eine Anhebung der Grenze auf 1.500 Euro wünschenswert, um den Impuls für Investitionen zu verstärken und eine zusätzliche Verwaltungsvereinfachung für Unternehmen zu bewirken.

Umsetzungsinitiative „Arbeitszeitregeln liberalisieren“:

Eine Änderung des Arbeitszeitgesetzes ist seit 1.9.2018 in Kraft. Es dürfen nun maximal

12 (statt 10) Stunden pro Tag und 60 (statt 50) Stunden pro Woche gearbeitet werden.

Im Zuge der COVID-19-Krise sind die Möglichkeiten zur Arbeit im Homeoffice erweitert worden, was auch zu einer flexibleren Arbeitsweise geführt hat. Im Frühjahr 2021 wurde im Nationalrat beschlossen, dass die Arbeitszeitregelungen auch im Homeoffice gelten.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Gerade in der Kreativindustrie kommt es immer wieder zu Auslastungsspitzen, besonders kurz vor Projektpräsentationen. Es wäre daher grundsätzlich begrüßenswert, wenn statt der maximalen täglichen Arbeitszeit eine maximale monatliche Arbeitszeit vorgegeben würde.

Maßnahme 5: Kooperationen erleichtern und entbürokratisieren

Umsetzungsinitiative: „Rechtliche Voraussetzungen für interdisziplinäre Gesellschaften schaffen“:

Dazu sind keine Planungen bekannt.

Umsetzungsinitiative „Rechtssicherheit in Bezug auf den Selbständigenstatus schaffen“:

2017 wurden rechtliche Klarstellungen in der sozialversicherungsrechtlichen Abgrenzung zwischen selbständiger und unselbständiger Tätigkeit beschlossen. Diese umfassen (1) eine gemeinsame Vorabprüfung bei Neuanmeldungen von Neuen Selbständigen bzw. von Zweifelsfällen durch GKK und SVA, (2) eine stärkere Einbindung der SVA im Falle einer Umwandlung eines selbständigen Auftragnehmers in einen Dienstnehmer durch die GKK und (3) eine Verringerung der Beitragsnachzahlung bei der Umwandlung von Selbständigen in Dienstnehmer für den neuen Dienstgeber.

Umsetzungsinitiative „Modell für kurzfristige Beschäftigung im gewerblichen Bereich schaffen“:

Dazu sind keine Planungen bekannt.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

In der Kreativwirtschaft sind Projekte oft sehr kurzfristig und es wird zunehmend gepitcht. Das führt dazu, dass Flauten und Überlastungen sich ständig abwechseln und ein fast unlösbares Ressourcenproblem entsteht. Daher wird oft mit FreelancerInnen gearbeitet, die jedoch sozial nicht gleich gut abgesichert sind wie Angestellte. Hier wäre ein Modell, das es KreativwirtschaftsunternehmerInnen ermöglicht, MitarbeiterInnen kurzfristig und unbürokratisch ein- und auszustellen, sicherlich hilfreich bzw. auch die Wissensvermittlung an Selbständige über die Arten von Beschäftigungsverhältnissen.

Maßnahme 6: Flächendeckenden Breitbandausbau vorantreiben

Umsetzungsinitiative „Investitionsanreize für private Infrastrukturinvestitionen und technologie neutrale Fördermodelle schaffen“:

An der Breitbandinitiative der Bundesregierung wird weitergearbeitet. Wichtige Aktivitäten in diesem Zusammenhang sind z.B. die neue Breitbandstrategie 2030, die 5G-Strategie und das Förderungsprogramm Breitband Austria 2020. Die Novellen des Telekommunikationsgesetzes im Jahr 2018 setzten wesentliche Impulse, um den Netzausbau, vor allem in Hinblick auf die Ausrollung des 5G-Standards, zu erleichtern und den Zielen der 5G-Strategie der Regierung näher zu kommen. Ende 2020 wurden von der Bundesregierung 102 Mio. Euro Förderungen für den Breitbandausbau zu den Programmen Access, Backhaul, Leerrohr und Connect freigegeben. Mit diesem Förderungsvolumen soll der Ausbau der Breitbandinfrastruktur in mehr als 219 Gemeinden forciert werden. Im Herbst 2021 wurden weitere 10 Mio. Euro Förderungen für den Breitbandausbau, Programm Leerrohre, freigegeben. Das Leerrohr-Programm richtete sich vorrangig an Gemeinden, die Grabungsarbeiten durchführen oder vorhaben. Die Ausschreibung endete am 20. Oktober 2021.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Die Tendenz zu rapide steigenden Dateigrößen und zum Arbeiten in virtuellen Teams mit über die ganze Welt verteilten KollegInnen und PartnerInnen macht eine breitbandige Internet-Verbindung für Kreativwirtschaftsunternehmen zu einem immer wichtiger werdenden Erfolgsfaktor.

Maßnahme 7: Duale Ausbildung in der Kreativwirtschaft attraktiver machen

Umsetzungsinitiative „Sharing von Lehrlingen vorantreiben“:

Im Rahmen der „Startup-Initiative“ wurde 2019 ein neues Ausbildungsformat für MitarbeiterInnen in Startups geschaffen, die sogenannte *Startup-Lehre*. Startups können über Ausbildungsverbünde mit Startup-Hubs gemeinsam Lehrlinge aufnehmen und ausbilden. Die Ausbildungsverbünde ermöglichen die Zusammenarbeit mehrerer Startups bei der Aufnahme von neuen Lehrlingen, wobei sich die Startups die Kosten der Lehrstelle teilen.

Umsetzungsinitiative „Neue Lehrberufe schaffen“:

Seitens des BMDW werden in einem seit mehreren Jahren laufenden Prozess alle rund 200 Lehrberufe gescreent und grundlegend modernisiert, Inhalte aktualisiert, insbesondere um Digitalisierungsaspekte weiterentwickelt, oder komplett neugestaltet. Seit 2018 wurden u.a. die neuen Lehrberufe Medienfachmann/-frau mit den Schwerpunkten „Webdevelopment und audio-visuelle Medien“, „Grafik, Print, Publishing und audiovisuelle Medien“, „Online-Marketing“, „Agenturdienstleistungen“, „Coding“, „E-Commerce-Kaufmann/-frau“ geschaffen. Am 1. Juli 2020 sowie am 1. Mai und 1. August 2021 traten neue Lehrberufspakete in Kraft. Letztere beinhalten u.a. den neuen Lehrberuf „Veranstaltungstechnik“, wobei wesentliche Elemente der modernen Veranstaltungstechnik, wie etwa zeitgemäße Video- und Projektionstechnik, in die Ausbildung integriert wurden. Außerdem wurden weitere Berufsbilder modernisiert bzw. einige Ausbildungsversuche in die Regelausbildung übergeleitet.

Maßnahme 8: Talente für und in der Kreativwirtschaft identifizieren

Umsetzungsinitiative „Scouting-Initiative, die frühzeitig Ideen und Talente identifiziert und fördert“:

Seit 35 Jahren wird der österreichweite Wettbewerb *Jugend Innovativ* von der aws durchgeführt, um innovative Ideen und Projekte von österreichischen SchülerInnen auszuzeichnen. Der Wettbewerb ermöglicht jungen Menschen, ihre eigenen Ideen weiterzuentwickeln, zu verwirklichen und der Öffentlichkeit zu präsentieren (Detailinformationen siehe in Maßnahme 14).

SchülerInnen- und StudentInnen-Teams können sich beim Programm *aws First Inkubator* bewerben. Dieses zielt auf die Steigerung des „Entrepreneurial Spirits“ bei jungen Menschen im Alter von 18 bis 30 Jahren (siehe auch Maßnahme 1). Aus ca. 50% der geförderten Teams wird vom gesamten oder einem Teil des Teams später mit der geförderten oder einer anderen Idee ein Unternehmen gegründet.

Das Programm *aws Creative Impact* (frühere Bezeichnung: *aws impulse XS und XL*) richtet sich an natürliche Personen oder Unternehmen in Gründung und ermöglicht es diesen, eine Förderung für die Machbarkeit einer hochinnovativen Idee, für die Entwicklung des ersten Prototypen sowie für die Umsetzung der Idee bis zur Marktreife zu erhalten. Dieses Programm unterstützt InnovatorInnen, deren Entwicklungen ein hohes transformatives Potential aufweisen, ihre Ideen tatsächlich realisieren zu können. So wird ein erster positiver Impuls für GründerInnen gesetzt und das finanzielle Risiko des Prototypings erheblich reduziert. Zur Bewerbung des *aws Creative Impact* Programms und zur Minimierung der Schwellenangst bei der Einreichung einer Förderung werden *infohours* durchgeführt. Bis 2020 handelte es sich dabei um Informationsveranstaltungen zum Förderungsangebot mit zusätzlichen one-to-one Beratungsgesprächen vor Ort, seit der Corona-Krise werden die *infohours* vorwiegend als Online-Veranstaltungen durchgeführt. Mit den Online-Veranstaltungen wurde ein noch stärkerer Austausch über die Bundesländergrenzen hinweg forciert und ein gutes, vielfältiges, digitales Beratungsangebot geschaffen.

Maßnahme 9: Gründungen vereinfachen

Umsetzungsinitiative „Unternehmensgründungen vereinfachen“:

Das Elektronische Notariatsform-Gründungsgesetz ermöglicht die Digitalgründung einer GmbH und ist seit 1.1.2019 in Kraft. Auch bei Genossenschaftsgründungen wurden mit dem seit 1.1.2019 neuen Genossenschaftsspaltungsgesetz Vereinfachungen eingeführt, die flexiblere Umgründungen erlauben.

Über das Unternehmensserviceportal ist eine elektronische One-Stop-Shop Gründung von Unternehmen (eGründung) möglich. Es stellt Formulare digital zur Verfügung und ermöglicht so eine einfache und schnelle Verfahrensabwicklung. Sämtliche Wege von der Meldung an Sozialversicherung und Finanzamt bis zur Gewerbeanmeldung können an einer Stelle online erledigt werden. Derzeit besteht dieses Angebot für Einzelunternehmen und Einpersonen-GmbHs.

Beratung, Hilfe und Förderungsmöglichkeiten für den Schritt in die Selbständigkeit bieten die Gründerservices der Wirtschaftskammerorganisation.

Von 3.-19.12.2020 fand die *Creative Business Academy Europe* statt, ein Online-Kurs zur Unternehmensentwicklung und Internationalisierung für neu gegründete Unternehmen der Kreativwirtschaft in Europa. Die AusbilderInnen waren ExpertInnen aus dem globalen Creative Business Network.

Umsetzungsinitiative „Zugang zu Förderungen und Kapital verbessern“:

Die bestehenden *Garantieprogramme der aws* werden laufend angepasst und bedarfsorientiert vereinfacht. Seit 1.7.2019 gelten erweiterte Garantiemöglichkeiten für größere Projekte von KMU und großen Unternehmen (aws-Garantierichtlinie 2019). Dieses Finanzierungsangebot bietet Garantien für Kredite/Leasingfinanzierungen. Seit 1.1.2020 ist die neue Richtlinie für aws Garantien gemäß KMU-Förderungsgesetz in Kraft (siehe auch Maßnahme 21). Die Inhalte und Voraussetzungen für Garantieübernahmen haben sich gegenüber der zuletzt geltenden Richtlinie nicht geändert, jedoch kam der neue Schwerpunkt Überbrückungsfinanzierungen im Zusammenhang mit der Corona-Krise hinzu. Weiters bietet die aws Risikokapitalinstrumente (u.a. aws Business Angel Fonds, aws i2 Business Angels, aws Eigenkapital hebeln) an, die auch der Kreativwirtschaft zur Verfügung stehen. Diese Angebote können mit Beratungen rund um die gewerbliche Anmeldung von geistigen Schutzrechten kombiniert werden.

Im Jahr 2019 wurden bei den laufenden Programmen *aws impulse XS* und *aws impulse XL (heute: aws Creative Impact)* Optimierungspotentiale umgesetzt. Eine wesentliche Verbesserung war 2019 die Einführung einer ganzjährigen Einreichmöglichkeit bei *aws impulse XS*, verbunden mit einer Verkürzung der Rückmeldezeit über Zu- bzw. Absage der Förderung von max. 8 Wochen. Neben österreichweiten Informationsveranstaltungen, Einzelberatungen und FAQs wurden auch in der Beratung weitere Schritte in Richtung einer noch gezielteren digitalen Betreuung der Zielgruppe gesetzt. So wurde beispielsweise das *digitale Format der infohour 2019* sehr erfolgreich angenommen, welches nationalen und internationalen Interessierten Informationen vermittelt und via Chat direkt Fragen beantwortet. Die *digitale infohour* wurde 2020 und 2021 weitergeführt und in diesen Jahren ebenfalls sehr erfolgreich angenommen.

2020 wurden die beiden aws-Programme *impulse XS* und *impulse XL* in *aws Creative Impact* umbenannt und gebündelt. Einreichungen waren unter den Konditionen „Prototyp erstellen“ (ehemals XS) oder „Marktreife erreichen“ (ehemals XL) möglich. Auch die 2019 erstmals vergebene Förderung *aws Creat(iv)e Solutions* wurde 2020 in das *aws Creative Impact* Programm unter der Kondition „Kooperationen eingehen“ integriert. Neben den etablierten Kreativwirtschaftsbereichen wie Design, Architektur, Gaming und Digitalisierung, Film- und Musikverwertung können erstmalig Innovationsprojekte eingereicht werden, deren Kreativleistung kontextual zu Social Impact steht, die also einen positiven, gesellschaftlichen Mehrwert erbringen und einen Beitrag zu den 17 Nachhaltigkeitszielen

der Vereinten Nationen (SDGs) leisten (siehe auch Maßnahme 20).

Mit dem *aws Covid-Start-up-Hilfsfonds*, der 2020 im Rahmen des COVID-19-Rettungsschirms der österreichischen Bundesregierung eingerichtet wurde, verdoppelte die aws das von InvestorInnen in ein innovatives Kleinst- und Kleinunternehmen eingebrachte private Eigenkapital. Damit wurden notwendige Finanzierungen von Startups gesichert, die aufgrund der COVID-19-Krise über keine ausreichende Liquidität verfügten. Aufgrund der großen Nachfrage waren die vorgesehenen Budgetmittel in Höhe von 50 Mio. Euro nach wenigen Monaten ausgeschöpft.

Das Programm *Impact Innovation* der FFG wird seit 2018 im Rahmen der Basisprogramme angeboten und Einreichungen sind seitdem laufend möglich. Das Programm ermutigt Unternehmen, unabhängig von Thema oder Branche ihre Probleme mit Innovationsmethoden und relevanten AkteurInnen wie KundInnen oder MitarbeiterInnen zu lösen und zu testen. Dabei fördert die FFG die Hälfte der anfallenden Kosten von max. 150.000 Euro. Im Rahmen dieses Programmes können einerseits eigene Innovationsprojekte Kreativschaffender und andererseits Dienstleistungen Kreativschaffender in Innovationsprojekten Dritter gefördert werden. Das Programm Impact Innovation basiert auf einem breiten Innovationsverständnis, welches den Zugang zu Innovationsförderungen für die Kreativwirtschaft verbessert.

Der *Innovationsscheck mit Selbstbehalt* der FFG hat zum Ziel, KMU und Startups in Österreich den Einstieg in eine kontinuierliche Forschungs- und Innovationstätigkeit zu ermöglichen, indem bestimmte förderbare Leistungen von Forschungseinrichtungen (außeruniversitären Forschungseinrichtungen, Fachhochschulen und Universitäten) bezahlt werden. Innovative Vorhaben im Sinne des Innovationsschecks mit Selbstbehalt sind Projekte, welche den State-of-the-Art erweitern und das Potenzial des Unternehmens in Hinblick auf neuartige Dienstleistungen oder Produktentwicklungen vorantreiben. Für 2021 stellten das BMDW und das Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) weitere 3 Mio. Euro Förderungsmittel zur Verfügung.

Die *Startup-Förderungen* der FFG stehen innovativen und technologieorientierten JungunternehmerInnen zur Verfügung, um technisch riskante und wirtschaftlich interessante Projekte umzusetzen. Gefördert wird die innovative Produkt- und Dienstleistungsentwicklung von der Idee bis zu einem seriennahen Prototyp.

Filmstandort Austria (FISA) ist das Förderungsprogramm des BMDW für Kinofilme und wird von der aws abgewickelt. Es werden österreichische Produktionen, österreichisch-ausländische Koproduktionen und Serviceproduktionen mit einem nicht-rückzahlbaren Zuschuss in Höhe von 20-30% der Herstellungskosten gefördert. Das Programm FISA richtet sich an etablierte und unabhängige Filmproduktionsunternehmen, die laufend Förderanträge einreichen können.

Die Filmabteilung des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMK) stellt in Kooperation mit ORF III im Rahmen des Programms *Pixel, Bytes + Film* Projektförderungen für neue audiovisuelle Formate im transmedialen und digital-innovativen Kontext zur Verfügung. Die KAT ist Kooperationspartnerin. 2021 wurden in der 11. Auflage des Programms von einer Fachjury elf Projekte ausgewählt, die sich inhaltlich und formal mit neuen Medien und digitalen Technologien der Bildproduktion wie Animation, KI, XR, 3D-Motion-Capturing u.v.m. auseinandersetzen. Je Projekt wurde ein Produktionsbudget in Höhe von bis zu 25.000 Euro zur Verfügung gestellt.

Umsetzungsinitiative „Neue digitale und internationale Geschäftsmodelle ermöglichen“:

Internationales Expertenwissen sowie Zugang zu internationalen Innovationsbeispielen und Netzwerken werden österreichischen UnternehmerInnen in Zukunftsreisen, Workshops, Veranstaltungen, Webinaren und Beratungsleistungen der Außenwirtschaft Austria der WKÖ (u.a. im Rahmen von *go-international*, siehe Maßnahme 10) zur Verfügung gestellt.

In den *Kreativwirtschaftswebinaren* der KAT (siehe Maßnahme 2) werden u.a. internationale innovative Geschäftsmodelle für die österreichische Kreativwirtschaft gescoutet und vorgestellt. Ziel ist es, Innovationen nach Österreich zu importieren.

