



KAPITEL 1

# Die Kreativwirtschaft



1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung.....	2
2. Schwerpunkt Musik und Film .....	4
3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft – Stolpersteine überwinden .....	8
4. Förderungen für kreative Unternehmen .....	12



# 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung

## **DIE KREATIVEN STEHEN SINNBILDICH FÜR INNOVATION UND WEITERENTWICKLUNG.**

**Kreativleistungen spielen auch für Branchen außerhalb des Kernbereichs der Kreativwirtschaft eine große Rolle.**

- So gebe es beispielsweise ohne Musik keine MP3-Player, ohne Filme keine Kinos.
- Musik, Design oder Werbung können auch dazu beitragen, ein **Produkt attraktiver zu gestalten und seine Vermarktung zu fördern.**
- Neue Software und innovative Apps können **Geschäftsprozesse verbessern und neue Angebote schaffen.** Dadurch eröffnen sie neue Märkte und Wachstumsmöglichkeiten und leisten **einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Wirtschaft.**

# 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung

## KREATIVE HABEN EIN BREITES BETÄTIGUNGSFELD:

- sie produzieren Musik und Filme
- entwerfen CD-Cover und Filmplakate
- designen Produkte
- schreiben Bücher
- kreieren Werbekampagnen
- gestalten Musik- und Fernseh-Programme
- programmieren Apps
- planen Häuser, Parks und Stadtteile

In ganz Europa arbeiten **8,5 Millionen Menschen** in kreativen Berufen. Die Kreativen erwirtschaften knapp **fünf Prozent des Bruttoinlandprodukts der EU.**

# 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung

## **DIE KREATIVWIRTSCHAFT IST EIN WICHTIGER TEIL DER ÖSTERREICHISCHEN GESAMTWIRTSCHAFT.**

- **Jedes zehnte Unternehmen** gehört der Kreativwirtschaft an.
- Das sind **mehr als 39.000 Unternehmen**.
- Insgesamt sind in den Kreativunternehmen **rund 140.000 Personen tätig**.
- Die österreichische Kreativwirtschaft erzielte im Jahr 2012 **Umsätze von rund 20,3 Milliarden Euro**.
- Das bedeutet einen **Umsatzanteil an der Gesamtwirtschaft von 2,7%**.

# 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung

## **DIE KREATIVWIRTSCHAFT IST EIN WICHTIGER TEIL DER ÖSTERREICHISCHEN GESAMTWIRTSCHAFT.**

- Die **Bruttowertschöpfung** der Kreativwirtschaftsunternehmen macht fast **acht Milliarden Euro** aus.
- Das entspricht einem Anteil von **3,6% der Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft.**
- Die große Bedeutung der Kreativwirtschaft zeigt sich auch darin, dass diese etwa **12% aller Dienstleistungsunternehmen** stellt.
- Die beliebteste Unternehmensform der Kreativen ist mit **66% das Ein-Personen-Unternehmen (EPU)**, der Anteil ist fast doppelt so hoch wie in der Gesamtwirtschaft (38%).



# 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung

Laut österreichischem Kreativwirtschaftsbericht (2015) zählen **Architektur, Design, Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit, Radio & TV, Software & Games, Verlage, Video & Film und Werbung** zum Kernbereich der Kreativwirtschaft.

## Kreativwirtschaft in Zahlen:

	<b>2012</b>	<b>Anteil der Gesamt- wirtschaft in Prozent</b>	<b>Veränderungen zu 2012 in Prozent</b>
<b>Unternehmen</b>	<b>39.021</b>	<b>10,4</b>	<b>1,6</b>
<b>Beschäftigte gesamt</b>	<b>139.505</b>	<b>4,3</b>	<b>7,0</b>
<b>unselbstständig Beschäftigte</b>	<b>100.395</b>	<b>3,4</b>	<b>7,8</b>
<b>Umsatzerlöse in Millionen Euro</b>	<b>20.303</b>	<b>2,7</b>	<b>11,4</b>
<b>Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Millionen Euro</b>	<b>7.937</b>	<b>3,6</b>	<b>13,4</b>



