



Ulrike Mandl

**Stand und Entwicklung
ausgewählter Bereiche
*der wissensbasierten
Wirtschaft in Österreich***

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| Executive Summary & Key Messages | 5 |
| 1. Einleitung | 6 |
| 2. Begriffsbestimmung und Abgrenzung der betrachteten Bereiche | 8 |
| 3. Potenzielle Wirtschaftssektoren in Österreich | 11 |
| 3.1. Bildende Kunst und Kunstmarkt | 11 |
| 3.2. Grafik, Mode, Design | 12 |
| 3.3. Software, Multimedia, Spiele, Internet | 13 |
| 3.4. Audiovisueller Bereich (Film, Video, Fernsehen, Radio) | 14 |
| 3.5. Musikwirtschaft | 14 |
| 3.6. Literatur und Verlagswesen | 15 |
| 3.7. Exkurs: Chemische Industrie, im besonderen Pharmaindustrie | 16 |
| 3.8. Schlussfolgerungen: Erfolg durch Freiraum – nicht durch fertige Konzepte | 16 |
| 4. Handlungsmöglichkeiten | 17 |
| 4.1. Verbinden von Kultur-, Wirtschafts- und Standortpolitik | 17 |
| 4.2. Schlussfolgerungen | 18 |
| Schlussbemerkung | 20 |
| Anhang | 21 |
| Quellen | 24 |
| Zur Autorin | 24 |

Die Working Paper werden von Mitarbeitern des Bundesministeriums für Finanzen oder von ExpertInnen, die mit ihnen kooperieren, verfasst. Ziel ist es, Erkenntnisse aus der laufenden Arbeit des Finanzministeriums einer informierten Öffentlichkeit vorzustellen, um die wirtschaftspolitische Diskussion anzuregen und die weitere Arbeit zu bereichern. Die Inhalte stellen nicht notwendigerweise die offizielle Meinung des Bundesministeriums für Finanzen dar, sondern fallen in die Verantwortung der jeweiligen AutorInnen.

Ihre Kommentare und Anfragen richten Sie bitte an:
Alfred Katterl, Abteilung III/1 Allgemeine Wirtschaftspolitik
Tel.: +43/1/514 33-0
e-mail: alfred.katterl@bmf.gv.at

Kostenlose Bestellungen der Publikationen:
Bundesministerium für Finanzen, Abteilung I/1
Personalentwicklung und Mitarbeiterkommunikation,
Himmelfortgasse 8, A-1015 Wien
Tel.: +43/1/514 33/1346 (Mo bis Fr von 08.00 Uhr bis 15.30 Uhr)

Executive Summary & Key Messages

Die wirtschaftliche Entwicklung basiert auf der Dynamik der Wirtschaftssektoren. Je größer der Anteil rasch wachsender Sektoren, desto höher kann das Wirtschaftswachstum eines Landes sein. Da die natürlichen Ressourcen auf der Welt beschränkt sind, kommt Wirtschaftsbereichen, welche einen geringen Rohstoffeinsatz aufweisen, für das künftige Wachstum eine besondere Rolle zu. Die folgenden Ausführungen betrachten Wirtschaftsbereiche, wo die physischen Inputs einen geringen Anteil am Wert der Produkte haben und denen hohes Wachstumspotenzial nachgesagt wird. In der Literatur hat sich dafür der Begriff des *wissensbasierten Wachstums gebildet*, da Wissen der wichtigste Produktionsfaktor ist.

Zu diesen Bereichen zählen Teile der Kreativwirtschaft (z.B. Musik, Film, Software), aber auch andere entwicklungsintensive Bereiche mit vergleichsweise geringen Reproduktions- und Vertriebskosten, wie zum Beispiel Teile der Pharmaindustrie.

Die Hauptergebnisse der Analyse sind:

- Der Anteil wissensbasierter Sektoren gemessen an der Gesamtwertschöpfung Österreichs liegt derzeit unter 5 % und ist damit noch relativ gering¹. Allerdings wächst der Bereich überdurchschnittlich rasch. In Großbritannien liefert der Sektor zumindest 8% der Wertschöpfung.
- Die österreichischen Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahren bereits verbessert, z.B. durch die Vollrechtsfähigkeit der Museen, verschiedene Förderaktivitäten, rechtliche Rahmenbedingungen wie zum Beispiel im Sozialversicherungsbereich, usw. Die Politik fördert die untersuchten Bereiche mit verschiedensten Maßnahmen. Jedoch sind weitere Strukturreformen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen und eine gezielte Förder- und Anreizpolitik nötig.
- Weitere Umschichtungen von Strukturkonservierenden zu innovativen (Berufs-) Feldern sollten angedacht werden.
- Bei Komplettierung vollständiger Wertschöpfungsketten (Ausbildung, Finanzierung, (Entwicklung) Produktion, Verwertung, Vertrieb) könnte Österreich das vorhandene Potenzial besser ausschöpfen.
- Probleme gibt es grundsätzlich bei der Umsetzung von Kreativität/Innovation in die ökonomische Ver-

wertung, bzw. betriebswirtschaftliche Unternehmensführung. Eine Stärkung der Marktorientierung muss angestrebt werden.

- Der Unternehmergeist sollte gestärkt werden, vor allem der Zugang zu Finanzierungsquellen verbessert und das unternehmerische Rahmenwerk vereinfacht werden.
- Kooperationen von Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur müssen erweitert und vertieft werden.
- Anpassungsfähige Bildungs-, Arbeitszeit- und Sozialsysteme müssen geschaffen werden.

Die vorgeschlagenen Handlungsoptionen stehen dabei im Einklang mit der Strategie für Wachstum und Beschäftigung der Europäischen Union („Lissabon – Strategie“). Mitgliedstaaten der EU sollten im Sinne der Strategie ihre Strukturreformen umsetzen. Die Förderung von zukunftssträchtigen Industrien - im Gegensatz zur Strukturkonservierung - ermöglicht zudem einen effizienteren Einsatz öffentlicher Mittel.

¹ Der Land- und Forstwirtschaftliche Anteil an der Bruttowertschöpfung liegt bei knapp über 2%, der Anteil des Produzierenden Bereiches liegt bei rund 30%, Dienstleistungen bei 67%.

1. Einleitung

Rohstoffe bilden neben anderen Ressourcen eine wichtige Grundlage bei der Herstellung von (Industrie-) Produkten. Hoch entwickelte Industrieländer, wie z.B. die europäischen Volkswirtschaften, sind jedoch vergleichsweise arm an Rohstoffen. Deshalb müssen diese Güter importiert werden. Gerade in Zeiten hoher Rohstoffpreise kann dies zu das Wachstum dämpfenden Effekten führen. Die entwickelten Volkswirtschaften büßen durch die Globalisierung bei ressourcenintensiver Produktion zunehmend Wettbewerbsvorteile gegenüber aufstrebenden Volkswirtschaften ein. Im Rahmen der Lissabon-Strategie wurde daher auch das Ziel gesetzt, das europäische Wachstum *wissensbasierter* zu machen.

Dieses Papier zeigt neue Wirtschaftsbereiche und Berufszweige auf, welche erhebliche Wertschöpfungseffekte auslösen können, ohne natürliche Produktionsfaktoren (=Rohstoffe) in großen Mengen zu benötigen. Stattdessen rücken „gesellschaftliche“ Produktionsfaktoren, wie z.B. Wissen, in den Vordergrund. Neben der Konzentration auf Wissen als wichtigste Produktionskraft, d.h. Humankapital, ermöglichen geringe Grenzkosten durch die neuen Technologien bei der Verwertung der Produkte positive Wachstumseffekte.