Im Jahr 2020 stellte das BMDW 8 Mio. Euro für *KMU-Digitalisierungsmaßnahmen* mit den Schwerpunkten E-Commerce, Cyber-Security und Smart Factory zur Verfügung. Im Rahmen des Programms *KMU.E-Commerce*, das von der aws abgewickelt wird, wird die Umsetzung spezifischer Projekte im Bereich E-Commerce, die die digitalen Vertriebs- und Vermarktungsmaßnahmen von KMU verstärken und professionalisieren, gefördert. Die geförderten Maßnahmen reichen z.B. von der Einführung und dem Ausbau von Online-Shops, der Nutzung von Vertriebs- und Dienstleistungsplattformen, der Einrichtung von E-Commerce-Geschäftsprozessen bis hin zur Einrichtung bzw. Verwendung von am Markt verfügbaren E-Commerce Gütezeichen. Das Programm *KMU.E-Commerce* wurde 2021 fortgesetzt.

Seit 2020 fördert die FFG mit dem im Umfang von 4,3 Mio. Euro neu gestarteten Programm *Fast Track Digital* Vorhaben im Bereich Forschung, Technologie und Innovation, mit denen Digitalisierungslösungen in Unternehmen rasch umgesetzt werden können. Adressiert werden insbesondere KMU, die sich gezielt bei Qualität und Tempo ihrer Digitalisierungsvorhaben weiterentwickeln wollen. Mit Qualität ist gemeint, dass die Projekte einen Bezug zu ethischen und/oder nachhaltigen Aspekten der Digitalisierung aufweisen müssen. Die ersten Projekte starteten im Herbst 2021.

An der FH des BFI Wien wurde 2020 das neue *Bachelorstudium Interactive Media &*

Games Business geschaffen, das Kenntnisse rund um interaktive Medien (XR, VR, AR)/Games mit fundierten, umfassenden Betriebswirtschaftskenntnissen verknüpft. Die AbsolventInnen sollen den gesamten Prozess des Interactive Media & Game Development von der Idee über die Produktion bis zur Vermarktung aktiv mitgestalten können. Sie sollen in der Lage sein, das Produktionsmanagement bei der Auswahl geeigneter Geschäftsmodelle und bei deren strategischer Ausrichtung zu unterstützen. Zwei Lehrveranstaltungen des Studiengangs 2020/21 werden über das Programm *aws Creative Impact* finanziert, welches auch den Studierenden vorgestellt wird.

Um EPU und Kleinbetriebe bei ihrem Schritt in die Plattformwirtschaft zu begleiten, hat die WKÖ 2021 ein neues Tool entwickelt. Der *Plattform-Checker* unterstützt Betriebe dabei, die passende Plattform für sich ausfindig zu machen und gezielt zu nutzen. Das Online-Tool stellt dafür konkrete Fragen und liefert auf Basis der Antworten klare Handlungsempfehlungen und nützliche Hintergrundinfos zur Plattformökonomie. Über Förderungsmöglichkeiten wird ebenfalls informiert.

Das FFG-Programm *Digital Pro Bootcamps* startete Ende 2018 mit der ersten Ausschreibung und unterstützt Unternehmen und ihre MitarbeiterInnen beim systematischen Aufbau von IT-Fachkompetenz sowie fortgeschrittener Digitalisierungskompetenz. In mehrwöchigen Bootcamps werden MitarbeiterInnen aus den teilnehmenden Unternehmen zu Digital Professionals ausgebildet. Die zukünftigen IT-Profis sollen dann umfassend mit IT-Projekten in den Unternehmen betraut werden können und die Digitalisierungsagenden weiter vorantreiben. Die Qualifizierungsmaßnahmen werden von wissenschaftlichen Partnern auf den konkreten Bedarf der beteiligten Unternehmen zugeschnitten. Aus der zweiten Ausschreibung, die 2020 geöffnet war, wurden 2021 drei neue Projekte gefördert.

Das BMDW und die Nationalstiftung für Forschung, Technologie und Entwicklung unterstützen die Einrichtung nationaler *Digital Innovation Hubs* (DIH). Digital Innovation Hubs fördern mit ihrer Expertise und Infrastruktur österreichische KMU bei ihrer digitalen Transformation. Drei Digital Innovation Hubs haben 2019/2020 den Betrieb aufgenommen. Mit dem Digital Makers Hub wurde ein DIH mit einem nicht-technologischen Fokus zu den Themen Digital Culture, Co-Ideation und Co-Creation eingerichtet. 2021 kamen drei weitere Digital Innovation Hubs hinzu, mit denen eine österreichweite Abdeckung erreicht wurde, d.h. ein Großteil der heimischen KMU hat nun eine regionale Anbindung an einen der Digitalisierungs-Hubs.

Maßnahme 10: Die Kreativwirtschaft auf internationalen Märkten positionieren

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaft im Rahmen der „go-international“-Initiative gezielt berücksichtigen und positionieren“:

Die Internationalisierungsoffensive *go-international* ist eine gemeinsame Förderinitiative des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). Für die Fortsetzung der Internationalisierungsoffensive von 2019 bis 2021 wurden 25,6 Mio. Euro an Förderungsmitteln des Bundes zur Verfügung gestellt. Für die Verlängerung von *go-international* von April 2021 bis März 2023 (7. Ausgabe des Programms) wurden nochmals 25,6 Mio. Euro an Mitteln freigegeben. Die drei Schwerpunktthemen der neuen Förderungsperiode lauten (1) Wirtschaftsstandort Österreich, (2) Wachstumsmärkte und Zukunftsbranchen sowie (3) Digitalisierung, Innovation und Technologie. Im Rahmen von *go-international* gibt es einen eigenen Schwerpunktbereich Creative Industries. Maßgeschneidert für die Kreativwirtschaft und ihre Branchen (Design, Fashion, Kunst/Kultur, Möbel/Interior, Musik/Film/Entertainment) werden hier Zukunftsreisen und Wirtschaftsmissionen, B2B Meetings, Showcases, Branchenworkshops, Gemeinschaftsstände auf Messen (z.B. der Gamescom), Fashion Shows, eigene österreichische Designausstellungen auf internationalen Branchenmessen (z.B. der Möbelmesse in Mailand und der Dutch Design Week) sowie zahlreiche weitere Events organisiert. Auf diese Weise sollen Geschäftsmöglichkeiten erweitert und die internationale Positionierung der österreichischen Kreativwirtschaft erhöht werden. Im Februar 2022 planen die Außenwirtschaft-Creative Industries und das österreichische EXPO-Büro eine gemeinsame Reise zur Weltausstellung in Dubai mit einem besonderen Fokus auf Creative Industries.

Die Außenwirtschaft-Creative Industries bieten Direktförderungen für Kreativschaffende an, die sie bei ihren Internationalisierungsaktivitäten unterstützen:

Der *Internationalisierungsscheck* unterstützt Kreativunternehmen beim Aufbau von internationalen Geschäftsbeziehungen durch Kofinanzierung direkter Kosten für den nachhaltigen Eintritt in neue Zielländer. Der Fokus liegt auf der Nachhaltigkeit des Markteintritts, wofür ein ausgewogener Mix an Aktivitäten notwendig ist. Gefördert werden 50% der nachgewiesenen, förderbaren Nettokosten. Pro Antrag können gleichzeitig bis zu drei Länder beantragt werden, wobei der maximale Auszahlungsbetrag pro Antrag mit EUR 10.000 für Länder im Fernmarkt und mit EUR 5.000 für Europa begrenzt ist.

Der *Digital-Marketing-Scheck* entlastet Kreativunternehmen durch Kofinanzierung von Online-Marketing-Kosten, die direkt der Internationalisierung in einem Auslands-

markt dienen, und erhöht somit ihre Erfolgchancen. Die geplanten Aktivitäten stellen einen Anstoß für Online-Marketing-Aktivitäten im gewählten Zielland dar. Gefördert werden 50% der nachgewiesenen, förderbaren Nettokosten. Pro Antrag werden max. EUR 7.500 ausgezahlt. Ein Digital-Marketing Scheck kann nur einmal pro Zielland beantragt werden.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Im Bereich Internationalisierung sollte eine eigene (kleine) Kreativwirtschaftsstrategie unter Einbindung der Möglichkeiten von *go-international* entwickelt werden. Sie sollte auf die Dauer von 3-5 Jahren angelegt sein und auf Branchen, Themen und Zielmärkte fokussieren (z.B. Resilienz + Wertschöpfungsketten innerhalb der EU, New Green Deal, New European Bauhaus etc.).

Weitere Initiativen:

Der *Creative Business Cup (CBC)* ist ein internationaler Wettbewerb für Startups mit kreativen Lösungen aus allen Branchen und findet jährlich in Kopenhagen statt. Zum CBC werden nationale GewinnerInnen aus über 70 Ländern entsandt, für Österreich wird ein Projekt aus dem *aws Creative Impact-Programm* (früher: *aws impulse Programme*) zur Teilnahme nominiert. Die TeilnehmerInnen können Geld- und Sachpreise gewinnen, erhalten Zugang zu einem internationalen Netzwerk aus InvestorInnen & UnternehmerInnen und bekommen dadurch internationales Feedback zu ihren Projekten.

Das *Global Incubator Network Austria (GIN)* ist ein Förderungsprogramm des BMDW, das von FFG und *aws* gemeinsam umgesetzt wird. GIN richtet sich an österreichische Startups, die ihre Geschäftstätigkeit nach Asien ausweiten wollen, sowie an asiatische Startups, die Österreich als Startup Hotspot kennenlernen wollen, potenzielle PartnerInnen suchen oder von Österreich aus die Weiterentwicklung ihrer Geschäftstätigkeit im EU-Raum anstreben. Diese Initiative spricht insbesondere InvestorInnen, InkubatorInnen und AkzeleratorInnen aus Österreich sowie aus den GIN-Zielregionen Singapur, Hongkong, Israel, Japan, Festlandchina und Südkorea an. Auch für die Kreativwirtschaft bietet GIN eine gute Möglichkeit, sich international zu vernetzen. 2020 gab es die Calls *goShanghai&Beijing DIGITAL*, *goSeoul*, *goHongKong&Singapore DIGITAL* und *goTokyo*. Darüber hinaus wurden Podcasts für innovative Startups erstellt, die auf die asiatischen Märkte expandieren wollen und dafür nötige Länderkenntnisse, Experten-Know-how und Best-Practice-Fälle für den Markteintritt vermittelt bekommen. 2021 gab es die Calls *goAsia Individual*, *goChina DIGITAL*, *goSeoul* und *goTokyo* insbesondere für later-stage Startups, die ihr Geschäft auf die schnell wachsenden Märkte in Asien ausweiten wollen.

Das 2020 gestartete *Kreativwirtschaftscoworking* der KAT fördert die Internationalisierung der heimischen Kreativwirtschaft und stärkt damit deren Wettbewerbsfähigkeit. 2020 wurde es corona-bedingt unterbrochen, im Herbst 2021 erfolgte jedoch ein Re-Start mit neuer Bewerbungsphase (siehe Maßnahme 2).

Im Jänner 2021 startete die Europäische Kommission die Entwurfsphase des *Neuen Europäischen Bauhauses*. Dieses Projekt soll die Welt der Kunst und Kultur näher an die Welt der Wissenschaft und Technologie bringen, um die BürgerInnen mit dem Europäischen Green Deal vertraut zu machen. Ziel ist es, einen innovativen Rahmen zu schaffen, um den New Green Deal durch das Zusammenspiel von Nachhaltigkeit und Ästhetik zu unterstützen, zu erleichtern und zu beschleunigen. Dazu wurde ein Wettbewerb für 20 Preise ausgeschrieben, mit dem sowohl bereits bestehende Initiativen als auch neue Ideen und Konzepte von jungen Talenten ausgezeichnet werden sollen.

Das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport (BMKOE) koordiniert und organisiert bundeseigene *Ausstellungen und Projekte im In- und Ausland*, wie zum Beispiel die österreichischen Teilnahmen an der Biennale Venedig und anderen internationalen Veranstaltungen, zur Förderung der Bereiche Architektur und Design, Mode, Fotografie, Medienkunst und Bildende Kunst. Darüber hinaus werden Förderungen für Ausstellungen, Projekte und Präsentationen im In- und Ausland vergeben.

Maßnahme 11: Reputationsaufbau und Interessensvertretung in der EU vorantreiben

Umsetzungsinitiative „Maßnahmen zur Interessensvertretung in der EU fortführen und intensivieren“:

Es besteht eine langjährige und konsequente Kommunikationsarbeit Österreichs im Interesse der Kreativwirtschaft bei europäischen Institutionen. So ist es beispielsweise im EU-Forschungsrahmenprogramm Horizon Europe (2021-2027) gelungen, einen eigenen thematischen Cluster mit Förderungsmöglichkeiten für kreativwirtschaftsbasierte Innovation zu verankern. Damit gibt es nun erstmals ein spezifisches Forschungsbudget für die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der *Cluster 2 "Culture, Creativity and Inclusive Society"* konzentriert sich auf Herausforderungen im Zusammenhang mit demokratischer Regierungsführung, kulturellem Erbe und Kreativwirtschaft sowie auf soziale und wirtschaftliche Transformationen. Im Juli 2021 fand ein Infotag der EU-Kommission zu den neuen Möglichkeiten für „Culture, Creativity and Inclusive Society“ statt, um potenzielle BewerberInnen über die Themen des Clusters zu informieren.

Die Kreativwirtschaftsstrategie Österreichs zeigt die strategische Rolle der Kreativwirtschaft als Innovations- und Transformationstreiber für die gesamte Wirtschaft auf und gilt damit auf EU-Ebene als richtungsweisendes Best Practice-Beispiel. Das dadurch geweckte europaweite Interesse zeigt sich auch an den zahlreichen Besuchen ausländischer Delegationen in Österreich, die sich über Institutionen und Aktivitäten der Kreativwirtschaft informierten.

Österreich hat sich im letzten Jahrzehnt auf europäischer Ebene in diversen Gremien zum Thema Kreativwirtschaft engagiert, u.a. in der früheren European Creative Industries Alliance (ECIA) der Europäischen Kommission, in der European Design Innovation Initiative (EDII), in der Regional Creative Industries Alliance (RCIA, siehe dazu weiter unten) oder im European Creative Business Network (ECBN). Im Rahmen der Kooperation mit dem ECBN wurde der jährlich stattfindende European Creative Industries Summit (ECIS) als offizielle Veranstaltung der österreichischen EU-Ratspräsidentschaft im Oktober 2018 mit rund 150 TeilnehmerInnen in Wien ausgerichtet. Auch beim ECIS 2019 in Helsinki, beim virtuellen ECIS 2020 „Framing Europes Future“ unter der Schirmherrschaft der deutschen EU-Präsidentschaft in Berlin sowie beim hybrid veranstalteten ECIS 2021 in Ljubljana unter dem Motto "Future Unlocked" war Österreich u.a. durch die KAT vertreten. Der diesjährige Summit widmete sich den Potenzialen der Europäischen Kreativwirtschaft und behandelte das Thema, wie sie am besten zu grünem Wandel, sozialer Innovation, Wirtschaftswachstum und innovativer Verwaltung beitragen kann.

Ein Kooperationsabkommen (Memorandum of Cooperation) zur Vertiefung der Zusammenarbeit im Bereich der Kreativwirtschaft wurde 2019 zwischen Österreich und Israel unterzeichnet. Die KAT fungiert im Auftrag des BMDW als Contact Point für die Kooperation und steht im regelmäßigen Austausch mit den relevanten Stellen von israelischer Seite. Israel hat in der EU einen Sonderstatus (z.B. Berechtigung zur Mitarbeit bei vielen Projekten) und ist auf EU-Ebene gut vernetzt. Durch die Vermittlung Österreichs wurden israelische Institutionen mit dem European Creative Business Network vernetzt und sind diesem auch beigetreten. Einer der von der KAT vermittelten Coworking-Plätze befindet sich in Tel Aviv und auch Kreativwirtschaftswebinare wurden aus Israel für Kreativschaffende in Österreich organisiert. Schwerpunktsetzungen in/mit Israel erfolgen auch von der Außenwirtschaft Austria (WKÖ).

Die aws koordiniert als Lead Partner das Interreg Europe Projekt "*Regional Creative Industries Alliance*" (RCIA, 2017-2022), welches unter anderem die Vernetzung von Kreativschaffenden in neun europäischen Regionen (Österreich, Lettland, Dänemark, Spanien, Rumänien, Italien, Belgien, Polen und Griechenland) zum Ziel hat. Österreich konnte im Zuge des intensiven Austausches mit seinen zahlreichen kreativwirtschaftlichen Initiativen seine diesbezügliche Vorbildfunktion ausbauen. Einige österreichische Initiativen (wie z.B. Kreativwirtschaftsstrategie, Creative Impact Programm) wurden in die Regional Action Plans von anderen PartnerInnen

aufgenommen und sollen in ihren Ländern umgesetzt werden. Österreich konnte im Gegenzug u.a. im Bereich Filmförderung von Südtirol lernen und wird einige Initiativen testen und eventuell permanent übernehmen können.

Maßnahme 12: Leistungen der Kreativwirtschaft messen und klar fassbar machen

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaftsberichte fortsetzen“:

Unter Aufbereitung der aktuellen Datenlage werden im zweijährigen Rhythmus *Kreativwirtschaftsberichte* der KAT mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunktthemen herausgegeben. Nach dem Siebenten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht mit dem Schwerpunkt „Crossover-Effekte“ 2017 wurde 2019 der Achte Kreativwirtschaftsbericht zum Thema „Internationalisierung“ präsentiert. Mitte 2021 wurde der Neunte Kreativwirtschaftsbericht zum Schwerpunkt „Digitale Transformation 2030“ veröffentlicht. Er zeigt die Rolle der Kreativwirtschaft als Enablerin für die digitale Transformation auf, die eine wesentliche Rolle dabei spielt, das Potenzial von digitalen Technologien der Gesamtwirtschaft zugänglich zu machen.

Das *Kreativwirtschaftspolitische Datenblatt* der KAT gibt einen jährlichen Überblick über die relevantesten ökonomischen Indikatoren der Kreativwirtschaft und zeigt ihre Entwicklung sowie Bedeutung innerhalb der Gesamtwirtschaft auf. Die letzten Datenblätter wurden im Jänner 2020 und im Juni 2021 veröffentlicht. Letzteres ist im aktuellen Neunten Kreativwirtschaftsbericht integriert. Das nächste Datenblatt wird Anfang 2022 erscheinen.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Begleitend zu den Kreativwirtschaftsberichten und Kreativwirtschaftsgeschichten könnten Erfolgsgeschichten in diversen öffentlichen Medien verbreitet werden, um Vorbilder zur Nachahmung aufzuzeigen.