# 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung

**Die große Bedeutung des Sektors Kreativwirtschaft für die gesamte österreichische Wirtschaft.**

Im Tourismus gibt es zwar mehr Unternehmen und Beschäftigte, die Kreativwirtschaft erzielt **jedoch mehr Umsatz und Bruttowertschöpfung als der Tourismus.**

## ■ Kreativwirtschaft im Vergleich mit anderen Branchen:

**Abschätzung des Anteils ausgewählter Bereiche in der Gesamtwirtschaft\* in Prozent, 2008**

	Unternehmen	Beschäftigte	Umsatzerlöse	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten
Kreativwirtschaft	10,0	4,0	2,6	3,5
Beherbergung & Gastronomie	12,4	8,1	2,0	3,3
Kfz-Wirtschaft	2,5	2,4	3,7	1,7
Hoch- und Tiefbau	1,4	3,1	2,9	3,6

Abschätzung des Anteils bestimmter Bereiche an der Gesamtwirtschaft in % (2008).

Quellen: KMU FORSCHUNG AUSTRIA – Statistik Austria.

## 2. Schwerpunkt Musik und Film

**DIE MUSIK- UND FILMBRANCHE SIND ZWEI KERNBEREICHE DER KREATIVWIRTSCHAFT, DIE IN UNSEREM TÄGLICHEN LEBEN EINE GROSSE ROLLE SPIELEN.**

### **Bedeutung von Musik:**

- **85% der ÖsterreicherInnen** bezeichnen Musik als unverzichtbaren Teil ihres Lebens.
- Jede(r) Zweite ist sogar **musikalisch aktiv**.
- Die mit Abstand wichtigste Funktion von Musik ist **der Erholungswert**.
- Für mehr als die Hälfte ist es sehr wichtig, dass sie sich zu Musik entspannen können.
- Der Wunsch nach Ausdruck der Persönlichkeit ist vor allem **bei unter Dreißigjährigen besonders wichtig**.
- Dass **Musik mit Freunden verbindet**, ist umso wichtiger, je jünger man ist.



## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### UMSATZENTWICKLUNG DES MUSIKMARKTES IN ÖSTERREICH (1)

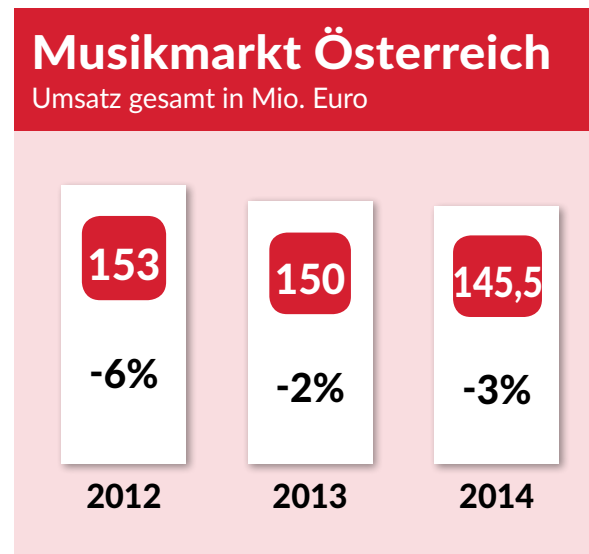
**Was geben die österreichischen Musikfans für CDs, Vinyl-Schallplatten, Musik-DVDs, Downloads und Streaming-Abos aus?**

- Im Jahr 2014 waren es **insgesamt 145,5 Millionen Euro**. Darin enthalten sind auch die **Umsätze mit Merchandising-Produkten** wie z.B. Künstler-T-Shirts sowie **Lizenzeeinnahmen**, die Künstler und Labels erhalten wenn ihre Musik im Radio, im TV, in Diskotheken oder in Filmen und Werbespots gespielt wird.

## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### UMSATZENTWICKLUNG DES MUSIKMARKTES IN ÖSTERREICH (2)

Seit dem **Einsetzen der digitalen Revolution** rund um die Jahrtausendwende hat der Musikmarkt **nahezu 50% Umsatz eingebüßt**. Mittlerweile können die Online-Verkäufe die Rückgänge bei den CDs beinahe kompensieren.





## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### ENTWICKLUNG ONLINE-MUSIKMARKT IN ÖSTERREICH

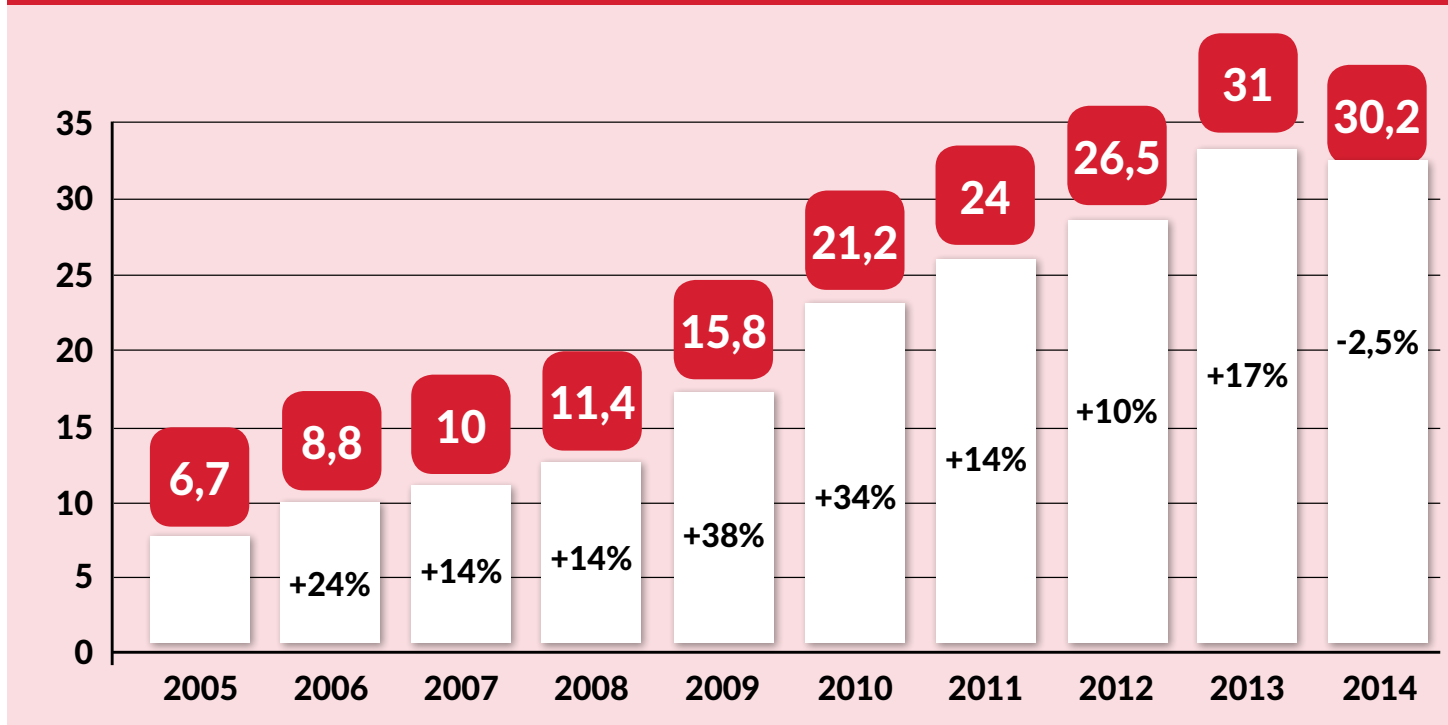
- **Der gesamte Online-Musikmarkt** – also Downloads von Alben und Songs sowie Streaming-Abos – erreichten **2014 ein Volumen von 30,2 Millionen Euro**.
- Die Downloads erlitten nach zehn Jahren kontinuierlichen Wachstums erstmals einen Dämpfer. **Der Umsatz ging um 12% auf knapp 21 Millionen Euro zurück**.
- Einer der Gründe ist wohl die wachsende Beliebtheit von Streaming-Diensten wie Spotify, Deezer oder Juke. Denn hier steigen die Umsätze seit einigen Jahren rasant, in **2014 um 33% auf fast neun Millionen Euro**.

## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### ENTWICKLUNG ONLINE-MUSIKMARKT IN ÖSTERREICH SEIT 2005:

#### Online-Musikmarkt Österreich

Umsatz in Mio. Euro





## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### DER ÖSTERREICHISCHE FILMMARKT

- **2013** erzielte der Blu-Ray & DVD-Verkauf einen Gesamtumsatz von **187,3 Mio. Euro**. 2010 wurde allerdings noch ein Umsatz von 196,3 Millionen Euro erreicht.
- **Film-Streamingdienste** wie Netflix stehen **in Österreich noch am Beginn** ihrer Entwicklung und werden in Zukunft eine größere Rolle spielen.
- **Die beliebtesten DVD-Genres** der ÖsterreicherInnen sind Komödie, Unterhaltung und Action, die gemeinsam rund die Hälfte aller verkauften Titel ausmachen. Bei Blu-Ray liegt Action klar vor Komödie und Thriller.



## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### UMSATZENTWICKLUNG DES FILMMARKTES IN ÖSTERREICH

Innerhalb des Bild/Tonträgermarktes entwickeln sich die Formate Blu-Ray und DVD unterschiedlich. Während es bei **Blu-Ray ein Umsatzplus von 13%** gibt, ist der (noch wesentlich größere) **DVD-Markt um 4% zurückgegangen**.

Blu-Ray-Verkauf		
Jahr	Stück in Mio.	Umsatz in Mio. Euro
2010	1,7	29,2
2011	2,2	37,4
2012	2,7	44,9
2013	3,2	50,8

Filmwirtschaftsbericht 2014, S.64

DVD-Verkauf		
Jahr	Stück in Mio.	Umsatz in Mio. Euro
2010	13,1	167,1
2011	12,6	153,3
2012	11,8	142,6
2013	11,1	136,5

Filmwirtschaftsbericht 2014, S.64



## 2. Schwerpunkt Musik und Film

### EIN BLICK AUF DIE UMSÄTZE UND BESUCHERZAHLEN DER HEIMISCHEN KINOS ZEIGT FOLGENDES BILD:

**15,2 Millionen BesucherInnen** zählten die österreichischen Kinos im Jahr 2013. Insgesamt wurde ein „Box Office“ – also die Einnahmen, die ein Kinofilm während seiner Spielzeit in den Kinos erwirtschaftet – von **125,6 Millionen Euro eingespielt**.

#### Kinobesuche 2010 – 2013

Jahr	Besuche	% Veränderung zum Vorjahr	Anzahl Filme	Box Office
2010	16.450.648	-9,0%	425	127.857.318
2011	15.752.844	-4,2%	364	124.323.885
2012	16.400.802	4,1%	413	131.868.358
2013	15.176.581	-7,5%	400	125.635.829

## 3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft - Stolpersteine überwinden

### **KREATIV ARBEITEN BEDEUTET SELBSTSTÄNDIG UND PROJEKTBEZOGEN ARBEITEN – MIT ALLEN VOR- UND NACHTEILEN!**

Die größte Aufgabe für kreative Unternehmer liegt darin, **mit ihrer Leidenschaft in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld ihren Lebensunterhalt zu verdienen.**

- 63% der Kreativen arbeiten als Ein-Personen-Unternehmen.
- Zeit- und Selbstmanagement ist gefragt.
- Gewerbe anmelden: Gewerbeberechtigung und freies Gewerbe.
- Gemeinsam arbeiten – werde Teil von Netzwerken und Plattformen.
- Mehrfacheinkünfte: Einkünfte aus unselbstständiger und selbstständiger Arbeit.