Hierbei handelt es sich um eine Sonderform von den in der ökonomischen Theorie bereits bekannten Vorteilen der größeren Produktionsvolumina, bzw. der steigenden Skalenerträge, wonach mit zunehmender Produktionsmenge die Stückkosten zunehmend sinken. Dieser Effekt entsteht z.B. dadurch, dass sich die Entwicklungskosten und die Kosten der Produktionsanlagen auf eine größere Anzahl von produzierten Einheiten verteilen, weshalb die erzeugte Einheit billiger wird, was wiederum die Absatzchancen auf dem Markt erhöht.

Die Sonderform besteht nun darin, dass schon für die Ersterstellung, bzw. für die Verbreitung kein besonders großtechnischer Kapital- oder Arbeitseinsatz benötigt wird. Damit besteht aber auch die Gefahr, dass solcherart produzierte Einheiten rasch von Dritten kopiert werden, und dem ursprünglichen Produzenten (Erfinder, Entwickler) kein substanzieller Gewinn

verbleibt, was wiederum die Entstehung solcher Produkte verhindert. Die so genannte *Produktpiraterie* ist in den letzten Jahrzehnten ein zunehmendes Problem geworden. Der entstehende Schaden geht in die hunderte Milliarden Euro jährlich².

Um die Einkommen in diesen betrachteten Bereichen zu sichern, benötigt man daher starke und durchsetzbare Eigentumsrechte (Copyrights, Patente)³. Dies ist auch der Grund, warum in der Literatur der Ausdruck der *Copyright-Industrien* gebraucht wird.

Bereits in der Vergangenheit veränderten sich durch die globalen Märkte, in denen Geld, Produkte und auch Wissen nationale Grenzen viel leichter durchschreiten als je zuvor, die Wirtschaftsstrukturen eines Landes. Der Primärsektor trug 2004 nur mehr 1,7%⁴ (4,0 Mrd. EUR bei einem BIP von 237,0 Mrd. EUR) zur Wertschöpfung Österreichs bei. Die Zahl der Beschäftigten in der österreichischen Industrie nimmt ab (1991 – 2001: -5%), hingegen steigt der Beschäftigungsanteil in den Dienstleistungsbereichen (1991 – 2001: +30%)⁵. Vor allem unternehmensbezogene Dienstleistungen verzeichneten in den letzten Jahren einen starken Anstieg. Durch Umstrukturierungen entstehen teilweise völlig neue Wirtschaftsbereiche und Berufszweige, deren Bedarf noch vor Jahren nicht absehbar war. Vor allem neue Technologien, aber auch der steigende Wohlstand tragen dazu bei.

Die Eigenschaft der *wissensintensiven* Produktion kann sich ein Gemeinwesen positiv zu Nutze machen. Z.B. kann es bei standardisierten Rechtsgeschäften Musterverträge über Internet frei verfügbar machen, bei der Auswahl der günstigsten Stromtarife helfen, etc. Solche Aktivitäten des so genannten *e-Government* helfen nicht nur sparen, sondern können auch den Wettbewerb beleben, den Verwaltungsaufwand reduzieren und damit einen volkswirtschaftlichen Zusatznutzen stiften.

Es stellt sich die Frage, wie Österreich derzeit in diesen Bereichen positioniert ist, was die Rahmenbedingungen sind, und ob es Möglichkeiten bzw. Bedarf für Förderung gibt.

Ein Ziel der Wirtschaftspolitik ist eine effiziente, auf Wachstum und Beschäftigung ausgerichtete, Verwen-

² Laut einer aktuellen Schätzung der US National Chamber Foundation beträgt der weltweite Schaden rund \$ 500 Mrd. bzw. betrifft 5-7% des Welthandels. Bis zu 100.000 Jobs wurden laut Schätzungen in den letzten 10 Jahren durch Produktpiraterie vernichtet bzw. verhindert. An den EU Außengrenzen wurden im Jahr 2003 nachgeahmte und gefälschte Waren mit einem Schätzwert von rund 1 Mrd. EUR abgefangen. Alleine bei Nahrungs- und Arzneimittel wurde ein Anstieg von 77% gegenüber 2002 festgestellt. Am stärksten betroffen ist die Bekleidungsindustrie, gefolgt von CDs (Audio, Spiele, Software, DVDs, ect.)

³ Hier gibt es bedeutsame internationale Entwicklungen (z.B. WTO Verhandlungen), die durch ein kleines Land, wie Österreich, eher nur nachvollzogen werden können.

⁴ Statistik Austria

⁵ Arbeitsstättenzählung 2001

dung öffentlicher Mittel (*Qualität öffentlicher Finanzen*)⁶. Das Design der Wirtschaftspolitik sollte so ausgerichtet sein, dass Bereichen mit hohem Wachstumspotenzial Priorität eingeräumt wird. Das bedeutet, das Klima für neue zukunftssträchtige Beschäftigungsfelder zu verbessern, statt an auslaufenden Berufsfeldern mit Hilfe von Subventionen, Handelsbarrieren oder anderen Wettbewerbshemmnissen fest zu halten.

Nach einer einführenden Begriffsbestimmung werden im ersten Teil einschlägige Wirtschaftsbereiche, bzw. Berufszweige dargestellt. In diesem Fall ist es jedoch nicht sinnvoll, von einer Sektor- bzw. Branchen-Untersuchung zu sprechen. Es handelt sich vielmehr um eine sehr heterogene Gruppe an betrachteten Branchen. Im zweiten Teil werden mögliche wirtschaftspolitische Handlungsoptionen für Österreich aufgezeigt.

⁶ Siehe Leitlinie 3 der Integrierten Leitlinien 2005 – 2008 (Grundzüge der Wirtschaftspolitik) im Rahmen der europäischen Wirtschaftspolitik (Lissabon-Strategie)

2. Begriffsbestimmung und Abgrenzung der betrachteten Bereiche

In Zeiten der Massenkommunikation, im Zusammenhang mit der New Economy (neue Technologien) und der zunehmenden Internationalisierung können einzelne Ideen durch globale Verbreitung zu riesigen Einkommen und Wertschöpfungseffekten führen, wobei die Grenzkosten der Verbreitung extrem gering sind (z.B. via Internet). Beispiele sind die Musik- und Filmindustrie, Software, etc. Neben diesen Bereichen der so genannten *Kreativwirtschaft*⁷, zählen auch andere Branchen mit hohem Entwicklungs- und Vermarktungskosten aber geringen Herstellungs- und Vertriebskosten (z.B. chemische Erzeugnisse, Erstellung von Musterverträgen) zu dieser Gruppe. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass es für die Massenherstellung des Produktes, nach Abschluss der Entwicklungsphase, nur geringerer weiterer Inputs bedarf. Meist sind die Kosten der Reproduktion durch die neuen Technologien absolut gering, oft auch sinkend. Diese Bereiche werden als neue Hoffnungsmärkte für Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum gesehen und tragen somit wesentlich zur Wohlfahrtssteigerung bei.

Die steigenden Skalenerträge ergeben sich meist nicht durch die Produktion an sich, sondern durch den Vertrieb des Produkts. Die betrachteten Bereiche können durch folgende Charakteristika beschrieben werden:

- Geringe Herstellungskosten, d.h. es werden zur Herstellung kaum Rohstoffe benötigt,
- Hohes, globales Absatzpotenzial,
- Geringe Vertriebskosten.

Die Anfangskosten (Entwicklungskosten) können, müssen aber nicht hoch sein.

Diese Wachstumseffekte können in den verschiedensten Bereichen erreicht werden und beschränkt sich nicht auf bestimmte Sektoren. Die Bereiche sind auch nicht mit dem F&E und Innovationsbereich gleichzusetzen. Der Innovationswert findet sich in der Nutzung des Vertriebspotenzials der Produkte. Die Produkte an sich können, müssen aber nicht, neu erforscht, erfunden oder entwickelt worden sein.