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaftsbarometer als wichtiges Messinstrument fortsetzen“:

Der *Kreativwirtschaftsbarometer* wird halbjährlich von der KAT in Kooperation mit der WKÖ veröffentlicht. Auf Basis einer Umfrage zur wirtschaftlichen Lage der Kreativwirtschaft gibt er Auskunft über die Erwartungen und die wirtschaftliche Selbsteinschätzung der Kreativwirtschaft in Österreich. Wirtschaftliche Entwicklungen können

damit verfolgt und Trends und Wendepunkte frühzeitig erkannt werden. Der für das Frühjahr 2020 geplante Kreativwirtschaftsbarometer wurde nicht veröffentlicht, da die zugrundeliegenden Daten vor der Corona-Krise erhoben wurden und daher nicht die aktuelle konjunkturelle Lage widerspiegeln. Jedoch wurde im November 2020 der nächste Kreativwirtschaftsbarometer veröffentlicht, in dem die Stimmung und Erwartungshaltung der Kreativwirtschaft in der COVID-19-Krise dokumentiert ist. Rund 24% der befragten KreativwirtschaftsunternehmerInnen gingen von einem halbierten Umsatz für das Jahr 2020 aus, 11% von einem Rückgang um drei Viertel ihrer Umsätze bis Ende 2020.

Umsetzungsinitiative „Volkswirtschaftlichen Beitrag quantifizieren“:

Das *Satellitenkonto* wurde bereits im Rahmen des Siebenten Kreativwirtschaftsberichts 2017 umgesetzt. Auf der Datenbasis des in diesem Bericht erstmalig errichteten Satellitenkontos für die Kreativwirtschaft können die gesamte kreativwirtschaftliche Wertschöpfungskette untersucht und die Auswirkungen auf Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung in der österreichischen Wirtschaft errechnet werden (in Übereinstimmung mit den Begriffen und Definitionen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung). Neben den direkten Effekten finden auch die indirekten und die induzierten Effekte Berücksichtigung.

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

Umsetzungsinitiative „Regionale und fachspezifische Initiativen sichtbar machen“:

Es bestehen laufende Zusammenarbeit, Austausch und Vernetzung zwischen der KAT und verschiedenen regionalen bzw. themenspezifischen Initiativen. Hier sind einige dieser Kooperationen exemplarisch aufgelistet:

- Regelmäßiger themenbezogener Austausch im Rahmen der Veranstaltungsreihe *Kreativwirtschaftsforum*; im Kontext der Digitalisierung wurde in den Jahren 2019 und 2020 jeweils ein Kreativwirtschaftsforum umgesetzt. 2021 wurden die Kreativwirtschaftsforen in einem digitalen Format fortgesetzt und intensiviert, in dem ca. alle 6 Wochen ein 90-minütiger Austausch zwischen regionalen Intermediären und KAT stattfindet.
- Kooperationen beim *Kreativwirtschaftscoaching C hoch 3* u.a. mit den Wirtschafts-

kammern der Bundesländer, dem RIZ Niederösterreich, dem Land Niederösterreich, dem WIFI Niederösterreich, der Creative Region Linz and Upper Austria, der ITG Salzburg, der Creative Industries Styria, der Stadt Graz und dem designforum Vorarlberg.

- Zusammenarbeit im Rahmen der *Kreativwirtschaftsbörsen*, etwa mit dem Verband für Druck und Medientechnik, dem internationalen und in Wien ausgetragenen Forward Festival für Kreativität, Design und Kommunikation oder der Austria Fashion Association während der Vienna Fashion Week.
- Vernetzung bei den *Crossover-Workshops* mit der Vienna Design Week, der OFFF Vienna und dem JW-Summit.

Sämtliche intermediäre Organisationen, die Kreativschaffende unterstützen, werden auf einer *Kreativwirtschaftslandkarte* (google map auf kreativwirtschaft.at) topografisch dargestellt und in einem Netzwerkverzeichnis in allen Kreativwirtschaftshandbüchern publiziert.

Auch die aws adressiert gezielt das Transformationspotential der Kreativwirtschaft bei regionalen und fachspezifischen Initiativen. Folgende Beispiele geben Einblick in diese Vernetzungs- und Awarenessarbeit:

- Unterstützung von Intermediären aus unterschiedlichsten Branchen bei der Durchführung von Veranstaltungen zum Know-how-Austausch, beispielsweise SUBOTRON in der „subotron pro games“ Reihe, um Lectures durchzuführen und internationale ExpertInnen nach Österreich zu holen. Aktivitäten dazu waren das „Out of the Box – Ars Electronica Festival 2019“ oder die SUBOTRON Livepitching-Wettbewerbe im November 2020.
- Kooperationen zur Unterstützung von jungen UnternehmerInnen bei wirtschaftlichen Aspekten (KundInnenakquise, Steuern, Umgang mit Risiko etc.), z.B. durch Veranstaltung eines Q&A im Rahmen des „OFF Festivals“
- Vorstellung von geförderten Projekten vor breitem Publikum, z.B. beim Forward Festival und bei der Vienna Design Week
- Durchführung von infohours zum Programm Creative Impact (früher: impulse XS und XL), im Jahr 2019 u.a. in Zusammenarbeit mit dem Design Monat Graz, dem Forward Festival und der Creative Region Vorarlberg; im Jahr 2020 erhielten die digitalen infohours eine besonders wichtige Bedeutung und ersetzten die corona-bedingt abgesagten LIVE infohours der aws. Auch 2021 wurden 4 digitale Infohours veranstaltet.

Die 2019 erstmals vergebene Förderungsmaßnahme *aws Creat(iv)e Solutions* (Arbeitstitel „Creative Catalyst“) wurde in das Programm *aws Creative Impact unter der Kondition „Kooperationen eingehen“* integriert und unterstützte kreativwirtschaftliche Projekte mit branchenübergreifender Wirkung (siehe Maßnahme 15). Sie adressierte speziell Projekte, die eine Integration kreativwirtschaftlichen Know-hows entlang der gesamten Wertschöpfungskette und über Branchengrenzen hinweg erforderten. Auf diese Weise zeigten die Förderungsprojekte, die aus diesem Programm hervorgingen, regionalwirtschaftliche Synergieeffekte. Aktuell sind keine weiteren Einreichungen möglich.

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

Umsetzungsinitiative „Bewusstsein über Kreativwirtschaft an Schulen erhöhen“:

Das Programm *Jugend innovativ* der aws (siehe Maßnahme 8) ist der größte Ideenwettbewerb für die Oberstufe und für 15-20-Jährige konzipiert. Der Wettbewerb wurde im Schuljahr 1987/88 gestartet und soll Jugendliche dazu inspirieren, ihre Ideen umzusetzen. Viele der eingereichten Projekte beschäftigen sich mit den Themen Kreativwirtschaft, innovative Geschäftsmodelle und neue Produkte/Dienstleistungen. Die jungen TeilnehmerInnen sind zugleich eine der zukünftigen Zielgruppen von aws First Inkubator und aws Creative Impact. Praxisbezogene Unterlagen wie die Kreativwirtschaftshandbücher oder die Projektbooklets werden zum Teil auch bereits von Schulen und Fachhochschulen genutzt. 2020 haben insgesamt 1.400 Schülerinnen, Schüler und Lehrlinge 420 Projekte in den vier Kategorien Engineering, Young Entrepreneurs, Design, Science plus der Sonderpreis-Kategorie Sustainability eingereicht. Damit hat die Zahl der Einreichungen erneut leicht zugelegt. 2021 gab es in der 34. Wettbewerbsrunde von Jugend Innovativ – trotz der corona-bedingten, erschwerten Bedingungen – 333 Projekteinreichungen. Aus 30 Finalprojekten wurden die erfolgreichsten 5 Siegerteams Mitte Juni 2021 im Rahmen der ersten virtuellen Award Show prämiert.

Mit den *Entrepreneurshipwochen*, einer gemeinsamen Initiative von BMDW und Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) mit der WKÖ, Austrian Startups und der Initiative for Teaching Entrepreneurship (IFTE) soll der Unternehmergeist von SchülerInnen und vor allem Spaß am Unternehmertum geweckt werden. Die SchülerInnen erhalten über drei Tage Einblick in den unternehmerischen Alltag, entwickeln selbst Ideen und Projekte und werden dabei von TrainerInnen aus

der Startup Community unterstützt. Im Herbst 2020 wurde die Initiative mit 90 SchülerInnen gestartet. 2021 erfolgte die österreichweite Ausrollung mit insgesamt 55 Entrepreneurshipwochen für rund 1.800 SchülerInnen.

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

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaftsscheck fortführen und ausbauen“:

Der Kreativwirtschaftsscheck der aws ist aus budgetären Gründen sowie nach Evaluierungen zur Treffsicherheit des Instruments eingestellt worden. Jedoch hat der Kreativwirtschaftsbeirat in seinem Positionspapier 2020 anlässlich der COVID-19-Krise vorgeschlagen, die Idee des Kreativwirtschaftsschecks aufzugreifen, weiterzuentwickeln und unter der Bezeichnung „Transformationsscheck“ als niederschwelliges Instrument für KMUs wieder anzubieten (siehe Kapitel 6).

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Mittelstand und traditionelle Firmen brauchen auch Anreize, um mit Kreativen zusammenzuarbeiten. Denn zum einen ist die unmittelbare Wirksamkeit einer Zusammenarbeit nicht immer quantifizierbar und zum anderen werden Kreativität und Innovation von diesen Betrieben oft als "Nice to Haves" und weniger als "Must Haves" angesehen.

Umsetzungsinitiative „aws impulse Creative Catalyst umsetzen“:

Die in der Kreativwirtschaftsstrategie als „Creative Catalyst“ bezeichnete Programmidee wurde unter dem Namen *aws Creat(iv)e Solutions* fertig ausgearbeitet. Die 2019 erstmals vergebene Förderung *aws Creat(iv)e Solutions* wurde 2020 in das *aws Creative Impact* Programm unter der Kondition „Kooperationen eingehen“ integriert. Das Programm ermöglichte es KMU aller Branchen, ein definiertes Problem unter Einbindung von mindestens einem weiteren Unternehmen bis zur Lösungsfindung zu bearbeiten. Damit stand die Förderung von interdisziplinären Innovationssystemen und Enabling-Strukturen zur Erarbeitung neuer Lösungsansätze im Zentrum. 2021 war keine weitere Einreichung geplant. Stattdessen bestand die explizite Möglichkeit, Kooperationsprojekte direkt in den beiden Förderungsschienen „Creative Impact Prototyp“ und „Creative Impact Marktreife“ einzureichen (je nach Entwicklungsstufe).

Maßnahme 16: Kreativwirtschaftsbasierte Innovation im öffentlichen Sektor einsetzen

Umsetzungsinitiative „Bekanntheit von Innovationsplattformen im Bereich der öffentlichen Beschaffung erhöhen“:

Es besteht laufender Kontakt mit der IÖB-Serviceestelle (IÖB = Innovationsfördernde Öffentliche Beschaffung) in der Bundesbeschaffung GmbH (BBG). Für die Kreativwirtschaft interessante News werden über den KAT Newsletter weiterkommuniziert. So etwa auch der IÖB Summer Call 2020 des BMDW und der IÖB-Serviceestelle, der sich an Unternehmen richtete, die mit ihren Produkten bzw. Dienstleistungen innovative Lösungen für öffentliche Institutionen bieten, um diese im Bereich Digitalisierung zukunftsfähig zu machen.

Umsetzungsinitiative „Beteiligung am neuen Vergabeverfahren „Innovationspartnerschaft“ sicherstellen“:

Für die Kreativwirtschaft interessante Calls werden über den Newsletter der KAT gestreut. Konkrete Beteiligungen von Kreativwirtschaftsunternehmen an Innovationspartnerschaften sind bis dato noch keine bekannt.

Maßnahme 17: Mittels Matchmaking neue Innovationspartnerschaften initiieren

Umsetzungsinitiative „Digitalen Marktplatz für neue Innovationspartnerschaften einrichten“:

Für Unternehmen bietet die KAT auf ihrer *Website* eine *Google Map* mit allen Kreativen, die am Programm C hoch 3 teilgenommen haben. Hier können Unternehmen potenzielle AuftragnehmerInnen finden, bei denen aufgrund ihrer Teilnahme an C hoch 3 betriebswirtschaftliche und Kooperationskompetenzen garantiert sind. 2021 startete die KAT Arbeiten zur Modernisierung der Landkarte und Optimierung ihrer Marktplatz-Funktion.

Seit November 2020 bietet die aws im Auftrag des BMDW den *aws KI-Marktplatz* an, eine Plattform, die rasch und einfach einen Überblick über die österreichischen KI-AnbieterInnen gibt und diese mit potenziellen KundInnen vernetzt. Dieses Matchmaking-Tool bietet Vorteile für beide Seiten. Die AnbieterInnen von KI erfahren eine erhöhte Sichtbarkeit und für die potenziellen KundInnen verringern sich die Eintrittshürden für die Nutzung von KI in ihrem jeweiligen Kontext.

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaft und traditionelle Wirtschaft in Kontakt bringen und cross-sektorale Professionalisierungsformate etablieren“:

Im Herbst 2019 wurden in einer Pilot-Phase drei interaktive *Crossover-Workshops* für die Kreativwirtschaft und potenzielle KundInnen durch die KAT organisiert. Hier lernten UnternehmerInnen von Kreativschaffenden, wie sie mit Hilfe der Kreativwirtschaft ihr Geschäft vorantreiben können und entwickelten ein Verständnis für kreative Arbeitsweisen. Gleichzeitig lernten Kreativschaffende die Geschäftsmodelle und Bedürfnisse ihrer KundInnen besser kennen und knüpften erste Kontakte zu potenziellen neuen KundInnen. 2020 wurden zwei weitere Crossover-Workshops umgesetzt: auf der Vienna Design Week wurden Social Entrepreneurs mit DesignerInnen und auf dem Forward Festival Vienna Digital Experts mit Handwerksunternehmen vernetzt.

Die *Kreativwirtschaftsbörsen* sind Kooperationsbörsen der KAT zu Kreativleistungen entlang von spezifischen Wertschöpfungsketten, um Kreativschaffenden Zugang zu branchenbezogenen ZulieferInnen zu vermitteln. Sie wurden bereits für Druckereien und GrafikdesignerInnen / Kommunikationsbranche sowie für Mode und ProduzentInnen von Kleinserien umgesetzt.

Die Publikation *„Mit Kreativen wirtschaften: Eine Anleitung für Kunden“* der KAT gibt Hilfestellung für Unternehmen, die Kreativschaffende beauftragen wollen. Mit praktischen Tipps und konkreten Anwendungsfällen führt der Leitfaden Unternehmen Schritt für Schritt durch die Phasen Vorbereitung, Auswahl, Erstgespräch, Briefing und Angebot bis hin zu Feedback und Abschluss in der Zusammenarbeit mit Kreativen. Der Leitfaden soll für Unternehmen Hemmnisse abbauen und als Vermittlungsformat zwischen Kreativen und ihren KundInnen dienen.

Auf Basis der Empfehlung des Kreativwirtschaftsbeirats in seinem Ersten Fortschrittsbericht 2019 hat die KAT das neue Format *„Transformation für Branchen“* ins Leben gerufen. 2021 wurden für insgesamt 12 Branchen jeweils zweitägige, digitale Transformations-Workshops umgesetzt. Dabei hatten jeweils 15 UnternehmerInnen die Gelegenheit, gemeinsam mit Kreativschaffenden Lösungen für das eigene Unternehmen zu erarbeiten und gleichzeitig Erkenntnisse für die Transformation der gesamten Branche zu generieren. Die Ergebnisse aus den maßgeschneiderten Open Innovation Prozessen für Branchen mit Hilfe der Expertise der Kreativwirtschaft werden in Transformationsleitfäden veröffentlicht. Dabei wird auch auf Inhalte der Publikation *„Mit Kreativen wirtschaften“* zurückgegriffen. 14 solcher Leitfäden wurden bisher veröffentlicht und jeweils an alle Branchenmitglieder kommuniziert (ausführliche Beschreibung siehe Kapitel 5.2.2).

Im Rahmen der *aws impulse Lectures* werden spezielle Workshops durchgeführt, um

Kreativschaffende und ihre KundInnen stärker zu vernetzen und wechselseitige Synergieeffekte aufzuzeigen (siehe Maßnahme 2).

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Bei der Entwicklung von Angeboten für die cross-sektorale Zusammenarbeit von Kreativ- und traditioneller Wirtschaft ist es wichtig, beiden Seiten entsprechende Anreize zu bieten. So erhalten beispielsweise Betriebe eine maßgeschneiderte Beratung und erfahren, wie Kreativleistungen ihren Unternehmenserfolg steigern können. Für die Kreativschaffenden stehen finanziell interessante Aufträge in Aussicht.

Umsetzungsinitiative „Mehrwert anhand konkreter Testimonials veranschaulichen“:

Auf Basis einer Empfehlung der Kreativwirtschaftsstrategie wurde ein *Kreativwirtschaftswettbewerb* eingeführt, um die beste Geschichte auszuzeichnen, die Kreative mit ihren KundInnen aus der Wirtschaft umgesetzt haben. Diese *Kreativwirtschaftsgeschichten* stehen im Schaufenster auf der Website der KAT als Beispielsammlung, die aufzeigt, wie erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Kreativschaffenden und anderen Unternehmen aussehen kann. 2020 und 2021 wurden laufend weitere Kreativwirtschaftsgeschichten redaktionell aufbereitet und jeweils im KAT-Newsletter und auf der Website der KAT als „Story des Monats“ bzw. „Creative des Monats“ veröffentlicht.

Ein Storytelling zu den Potenzialen der Kreativwirtschaft erfolgt auch im Rahmen des *Kreativwirtschaftscoachings*. Über Teilnehmende und ihr Geschäftsmodell sowie erfolgreich umgesetzte Kooperationsprojekte werden redaktionelle Beiträge erstellt und kommuniziert (siehe Maßnahme 1).