## 3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft - Stolpersteine überwinden

### VON DER IDEE ZUM UNTERNEHMEN - DER BUSINESSPLAN

#### Wozu ein Businessplan?

- Oft werden zwar **Ideen am Fließband produziert**, es mangelt aber an der **konkreten Umsetzung** in Produkte und Dienstleistungen bzw. finden diese keine Abnehmer.
- **Der Businessplan kann gemeinsam mit Experten erstellt werden**, die ihre Kompetenzen in den Bereichen Marketing, Finanzierung, Fördermittel, Versicherung, Buchhaltung, Standortwahl, Rechtsform etc. weitergeben.
- **Der Businessplan stellt eine praktische Orientierungshilfe dar** und ermöglicht es auch, Planabweichungen zu erkennen. Weiters schafft man sich damit eine aussagekräftige Unterlage zur Präsentation der Geschäftsidee bei potenziellen Kapitalgebern, Investoren oder Förderstellen.

## 3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft - Stolpersteine überwinden

### GEMEINSAM ARBEITEN – NETZWERKE UND PLATTFORMEN

- Den Wert von funktionierenden **Netzwerken** kann man nicht in Zahlen oder Umsätzen festmachen. In den Netzwerken kommt man zu **Aufträgen, tauscht sich mit Gleichgesinnten aus oder diskutiert das Geschehen in einer Branche**. Auch lassen sich Anregungen für eigene Projekte einholen.
- Die meisten Aufträge für Kreative werden **in größeren Teams umgesetzt**. Das heißt, **dass Fachkräfte aus verschiedenen Bereichen zusammen ein Projekt** bearbeiten.
- Dafür braucht es eine hervorragende Konzeption und einen **harmonisierten Workflow**. Basis ist ein **systematisch eingesetztes Projektmanagement**.

## 3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft - Stolpersteine überwinden

### GEMEINSAM ARBEITEN – NETZWERKE UND PLATTFORMEN

**Die wichtigsten Fragen, die vor Beginn des Projekts geklärt werden müssen, sind:**

- Wie ist die Ausgangssituation? Was wird zur Umsetzung benötigt?
- Warum machen wir dieses Projekt? Was sind die übergeordneten, strategischen Ziele?
- Was soll konkret erreicht werden?
- Wer ist direkt involviert?
- Wie erreichen wir das Ziel am schnellsten? Strukturplan erstellen.
- Bis wann schaffen wir das? Projektzeitplan, Meilensteine festlegen.
- Wie viel Zeit und Geld werden wir einsetzen müssen? Kalkulation des Aufwands.



KAPITEL 1

## 4. Förderungen für kreative Unternehmen

**ZUR STÄRKUNG DES KREATIVSTANDORTS EXISTIEREN IN ÖSTERREICH MEHRERE FÖRDERPROGRAMME, DIE SPEZIELL AUF UNTERNEHMEN DER KREATIVWIRTSCHAFT ZUGESCHNITTEN SIND.**

- **Übersicht über Wirtschafts- und Kulturförderungen:**
  - Förderdatenbank der Wirtschaftskammer Österreich
  - [Creativwirtschaft.at](http://Creativwirtschaft.at)
  - Förderdatenbank des aws (austria wirtschaftsservice)
  - [www.kunstkultur.bka.gv.at](http://www.kunstkultur.bka.gv.at)