In diesem Papier wird eine Klassifizierung aufgrund der spezifischen Merkmale der Produkte vorge-

nommen. Im Konkreten, ob sich die positiven Einkommenseffekte aufgrund (1) eines Superstar-Phänomens, (2) kreativen Inputs, (3) von Erfindungen oder (4) durch Nutzung neuer Technologien ergeben.

(1) Superstar-Phänomen

Der Wert des Produkts ergibt sich durch dessen Außenwirkung, d.h. aufgrund von Prestige oder Image, welches dieses Produkt mit sich bringt. Bereits Anfang der 1980er führte Sherwin Rosen den Begriff der *Superstar-Ökonomie* ein. Durch einen kleinen Vorteil – ein spezifisches Merkmal – entstehen gewaltige Einkommensvorteile. Rosen bezog sich vor allem auf Sportstars, Showmaster, usw. Charakteristisch ist auch, dass in diesen Bereichen mit potenziellem Superstareffekt nur wenige tatsächlich an die Spitze gelangen, d.h. diesen kleinen individuellen Vorteil quasi monopolistisch nützen können.

Es ist anzunehmen, dass ein Schauspieler nach einem Oskar – Gewinn, bzw. bereits nach der Nominierung⁸, durch die globale Verwertung dieses Filmpreises, den „Superstar“ signalisiert. Dann folgt normales Marktverhalten. Die Nachfrage nach diesen Produkten (Schauspieler) steigt, und folglich steigt der Preis, in diesem Fall die Filmgagen, Werbeaufträge, usw. Durch die Entwicklung neuer Technologien, sowohl im Bereich der Produktion als auch der Verbreitung (Kommunikation), vor allem in den letzten 20 Jahren, wurde dieses Phänomen noch verstärkt, und die kleinen Vorteile – spezifische Merkmale – können zu *globalen Marken* ausgebaut werden und daher die internationale Nachfrage nach diesem Produkt⁹ ankurbeln.

(2) Kreativer Input

Für *rohstoffarmes* Wachstum kommen in erster Linie Produkte der *Copyright-Industrien*¹⁰, im Speziellen der Kreativwirtschaft, in Frage. Diese ist folgendermaßen definiert: „Die Kreativität bildet in der Wertschöpfungskette den wesentlichen Input für die Erstellung von Produkten“. Eine marktwirtschaftliche Zielsetzung wird zugrunde gelegt. Diese Definition umfasst sehr heterogene Wirtschaftsbereiche und macht im heutigen

⁷ In der englischsprachigen Literatur wird eine Unterscheidung zwischen „Creative Industry“ und „Creative Economy“ vorgenommen. Wobei die „Creative Industries“ jene Bereiche mit unmittelbarem Kreativitätsbezug umfassen. Die „Creative Economy“ definiert einen breiteren Ansatz und schließt auch kreative Tätigkeiten außerhalb der Kreativ-industrie ein.

⁸ Deuchert, Adjah, Pauly (2005) zeigen, dass bereits die Nominierung für den Oskar zusätzliche Einkommenseffekte erzeugen.

⁹ Schauspieler, Künstler, Showmaster, usw. können als Produkt beschrieben werden, da die Person an sich die Marke, d.h. das vermarktbare Element, darstellen.

¹⁰ Musik, Software, Design, Film, Buch, Zeitschriften, usw.

Wirtschaftsumfeld nicht bei den vordergründig kreativen Wirtschaftsbereichen („Creative Industries“), wie Werbung oder Film, halt. Auch typische Industriebereiche generieren ihren Wettbewerbsvorteil immer öfter durch ihr unverwechselbares Produkt – Design. Der kreative Input ist für eine erfolgreiche Unternehmensstrategie wesentlich geworden. Verschiedenste Industriebetriebe patentieren ihr Produktdesign.

In jüngster Vergangenheit gewann der Bereich der Kreativwirtschaft in den wirtschaftspolitischen Diskussionen auch zunehmend an Bedeutung. Der Österreichische Kreativbericht wurde geschaffen, im Wirtschaftsbericht 2005 findet sich ein Schwerpunkt auf *Design als Wirtschaftsfaktor*, mit Mitteln der Nationalstiftung für Forschung, Technologie und Innovation wurde das *Impulsprogramm Kreativwirtschaft* initiiert, und auf Länderebene gibt es verschiedene Aktivitäten in diesem Bereich (Siehe Box 6 Ausgewählte Aktivitäten zur Förderung der Kreativwirtschaft), wie z.B. die Gründung der Privatuniversität der Kreativwirtschaft in Niederösterreich. In Spezialbereichen haben sich zum Teil schon Fachhochschulen etabliert, etwa im Bereich Industrial Design.

(3) Erfindungen

Neben Bereichen der Kreativwirtschaft weisen auch entwicklungsintensive Bereiche oben erwähnte Charakteristika auf. Es könnte hier der Begriff der *Patent-Industrien* eingeführt werden. Ist das Produkt einmal entwickelt, bedarf es eines relativ geringen Aufwandes der Vervielfältigung. Im Alltag wird auch die Abgrenzung zwischen Kreativität, Erfindung und Entwicklung nicht so klar darstellbar sein. Als Beispiel kann die Herstellung von chemischen Erzeugnissen, im besonderen die Pharmaindustrie, erwähnt werden: Die Entwicklung eines neuen Medikaments ist mit intensiver Forschungsarbeit verbunden; ist jedoch die Formel einmal entwickelt und das Medikament zugelassen, ist es relativ einfach, das Produkt in großen Mengen herzustellen – ohne hohe Reproduktionskosten. Dabei tritt jedoch auch eine Kehrseite auf: Dieselbe Technologie, welche eine günstige Reproduktion ermöglicht, könnte Ursache für wirtschaftlichen Rückgang sein (Rolle der Generika).

Erfolgreiche österreichische Beispiele kommen aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. *QimiQ*¹¹ wurde durch ein österreichisches Privatunternehmen entwickelt und 1995 patentiert (d.h. das Verfahren zur Herstellung eines Gelatine und Rahm enthaltenden Milchproduktes). Das Rahmprodukt gewann 2004 den ICD Award im Bereich „Food-Technologie“ als innovativstes und bestes Produkt. Mittlerweile wird es in über 20 Länder exportiert. Ein anderes Beispiel ist *Red Bull*. In bereits über 100 Ländern ist *Red Bull* verbreitet. Das Unternehmen wurde 1984 gegründet, 1987 wurde das Energy Getränk im österreichischen Markt eingeführt. Insgesamt beschäftigt die Red Bull GmbH über 1.850 Mitarbeiter, alleine in Salzburg sind es rund 200 Beschäftigte¹².