Die aws gibt jedes Jahr eine *Sammlung* mit den erfolgreich umgesetzten und geförderten Projekten aus dem Creative Impact Programm (früher: aws impulse) heraus. Diese *Booklets* dienen als Anreiz, eigene Ideen umzusetzen. Zusätzlich werden die Projektbeispiele regelmäßig über die Social Media-Kanäle der aws vorgestellt. So wird z.B. wöchentlich ein Innovationsprojekt gepostet (Motivation Monday). Einerseits soll damit der Bekanntheitsgrad der Innovationen erhöht werden, andererseits sollen potenzielle GründerInnen zur Umsetzung ihrer innovativen Ideen motiviert werden.

Der *Sonderpreis DesignConcepts* wird alle 2 Jahre ausgeschrieben und von der aws im Rahmen des Staatspreis Design des BMDW vergeben. Er zeichnet noch nicht verwirklichte Produkte und Gestaltungskonzepte aus und ermutigt DesignerInnen, ihre Konzepte unternehmerisch weiterzuverfolgen. Die letzte Vergabe fand im Herbst 2019 statt.

Maßnahme 18: Innovationsräume für Kreative zugänglich machen

Umsetzungsinitiative „Innovationsräume für Kreative zugänglich machen“:

Maker Spaces und Coworking-Modelle sind am privaten Markt entstanden und in den meisten Fällen auch von Kreativunternehmen nutzbar. Beispiele für Kreativen zugängliche Innovationsräume sind u.a. Impact Hub Vienna, Tabakfabrik Linz, Axis Linz, Raum 13 (ist aus dem Programm C hoch 3 entstanden), HappyLab Wien und Grand Garage Linz. In Graz gibt es seit rund 5 Jahren eine Förderung für Coworking Spaces Arbeitsplätze, deren Anzahl rasant gestiegen ist. 2021 entstand in Dornbirn der Verein CampusVäre mit dem Ziel, die 12.000 m² großen Sägehallen als lebendiges Quartier für Innovation, Bildung, Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung, Digitalisierung, Technologie und Kultur zu entwickeln und neue Formen der Zusammenarbeit zu fördern. Auf der *Kreativwirtschaftslandkarte* der KAT kann man nach Coworking Spaces für die Kreativwirtschaft suchen.

Das Programm *aws First* bietet den TeilnehmerInnen die Möglichkeit, sich in Coworking Spaces einzumieten. Die FFG fördert die Etablierung von Innovationswerkstätten, welche die Einbindung und Mobilisierung neuer Gruppen in Innovationsaktivitäten ermöglichen und als interaktive Kommunikationsräume vor Ort fungieren.

Maßnahme 19: Wissen über Innovationsmethoden verbreitern

Umsetzungsinitiative „Innovationscamps für Kreativschaffende im Rahmen von C hoch 3 einführen“:

Die aufgrund der Empfehlung der Kreativwirtschaftsstrategie geschaffenen *Kreativwirtschaftswerkstätten* der KAT fanden bis 2019 jeden Sommer in drei Bundesländern statt. Ziel dieser eintägigen Workshops mit ca. 30 Kreativschaffenden war es, innovative Ideen, Produkte, Services, Geschäftsmodelle in der Gruppe co-kreativ weiterzuentwickeln. Bei jeder Werkstatt wurden unter der Führung von Co-creation- und InnovationsexpertInnen gezielt neue Innovationsmethoden eingesetzt. 2019 fanden drei Kreativwirtschaftswerkstätten statt. Die für 2020 geplanten Werkstätten konnten corona-bedingt nicht stattfinden.

Aufgrund einer Empfehlung des Kreativwirtschaftsbeirats im Jahr 2019 wurde das *Format Kreativwirtschaftswerkstätte 2021* von seiner Intention her umgebaut für die Entwicklung von Post-Corona-Wertschöpfungsmodellen mit Technologietransfer. Da

Kreativschaffende oft Pioniere bei der Anwendung neuer Technologien sind und frühes Know-How aufbauen, können sie für Unternehmen Übersetzungsleistungen in neue Anwendungskontexte anbieten. Dazu braucht es aber für die Kreativschaffenden selbst passende Geschäftsmodelle, um aus ihren Technologietransferleistungen Wertschöpfung im eigenen Unternehmen zu generieren. 2021 fand dieses neue Format zum Thema „Augmented & Virtual Reality, 360°Audio/Video/Mobile, Blockchain für NFTs & KI“ statt (siehe auch Kapitel 5.5.2).

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Als zusätzliches Format könnten interdisziplinäre Hackathons veranstaltet werden. Sie haben den Vorteil, dass sich dabei zukünftige Startup-Teams finden und Symbiosen eingegangen werden können. Der Gewinner könnte einen Preis erhalten oder eine Investition finanziert bekommen.

Umsetzungsinitiative „Innovationskompetenzen in der Kreativwirtschaft erhöhen“:

Diese Initiative wird ebenfalls anhand der oben erwähnten *Kreativwirtschaftswerkstätten*, der *Kreativwirtschaftswebinare* sowie der *Kreativwirtschaftsgespräche* (siehe Maßnahme 2) umgesetzt. Zu den Kreativwirtschaftswebinaren wird laufend Content aufgebaut und kommuniziert, die Mitschnitt-Videos sind online verfügbar.

Die *aws Lectures* (siehe Maßnahme 2) stellen kreativen UnternehmerInnen praktisches Know-how in Form von Q&As mit bereits erfolgreich etablierten Unternehmen zur Verfügung. Allgemein zielen die Begleitmaßnahmen zum *aws Creative Impact Programm* (früher: *aws impulse*) darauf ab, den Kompetenzaufbau zu Innovationsmethoden und das Lernen anhand von Best Practice-Beispielen zu fördern. Dies erfolgt ebenso im Programm *aws First*, z.B. mittels professioneller Coachings, finanzieller Unterstützung und ExpertInnen-Know-how.

Das *aws Trainings-Format Creative (X) Entrepreneur* setzte bedarfsorientiert Themenschwerpunkte und fokussierte auf unternehmerische Professionalisierung. Es richtete sich an (potenzielle) Startups, Spin-Offs und Intrapreneure von unternehmensinternen Innovationslabs und begleitete diese im Sinne eines „Labs auf Zeit“. Dieses Format wurde mit *Creative „Media“ Entrepreneur* in Oberösterreich von der Creative Region Linz and Upper Austria in Kooperation mit der *aws 2016* als Pilot geführt. Danach wurde der *Creative „Design“ Entrepreneur* in Zusammenarbeit mit Creative Industries Styria und WIFI Steiermark im neu geschaffenen Diplomlehrgang „Design Management“ umgesetzt und zwei Mal durchgeführt. 2018 wurde das Format *Creative (X) Entrepreneur* eingestellt.

Das Programm *KMU.Digital* wurde vom BMDW in Kooperation mit der WKÖ entwi-

ckelt, um österreichische Unternehmen dabei zu unterstützen, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und Herausforderungen zu meistern. Im Rahmen dieses Programms werden Digitalisierungsberater für die Wirtschaft zertifiziert, die individuell für das einzelne Unternehmen digitale Trends, Chancen und Risiken systematisch analysieren. Weiters entwickeln sie mit dem jeweiligen Unternehmen eine ganzheitliche Umsetzungsstrategie und einen konkreten Maßnahmenplan. Die Gesamtförderung für eine Kombination mehrerer Beratungs-Tools beträgt maximal 3.000 Euro pro Unternehmen. Für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten gibt es zusätzlich einen 30%-Zuschuss bis zu 6.000 Euro für Neuinvestitionen, der bei der aws beantragt werden kann. 2020 wurde das Programm KMU.Digital mit den beiden Modulen Beratung und Umsetzung mittels einer Budgetaufstockung weitergeführt und eine Einreichmöglichkeit für Förderungsanträge über den aws Fördermanager angeboten. 2021 standen in Summe 2,5 Mio. Euro Beratungsförderung und 2,5 Mio. Euro Umsetzungsförderung zur Verfügung. Bis 2024 werden 20 Mio. Euro in die Verlängerung von KMU.Digital investiert.

Seit 2020 bietet die aws gemeinsam mit der Nationalen Kontaktstelle für Wissenstransfer und Geistiges Eigentum die *Open Innovation Toolbox* als Informationssammlung von Open Innovation Methoden und Werkzeugen samt Erfahrungsberichten und praktischen Tipps zur Umsetzung an (<https://www.fair-open-innovation.at/>). Diese Toolbox steht auch als englische Version einem internationalen Interessentenkreis zur Verfügung. Ziel ist es, innovativen Projekten auf Basis fairer Rahmenbedingungen zum Erfolg zu verhelfen.

Umsetzungsinitiative „Mit der Crowd zusammenarbeiten“:

Co-Creation und Crowdsourcing sind Awareness-Themen, die immer wieder im Rahmen der verschiedenen Formate wie den aws Lectures, den Kreativwirtschaftswerkstätten, den C hoch 3 Workshops oder den Kreativwirtschaftsgesprächen als Schwerpunkt definiert werden. Auch im Rahmen der Transformationsworkshops der KAT, die 2021 für 12 Branchen durchgeführt wurden, wurde mit Crowds zusammengearbeitet (siehe Kapitel 5.2.2).

Maßnahme 20: Innovationsförderung im Bereich der Kreativwirtschaft fortsetzen und ausbauen

Umsetzungsinitiative „Kreativwirtschaftsbasierte Innovation fördern“:

Dies ist unmittelbares Kerngeschäft der aws, die mit ihrem Programm aws *Creative Impact* (früher: *impulse XS und XL*) kreativwirtschaftsbasierte Innovation fördert. Das

Creative Impact Programm erleichtert Ideen mit hohem transformativem Potential den Start in die Umsetzung. Eine Einreichung ist für natürliche Personen vor der Gründung, Unternehmen in Gründung sowie für KMU möglich.

aws Creative Impact - Kondition *Prototyp erstellen* (bis 2019 *aws impulse XS*) – fördert die Entwicklung von Prototypen und ersten Anwendungen von innovativen Produkten, Verfahren, Geschäftsmodellen und Dienstleistungen abseits der Hochtechnologie, beispielsweise im Kontext von Digitalisierung, Design (inkl. Grafik und Mode), Architektur, Gaming, Musik- & Filmverwertung (bzw. Technologie) und digitalen Medien in einer sehr frühen Phase. Es unterstützt mit einem nicht rückzahlbarem Zuschuss von bis zu 50.000 Euro bis zu 70% der förderbaren Projektkosten. Die Förderung richtet sich an KMU aller Branchen und an natürliche Personen.

aws Creative Impact - Kondition *Marktreife erreichen* (bis 2019 *aws impulse XL*) – fördert die Umsetzung und Marktüberleitung von innovativen Produkten, Verfahren, Geschäftsmodellen und Dienstleistungen abseits der Hochtechnologie, beispielsweise im Kontext von Digitalisierung, Design (inkl. Grafik und Mode), Architektur, Gaming, Musik- & Filmverwertung (bzw. Technologie) und digitalen Medien in einer Phase, in der die Wirtschaftlichkeit bereits nachvollziehbar dargestellt werden kann. Das Förderprogramm unterstützt mit einem nicht rückzahlbarem Zuschuss von bis zu 200.000 Euro und bis zu 50% der förderbaren Projektkosten. Es richtet sich an KMU aller Branchen.

Der nachfolgende Überblick zeigt die Anzahl der geförderten Projekte und die Gesamtfördersummen einerseits im Zeitraum 2008-2018 (2008: Beginn der Förderungen) und andererseits im Zeitraum 2016-2018 (2016: Erstellung und Veröffentlichung der Kreativwirtschaftsstrategie):

impulse XS **2008-2018:** 324 Projekte mit 13,7 Mio. Euro gefördert
 2016-2018: 116 Projekte mit 5,1 Mio. Euro gefördert

impulse XL **2008-2018:** 178 Projekte mit 20,1 Mio. Euro gefördert
 2016-2018: 57 Projekte mit 7,4 Mio. Euro gefördert

Wie bereits in Maßnahme 9 erwähnt, wurden 2020 die beiden aws Programme *impulse XS* und *impulse XL* in *aws Creative Impact* umbenannt und gebündelt. Auch die 2019 erstmals vergebene Förderung *aws Creat(ive) Solutions* wurde 2020 in das *aws Creative Impact* Programm unter der Kondition „Kooperationen eingehen“ integriert. Allerdings ist seit 2021 keine Einreichung zu dieser Kondition mehr möglich.

Im Programm Creative Impact können auch Innovationsprojekte eingereicht werden,

deren Kreativleistung kontextual zu Social Impact steht, die also einen positiven, gesellschaftlichen Mehrwert erbringen und einen Beitrag zu den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs) leisten.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Anzahl der geförderten Projekte und die Gesamtfördersummen im Programm Creative Impact von 2019-2020 in den drei verschiedenen Konditionen:

Creative Impact im Zeitraum 2019 – Oktober 2020:

Kondition „ Prototyp erstellen “:	23 Projekte mit 1,04 Mio. Euro gefördert
Kondition „ Marktreife erreichen “:	14 Projekte mit 1,81 Mio. Euro gefördert
Kondition „ Kooperationen eingehen “:	8 Projekte mit 1,16 Mio. Euro gefördert

Mitte 2020 stellte das BMDW in Reaktion auf eine Forderung des Kreativwirtschaftsbeirats in seinem Positionspapier zusätzliche Mittel für COVID-Sondercalls im Programm Creative Impact zur Verfügung (siehe nähere Informationen im Kapitel 6.3). Die Förderungen im Zeitraum November 2020 – Oktober 2021 müssen daher differenziert betrachtet werden:

Creative Impact im Zeitraum November 2020 – Oktober 2021:

Kondition „ Prototyp erstellen “:	30 Projekte mit 1,425.404 Euro gefördert
Kondition „ Marktreife erreichen “:	10 Projekte mit 1,042.760 Euro gefördert

Creative Impact COVID-Sondercalls im Zeitraum November 2020 – Oktober 2021:

Kondition „ Prototyp erstellen “:	28 Projekte mit 1,362.760 Euro gefördert
Kondition „ Marktreife erreichen “:	10 Projekte mit 1,337.200 Euro gefördert

Das Amt der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO) bietet seit Jänner 2021 eine neue *KMU-Förderung für Geistiges Eigentum* an, die es KMU ermöglicht, Marken und Designs zum halben Preis anzumelden. Es werden 50% der Basisgebühr für eine nationale oder unionsweite Marken- und/oder Musteranmeldung gefördert. Das neue Förderungsangebot steht allen Unternehmen in der EU offen, die der offiziellen KMU-Definition entsprechen, und bietet finanzielle Unterstützung bis zu einem Höchstbetrag von € 1.500,- pro Unternehmen.

Umsetzungsinitiative „Regionale Innovationssysteme stärken“:

Austausch und Vernetzung mit regionalen und fachspezifischen Intermediären zur

gegenseitigen inhaltlichen Unterstützung finden im Rahmen der laufenden Arbeit sowohl bei der aws als auch bei der KAT statt. Im Rahmen der *Kreativwirtschaftsforen* der KAT werden Veranstaltungen zum regelmäßigen Erfahrungsaustausch ca. alle 6 Wochen unter den AkteurInnen regionaler und branchenspezifischer Fördereinrichtungen, Plattformen, Cluster, Initiativen und Kooperationen der Kreativwirtschaft abgehalten. Im Zuge der Corona-Pandemie wurden die Kreativwirtschaftsforen in ein digitales Format überführt.

Eine Vernetzung und Stärkung regionaler Innovationssysteme findet im Rahmen des Interreg Europe Projektes "Regional Creative Industries Alliance" (RCIA), welches die aws koordiniert, statt (siehe Maßnahme 11).

Verschiedene regionale Kreativwirtschaftsorganisationen tragen mit ihren Aktivitäten österreichweit zur Stärkung der regionalen Innovationssysteme bei. Auf der *Kreativwirtschaftslandkarte* der KAT (Google Map) sind die verschiedenen Servicestellen, Netzwerke, Plattformen und Interessensvertretungen der Kreativwirtschaft zu finden. Sie verfügen über regionalspezifische Kenntnisse und können daher besonders gut auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kreativwirtschaftsunternehmen eingehen.

Seit dem Jahr 2019 fördert das BMDW *Kooperationsprojekte von Kleinunternehmen im ländlichen Raum*. Ziel ist es, durch die gemeinsame Umsetzung innovativer Ideen und Konzepte die Wettbewerbsfähigkeit der beteiligten Unternehmen zu stärken, sodass es ihnen gelingt, gestärkt aus der Corona-Krise hervorzugehen, Arbeits- und Ausbildungsplätze zu erhalten bzw. zu schaffen, die Nahversorgung zu stärken, die regionale Wertschöpfung zu erhöhen und der Abwanderung aus den ländlichen Gebieten entgegenzuwirken. Die dafür bereitgestellten Finanzmittel des BMDW werden mit einer Kofinanzierung aus Mitteln des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) aufgestockt.

Ebenfalls ELER-kofinanziert ist das aws Programm *Gründung im ländlichen Bereich* (vormals „Gründen am Land“). Es fördert regionale Innovationssysteme durch die Unterstützung der Gründung und Entwicklung von innovativen Unternehmen mit wirtschaftlichem Mehrwert für die ländliche Region. Ziel ist es, das Risiko von innovativen Unternehmensgründungen im ländlichen Raum zu senken und die Zahl der Unternehmensgründungen nachhaltig zu erhöhen. Im Jänner 2021 wurde die 6. Runde des Förderungsprogramms erfolgreich abgeschlossen. 21 Unternehmen aus dem ländlichen Raum erhielten eine Förderung von bis zu 50.000 Euro für ihre innovativen Projekte.

Die Pilotinitiative *Innovations.Räume* des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT) und der FFG will Regionen dabei unterstützen, eine regionale Innovationskultur aufzubauen oder zu vertiefen. Sie ist niederschwellig

konzipiert, sodass längerfristig der Aufbau eines Innovationsnetzwerks im Sinne eines Innovationsökosystems ermöglicht wird. Der verwendete Innovationsbegriff ist bewusst breit gefasst und schließt sowohl soziale als auch technisch-unternehmerische Innovationen mit ein. Die FFG erarbeitet dafür mit PartnerInnen vor Ort bis Ende 2021 ein maßgeschneidertes Konzept, das bestehende Strukturen nutzt und auf diesen aufbaut. Dazu zählen Workshops und Vorträge, Vernetzungsaktivitäten oder Exkursionen. Für die Umsetzung im Jahr 2022 ist ein Veranstaltungsraum in der Region notwendig. Dabei kann es sich um die Räumlichkeiten von Schulen, Gemeinden, Regional-/LEADER-Managements oder temporär leerstehende Gebäude handeln, die für die Initiative neu genutzt werden.

Maßnahme 21: Zugänglichkeit von allgemeinen Instrumenten der Innovationsfinanzierung verbessern

Umsetzungsinitiative „Europäischen Garantiefonds für die österreichische Kreativwirtschaft einführen“:

Die aws hat auf Basis der bestehenden aws-Garantierichtlinie nach KMU-Förderungsgesetz einen Rückgarantieantrag beim Europäischen Investitionsfonds (EIF) gestellt. Dieser Antrag im Programm „Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility (CCS GF)“ wurde für ein Garantievolumen von 30 Mio. Euro für die Jahre 2020 bis 2022 von der Europäischen Kommission Ende Oktober 2019 genehmigt. Damit kann die aws Unternehmen aus diesen Bereichen zu besseren Garantiekonditionen (geringere Garantientgelte als ohne Rückgarantie) anbieten. Da die Abwicklung stark an die bereits von der aws angebotenen Rückgarantieprogramme COSME und InnovFin (ebenfalls in Kooperation mit dem EIF) andockt, kann das Angebot für die Unternehmen sehr einfach und schnell zur Verfügung gestellt werden.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Begleitend zur wichtigen Umsetzungsinitiative „Garantiefonds“ sollte es wie in der Finanzkrise 2008 eine Anpassung der finanziellen Grenzen für Förderprogramme geben. Dabei könnte wie bereits in den Jahren 2008-2010 die Obergrenze für Förderungen auf Basis der Österreichischen Kleinbeihilfenregelung nach oben gesetzt werden. (Siehe auch: Initiative zur Innovationsförderung im Bereich Kreativwirtschaft. Programmteil impulse. Mai 2010, Seite 10, Punkt 5.2.)

Weitere Initiative:

Das *Programm Impact Innovation* im Rahmen der Basisprogramme der FFG besteht seit 2018 und ist auch für Kreativwirtschaftsunternehmen zugänglich. Es fördert Problemlösungsprozesse unter Einsatz von Innovationsmethoden und Einbindung betroffener Personengruppen. Eine Einreichung ist laufend möglich (siehe Maßnahme 9).

Umsetzungsinitiative „Anwendung eines breiten Innovationsbegriffs in der allgemeinen F&E- sowie Innovationsförderung“:

Ein breiter Innovationsbegriff findet sich beispielsweise in der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich 2016, in der Innovationsstrategie der WKÖ 2019, in der Strategie der Bundesregierung für Forschung, Technologie und Innovation („FTI-Strategie 2030“), im FTI-Pakt 2021-2023 der Bundesregierung oder im FFG Programm „Impact Innovation“ in den Basisprogrammen. Auch im neuen EU-Programm Horizon Europe (2021-2027) wird ein umfassender Innovationsbegriff angewendet.

Die aws arbeitet ebenfalls an einem breiten Innovationsverständnis in ihren Förderprogrammen. Speziell im aws Creative Impact Programm wird ein breites Innovationsverständnis gelebt. Dieses soll künftig auch klarer dahingehend kommuniziert werden, dass alle Innovationen abseits der Hochtechnologie adressiert werden, die gesellschaftliche Effekte zeigen.

Gerade bei der Entwicklung neuer Förderprogramme wird bewusst ein breiter Innovationsbegriff verwendet, wie das Beispiel Innovations.Räume (siehe Maßnahme 20) zeigt.

Umsetzungsinitiative „Risiko- und Wachstumskapital für kreativwirtschaftsbasierte Innovationsprojekte anbieten“:

Mit der Einführung der *aws Garantiepromesse* können Unternehmen seit Juni 2019 direkt bei der aws Anträge auf eine Vorab-Garantie für die Übernahme einer Sicherheit für einen Bankkredit stellen. Damit erhalten Unternehmen schon vor der Kreditanfrage bei der Bank eine verbindliche Zusage der aws, die Garantie für einen künftigen Bankkredit zu übernehmen. Die Garantiepromesse kann ohne Einbindung der Hausbank vom Unternehmen direkt elektronisch bei der aws beantragt werden. Zentraler Punkt ist, dass die Vorab-Garantie der aws den Unternehmen eine werthaltige Sicherheit in die Hand gibt, anhand welcher sie einfacher einen Bankkredit erhalten.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Begleitend zum absolut notwendigen Risiko-Know-how und Wachstumskapital für kreativwirtschaftsbasierte Innovationsprojekte sollte es auch finanzielle Unterstützung dafür geben, eine Kreation auch wirklich vom Labor auf den Markt zu bringen. Dazu braucht es neben Geld professionelle Hilfe in den Bereichen Marketing, Sales und Öffentlichkeitsarbeit.

Umsetzungsinitiative „Bessere Anerkennung intangibler Werte durchsetzen“:

Mit dem Blockchain-Datenzertifizierungsservice der WKÖ können kreative Werke einfach und sicher digital zertifiziert werden. UrheberInnen erhalten einen Zeitnachweis für ihre Werke, seien es Werbekonzepte, Texte, Grafiken und Illustrationen, Fotos, Filme oder Software, und können damit belegen, wann etwas geschaffen wurde. Für die Datenzertifizierung müssen die Daten weder aus der Hand gegeben noch öffentlich gemacht werden. Mit dem Datenzertifizierungsservice lässt sich die Echtheit digitaler Daten mithilfe der neuesten Blockchain-Technologie zuerst bestätigen und überprüfen. Im Fall einer Urheberrechtsverletzung kann der digitale Fingerabdruck der Datei mit dem Zeitpunkt der Erstellung vorgewiesen werden.

Maßnahme 22: Steuerliche Investitionsanreize verstärken

Umsetzungsinitiative „Investitionsfreibetrag schaffen“:

Die Umsetzung erfolgte sehr eingeschränkt im Arbeits- und Wirtschaftspaket über die KMU-Investitionszuwachsprämie bei Investitionen in neu angeschaffte, aktivierungspflichtige Wirtschaftsgüter des abnutzbaren Anlagevermögens. In einer Förderaktion der aws (ausgelaufen mit Jahresende 2017) konnten Kleinst- und Kleinunternehmen einen Zuschuss für Neuinvestitionen von 15% des Investitionszuwachses von zumindest 50.000 Euro bis max. 450.000 Euro und mittlere Unternehmen von 10% des Investitionszuwachses von zumindest 100.000 Euro bis max. 750.000 Euro beantragen.

Weitere Initiative zur Verstärkung von Investitionsanreizen:

2020 hat die österreichische Bundesregierung in Folge der Corona-Krise mit der *Investitionsprämie* ein Förderungsprogramm konzipiert, welches einen Anreiz für Unternehmensinvestitionen schaffen und so einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung von Betriebstätten, zur Schaffung und Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen sowie zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes Österreich leisten soll. Die Investitionsprämie konnte von 01.09.2020 bis

inklusive 28.02.2021 bei der aws beantragt werden, wo rund 240.000 Anträge eingingen. Im Mai 2021 wurde die Investitionsprämie von der Regierung von 3 auf 5 Mrd. Euro aufgestockt. Unternehmen mussten bis Ende Mai 2021 erste Maßnahmen im Sinne des Investitionsprämiengesetzes (Bestellung, Kaufverträge, Lieferungen, Baubeginn von Leistungen, Anzahlungen, Zahlungen, Rechnungen oder der Baubeginn) setzen.

Umsetzungsinitiative „Beteiligungsfreibetrag für Investitionen in innovative Unternehmen einführen“:

Dazu ist noch keine Umsetzung bekannt. Allerdings setzt sich aktuell die Junge Wirtschaft für die Einführung des Beteiligungsfreibetrages ein, indem sie auf ihrer Website Unterstützungserklärungen für die Einführung des Beteiligungsfreibetrages sammelt und die Vorteile für alle Beteiligten – InvestorInnen und Betriebe – erklärt.

Anmerkung des Kreativwirtschaftsbeirats

Es wäre wichtig, auch bürokratische und steuerliche Hürden für internationale InvestorInnen abzubauen.

4. Tabellarische Übersicht mit Ampelbewertung

Erklärung zur Ampelfarbe:

- Aktivitäten zu dieser Umsetzungsinitiative sind bereits weit fortgeschritten mit sichtbaren Ergebnissen.
- Aktivitäten zu dieser Umsetzungsinitiative sind bereits in Gang, jedoch noch nicht fortgeschritten.
- Aktivitäten zu dieser Umsetzungsinitiative wurden noch nicht gestartet.

Die Ampelbewertung 2021 auf den nächsten Seiten zeigt folgende Veränderungen gegenüber der Bewertung 2020:

Maßnahme 7

Umsetzungsinitiative „Neue Lehrberufe schaffen“
Verbesserung von gelb auf grün

Maßnahme 13

Umsetzungsinitiative „Regionale und fachspezifische Initiativen sichtbar machen“
Verbesserung von gelb auf grün

Maßnahme 14

Umsetzungsinitiative „Bewusstsein über Kreativwirtschaft an Schulen erhöhen“
Verbesserung von gelb auf grün

Maßnahme 17

Umsetzungsinitiative „Digitalen Marktplatz für neue Innovationspartnerschaften einrichten“:
Verbesserung von rot auf gelb

Maßnahme 19

Umsetzungsinitiative „Mit der Crowd zusammenarbeiten“
Verbesserung von gelb auf grün

Maßnahme 20









Umsetzungsinitiative „Regionale Innovationssysteme stärken“:
Verbesserung von gelb auf grün

Maßnahme 22

Umsetzungsinitiative „Investitionsfreibetrag schaffen“:
Verbesserung von rot auf gelb

4.1. Empowerment

Nr.	Maßnahme	Umsetzungsinitiative	Bewertung
1	Netzwerke für Peer-Learning ausbauen	Kompetenzprogramm & Kreativwirtschaftsnetzwerk C hoch 3 (Creative Community Coaching) weiter ausbauen	●
2	Aus- und Weiterbildung für Kreativschaffende intensivieren	Maßgeschneiderte Weiterbildung und Awareness für neue Themen schaffen	●
3	Spezial-Ratgeber für Kreativschaffende anbieten	Kreativwirtschaftshandbücher laufend aktualisieren und ergänzen	●
4	Kreativunternehmen finanziell und bürokratisch entlasten	finanzielle Belastungen stoppen	●
		Bagatellsteuern abschaffen	●
		Grenze für sofort abschreibbare Wirtschaftsgüter anheben	●
		Arbeitszeitregeln liberalisieren	●
5	Kooperationen erleichtern und entbürokratisieren	Rechtliche Voraussetzungen für interdisziplinäre Gesellschaften schaffen	●
		Rechtssicherheit in Bezug auf den Selbstständigen Status schaffen	●
		Modell für kurzfristige Beschäftigung im gewerblichen Bereich schaffen	●
6	Flächendeckenden Breitbandausbau vorantreiben	Investitionsanreize für private Infrastrukturinvestitionen und technologieneutrale Fördermodelle schaffen	●
7	Duale Ausbildung in der Kreativwirtschaft attraktiver machen	Sharing von Lehrlingen vorantreiben	●
		Neue Lehrberufe schaffen	●
8	Talente für und in der Kreativwirtschaft identifizieren	Scouting-Initiative, die frühzeitig Ideen und Talente identifiziert und fördert	●

	Unternehmensgründungen vereinfachen	
9	Gründungen vereinfachen	
	Zugang zu Förderungen und Kapital verbessern	
	neue digitale und internationale Geschäftsmodelle ermöglichen	
10	Die Kreativwirtschaft auf internationalen Märkten positionieren	
	Kreativwirtschaft im Rahmen der "go-international"-Initiative gezielt berücksichtigen und positionieren	
11	Reputationsaufbau und Interessensvertretung in der EU vorantreiben	
	Maßnahmen zur Interessensvertretung in der EU fortführen und intensivieren	

4.2. Transformation

Nr.	Maßnahme	Umsetzungsinitiative	Bewertung
12	Leistungen der Kreativwirtschaft messen und klar fassbar machen	Kreativwirtschaftsberichte fortsetzen	●
		Kreativwirtschaftsbarometer als wichtiges Messinstrument fortsetzen	●
		Volkswirtschaftlichen Beitrag quantifizieren	●
13	Die Transformationskraft der Kreativwirtschaft national und international sichtbar machen	Regionale und fachspezifische Initiativen sichtbar machen	●
14	Bewusstsein für die Kreativwirtschaft bereits ab dem Kindesalter schaffen	Bewusstsein über Kreativwirtschaft an Schulen erhöhen	●
15	Anreize für die cross-sektorale Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft verstärken	Kreativwirtschaftsscheck fortführen und ausbauen	●
		aws impulse Creative Catalyst umsetzen	●
16	Kreativwirtschaftsbasierte Innovation im öffentlichen Sektor einsetzen	Bekanntheit von Innovationsplattformen im Bereich der öffentlichen Beschaffung erhöhen	●
		Beteiligung am neuen Vergabeverfahren "Innovationspartnerschaft" sicherstellen	●
17	Mittels Matchmaking neue Innovationspartnerschaften initiieren	Digitalen Marktplatz für neue Innovationspartnerschaften einrichten	●
		Kreativwirtschaft und traditionelle Wirtschaft in Kontakt bringen und cross-sektorale Professionalisierungsformate etablieren	●
		Mehrwert anhand konkreter Testimonials veranschaulichen	●

4.3. Innovation

Nr.	Maßnahme	Umsetzungsinitiative	Bewertung
18	Innovationsräume für Kreative zugänglich machen	Innovationsräume für Kreative zugänglich machen	●
19	Wissen über Innovationsmethoden verbreitern	Innovationscamps für Kreativschaffende im Rahmen von C hoch 3 einführen	●
		Innovationskompetenzen in der Kreativitätswirtschaft erhöhen	●
		Mit der Crowd zusammenarbeiten	●
20	Innovationsförderung im Bereich der Kreativwirtschaft fortsetzen und ausbauen	Kreativwirtschaftsbasierte Innovation fördern	●
		Regionale Innovationssysteme stärken	●
21	Zugänglichkeit von allgemeinen Instrumenten der Innovationsfinanzierung verbessern	Europäischen Garantiefonds für die österreichische Kreativitätswirtschaft einführen	●
		Anwendung eines breiten Innovationsbegriffs in der allgemeinen F&E- sowie Innovationsförderung	●
		Risiko- und Wachstumskapital für kreativwirtschaftsbasierte Innovationsprojekte anbieten	●
		Bessere Anerkennung intangibler Werte durchsetzen	●
22	Steuerliche Investitionsanreize verstärken	Investitionsfreibetrag schaffen	●
		Beteiligungsfreibetrag für Investitionen in innovative Unternehmen einführen	●

5. Umsetzungsstand der Empfehlungen des Beirats 2019

Mit der Ausarbeitung von Empfehlungen reagierte der Kreativwirtschaftsbeirat 2019 auf aktuelle, von ihm wahrgenommene, dringende Handlungsbedarfe im kreativwirtschaftlichen Innovationssystem und entwickelte Lösungsansätze dazu. Der Beirat nahm damit seine Beobachterrolle zur Situation der Kreativwirtschaft in Österreich wahr und bearbeitete mehrere Sachthemen, die aufgrund ihrer Aktualität bzw. hohen Priorität aufgegriffen wurden. Die sechs Empfehlungen wurden als Ergänzung zu den in der Strategie beschriebenen Maßnahmen ausformuliert und verfolgen das Ziel, die österreichische Kreativwirtschaft in eine moderne, innovationsstarke und nachhaltige Richtung zu lenken.

Zwei Jahre später können Umsetzungsschritte zu fast allen Empfehlungen verzeichnet werden, zum Teil wurden sie aus 2020 weitergeführt. Sie sind im Folgenden, jeweils nach der Beschreibung der einzelnen Empfehlungen selbst, angeführt.

5.1. Förderung einer impact-orientierten Kreativwirtschaft

5.1.1. Beschreibung der Empfehlung (Originaltext)

MOTIVATION:



Österreich ist prädestiniert dafür, sich international im Bereich nachhaltige bzw. öko-soziale Kreativwirtschaft zu positionieren. Damit sind kreativwirtschaftliche Geschäftsmodelle oder Projekte gemeint, die einen ökologischen und/oder sozialen bzw. gesellschaftlichen Impact verfolgen. Die Kreativbranche spielt – genauso wie die traditionelle Wirtschaft – eine wichtige Rolle bei der Bewältigung aktueller, gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen. Ihr Potential, zu einer positiven und nachhaltigen Entwicklung beizutragen, soll in Zukunft noch stärker entfaltet werden. Jedoch sehen sich heute Kreativwirtschaftsunternehmen, die impact-orientiert innovieren, oftmals mit einer Finanzierungslücke konfrontiert, da für diesen Sektor Wachstumsfinanzierungen, wie z.B. Risikokapital, am Markt nur im geringen Ausmaß zur Verfügung stehen.

INHALT:



Kreativunternehmen, welche ein innovatives Geschäftsmodell in einem öko-sozialen Kontext starten, sollen zusätzlich zur heute bereits bestehenden Frühphasenförderung auch eine finanzielle Förderung für ihre erste Wachstumsphase beantragen können. Dazu wird ein spezieller Förder-Call aufgelegt, der genau diese Finanzierungslücke schließt. Er wird für jene Kreativwirtschaftsunternehmen entworfen, die schon erfolgreich eine Frühphasenfinanzierung (z.B. über aws Creative Impact, aws Social Business Call, Digital Innovation Initiative) erhalten und nun den nächsten Entwicklungsschritt vor Augen haben. Ziel ist eine Lenkung der FörderungswerberInnen, so dass die Zahl an kreativwirtschaftlichen Innovationsprojekten mit positivem gesellschaftlichem Impact zunimmt. Dabei werden auch die Möglichkeiten der Digitalisierung bei der Projektentwicklung, -umsetzung und -skalierung gezielt ausgeschöpft. Diese Förderung unterstützt kreativwirtschaftsbasierte Innovation gemäß einem breiten Verständnis, das neben technologischen Innovationen gleichwertig alle Arten nicht-technologischer Innovation miteinschließt.