Box 1: Beispiele aus der österreichischen Lebensmittel- und Getränkeindustrie

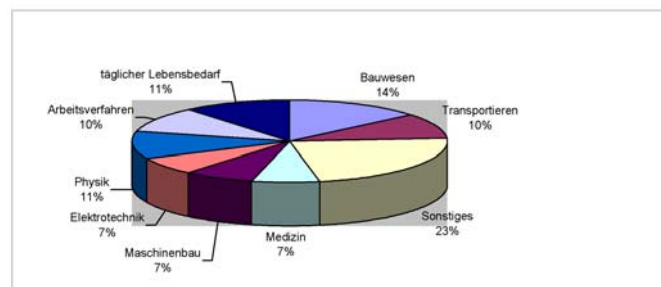


Tabelle 1: Österreichische Erfindungen nach Sachgebieten 2004
Quelle: Patentamt

(4) Nutzung neuer Technologien

Auch im Dienstleistungsbereich gibt es großen Spielraum für das hier beschriebene wissensbasierte Wachstum. Die unternehmensspezifischen Dienstleistungen verzeichneten z.B. 1995-2003 jährliche Wachstumsraten von mehr als 8%. Nicht wirklich neu, aber durch die elektronischen Kommunikationsmöglichkeiten verfeinert, können verschiedene standardisierte Dienstleistungen, z.B. über das Internet, angeboten werden. Durch *help.gv.at* bzw. *Finanz Online* gibt es auch im Bereich der öffentlichen Dienstleistungen in Österreich erfolgreiche Beispiele. Rechts- und Wirtschaftsdienste, so z.B. Musterverträge, können einmal erstellt, unendlich oft vervielfältigt werden. Rechts-

¹¹ Siehe URL: <http://www.qimiq.com/Produkt.21.0.html>. *QimiQ* wurde in Österreich von der Firma HAMA Foodservice entwickelt. Der Produktname „QimiQ“ und das Herstellungsverfahren sind weltweit für HAMA Foodservice patentiert und markenrechtlich geschützt.

¹² Siehe Firmenhomepage URL: <http://www.redbull.at/extras/company.jsp>

anwälte und sonstige externe Berater können durch diese Möglichkeiten ihre Produktpalette erweitern. Die positiven Wachstums- und Beschäftigungseffekte sind hier in den Vorleistungen zu erwarten, die Dienstleistung selbst wäre automatisiert. Positive externe Effekte verbessern die Rahmenbedingungen für die Wirtschaft und Bevölkerung.

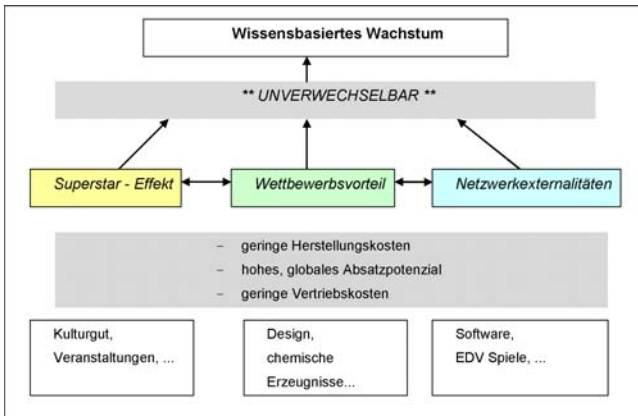


Tabelle 2: Mögliche Klassifizierung der verschiedenen Bereiche, welche wissensintensives bzw. rohstoffarmes Wachstum erzeugen können.

3. Potenzielle Wirtschaftssektoren in Österreich

Die Möglichkeit von *rohstoffarmem* Wachstum ist grundsätzlich in allen Wirtschaftsbereichen gegeben. Die besondere Herausforderung besteht darin, die potenziellen spezifischen Bereiche zu identifizieren. Dieser Aspekt spiegelt sich auch in der Datenverfügbarkeit wider. Die Daten sind teilweise unvollständig, die Tücken der Begriffsabgrenzungen wurden im vorherigen Kapitel schon sichtbar.

Die relevanten Wirtschaftssektoren (vor allem Kreativwirtschaft) sind in den traditionellen Klassifikationen, wie der Leistungs- und Strukturhebung und Arbeitsstättenerhebung nur unzureichend abgedeckt¹³. In den Statistiken wird im Prozess der Herstellung nicht weiter untergliedert, daher sind z.B. Designer und Designunternehmen kaum extra erfasst. Die Datenprobleme ergeben sich u.a. durch ein besonderes Charakteristikum der Beschäftigungsverhältnisse: Viele sind freischaffend (Künstler, Web Designer, usw.) tätig, daher schwer durch Arbeitsmarktstatistiken identifizierbar (Es gab im Jahr 2003 insgesamt 25.016 freie Dienstverträge).

Trotzdem wird hier ein Versuch unternommen, die quantitative Bedeutung dieser Bereiche darzustellen. Vor allem vor dem Hintergrund, dass das Vereinigte Königreich – als eines der wenigen Länder mit Daten über die nationale Kreativwirtschaft – diesen Bereich als einen Schlüsselbereich für die Anhebung des Wachstumspotenzials ansieht. Die „creative industries“ machen 8% der britischen Wertschöpfung aus. Die Wachstumsrate zwischen 1997 und 2002 lag im Durchschnitt bei 6%, d.h. mehr als doppelt so hoch wie die Wachstumsrate der Gesamtwirtschaft.

In Österreich gibt es insgesamt laut Arbeitsstättenzählung 2001 396.268 Arbeitsstätten (+26% zu 1991) und 3.420.788 Beschäftigte (+16,6% zu 1991). Unternehmensdienstleistungen verzeichneten zwischen 1991 und 2001 den stärksten Anstieg mit über 95% bei den Beschäftigten und 111% bei den Arbeitsstätten. Der Anteil wissensbasierter Sektoren, gemessen an der Gesamtwertschöpfung, liegt in Österreich aber unter 5%.

| | 2001 | 1991 | Veränderung | Arbeitsstätten 2001 |
|---|------------------|------------------|--------------|---------------------|
| Insgesamt | 3.420.788 | 2.933.438 | +16,6 | 396.268 |
| Bergbau u. Gewinnung von Steinen und Erden | 8.759 | 11.774 | -25,6 | 672 |
| Sachgütererzeugung | 663.339 | 735.862 | -9,9 | 34.029 |
| Verkehr und Nachrichtenübermittlung | 258.000 | 222.423 | +16,0 | 21.379 |
| Realitätenwesen, Unternehmensdienstleistungen | 333.490 | 170.867 | +95,2 | 66.027 |
| Gesundheits- und Sozialwesen | 283.627 | 198.195 | +43,1 | 27.531 |
| Erbringung v. sonstigen öffentl. und pers. DL | 159.292 | 112.497 | +41,6 | 32.438 |

Tabelle 3: Beschäftigte in ausgewählten Bereichen im Vergleich zu 1991, Arbeitsstätten 2001

Quelle: Arbeitsstättenzählung 1991 und 2001

3.1. Bildende Kunst und Kunstmarkt

| Visueller Bereich | 2000 | Veränderung in % zu 1995 |
|---|--------|--------------------------|
| Unternehmen | 10.068 | +28,5 |
| Beschäftigte | 40.116 | +32,6 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. | 1.457 | +23,0 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten je Beschäftigten in 1.000 | 36 | -7,3 |

Tabelle 4: Anzahl der Unternehmen, Beschäftigte sowie Bruttowertschöpfung im visuellen Bereich

Quelle: Kreativbericht 2003

Der Export/Import *kultureller Güter* (Kunst- und Sammelgegenstände) spielt im Bereich „Bildende Kunst und Kunstmarkt“ eine große Rolle, wobei der Außenhandel bei Kunstgegenständen großen Schwankungen ausgesetzt ist. Für die Betrachtung von *rohstoffarmem* Wachstum sind die Kunst- und Sammelgegenstände aber irrelevant.