Begleitend dazu sollen in einer zweiten kleineren Förderschiene Marktanalyse und -forschung gefördert werden, wenn bei Projektideen Unsicherheiten über die Marktentwicklung bestehen, z.B. in Bezug auf AkteurInnen, Trends, Techniken oder Potenziale. Diese Marktforschungsstudien sollen kurzzeitig durchführbar sein (kein Kostenplan erforderlich, rasche Förderungsentscheidung) und bei positivem Ergebnis zur Einreichung im großen Förder-Call berechtigen.

RAHMENBEDINGUNGEN UND ART DER UMSETZUNG:



Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass die heutigen jungen Erwachsenen besonders für soziale und ökologische Themen sensibilisiert sind (Stichwort „Fridays for Future“), soll dieser Förder-Call u.a. als Instrument der Nachwuchsförderung konzipiert werden. Es gilt, KreativunternehmerInnen im positiven Sinn zu motivieren und zu mobilisieren, Lösungen zu sozial-ökologischen Problemen zu entwickeln. Hier sollte bereits in der Schule, z.B. mit einer thematisch breiteren, öko-sozialen Ausrichtung des Schulwettbewerbs „Jugend Innovativ“, angesetzt werden. Für besonders junge AntragstellerInnen kann als Teil der Förderung ein Coaching durch erfahrene ExpertInnen mitangeboten werden.

Bei der Entwicklung des neuen Förder-Calls könnte auf den Richtlinien der aws Creative Impact-Förderung aufgebaut werden, aus der bereits sehr gute Social Business Projekte hervorgegangen sind. Allerdings sind Begrifflichkeiten zu schärfen und die Charakteristik impact-orientierter kreativer Unternehmen allgemeinverständlich darzustellen. Für die Beurteilung der Förderanträge sind international anerkannte Kriterien der Nachhaltigkeit heranzuziehen und eine adäquate Impactmessung festzulegen. Gemäß der hohen Dynamik dieses Innovationstyps werden die Calls jährlich den aktuellen Trendentwicklungen angepasst und die Förderkriterien entsprechend häufig adaptiert.

Die Intensivierung impact-orientierter Kreativwirtschaft braucht ein Bündel von Begleitmaßnahmen, wie etwa die Einführung eines breiten Innovationsbegriffes in bestehende Förderprogramme, den Ausbau der Investmentlandschaft für impact-orientierte Unternehmen, die Reformierung der steuerlichen Rahmenbedingungen für die Gemeinnützigkeit, die stärkere öko-soziale Ausrichtung der öffentlichen Vergabe, den Aufbau sektorübergreifender Transferstrukturen zum öffentlichen, privaten und dritten Sektor zur Verbreitung der entwickelten Lösungsansätze sowie die Umsetzung der EU Social Business Initiative in Österreich.

5.1.2. Aktueller Umsetzungsstand

Diese Empfehlung wurde 2020 teilweise umgesetzt, vor allem durch die Einbeziehung der Impactorientierung in die Förderkriterien des aws Programms Creative Impact. Der Fokus, durch kreativwirtschaftliche Innovationsförderung auch gleichzeitig einen größtmöglichen sozial-ökologischen Impact zu erzielen, wird insbesondere durch die 2020 erfolgte Umbenennung der beiden aws-Programme impulse XS und impulse XL in *aws Creative Impact* deutlich. *aws Creative Impact* fördert innovative neue Produkte und Dienstleistungen, die das Potential haben, über Unternehmensgrenzen hinaus positive gesellschaftliche und branchenspezifische Wirkungen zu entfalten. Es können auch Projekte eingereicht werden, die eine Kreativleistung im Kontext zu Social Impact erbringen und so einen positiven sozialen Mehrwert leisten.

Das Grundverständnis, dass das Hauptaugenmerk bei Förderungsentscheidungen auf dem erzielten Impact der geförderten Projekte liegen muss, wurde seitens der politischen EntscheidungsträgerInnen im BMDW auch 2021 beibehalten. Die Impactorientierung der Förderungspolitik soll in Zukunft noch weiter verstärkt werden.

5.2. Co-Creation Kreativunternehmen – Mittelstand

5.2.1. Beschreibung der Empfehlung (Originaltext)

MOTIVATION:



Handel, Handwerk und Tourismus sind Branchen, die aufgrund der Digitalisierung vor einem großen Disruptionsschub stehen. Die mittelständischen Unternehmen in diesen Branchen werden ihre Innovationszyklen (derzeit 8-10 Jahre) jenen der digitalen Wirtschaft anpassen müssen und in Zukunft einem wesentlich höheren Innovationsdruck ausgesetzt sein. Es ist daher wichtig, dass KMUs schon jetzt ein Bewusstsein für diese Herausforderung entwickeln und sich rechtzeitig mit den neuen Anforderungen auseinandersetzen.

INHALT:



Kreativunternehmen (z.B. Digital Leaders, Technikaffine und solche, die sich selbst weiterentwickeln wollen) und traditionelle KMU aus den Branchen Tourismus, Handel, Handwerk arbeiten in definierten, gut vorbereiteten Co-Creation-Settings an neuen Geschäftsmodellen zusammen und lernen wechselseitig ihre Denkweisen, Märkte und Zukunftsherausforderungen kennen. Ziel ist es, die Basis für Cross-Over-Effekte und neue Kooperationsmöglichkeiten zwischen Kreativen und traditionellen Unternehmen zu schaffen, wobei der sozial-kreative Prozess im Vordergrund steht. Im Co-Creation-Prozess bringen die TeilnehmerInnen ihr unterschiedliches ExpertInnenwissen und ihre Praxiserfahrungen zu dem behandelnden Thema ein, auf dessen Basis dann gemeinsam Lösungsansätze entwickelt werden. Diese Methode ist für den Austausch von Problem- und Lösungswissen sehr wertvoll, beispielsweise bei der anwendungsorientierten Entwicklung von Gamification-Tools, wo traditionelle Unternehmen über konkretes Detailwissen zur Problemstellung und KreativunternehmerInnen über Lösungswissen verfügen.

RAHMENBEDINGUNGEN UND ART DER UMSETZUNG:



Die 2- bis 3-tägigen Co-Creation-Workshops sollen im Rahmen bestehender Initiativen, Zukunftslabore und ähnlicher schon existierender Strukturen angeboten werden und stattfinden, sodass bereits vorhandene Infrastrukturen und Erfahrungen bestmöglich genutzt werden. Aufgrund der Bewerbungen der Interessierten werden konkrete Projekte maßgeschneidert, die potenzielle Synergien berücksichtigen und dem Wissensbedarf der TeilnehmerInnen sehr gut angepasst sind. In den Workshops sollen Case Studies zu vorher eingereichten konkreten Fällen der KMUs in „Creative Emergency Rooms“ bearbeitet werden, wobei die Kreativschaffenden beratend mögliche Lösungsansätze erörtern und dann gemeinsam mit dem Praxis-Know-how der KMUs die beste Lösung ausgearbeitet wird.

Die Workshops werden von professionellen Co-Creation-ExpertInnen moderiert, die die unterschiedlichen Kulturen und Arbeitswelten der TeilnehmerInnen sensibel in Betracht ziehen. Die Inhalte der Co-Creation-Workshops, insbesondere neue Technologien wie VR, AR und Gamification, werden für die teilnehmenden KMUs so anschaulich wie möglich aufbereitet und auch bereits Realisierungsvisionen bzw. Erprobungen für die Anwendung im eigenen Betrieb aufgezeigt. Best-Practice-Beispiele werden bei der Vermittlung komplexer technologischer Inhalte eine wichtige Rolle spielen.

Die teilnehmenden KMUs entrichten eine (nicht kostendeckende) Teilnahmegebühr, um die Wertschätzung für das gebotene Format und dessen Inhalt zu erhöhen. Für die teilnehmenden Kreativunternehmen muss die Copyrightfrage geklärt sein. Mit Marketing- und Werbungsmaßnahmen über bestehende Medienkanäle sollen Kreativunternehmen und traditionelle Unternehmen über die Vorteile und Möglichkeiten der Co-Creation-Labore informiert werden.

Die Co-Creation-Workshops könnten in der Branche Handel starten und dann in Tourismus und Handwerk weitergeführt werden.

5.2.2. Aktueller Umsetzungsstand

Im Zeitraum 2020-2022 führt die KAT gemäß ihres Arbeitsprogramms maßgeschneiderte Co-Creation-Workshops durch, die genau die Wirkungsintention der obigen Empfehlung treffen. Dabei werden die Co-Creation-Settings sehr bedarfsorientiert vorbereitet und aufgrund der Bewerbungen der Interessierten konkrete Projekte maßgeschneidert. Oberstes Ziel ist es, auf den spezifischen Wissensbedarf der KMU sensibel einzugehen und entsprechend ihrer vorher eingereichten Fälle passgenaue Co-Creation-Formate zu konzipieren und durchzuführen. Bei der Umsetzung dieser Empfehlung wird die KAT einerseits auf bereits erprobte Formate zurückgreifen und andererseits neue Formate bzw. Settings umsetzen, nämlich

- **Kreativwirtschaftsbörsen:** Matchmaking-Formate entlang von Wertschöpfungsketten der Kreativwirtschaft, z.B. Modedesigner und Produzentinnen.
- **Crossover-Workshops zur Vermittlung zwischen Kreativwirtschaft und Wirtschaft:** Unternehmen lernen, wie sie Kreativleistungen bestmöglich in ihrem Kontext nutzen, Kreativschaffende erhalten vertieften Einblick in die Geschäftsmodelle ihrer KundInnen.
- **Transformation für die Branchen:** Open Innovation Workshops für einzelne Branchen, die lernen, wie sie vom Profi-Know-how aus den Creative Industries profitieren können.

Ein exemplarischer *Co-Creation-Workshop* zwischen Kreativen und Mittelstand fand bereits am 9. Oktober 2020 statt, wo am Forward Festival 2020 für Kreativität, Design und Kommunikation ein Matchmaking-Workshop für Kreative aus Handwerk und Digitalem abgehalten wurde. Das Matchmaking sollte zum einen bewirken, dass Handwerksbetriebe beim Neudenken ihres Unternehmens, z.B. in den Bereichen Marketing, Sales oder Neupositionierung, Unterstützung von Digital Creatives erhalten. Zum anderen erhielten Digital Experts die Möglichkeit, die aktuellen Bedürfnisse und Herausforderungen kennenzulernen, vor denen Handwerksbetriebe stehen, und Kontakte zu potenziellen AuftraggeberInnen zu knüpfen.

Weiters hat die KAT das neue Format *Transformation für die Branchen* ins Leben gerufen. Die Workshops sorgen für das kreative Business-Upgrade von Branchen: In maßgeschneiderten Workshops profitieren jeweils 15 ausgewählte Unternehmen aus einer Branche exklusiv vom Profi-Know-how der Creative Industries. Anhand neuer Innovationsmethoden werden mit Hilfe von ausgewählten Kreativschaffenden Lösungen für das eigene Unternehmen erarbeitet und gleichzeitig Learnings zur Transformation der gesamten Branche generiert. Die Ergebnisse des Transformationsprozesses werden redaktionell aufgearbeitet und allen Branchenmitgliedern als Leitfaden zur Verfügung gestellt. Der erste Durchgang wurde für die austriaguides, Österreichs zertifizierte Fremdenführerinnen und Fremdenführer, als Pilot umgesetzt und die Ergebnisse als Publikation „Anleitung für austriaguides“ öffentlich zugänglich gemacht.

Zu Beginn 2021 wurde das Programm fortgesetzt und im größeren Maßstab für 12 Branchen aus Handel, Service und Produktion ausgerollt. Es wurden 2-tägige, digitale Transformationsworkshops für Branchen, die besonders von der Corona-Krise betroffen waren, durchgeführt. Pro Workshop entwickelten 15 ausgewählte UnternehmerInnen gemeinsam mit sogenannten „Creative Catalysts“ aus dem Kreativbereich ihre Produkte, Services und Geschäftsmodelle für einen erfolgreichen Re-Start weiter. Die Creative Catalysts, das waren VertreterInnen aus Digitalisierung, Design,

Gaming, Software, Kommunikation, Werbung, Film und anderen Bereichen, dienten dabei als ImpulsgeberInnen und InnovationsbringerInnen. Zu Beginn eines jeden Transformationsprozesses stand stets eine Analysephase mit der Identifikation der Herausforderungen und Chancen (SWOT- und Trend-Analyse) der jeweiligen Branche. Auf Basis der Analyseergebnisse wurden dann die Kreativleistungen identifiziert, die die größte Hebelwirkung für die Branche haben und gezielt die passenden Kreativprofis gesucht und ausgewählt. In den Workshops selbst erarbeiteten UnternehmerInnen und Kreativschaffende in einer Co-Creation neue Zugänge und Lösungen für die Herausforderungen der jeweiligen Branche. Die dabei gewonnenen Ideen, Anregungen und Learnings wurden in Branchen-Leitfäden zusammengefasst und veröffentlicht. Zum Abschluss fand am 7.10.2021 der „Creative Transformation Summit“ als Online-Veranstaltung statt, in dem ein kompaktes Best-of der Erkenntnisse aus all den Transformationsworkshops präsentiert wurde.

5.3. Innovationsförderung für die Kreativwirtschaft mit EU-Finanzierungsinstrumenten

5.3.1. Beschreibung der Empfehlung (Originaltext)

MOTIVATION:



Österreich hat Aufholbedarf bei der Umsetzung von EU-Finanzierungsinstrumenten für die Kreativwirtschaft. So wird beispielsweise der Garantiefonds in Österreich derzeit nicht genutzt, dabei wären einzelne Branchen der Kreativwirtschaft, wie z.B. die Games-Industrie, besonders stark auf diese Gelder angewiesen. Gleichzeitig ist in der österreichischen Förderlandschaft, insbesondere in der klassischen FTI-Politik, noch immer kein breiter, inklusiver Innovationsbegriff etabliert, obwohl längst außer Streit steht, dass nicht-technologische Innovationen wichtige Lösungsansätze für die großen gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen liefern. Die Verknüpfung von beiden kann eine win-win-Situation schaffen: Wenn Finanzierungsmodelle nicht um ihrer selbst willen, sondern nach der „Mission Innovation“ ausgerichtet werden, wird moderne Innovation im erweiterten Kontext vorangetrieben.

INHALT:



Die unterschiedlichen Finanzierungsmöglichkeiten über EU-Programme werden hinsichtlich ihrer Zugänglichkeit und höheren Ausschöpfbarkeit für die österreichischen KMU des Kreativsektors geprüft. Mittel- bis langfristig werden damit die Kreativbranchen mit besonderem Finanzierungsbedarf, z.B. Multimedia-Wirtschaft und Games-

Industrie, gestärkt. Gleichzeitig mit der besseren Nutzung von EU-Finanzierungsinstrumenten wird ein breiter, die *Soft Innovations* einschließender Innovationsbegriff nach Österreich getragen, weil dieser auf EU-Ebene bereits besser verankert ist. Die österreichische Innovationsförderung für die Kreativwirtschaft wird so gleichermaßen finanziell und inhaltlich begünstigt. Auf diese Weise vorbereitet, könnte Österreich eine führende Rolle spielen, wenn es zur nächsten Überarbeitung des Innovationsbegriffs im Oslo Manual der OECD kommt.

RAHMENBEDINGUNGEN UND ART DER UMSETZUNG:



Es sollen neuerliche politische Anstrengungen unternommen werden, damit österreichische Kreativwirtschaftsunternehmen Kreditfinanzierungen über EU-Finanzinstrumente in Anspruch nehmen können. Darüber hinaus muss die Regulatorik der Finanzierungsmodelle für kreativwirtschaftsbasierte Innovation dringend überarbeitet werden. Es braucht eine Innovation der Innovationsprogramme, eine innovative Förderungs-Governance, um sicherzustellen, dass nicht einzelne Segmente der Kreativwirtschaft von Förderungen ausgeschlossen werden. Begleitend sollen Maßnahmen gesetzt werden, die unerfahrene FörderungswerberInnen bei der Antragstellung unterstützen, z.B. durch maßgeschneiderte Coaching- und Beratungsangebote. Nicht zuletzt sollen moderne Formen der Verwendungsnachweise (z.B. Videos) zu innovativen Herangehensweisen und mehr Kommunikation ermutigen sowie die Transparenz erhöhen. Mittelfristiges Ziel muss es sein, in sämtlichen Programmen der österreichischen Förderlandschaft einen breiten, inklusiven Innovationsbegriff zu verankern.

5.3.2. Aktueller Umsetzungsstand

Zu dieser Empfehlung gibt es deutliche Umsetzungsschritte. Das neue EU-Forschungsrahmenprogramm Horizon Europe (2021-2027) beinhaltet in der 2. Programmsäule erstmals ein Cluster „Culture, Creativity and Inclusive Society“. Österreich wird im Programmkomitee durch das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) mit dem BMDW und BKA als Stellvertretung repräsentiert. In diesem Rahmen setzt sich Österreich stark für eine möglichst umfassende Berücksichtigung der Bedürfnisse der Kreativwirtschaft bei den Ausschreibungen des Clusters ein.

Das European Institute of Innovation and Technology (EIT) plant, im Herbst 2021 eine Knowledge and Innovation Community zum Thema Cultural and Creative Sectors and Industries (KIC CCSI, „KIC Kreativwirtschaft“) zum Aufbau eines europaweiten Innovationsnetzwerkes für die Kreativ- und Kulturwirtschaft auszuschreiben. Dafür soll seitens des EIT über den Zeitraum von 7 Jahren ein Seed Fund in Höhe von 150 Millionen Euro zur Verfügung gestellt werden. Ziel des neuen KIC ist es, die Rolle der Kreativ-

und Kulturwirtschaft als Treiberin für Innovationen und (digitale) Transformation zielgerichtet zu unterstützen und damit die Transition zu einem nachhaltigen, smarten und resilienten Europa zu ermöglichen. Das BMDW unterstützt eine starke österreichische Beteiligung am KIC CCSI mit dem Ziel, europäische Potenziale und Märkte für die österreichische Kreativwirtschaft und österreichische KMU allgemein zu erschließen und in einem Zusammenspiel mit europäischen SchlüsselakteurInnen aus Wirtschaft, Wissenschaft/Forschung und Bildung neue europäische Förderungsmittel im Rahmen von Horizon Europe zu akquirieren. So kann ein KIC Kreativwirtschaft einen starken Beitrag dazu leisten, österreichische KMU zukunftsfit zu machen. Ende Oktober 2021 wurde die Aufforderung an Konsortien zur Einreichung von Vorschlägen veröffentlicht.

5.4. Wachstumsstrategien für weiblich geführte Kreativunternehmen

5.4.1. Beschreibung der Empfehlung (Originaltext)

MOTIVATION:



Die Zahl der weiblich geführten Unternehmen nimmt teilweise zu, jedoch sind Unternehmerinnen in den Branchen mit besonderer Wachstumsintensität und skalierbaren Geschäftsmodellen unterrepräsentiert. So sind z.B. in den Bereichen Architektur, Design und IT sehr wenige Unternehmerinnen zu finden. Österreich hat im Vergleich zu anderen EU-Ländern nicht die Tradition vieler Frauenprogramme, wie dies z.B. in Irland der Fall ist. Jedoch spielt das Wissen um die diversen Möglichkeiten zukünftiger Karrieremodelle (Schwerpunkt Vereinbarkeit von Familie und Beruf) in vielen Fällen eine entscheidende Rolle bei der Auswahl der Karriereplanung, auch bereits in der Ausbildung.

INHALT:



Es wird ein Mentoring-Pilotprogramm speziell für weiblich geführte Unternehmen der Kreativwirtschaft entwickelt, in dem Know-how über Wachstumsstrategien vermittelt, der Umgang mit Risiko und die Überwindung von Barrieren adressiert werden. Außerdem sollen Best Practice-Beispiele zum Management verschiedener Lebensumstände, z.B. Entrepreneurship nach Karenz oder Krankheit sowie Modelle zur Teilung der Geschäftsführung oder Absicherungsstrategien, gesammelt und gezeigt werden. Die Informationen sollen von weiblichen Peers/Role Models zielgruppengenau erstellt, entsprechend aufbereitet und disseminiert werden. Mögliche Vermittlungsformate sind z.B. eine Serie von Videos (von weiblichen Peers für Unternehmerinnen

gemacht), Workshops oder die Publikation von Erfolgsgeschichten. Wichtig ist, dass männliche Unternehmer genauso als Zielgruppe mitgedacht werden, da es ein soziales Umdenken aller braucht und ein familien- und unternehmerInnenfreundliches Umfeld (z.B. Kinderbetreuung im Co-Working Space, Teilzeit-CEOs) nur gemeinschaftlich geschaffen werden kann. Langfristig sollen mehr Unternehmen in den Wachstumsbranchen von Frauen geführt sein als heute.

RAHMENBEDINGUNGEN UND ART DER UMSETZUNG:



Das Mentoring-Programm kann in adaptierter Form auch bereits für die StudentInnen an den Universitäten mit Kreativausbildung angeboten werden. Auch Schülerinnen soll die Vereinbarkeit von Unternehmerin-Sein und Familie möglichst früh vorgelebt bzw. vermittelt werden. Eine Zusammenarbeit mit bestehenden Frauennetzwerken, z.B. Female Founders, kann die Entwicklung und Umsetzung des Mentoring-Pilotprogramms unterstützen.

5.4.2. Aktueller Umsetzungsstand

Diese Empfehlung wird von der KAT im Zeitraum 2020-2022 umgesetzt. Aktuell finden Konzeptionsarbeiten für ein Pilotprogramm mit 4 Workshops und 20 TeilnehmerInnen statt, welches 2022 starten soll. In diesen Workshops werden weibliche Peers für Unternehmerinnen aus der Kreativwirtschaft die zentrale Rolle spielen, die den Wissenstransfer und Praxisaustausch sichern und den Aufbau neuer Frauen-Netzwerke ermöglichen sollen. Im Rahmen der Vorbereitungsarbeiten 2021 wurde das Format im Detail konzipiert und ProjektpartnerInnen und Mentorinnen wurden angefragt. Eine Zusammenarbeit mit bestehenden Fraueninitiativen ist geplant.

In Planung sind außerdem 4 Kurzvideos mit redaktionell aufbereiteten Botschaften. Diese Videos sollen dazu dienen, die Erfolgsgeschichten der Mentorinnen über den TeilnehmerInnenkreis hinaus zu disseminieren.

Bei der Umsetzung und Kommunikation dieser Empfehlung werden generell männliche Unternehmer genauso als Zielgruppe mitgedacht, da ein familien- und unternehmerInnenfreundliches Umfeld (z.B. Kinderbetreuung im Coworking Space, Teilzeit-CEOs) nur gemeinschaftlich geschaffen werden kann und ein Umdenken aller notwendig ist.

5.5. Neue Wertschöpfungsmodelle für die Kreativwirtschaft zur Anwendung neuer Technologien

5.5.1. Beschreibung der Empfehlung (Originaltext)

MOTIVATION:



Kreativwirtschaftsunternehmen haben ein gutes Sensorium für innovative, aufkommende Technologien (z.B. VR) und wenden diese rasch in ihrem Kontext an. Sie sind oftmals Pioniere beim Auffinden von Einsatzmöglichkeiten neuer Technologien und nehmen aufgrund ihres frühen Anwendungswissens eine Vorreiterrolle für viele traditionelle Wirtschaftsbereiche ein (z.B. VR in der Medizin oder Bildung). Jedoch fehlt es den Kreativunternehmen häufig an Perspektiven und Geschäftsmodellen, um aus ihrem Anwendungs-Know-how mehr Wertschöpfung im eigenen Unternehmen zu generieren.

INHALT:



Es soll ein neues Workshop-Format für Kreativwirtschaftsunternehmen geschaffen werden, das speziell auf die Entwicklung von Geschäftsmodellen für den cross-sektoralen Technologietransfer fokussiert. Ziel ist es, erstens die Schlüsselrolle der Kreativwirtschaft bei der Entdeckung neuer Anwendungsfelder von innovativen Technologien zu verdeutlichen und zweitens gemeinsam neue, übertragbare Ideen und Geschäftsmodelle zu entwickeln, die die Wertschöpfung aus dem Technologietransfer aufseiten der Kreativwirtschaftsunternehmen erhöhen. Damit soll dem Umstand Rechnung getragen werden, dass erst durch das Domänenwissen der Kreativschaffenden zu innovativen Technologien diesen zu einem breiten Einsatz in traditionellen Wirtschaftsbereichen verholfen wird. Das neue Workshop-Format wird als Angebot für den Austausch von bereits erfolgreichen Beispielen und dem gemeinsamen Erarbeiten von neuen Geschäftsmodellen für den Technologietransfer konzipiert.

Indirekt bietet diese Maßnahme einen Anreiz dafür, dass innovative Technologien einen raschen und breiten Einsatz in traditionelle Wirtschaftsbereiche finden. Üblicherweise wenden Kreativwirtschaftsunternehmen neue Technologien vorerst in ihren eigenen Arbeitsbereichen (z.B. Marketing, Kommunikation) an. Das Auffinden von radikal neuen Anwendungsfeldern in fremden Branchen ist hingegen wesentlich schwieriger. Das neue Workshop-Format soll diesem Suchprozess Anleitung und Struktur geben.

RAHMENBEDINGUNGEN UND ART DER UMSETZUNG:



Viele KMUs kennen die Möglichkeiten des Einsatzes neuer, digitaler Technologien (z.B. XR-Tools) in ihren betrieblichen Aktivitäten nicht. Es bedarf hier begleitender Informationsarbeit.

Die verschiedenen Kulturen von Kreativen und traditioneller Wirtschaft müssen zusammengeführt werden.

5.5.2. Aktueller Umsetzungsstand

Diese Empfehlung wird von der KAT im Zeitraum 2020-2022 im Rahmen ihres neu überarbeiteten Formats „Kreativwirtschaftswerkstätte“ umgesetzt. Die Kreativwirtschaftswerkstätten der KAT sind interaktive Innovationscamps für Kreativschaffende, die ab 2021 mit dem Fokus auf Technologietransfer weiterentwickelt werden. In interaktiven Sessions können Kreativschaffende anhand bereits erfolgreicher Anwendungsbeispiele neue Anwendungen für diese Technologien finden und neue Ideen für ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot generieren sowie eigene Geschäftsmodelle (weiter-)entwickeln. Dabei wird mit Co-Creation und neuen Innovationsmethoden gearbeitet.

Um die Wirkung des Technologietransfers zu erhöhen, wurde das Format der Kreativwirtschaftswerkstätten von eintägigen Workshops auf zweitägige Workshops umgestellt. Mitte Oktober 2021 fand in St. Pölten die erste zweitägige Werkstatt zum Thema „Augmented & Virtual Reality, 360°Audio/Video/Mobile, Blockchain für NFTs & KI“ statt. Die nächste Werkstatt ist 2022 geplant.

5.6. Award für Game Development & Gamification

5.6.1. Beschreibung der Empfehlung (Originaltext)

MOTIVATION:



Die Technologien und Tools der Games-Branche finden bereits Anwendung in traditionellen Wirtschaftsbranchen. So versteht man unter Gamification die Anwendung von klassischen Gamedesign-Elementen in einem nicht-spielespezifischen Kontext wie Werbung, Training, etc. Vielen AnwenderInnen ist der Ursprung der Technologie jedoch nicht bewusst. Es braucht daher ein öffentlichkeitswirksames Instrument, um die transformative Wirkung der Spiele-Entwicklung in sämtliche gesellschaftliche Bereiche aufzuzeigen.

INHALT:



Um die Leistungen und die Breitenwirkung der Games-Branche auf die gesamte Wirtschaft öffentlich sichtbar zu machen und entsprechend zu würdigen, soll ein Award für Spieleentwicklung eingeführt werden (z.B. als Unterkategorie eines Staatspreises). Es sollen Games-ProduzentInnen und junge SpieleentwicklerInnen zur Teilnahme eingeladen werden. Ziel des Awards ist es, das öffentliche Bewusstsein über den Nutzen der Innovationen der Games-Branche für andere Wirtschaftsbranchen

(z.B. für Simulation, Künstliche Intelligenz, Visual Effects) zu schärfen und die Games-Branche als Innovationstreiberin bei der Digitalisierung zu fördern. Außerdem soll der Award die Qualitätsentwicklung in der Games-Branche begünstigen und einen Beitrag zur Nachwuchsförderung leisten.

RAHMENBEDINGUNGEN UND ART DER UMSETZUNG:



Die rund 90 heimischen Unternehmen der SpieleentwicklerInnen mit insgesamt rund 470 Beschäftigten generieren einen Umsatz von rund 24 Mio. Euro (vgl. Game Development Studie 2019). Eine Stärkung des Spiele-Sektors wird auch durch die Umsetzung der Empfehlung „Neue Wertschöpfungsmodelle für die Kreativwirtschaft zur Anwendung neuer Technologien“ bewirkt.

5.6.2. Aktueller Umsetzungsstand

Diese Maßnahme ist bis jetzt noch nicht umgesetzt. Möglichkeiten für eine Umsetzung werden geprüft.

6. Positionspapier des Beirats 2020 und aktueller Umsetzungsstand

6.1. Hintergrund

Schon bald nach dem Lockdown aufgrund der Corona-Pandemie im März 2020 zeigte sich, dass die Kreativwirtschaft besonders unmittelbar und hart von den wirtschaftlichen Auswirkungen betroffen war. Der Beirat reagierte auf diese Situation und erarbeitete in der dritten Beiratssitzung am 22. April 2020, die online stattfand, *Strategien und Maßnahmen für die Kreativwirtschaft in und nach der Corona-Krise*. Im Vorfeld der Sitzung wurde ein Online-Diskussionsforum eingerichtet, in dem bereits erste Ideen und Gedanken der Beiratsmitglieder gesammelt wurden.

Diese Ideensammlung wurde in der Sitzung inhaltlich und hinsichtlich ihrer Wirkung intensiv diskutiert. Ziel war es, sehr niederschwellige und breitenwirksame Maßnahmen zu entwickeln, die gleichzeitig auch eine Innovationsförderung darstellen. Die zentrale Frage der Diskussion war, was die Kreativwirtschaft (1) am Ende der Ausgangsbeschränkungen dringend braucht, um sich wieder rasch zu erholen und (2) was sie braucht, wenn die gesamtwirtschaftliche Lage in Österreich und international noch länger angespannt bleibt.

Das Ergebnis der Diskussion waren drei konkrete Maßnahmenforderungen, die in einem Positionspapier ausformuliert und im Mai 2020 an Frau BM Dr. Margarete Schramböck übermittelt wurden.

6.2. Positionspapier 2020: Strategien und Maßnahmen für die Kreativwirtschaft in und nach der Corona-Krise – Fokus Wirtschaftsaufbau

Nachfolgend ist der Text des Positionspapiers, das der Beiratsvorsitzende Vizerektor DI Christopher Lindinger am 17. Mai 2020 an Frau BM Dr. Margarete Schramböck übermittelt hat, im Originalwortlaut wiedergegeben:

Präambel

Die Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Wachstums- und Innovationstreiber, der für die Gesamtwirtschaft bei ihrem Weg aus der Wirtschaftskrise unentbehrlich ist

Nach einer Einschätzung der EU-Kommission zählen die Cultural and Creative Industries zu den fünf am stärksten von der Corona-Krise betroffenen Sektoren mit erwarteten Einnahmefällen von bis zu 80%. Der Grund liegt in der starken Vernetzung mit den Wertschöpfungssystemen des Kultur- und Veranstaltungssektors sowie vieler anderer Branchen, für die die Kreativwirtschaft wichtige Dienstleistungen erbringt. Gleichzeitig ist bekannt, dass bei den meisten Kreativwirtschaftsbranchen die großen Einnahmefälle erst zeitverzögert eintreten werden. Ab dem Frühsommer ist daher eine Insolvenzwelle bei Kreativwirtschaftsunternehmen zu erwarten.

Vor Ausbruch der Corona-Krise zählten in Österreich 11% aller Unternehmen, also etwa 44.000 Unternehmen insgesamt, zum Kreativwirtschaftssektor. Die 157.000 Beschäftigten erwirtschafteten einen jährlichen Umsatz von 22 Mrd. Euro. Im Vergleich dazu gab es 2019 rund 2.300 Startups mit 17.500 Beschäftigten (vgl. Startup Monitor 2019).

Die Kreativwirtschaft galt in den letzten Jahren als Wachstums- und Innovationstreiber: 1 Euro Wertschöpfung in der Kreativwirtschaft brachten 1,7 Euro Wertschöpfung in der Gesamtwirtschaft. Und 1 Arbeitsplatz in der Kreativwirtschaft sicherte 1,7 Arbeitsplätze in der Gesamtwirtschaft ab. In den letzten 10 Jahren stiegen die Umsätze der Kreativwirtschaft um das 2,5fache (21% vs. 8%) und die Beschäftigung mehr als doppelt so stark (16% vs. 7%) gegenüber der Gesamtwirtschaft.

Der Kreativwirtschaftsbeirat erachtet es daher als immens wichtig, die Kreativwirtschaft aufgrund ihrer Verflechtungen über Wertschöpfungsketten mit der Gesamtwirtschaft in nationalen Konjunkturmaßnahmen zur Bewältigung der COVID-19-Krise mitzudenken und einzubinden. **Es ist essenziell, die Lösungskompetenz und Innovationskraft der Kreativwirtschaft, vor allem ihre Funktion als Treiberin der Digitalisierung und wirtschaftlichen Transformation, beim Neustart der Wirtschaft zu nutzen.** Die Kreativwirtschaft ist ein **wichtiger Motor aus der Krise, der jedoch angesichts der drohenden Insolvenzwelle von Kreativwirtschaftsunternehmen ausfallen könnte.** Damit wäre das Post-Krisen-Potential der Gesamtwirtschaft massiv geschwächt. Da die bestehenden COVID-19-Hilfspakete bei Kreativwirtschaftsunternehmen kaum greifen, übermittelt der Kreativwirtschaftsbeirat in diesem Papier spezifisch für diesen Wirtschaftssektor entwickelte Strategien und Maßnahmen. Der Beirat fordert die Politik dringend auf, diese umzusetzen.

DI Christopher **Lindinger**, MAS / Johannes Kepler Universität Linz (Vorsitzender)

Mag. (FH) Karin **Haager** / Flimmit GmbH & CO KG (Stellvertreterin des Vorsitzenden)

Dipl.-Volkswirt **Bernd Fesel** / European Creative Business Network

Theresia **Kohlmayr** / URBANAUTS Hospitality GmbH

Dipl.-Designer Michael **Lanz**/ designaffairs GmbH

DI (FH) Dr. Barbara **Lippe**/ entreZ VR Entertainment

Hannah **Lux**, MPP / Vollpension Generationencafé GmbH

Mag. Eberhard **Schrempf** / Creative Industries Styria GmbH

(Mitglieder des Kreativwirtschaftsbeirats des BMDW)

Vorgeschlagene Maßnahmen – 50 Millionen Euro Paket für Wiederaufbau:

1. Staatlicher Zuschuss für Unternehmen bei Beauftragung kreativwirtschaftlicher Leistungen – Einführung eines Transformationsschecks

KMU benötigen Kreativwirtschaftsunternehmen, um ihre Produkte, Services und Vertriebskanäle weiterzuentwickeln bzw. neu auszurichten und mit innovativen Angeboten aus der Krise zu kommen. Daher sollen Anreize für Unternehmen geschaffen werden, diese notwendige Weiterentwicklung und Neuausrichtung ihres Unternehmens gezielt voranzutreiben, indem sie bei der Inanspruchnahme von Kreativleistungen einen staatlichen Zuschuss erhalten.

So werden z.B. bei der Beauftragung von 3.000 Euro für kreative Innovationsleistungen durch ein Unternehmen weitere 3.000 Euro staatlich co-finanziert (Höhe der Eigenleistung durch KMU ist zu bestimmen). Dieses Modell soll mittels eines neu aufgelegten „Transformationsschecks“ – ähnlich dem ausgelaufenen, aber gut bewährten Kreativwirtschaftsscheck – realisiert werden. So wird ein wirkungsvolles Instrument geschaffen, um die Hürde bei der Auftragsvergabe an Kreativschaffende zu verringern, die den Auftrag sonst entweder gar nicht, nicht in dieser Höhe oder nicht zu diesem Zeitpunkt vergeben hätten. Denn erfahrungsgemäß beauftragen Unternehmen, die infolge einer Krise ihre Ausgaben kürzen, kaum Kreativleistungen. Die Kreativwirtschaft ist daher zeitlich nachgelagert von Auftragsausfällen betroffen.