Relevant hingegen ist der Ausstellungsmarkt, vor allem vor dem Hintergrund, dass eine Ausstellung (für Museen, Bibliotheken) einmal konzipiert wird und dann an andere *Häuser* verliehen wird. Somit werden zwar durchaus Anfangskosten (Zusammenstellung einer Ausstellung) verursacht, aber die Grenzkosten des Vertriebs sind gering. Österreich kann hier vor

¹³ Die traditionellen Klassifizierungen decken den Kreativbereich nicht ab. Im Rahmen einer Initiative des britischen Ministeriums für Kultur, Medien und Sport wird die britische Kreativwirtschaft im „Creative Industries Mapping Document“ abgebildet. Es wird an einer konsistenten neuen Datenbasis gearbeitet.

allem auf historischem Bestand aufbauen (Gemälden, Zeichnungen, Antiquitäten, ...). Wird als Indikator für das Absatzpotenzial der steigende Trend nach *Wien Tourismus*¹⁴ hergenommen, besteht steigende Nachfrage nach historischen österreichischen Beständen. Durch die Neustrukturierung der Museen (Vollrechtsfähigkeit), wurde der österreichische Markt dynamischer; so wird an der Schärfung der Profile der Museen gearbeitet, und ein Umdenken in der Sammlungs- und Ausstellungspolitik findet statt. Eine zunehmende marktwirtschaftliche Orientierung hält somit auch in diesem Bereich der Kunst Einzug.

Marktwirtschaftliche Orientierung der Kunst ist nicht gleich marktwirtschaftliche Ausrichtung

Man darf nicht dem Irrglauben unterliegen, dass sich die Kunst nun der Wirtschaft unterordnen soll. Die marktwirtschaftliche Orientierung ist nicht gleichzusetzen mit kontrollierbaren Konzepten, aber auch nicht mit Erfolg um jeden Preis. Der nötige *innovative Impuls* kann nicht geplant werden. Darum handelt sich (ökonomisch gesprochen) im Kunstbereich immer um Felder des Marktversagens, wo die öffentliche Hand durch ihre Kulturpolitik gefordert ist.

Marktorientierung soll so verstanden werden, dass die *Vermarktung* der Kunst ins wirtschaftliche Blickfeld rückt, nicht das Kunstschaffen an sich. Peter Noever¹⁵ formulierte hiezu, dass eine Kunstinstitution kein Recht hat, mit der Masse zu schwimmen, aber dennoch mit der Masse kommunikativ verbunden zu sein hat¹⁶.

Generell gilt für die Kunst das Gleiche wie in allen innovativen Bereichen: Die schöpferische Zerstörung, die Weiterentwicklung ist das Produkt an sich, nicht die endlose Wiederholung.

Box 2: Marktwirtschaftliche Orientierung der Kunst

3.2. Grafik, Mode, Design

Tätigkeiten im Grafik-, Mode- und Designbereich zeichnen sich durch einzelne Ideen aus, welche durch ihre Verbreitung enorme Wertschöpfungseffekte auslösen können.

Die statistischen Erhebungs- und Messmethoden lassen keine klare Darstellung dieser Bereiche zu. 2003 waren in Österreich 3.914 gewerblich tätige Designer registriert. Hinzukommen geschätzte rund 2.500 bis 3.500 freiberuflich tätige Designer aller Sparten. Oft arbeiten auch andere Berufsgruppen, wie Künstler, als Designer. Laut Wirtschaftsbericht 2005 sind rund 7.500 bis 8.500 Personen im Bereich Design selbstständig tätig.

In Österreich gibt es laut Arbeitsstättenzählung 2001 778 Ateliers für Textil-, Möbel- u.ä. Design mit 1.225 Beschäftigten. Auch die Textilveredelung könnte zu diesem Bereich gezählt werden, hier gibt es 94 Unternehmen mit 2.376 Beschäftigten in Österreich.

Vor allem im Designbereich ist derzeit der Ausbildungsmarkt sehr aktiv; so gibt es in Österreich rund 40 Design-Ausbildungsstätten. Auch das neue Designforum im Museumsquartier wird den Stellenwert von Design in den verschiedensten Bereichen erhöhen und eine wichtige Plattform für diesen Schaffensbereich bilden.

Gerade im Bereich Design ist die Unterscheidung zwischen Innovation und Kreativität schwierig. Laut der Trendstudie *design 2010* bestätigen über 82% der befragten deutschen Unternehmen dem Design einen wesentlichen Anteil am Unternehmenserfolg. Design sorgt so unter anderem für wettbewerbsentscheidende Innovationen.

Gerade der österreichische Textilbereich könnte sich durch *schöpferische Zerstörung* à la Schumpeter positionieren: Arbeitsplätze in der Textilindustrie wandern nach China ab, jedoch neuer qualitativer Bedarf könnte im Modedesign entstehen. Ansätze in diese Richtung gibt es durch das *Unit F Büro für mode*, eine Plattform von Modedesignern, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur, welche als Informations-, Kommunikations- und Koordinationsstelle auftritt (Siehe Box 3).

¹⁴ Die Übernachtungen von Ausländern in Wien haben im Oktober 2005 im Vergleich zum Vorjahr um 8,6% zugenommen (Quelle: Statistik Austria).

¹⁵ Noever, P. (geb. 1941, Innsbruck): Designer; seit 1984 Direktor und künstlerischer Leiter des MAK. Noever gründete 1994 das MAK Center for Art and Architecture, Los Angeles.

¹⁶ Siehe Noever, P. Presse-Artikel (2005)

Unit F Büro für mode

Im Mittelpunkt der Aktivitäten von Unit F büro für mode steht die Vermittlung von 'Mode'. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet Unit F büro für mode in vier verschiedenen Bereichen:

- Förderung von jungen österreichischen Modedesigner (Unit F ~SUPPORT)
- Interdisziplinäre Ausstellungen und Präsentationen zur zeitgenössischen Mode (Unit F ~PROJECT)
- Erstellung eines internationalen digitalen Modearchivs (Unit F ~ARCHIVE)
- Aufbau eines Netzwerks zwischen Modedesigner, Wirtschaft, Handel und Industrie (Unit F ~ECONOMY).

Als erstes erfolgreich durchgeführtes Projekt von Unit F ~ECONOMY gilt *Casino Fashion Flash 2000*, eine Kooperation von Unit F mit dem Casino Bregenz. Im Zuge dieses Projektes wurden vier heimische Designlabels präsentiert. Kontakte zwischen den Designern und der Vorarlberger Stickerei- und Textilindustrie konnten dabei vermittelt werden.

Von finanzieller Seite ist Unit F ~SUPPORT bedeutend: 2-mal jährlich werden Förderungen direkt an österreichische Modedesigner vergeben. Diese Gelder werden zweckgebunden eingesetzt und dienen als finanzielle Unterstützung u.a. von Fashionshows, Ausstellungsprojekten, Webauftritten, Publikationen, Teilnahmen an internationalen Shows und Projekten von jungen Modedesignern. Weiters vergeben einmal im Jahr die BKA-Kunstsektion, die Stadt Wien und Unit F büro für mode Preise an drei Modedesigner, die von einer internationalen Jury ausgewählt werden. Der *Modepreis der BKA-Kunstsektion* besteht aus einem einjährigen Arbeitsstipendium in Verbindung mit einem Praktikum bei einem internationalen Designer. Der *Modepreis der Stadt Wien* ermöglicht eine Teilnahme an einer internationalen Jungdesignermesse in Paris, London oder New York. Der *Unit F Preis für internationale Presse und Verkäufer* streckt sich auf zwei Jahre und bedeutet eine Vertretung des Designers durch ein internationales Pressebüro.

Erstmals im Jahr 2002 konnten zwei Preise, gestiftet von der Privatindustrie, vergeben werden. Dies zeigt, dass auch der Hebel zur Privatwirtschaft funktioniert.

Box 3: Unit F Büro für mode; Beispiel einer Plattform von Mode-designer, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur, welche als Informations-, Kommunikations- und Koordinationsstelle auftritt

Quelle: Unit F Büro für mode (Url: <http://www.unit-f.at/home.html>)

3.3. Software, Multimedia, Spiele, Internet

Es bedarf keiner besonderen Betonung, dass dieser Bereich durch den New Economy Boom stark an Bedeutung zugenommen hat. Innovationen aus diesem Bereich zeichnen sich einerseits durch die schnelle globale Verbreitung aus, andererseits dienen sie auch Produkten aus anderen Bereichen als Vertriebsmittel zur globalen Verbreitung. Vor allem Softwarehäuser, Entwicklungen von Datenbanken, Web Design usw. konnten rund um das Jahr 2000 hohe Beschäftigungszuwächse verbuchen. In Österreich gibt es laut Arbeitsstättenenerhebung 3.916 Softwarehäuser mit über 23.000 Mitarbeitern. Davon sind im Bereich der Herstellung von Standardsoftware 1.385 Unternehmen mit 6.702 Beschäftigten tätig. Wesentlich mehr Unternehmen gibt es in der Softwareentwicklung und -beratung (3.366) mit fast 20.000 Mitarbeitern.

Nach Abflachung der New Economy Euphorie befindet sich dieser Wirtschaftssektor nun in einer Konsolidierungsphase. Neue Beschäftigungseffekte sind kurzfristig nicht zu erwarten.

Laut Kreativbericht ist und bleibt auch der österreichische Markt vor allem für die Entwicklung von Computerspielen sehr klein. Immerhin gibt es in Österreich aber 138 Unternehmen, welche Spielwaren aller Art herstellen (2.262 Beschäftigte). Der gesamte Bereich der Software, vor allem die Herstellung von Software, hat global auf Grund von Netzwerkexternalitäten mit einer hohen Marktkonzentration zu kämpfen. Mehr oder weniger zählt hier das *the winner takes all – Phänomen*. Je mehr Personen eine Software besitzen, desto nützlicher für den Einzelnen, desto größer ist der Zustrom (z.B. Microsoft). Neue Markteintritte tun sich sehr schwer.

In diesem Bereich kann aber trotzdem auf ein erfolgreiches österreichisches Unternehmen verwiesen werden. Im Jahr 1995 wurde das Unternehmen JoWood gegründet, welches mittlerweile über 180 Mitarbeiter beschäftigt und mit großen Software- und Spielehäusern kooperiert. Als Erfolgsmodell sieht JoWood, dass das Unternehmen mittlerweile die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt. Die strategischen Zielsetzungen sind eine stärkere Markenpolitik, Ausbau des Marketing und eine Optimierung bei Entwicklungsressourcen und in der Organisationsstruktur.¹⁷

Box 4: Österreichisches Beispiel aus dem Software Bereich

¹⁷Siehe Firmenhomepage (URL: <http://www.jowood.com/investor/?site=3&lang=de>)

3.4. Audiovisueller Bereich (Film, Video, Fernsehen, Radio)

| Audiovisueller Bereich | 2000 | Veränderung in % zu 1995 |
|--|--------|-----------------------------|
| Unternehmen | 4.580 | +80,4 |
| Beschäftigte | 16.904 | +92,9 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. | 2.094 | +90,0 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten je Beschäftigten in 1.000 | 64 | -1,5 |

Tabelle 5: Anzahl der Unternehmen, Beschäftigte sowie Bruttowertschöpfung im audiovisuellen Bereich
Quelle: Kreatiobericht 2003

Der audiovisuelle Bereich zählt zu den dynamischsten Bereichen in Österreich, mit einer Zunahme an Unternehmen von über 80% in 5 Jahren, bzw. einem Anstieg der Bruttowertschöpfung um 90%.

Die langjährige Monopolstellung des ORF wurde durch die zunehmende Öffnung des Marktes und schließlich Gründung der Regulierungsbehörde im Jahre 2001 stark eingeschränkt. Trotzdem dominiert der ORF nach wie vor den Fernseh-, Film- und Radiobereich. Diese hohe Konzentration hat aber auch den Vorteil, dass sowohl finanzielle Mittel als auch Humankapital gebündelt werden können, um durchaus international erfolgreiche Produktionen durchzuführen, wie z.B. im Dokumentarfilmbereich¹⁸.

Für den in dieser Arbeit betrachteten Bereich des *rohstoffarmen* Wachstums ist vor allem die Filmproduktion von Bedeutung. Nach einmaliger Herstellung eines Films, stehen verschiedene Vertriebswege (Kino, Video, DVD, TV) offen, welche eine große Verbreitung bewirken können und somit große Einkommenseffekte. Die steigenden Skalenerträge entstehen durch günstige Vertriebswege mithilfe der neuen Technologien (die Kosten einer zusätzlichen Kopie gehen gegen null). Verschiedene Filmpreise kurbeln die Nachfrage noch stärker an, wie zum Beispiel bei europäischen Filmen der Goldene Löwe der Filmfestspiele Venedig oder der Oskar im amerikanischen Kontext.

Allerdings ist die Filmproduktion in den letzten Jahren in vielen Bereichen (z.B. Action, Fantasy- Film) sehr kapitalintensiv geworden, was große (bestehende) Standorte begünstigt, weil Skaleneffekte auch in der Produktion eine große Rolle spielen. Bei Großprojekten ist auch mit einer Zeitverschiebung zu rechnen, bis Einnahmen erwirtschaftet werden können, was funktionierende Kapitalmärkte erfordert. Dies sind

auch die Gründe für die zunehmende globale Marktkonzentration bei Filmproduktionsfirmen. Nur große Firmen können das nötige Kapital aufbringen.

Innerhalb der österreichischen Filmproduktion handelt es sich nur bei einem geringen Teil (9% des Produktionswerts) um Kinolang- bzw. -kurzfilme. Der Großteil sind Fernsehspiele und TV Spots. Bei der letzten Arbeitsstättenenerhebung gab es 1.086 Unternehmen der Film- und Videoherstellung (3.110 Beschäftigte), davon waren 942 Unternehmen in der Fernsehfilmherstellung tätig (2.679 Beschäftigte).

Vor allem in diesem Bereich zählen die informellen Kontakte und das „Learning-by-Doing“. Darum darf auf diesem Gebiet die Bedeutung der Eigeninitiative - oft das ausschlaggebende Moment für den innovativen Impuls - nicht unterschätzt werden. Um eine wirtschaftliche Verwertung dieses innovativen Impulses zu ermöglichen, ist eine Vernetzung der verschiedenen Akteure nötig.

Die Fernsehindustrie hat auch sehr große Auswirkungen auf andere Wirtschaftsbereiche. So bilden z.B. die Einkünfte durch Verkauf von Senderechten (Fußballspiel-Übertragungen, Formel I, usw.) eine wichtige und immer noch wachsende Einnahmequelle der Sportindustrie.

3.5. Musikwirtschaft

| Darstellende Kunst | 2000 | Veränderung in % zu 1995 |
|--|--------|-----------------------------|
| Unternehmen | 1.731 | +8,1 |
| Beschäftigte | 12.890 | +11,9 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten je Beschäftigten in 1.000 | 39 | +5,8 |

Tabelle 6: Anzahl der Unternehmen, Beschäftigte sowie Bruttowertschöpfung im Bereich Darstellende Kunst
Quelle: Kreatiobericht 2003

Österreich hat im Musikbereich eine große Tradition und genießt vor allem im klassischen Musikbereich internationales Ansehen. Aber auch im Klassik-Bereich müssen immer öfter innovative Produkte geboten werden.

In anderen Sparten der Musikwirtschaft ist Österreich nicht sehr gut positioniert, was immer wieder auf die sprachlichen Restriktionen zurückgeführt wird.

Laut Arbeitsmarktservice (AMS) ist die Mehrheit der österreichischen Komponisten teilberuflich tätig.