Der Vorteil des Scheckmodells ist, dass jeweils ein KMU und ein kreativwirtschaftliches Unternehmen im Gespann gefördert werden und beide profitieren: Die Kreativwirtschaftsunternehmen erhalten mehr und schneller Aufträge und die KMU bringen

ihre Produkte und Dienstleistungen besser an die KundInnen. So werden Wirtschaftskreisläufe in Gang gesetzt, die stimulierend und forcierend auf die Gesamtwirtschaft in Österreich wirken. Dieses Instrument ist daher als staatliche Investition und nicht lediglich als Hilfsinstrument zu betrachten.

Mit dem Transformationsscheck sollen insbesondere transformative Vorhaben von Unternehmen finanziert werden, die dazu beitragen, das Unternehmen zukunftsfähig weiterzuentwickeln (z.B. durch die Erschließung neuer Märkte) bzw. die Geschäftsmodelle des Unternehmens resilienter zu gestalten. Der Transformationsscheck verfolgt gemäß „die Krise als Chance“ das Ziel, die transformative Kraft kreativwirtschaftlicher Leistungen für mehr zukünftige Krisenfestigkeit zu nutzen. Jedoch sollen die Innovationsanforderungen im Sinne einer raschen Wiederbelebung der (Kreativ-) Wirtschaft angemessen sein und eine rasche Prüfung der Anträge sowie eine kurze Zeitdauer bis zur Bewilligung erlauben.

Zusammenfassend ist der Transformationsscheck ein breitenwirksames, niederschwelliges, rasches und unbürokratisches Instrument zur Unterstützung von Kooperationen zwischen KMU und Kreativwirtschaftsunternehmen.

Konzept „Transformationsscheck“:

- KMU unterschiedlicher Branchen beauftragen Kreativwirtschaftsunternehmen und bekommen über den Scheck einen Teil der Kosten ersetzt (Höhe der Eigenleistung durch KMU ist zu diskutieren).
- Besonderer Fokus auf EPU's und Kleinstunternehmen
- geringe maximale Fördersumme in Höhe von 3.000 bis 5.000 Euro pro Scheck – Voraussetzung: gewisse Eigenleistung des KMU
- Volumen: ca. 10.000 Schecks für 2020-2021
- rasche Einführung nötig für eine Breitenwirksamkeit unter den Kleinstunternehmen
- AntragstellerInnen können sowohl KMU als auch Kreativwirtschaftsunternehmen sein.
- Der bürokratische Aufwand für AntragstellerInnen und PrüferInnen ist möglichst geringzuhalten. Ein niederschwelliger Zugang und eine weitgehende automatisierte Abwicklung sind für eine schnelle Wirksamkeit entscheidend.
- Abwicklung erfolgt durch die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH

2. Begleitmaßnahme zum Transformationsscheck: Kommunikationskampagne über Leistungsfelder der Kreativwirtschaft für die Gesamtwirtschaft – z.B. in der Digitalisierung, für neuartige Geschäftsmodelle

Viele Unternehmen wissen zu wenig über die Kompetenzbereiche und Leistungsspektren von Kreativwirtschaftsunternehmen Bescheid und verstehen sie daher auch

nicht als relevante Partner bei der Entwicklung von neuen Lösungen aus der Krise. Jedoch verfügen Kreativschaffende über Kernkompetenzen, etwa im Bereich Digitalisierung, Virtual Reality, Besucherführung/Leitsysteme in Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, Serious Gaming oder im Bereich Design von Schutzausrüstung, die gerade jetzt stark nachgefragt sind.

Für das Recovering der Kreativwirtschaft im Allgemeinen und für die Kooperationsanbahnung zum Transformationscheck im Speziellen ist eine breite staatlich finanzierte Kommunikationskampagne nötig, die sich gezielt an EntscheidungsträgerInnen in Unternehmen wendet und die Leistungen der Kreativwirtschaftsunternehmen aufzeigt. Damit werden zwei Ziele verfolgt: Erstens wird die Krise zur Chance für neue Aufträge umgewandelt und zweitens wird bei den AdressatInnen der Kampagne ein neuer Mindset zur kreativen Leistung geprägt, der ihr den gebührenden Stellenwert einräumt.

3. Neuer Förderschwerpunkt „Post Crisis Kooperations- und Geschäftsmodelle“

Mit der Corona-Krise sind Bedürfnisse in der Gesellschaft entweder neu entstanden oder verstärkt worden, wie z.B. Teleworking, digitale Bildung eventuell auch VR-unterstützt, Hygiene, Abstand im Arbeitsbereich der Unternehmen, Kontaktpflege bei gleichzeitigem Social Distancing, Erhalten von wichtigen Informationen in Echtzeit, usw. **Diese COVID-19-induzierten Bedürfnisse bergen ein hohes Potential für Innovation im Bereich von Kooperations- und Geschäftsmodellen.** Sie können beispielsweise neue Formen der effizienten, digital gestützten Zusammenarbeit sowohl innerhalb eines Unternehmens als auch mit externen Partnern betreffen oder auf einen insgesamt höheren Digitalisierungsgrad im Unternehmen abzielen.

Im Rahmen des von der **Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH abgewickelten Förderprogramms Creative Impact soll daher ein eigener Call „Post-Crisis Kooperations- und Geschäftsmodelle“** bei gleichzeitiger Aufstockung des Budgetvolumens eingerichtet werden. Hier können Kreativwirtschaftsunternehmen neue Ideen generieren und einreichen, die im Zusammenhang mit krisenbedingt entstandenen, jedoch voraussichtlich längerfristig wirksamen Bedürfnissen stehen. Die Integration des Calls in das bestehende Programm Creative Impact erlaubt die Nutzung einer bewährten Förderstruktur.

Bei der Kommunikation zum neuen Call wird ein breiter, moderner Innovationsbegriff verwendet, der nicht-technologische Innovation, Social Business und Soft Innovation inkludiert. Damit wird das Bewusstsein über die große Bandbreite kreativwirtschaftlicher Innovation geschärft und dem gesamten kreativwirtschaftlichen Sektor ein höherer Stellenwert verliehen.

Konzept „Post-Crisis Kooperations- und Geschäftsmodelle“:

- **Einrichtung eines Calls „Post-Crisis Kooperations- und Geschäftsmodelle“ im Rahmen des Förderprogramms Creative Impact**
- Es können Kooperations- und Geschäftsmodelle eingereicht werden, die Antworten auf neue Bedürfnisse, die im Zuge der Corona-Krise entstanden sind, liefern.
- Dazu ist eine Aufstockung des Fördervolumens des Creative Impact-Programms um 15 bis 20 Mio. Euro nötig.
- Abwicklung erfolgt durch die Austria Wirtschaftsservice Gesellschaft mbH

6.3. Aktueller Umsetzungsstand

In Reaktion auf dieses Positionspapier stellte das BMDW im Juli 2020 zusätzliche 3,8 Mio. Euro an Fördermitteln für die Kreativwirtschaft zur Verfügung. Davon wurden 3 Mio. Euro für Projekte vorgesehen, die Antworten auf neue, im Zuge der Corona-Krise entstandene Bedürfnisse lieferten. Sie wurden für die Förderung von Post-Crisis-Kooperations- und Geschäftsmodellen mittels zusätzlicher Calls im Rahmen des aws-Programms Creative Impact eingesetzt. Somit wurde Punkt 3 des Positionspapiers von politischer Seite aufgegriffen. Im vierten Quartal 2020 wurden die COVID-Sondercalls für die Konditionen „Prototyp erstellen“ (Einreichschluss 16.10.2020) und „Marktreife erreichen“ (Einreichschluss 19.11.2020) veröffentlicht. Im Rahmen der Sondercalls gab es einen Förderungsschwerpunkt für neue digitale und nachhaltige Projekte und Geschäftsmodelle zur Revitalisierung der Wirtschaft und Stärkung der Resilienz sowie Lösungen aus dem Social Impact-Bereich für Krisenmanagement und Krisenbewältigung im Kontext der Corona-Krise. Bei den Ausschreibungen für die Creative Impact COVID-19 Sonderaktion gab es insgesamt 488 Einreichungen. Davon wurden in der Kondition „Prototyp erstellen“ 28 Projekte mit 1.362.760,00 Euro gefördert und in der Kondition „Marktreife erreichen“ 10 Projekte mit 1.337.200,00 Euro gefördert.

Weitere 800.000 Euro stellte das BMDW über die KAT in Form von geförderten Workshops, Coachings, Mentorings, etc. zur Verfügung.

Im Herbst 2020 nahm das BMDW außerdem Punkt 2 des Positionspapiers auf und startete gemeinsam mit der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) die Vorbereitungs- und Konzeptionsarbeiten für eine Imagekampagne bzw. eine neue Kommunikationslinie zur Aufwertung der Kreativwirtschaft im öffentlichen Bewusstsein und in der Gesamtwirtschaft. Ziel dabei ist es, die Kompetenzen und Leistungsspektren der Kreativwirtschaft aufzuzeigen und ihre wichtige Partnerrolle beim Recovering der Gesamtwirtschaft in Österreich sowohl bei EntscheidungsträgerInnen in Unternehmen als auch in der breiten Öffentlichkeit bewusst zu machen. Bei der Konzipierung des Projektes wurde die ursprüngliche Idee der Imagekampagne ausgeweitet zum Plan,

eine neue Kommunikationslinie für die Kreativwirtschaft zu entwickeln, die über mehrere Jahre verwendet werden soll. Das Projekt Kommunikationslinie NEU ist im nächsten Kapitel 7 detailliert beschrieben.

7. Erarbeitung einer neuen Kommunikationslinie für die Kreativwirtschaft

7.1. Ausgangssituation und Projektbeschreibung

Die Kreativwirtschaft ist Innovationstreiberin mit hoher Lösungskompetenz für gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Herausforderungen und in dieser Eigenschaft ein unverzichtbarer Motor aus der Corona-Krise. Das kreative, innovative und transformative Potenzial des Sektors ist jedoch zu wenig sichtbar in Österreich. Die Kraft und Bedeutung der Kreativwirtschaft sind noch nicht in der Wirtschaft und Öffentlichkeit angekommen.

Auf dieses Defizit hat der Kreativwirtschaftsbeirat in seinem Positionspapier 2020 hingewiesen und eine Kommunikationskampagne über die Leistungsfelder der Kreativwirtschaft gefordert (siehe Kapitel 6). Das BMDW griff diese Forderung Ende 2020 auf und beauftragte die aws mit dem Projekt Kommunikationslinie NEU. Ziel ist die Entwicklung einer neuen Kommunikationslinie für die Kreativwirtschaft, die ihre Kompetenzbereiche und Leistungsspektren sowie ihre Innovationsstärke und Zugkraft für die Gesamtwirtschaft aufzeigt. Die neue Kommunikationslinie soll insbesondere dazu beitragen, das Potenzial der Kreativwirtschaft zur Überwindung der Krise durch Innovation, Kreativität und Digitalisierung begreifbar zu machen.

Zentraler Inhalt des Projektes ist die Entwicklung eines neuen Narrativs, das einen Bedeutungswandel einleitet und eine Aufwertung der Kreativwirtschaft bewirkt. Auf dessen Basis wird in weiterer Folge ein Branding erarbeitet und eine digitale Kampagne entwickelt. Es handelt sich hierbei jedoch nicht um eine einmalige Kampagne, sondern es ist vorgesehen, die neue Kommunikationslinie über mehrere Kampagnen und mehrere Jahre auszuspielen.

Zielgruppe der neuen Kommunikationslinie ist ein breiter und diverser Adressatenkreis, nämlich einerseits EntscheidungsträgerInnen in Unternehmen aller Branchen, die in Zukunft viel öfter zu KundInnen von Kreativwirtschaftsunternehmen werden sollen und andererseits EntscheidungsträgerInnen in Verwaltung und Politik, welche die Kreativschaffenden noch stärker als relevante Wirtschafts- und Innovationspart-

nerInnen wahrnehmen sollen. Die Kreativwirtschaftsunternehmen selbst bzw. VertreterInnen der Branche sind zwar StakeholderInnen im gesamten Prozess, jedoch keine Zielgruppe des Projektes.

Das Projektteam setzt sich aus MitarbeiterInnen der aws (Projektleitung), The Early Birds (Branding) und Tunnel 23 (digitale Kampagne) sowie winnovation (Projektmanagement) zusammen. Die KAT unterstützt das Projekt mit ihrem Know-how und stellt ihre Kommunikationskanäle für die Dissemination der Kampagne zur Verfügung.

7.2. Aktueller Umsetzungsstand

Im ersten Quartal 2021 erfolgte der Projekt-Kick-off und die Fixierung des Projektplans. Im Sinne einer Qualitätssicherung wurde bereits in die Projektkonzeption die Fachexpertise des Kreativwirtschaftsbeirats einbezogen, indem die wichtigsten Eckpfeiler des Projektes in der 4. Beiratssitzung am 23.2.2021 gemeinsam diskutiert wurden. Der Input der Beiratsmitglieder wurde nach der Sitzung in den Projektplan eingearbeitet.

Im zweiten Quartal erfolgte eine Marktanalyse für den Positionierungs- und Brandingprozess durch die Agentur The Early Birds. Hierfür wurde ein Fragebogen entwickelt, der von StakeholderInnen online beantwortet werden konnte und darüber hinaus wurden weiterführende Interviews, u.a. mit Mitgliedern des Kreativwirtschaftsbeirats, via Zoom oder Telefon geführt. Alle gesammelten Inputs wurden schließlich ausgewertet und eine Marktanalyse erstellt, die mittels Spiderweb-Diagrammen dargestellt wurde.

Anhand der abgeschlossenen Analysen wurde von The Early Birds das Positioning Paper mit dem zentralen *Positioning Statement*, also das Conclusio des Gesamtdokuments, sowie dem *Tone of Voice* erstellt. Der Tone of Voice beschreibt die Tonalität, wie kommuniziert bzw. nicht kommuniziert wird. Auf Basis dieser Zwischenergebnisse wurde schließlich die *Big Idea* entwickelt und zu Jahresmitte 2021 vorgelegt. Die Big Idea ist ein Konzept für eine Geschichte und den Stil, mit dem sie erzählt wird. Konkret ist es ein Bleistift, der im Rewind-Prinzip verdeutlicht, dass in den verschiedensten Produkten kreative Leistungen stecken („Am Ende steht am Anfang eine Idee“), ohne dass es vielen Menschen bewusst ist.

Für diese Big Idea wird aktuell durch die Agentur Tunnel 23 ein Kreativ-Konzept für eine digitale Kampagne erarbeitet. Mit der fertig ausgearbeiteten digitalen Kampagne wird voraussichtlich im Frühjahr 2022 der Kampagnenlaunch erfolgen und die Auspielung der Kampagne starten.

8. Ausblick

Dieser Dritte Fortschrittsbericht hat zwei Zielsetzungen: Erstens stellt er eine Ist-Aufnahme des aktuellen Umsetzungsstands der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich dar. Im Monitoring-Teil in Kapitel 3 sind sämtliche Aktivitäten der letzten fünf Jahre aufgelistet, die positive Effekte auf die einzelnen Umsetzungsinitiativen hatten bzw. weiterhin haben. Gleichzeitig macht das Monitoring deutlich, bei welchen Maßnahmen der Kreativwirtschaftsstrategie noch Handlungsbedarf besteht und in den nächsten Jahren vermehrte Anstrengungen gesetzt werden müssen. Zweitens enthält dieser Fortschrittsbericht vom Beirat selbst entwickelte und vorgeschlagene Maßnahmen, die er seit seiner Konstituierung im Oktober 2018 ausgearbeitet hat: Das sind 6 Empfehlungen aus dem Jahr 2019 (Kapitel 5) und das Positionspapier anlässlich der Corona-Pandemie vom Mai 2020 (Kapitel 6).

Erfreulicherweise wurde aufgrund einer Forderung aus dem Positionspapier im Jahr 2021 ein Grundsatzprojekt für die Kreativwirtschaft gestartet (Kapitel 7), das den längst notwendigen Bedeutungswandel der Kreativwirtschaft einleiten und ihre immens wichtige Rolle für die Gesamtwirtschaft aufzeigen wird. Der Zeitpunkt für dieses Projekt ist genau richtig: Denn Österreich braucht *jetzt* das hohe Innovationspotential und die Lösungskompetenz der Kreativwirtschaft als Zugkraft aus der Krise und diese Kapazitäten der Kreativwirtschaft müssen dringend erkannt und besser genutzt werden.

Dieser Fortschrittsbericht gibt aber nicht nur Einblick in den Zwischenstand der Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich nach fünf Jahren, sondern ist zugleich Ansporn für den weiteren Arbeitsweg: Die Maßnahmen, die noch nicht in Angriff genommen wurden oder erst am Anfang der Umsetzung stehen, müssen engagiert weiterverfolgt werden, sodass auch hier bald Umsetzungserfolge verbucht werden können. Damit dies gelingt, will der Beirat seine Arbeit im nächsten Jahr fortführen und das BMDW weiterhin bei der Umsetzung der Kreativwirtschaftsstrategie bestmöglich unterstützen.

Herausgeber:

Kreativwirtschaftsbeirat:

DI Christopher Lindinger, MAS / Johannes Kepler Universität Linz (Vorsitz)

Mag. (FH) Karin Haager / Flimmit GmbH & CO KG (stv. Vorsitz)

Dipl.-Volkswirt Bernd Fesel / European Creative Business Network

Theresia Kohlmayr / URBANAUTS Hospitality GmbH

Dipl.-Designer Michael Lanz/ designaffairs GmbH

DI (FH) Dr. Barbara Lippe/ entreZ VR Entertainment

Hannah Lux, MPP / Vollpension Generationencafé GmbH

Mag. Eberhard Schrempf / Creative Industries Styria GmbH

Redaktionelle Begleitung:

winnovation consulting gmbh:

Mag. Dr. Brigitte Ömer-Rieder

Mag. Dr. Gertraud Leimüller

Lena Müller-Kress, MA (grafische Gestaltung)

Wien, 2021