¹⁸ Bei den Filmfestspielen Venedig 2005 war Österreich mit dem Dokumentarfilm „Working Man's Death“ (Michael Glawogger) vertreten.

Zur Bestreitung des Lebensunterhalts dient meist eine andere Einnahmequelle. Auch die Anzahl der heimischen Musiker ist rückläufig. 347 Künstleragenturen (nicht nur Musik) mit insgesamt fast 600 Mitarbeitern sind in allen Bereichen tätig. Eine genauere Untergliederung ist nicht vorhanden.

Im Bereich der Musikwirtschaft tritt die Veränderung des globalen Marktes ganz klar in den Vordergrund. Die Tonträgerindustrie und in jüngster Zeit das Internet haben die Art des Konsums verändert. So gehen die Österreicher weniger oft ins Konzert, sondern konsumieren das Musikangebot, das größtenteils nicht am heimischen Markt entsteht (z.B. englischsprachige Popmusik, usw.) zu Hause. Dies wiederum stellt ein Potenzial für *rohstoffarmes* Wachstum dar, welches Österreich zu wenig bis kaum nutzt.

Jedoch ist der globale Musikmarkt bereits von der nächsten Veränderung geprägt. Falls überhaupt noch CDs gekauft werden, passiert dies über Onlineplattformen (oder) direkt über Plattenfirmen. Der andere Weg sind Tauschbörsen im Internet (*Napster*). Die Copyright – Industrien haben für diese teilweise Umgehung des Urheberrechts noch keine endgültige Lösung gefunden.

In Österreich gibt es in einigen Nischen jedoch bereits sehr gut ausgebaute Strukturen der Wertschöpfungskette, z.B. im klassischen Musikbereich. Als *best practice* Beispiel kann das Neujahrskonzert gelten: Ein international renommiertes Orchester spielt in einer prestigeträchtigen Aufführungsstätte, und eine funktionierende Nachverwertung von Produkten (CDs, DVDs, Videos) ist vorhanden. Rund um diesen Bereich clustern sich renommierte Ausbildungsmöglichkeiten, Musikverlage und Musikagenturen.

Auch der Bereich des *Austropop* versucht sich in jüngster Zeit an einer Erweiterung der Wertschöpfung. Waren in den 80ern die heimischen Musiker hauptsächlich in Österreich aktiv, versucht man jetzt, durch gezieltes Management (Vermarktung, Vertrieb) den Austropop in einer größeren Zielgruppe zu vermarkten. Hier kann die Struktur rund um *Starmania* als Beispiel genannt werden. Heimische Musiker werden aufgebaut, enge Kooperationen zu Musikverlagen und –agenturen besteht, und vor allem reißt die Wertschöpfungskette nicht am heimischen Markt ab, sondern Vermarktung und Vertrieb werden zumindest auf den deutschsprachigen Raum ausgerichtet. So werden z.B. Tonträger für einen größeren Markt produziert, ohne wesentlich mehr Kosten zu verursachen als für eine Produktion für den österreichischen Markt (Skaleneffekte).

3.6. Literatur und Verlagswesen

| Buch und Presse* | 2000 | Veränderung in % zu 1995 |
|---|--------|--------------------------|
| Unternehmen | 4.014 | +16,7 |
| Beschäftigte | 43.162 | 5,4 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mio. | 2.345 | 22,7 |
| Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten je Beschäftigten in 1.000 | 54 | +16,5 |

Tabelle 7: Anzahl der Unternehmen, Beschäftigte sowie Bruttowertschöpfung im Bereich Buch und Presse, Quelle: Kreativbericht 2003

* inklusive Zeitungsdruckereien und Zeitungsverlage, welche laut Arbeitstätten-erhebung 2001 rund 6.000 Beschäftigte zählen

Der österreichische Buchmarkt ist grundsätzlich von der Abhängigkeit vom deutschen Markt gekennzeichnet. Der Außenhandel mit Büchern und Zeitungen ist deutlich importlastig.

| Neuerscheinungen im Buchhandel | 2001 | Veränderung in % zu 2000 |
|--------------------------------|-------|--------------------------|
| Gesamte Buchproduktion | 4.263 | +5,0 |

Tabelle 8: Neuerscheinungen im Buchhandel, Quelle: Hauptverband des österreichischen Buchhandels

Der Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft vertritt knapp 4.000 Unternehmen. Das Spektrum der Unternehmen spannt sich vom Buchhandel über Verlage und Verlagsbüros, über den Musikalienhandel und Musikverlage, sowie über Auslieferungen und Antiquariate bis zu Lesezirkeln. Die Entwicklung der Unternehmen und der Beschäftigung lässt darauf schließen, dass es sich bei einer Vielzahl von neu gegründeten Unternehmen um Einpersonnenbetriebe handelt.

| Verlagswesen, Druckerei, Vervielfältigung | Unternehmen | Beschäftigte 2003 |
|--|-------------|-------------------|
| Verlagswesen | 926 | 9.547 |
| Buchverlag und Musikverlag | 385 | 2.219 |
| Verlag von bespielten Tonträgern | 78 | 114 |
| Druckerei | 1.095 | 15.919 |
| Druckerei (ohne Zeitungsdruckerei) | 804 | 12.803 |
| Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern | 22 | 1.368 |
| Tonträger | 11 | 250 |
| Bildträger | 4 | 9 |
| Datenträger | 7 | 1.109 |

Tabelle 9: Unternehmen und Beschäftigte im Verlagswesen, Druckerei und Vervielfältigung laut Arbeitstätten-erhebung 2001

Spätestens jetzt, da es einen Literaturnobelpreis für eine österreichische Schriftstellerin¹⁹ gibt, ist Österreich wieder zu einem Literaturland geworden. Laut Statistik Austria gibt es nahezu 10.000 Beschäftigte im Künstlerbereich und schriftliche Tätigkeiten. Hinzugerechnet werden muss jener Anteil an Künstlern, welche nicht durch die Statistik als solche erfasst werden.

Beispiele aus dem Ausland, wie das „Harry Potter“-Phänomen, zeigen, dass grundsätzlich der Büchermarkt nicht durch andere Medien verdrängt wurde. Es gibt durchaus Wachstumspotenzial.

3.7. Exkurs: Chemische Industrie, im besonderen Pharmaindustrie

Die chemische Industrie gehört zu den Bereichen mit hohen Kosten in ihrer Produktentwicklungsphase. Im Speziellen die Pharmaindustrie ist eine der F&E intensivsten Branchen. Wie bei Erfindungen üblich, ist der first-mover Effekt (*the winner takes all*) für steigende Skalenerträge und somit den Einkommensvorteil entscheidend.

Die hohen Anfangskosten führen zu einer sehr hohen Marktkonzentration. Weiters handelt es sich beim Gesundheitsbereich um ein globales öffentliches Gut (z.B. Impfstoffmarkt), was dazu führt, dass das Absatzpotenzial zu einem Teil von öffentlichen Aktivitäten abhängt. Vor allem in Bereichen mit hohen Entwicklungskosten (Pharmaindustrie) stellen auch Eigentumsrechte entscheidende Rahmenbedingungen dar²⁰.

Der österreichische Standort ist grundsätzlich für Pharmaunternehmen interessant. So haben sich in den letzten Jahren einige Unternehmen mit ihren Forschungsabteilungen in Österreich angesiedelt. Es gibt jedoch auch ethisch motivierte Beschränkungen, die Forschung und Produktion einschränken.

| Herstellung von Chemikalien und chemischen Erzeugnissen | Unternehmen | Beschäftigte 2003 |
|---|-------------|-------------------|
| Herstellung von Chemikalien und chemischen Erzeugnissen | 423 | 26.247 |
| Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen | 92 | 9.523 |
| Herstellung von chemischen Grundstoffen | 95 | 6.557 |

Tabelle 10: Unternehmen und Beschäftigte in der Herstellung von Chemikalien und chemischen Erzeugnissen

3.8. Schlussfolgerungen: Erfolg durch Freiraum – nicht durch fertige Konzepte

Die hier dargestellten Bereiche zeigen, dass rohstoffarmes Wachstum in sehr heterogenen Bereichen entstehen kann. Die Erfolgsfaktoren - meist der so genannte *Durchbruch* – können nicht erzwungen werden. Den *Erfolg um jeden Preis* gibt es in den hier betrachteten Bereichen nicht.

Der innovative Impuls kann von Einzelinitiativen ausgehen, einer Idee zur Verbesserung von Produkten, dem Erkennen von neuen Märkten, usw. Für die Umsetzung in ein marktfähiges Produkt ist jedoch eine Vernetzung der verschiedenen Schaffensräume entscheidend. Das Erfolgsrezept besteht somit nicht nur aus einem originellen Programmierer oder einem geistreichen Designer sondern wird vervollständigt durch eine Vernetzung mit (betriebs-) wirtschaftlichem Denken und Handeln.

Im folgenden Kapitel werden Handlungsmöglichkeiten für Österreich dargestellt. Dabei stehen zwei Schwerpunkte im Vordergrund: Einerseits die Schaffung eines optimalen Klimas für innovative und kreative Inputs, und andererseits eine verbesserte wirtschaftliche Verwertung dieser wissensbasierten Produkte.

¹⁹ Jelinek, Elfriede, (geb. 1946, Steiermark): Die Schriftstellerin studierte Kunstgeschichte, Theaterwissenschaft und Musik in Wien und lebt als freie Schriftstellerin in Wien, München und Paris. Sie gewann bereits unzählige Preise, darunter den Literaturnobelpreis 2004.

²⁰ Gerade im Bereich der Pharmaindustrie muss eine Balance zwischen Forschungsanreizen (Patentlösungen) und Ausgleich von Externalitäten (steuerliche Maßnahmen) durch den globalen öffentlichen Gut Charakter gefunden werden; Diskussion der Generika in Entwicklungsländern

4. Handlungsmöglichkeiten

In diesen betrachteten Bereichen geht es oft um Produkte, bei welchen in der Erstellung Marktversagen zutrifft. Auf Grund von asymmetrischen Informationen, externen Effekten oder auf Grund der besonderen Marktstruktur (Monopole, Oligopole) lässt die Marktsituation keine effiziente Ressourcenzuteilung zu. Hier besteht für die Politik Handlungsbedarf. Wobei die Politik durch verschiedene Aktivitäten tätig werden kann. Unter anderem können Regulierungsmaßnahmen oder die öffentliche Bereitstellungen von Dienstleistungen hilfreiche Instrumente darstellen. Für das staatliche Eingreifen sind jeweils die strukturellen, bzw. branchenspezifischen Besonderheiten zu berücksichtigen.

Wie im Bereich der Forschung, Entwicklung und Innovation können gewinnbringende/ marktfähige Bereiche schwer vorhergesagt werden. Entsprechende Aktivitäten sind daher mit hohem unternehmerischem Risiko belastet. Darum sollten generelle staatliche Unterstützungsmaßnahmen in bestimmten Branchen vermieden werden. Um jedoch eine ineffiziente Ressourcenallokation auf Grund von gießkannenartigen Geldströmen zu vermeiden, ist es unumgänglich, bestimmte Schwerpunktsetzungen vorzunehmen. In den EU Rahmenprogrammen für Forschung werden Branchenprioritäten, wie zum Beispiel die Biotechnologie, gesetzt. Für Österreich, als kleine offene Volkswirtschaft, würde jedoch eine Schwerpunktsetzung, *nur* auf bestimmte Branchen ausgerichtet, nicht die gewünschten Erfolge bringen. Komplementär muss eine horizontale Ausrichtung quer über alle Wirtschaftsbereiche angestrebt werden.

Grundsätzlich gilt, dass Menschen in Phasen struktureller Veränderungen - welche gerade in den hier betrachteten dynamischen Wirtschaftsbereichen häufig anzutreffen sind - unterstützt werden sollen. Jedoch nicht durch Beihilfen an bestimmte Branchen (vertikale Beihilfen), sondern durch horizontale Unterstützungen, welche das Klima für neue, innovative Berufsfelder verbessern.

4.1. Verbinden von Kultur-, Wirtschafts- und Standortpolitik

Im Zusammenhang mit *rohstoffarmem* Wachstum zeigt sich, dass Kultur-, Wirtschafts- und Standortpolitik zunehmend in einander greifen. Kultur kann wesentlich zur Anhebung der österreichischen Wertschöpfung beitragen.

Als Kulturpolitik wird weitläufig das staatliche Handeln in den verschiedenen Bereichen der Kunst, d.h. Schutz und Pflege von Kulturgüter, zeitgenössischer Kunst, Wissenschaft, Bildung, usw., verstanden. Die wesentliche Aufgabe der Politik ist hierbei die Schaffung von optimalen Rahmenbedingungen im rechtlichen und auch sozialen Sinn.

Diese Rahmenbedingungen reichen vom Steuerrecht zur Sozialpolitik bis hin zur Vermarktung von Kulturgütern. Vor allem in der Kreativwirtschaft ergeben sich Unterschiede zur nichtkommerziellen Kunst bei der Betrachtung der Produktions- und Vertriebs- bzw. Verwertungsbereiche. Ziel ist es, eine möglichst hohe Anzahl an Exemplaren des Produkts abzusetzen, da dadurch die Durchschnittskosten fallen. Produktionsformen und -bedingungen, Absatzmärkte und Mitbewerber rücken daher in den Vordergrund. Hand in Hand damit gehen aber auch regulatorische Rahmenbedingungen, wie Urheberrechte, Produktdefinitionen (Kultur- vs. Wirtschaftsgut im Zusammenhang mit Handel), Förderungen und arbeitsrechtliche Bedingungen.

In Österreich soll durch das Bundes – Kunstförderungsgesetz die soziale Lage der Kunstschaffenden verbessert werden. Durch den Künstler – Sozialversicherungsfonds werden Beitragszuschüsse an pensionsversicherte Künstler geleistet (Gewerbliches Sozialversicherungsgesetz (GSVG))

Tätig ist der Staat derzeit mit folgenden steuerlichen Maßnahmen:

- Ermäßigter USt – Satz bei Umsätzen aus der Tätigkeit als Künstler
- Maßnahmen im Rahmen des Einkommenssteuergesetzes zur Glättung von Einkommensspitzen durch die Möglichkeit eines dreijährigen Durchrechnungszeitraums (Künstler/ Schriftsteller- Pauschalisierungsverordnung)
- Begünstigung der Einkünfte aus einer Verwertung patentrechtlicher Erfindungen
- Bildungsfreibetrag/ Bildungsprämie
- Absetzbarkeit von Aus- und Fortbildungsmaßnahmen
- Maßnahmen im Rahmen des NeuFöG (Befreiungen von Gebühren und Steuern, usw.)
- Steuerrechtliche Zuzugsbegünstigung für ausländische Künstler

Die öffentliche Hand wird weiters durch Projektförderungen, Ausstellungsförderungen, Vereinsförderungen, Ankäufe und diverse Stipendienvergaben

(z.B. Ernst Jandl Preis) und Fonds (z.B. Musikfonds) tätig. Zu beachten ist natürlich das EU-Beihilfenrecht, welches grundsätzlich staatliche Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt als unvereinbar sieht. Beihilfen zur Förderung der Kultur und der Erhaltung des kulturellen Erbes sind aber von diesem Verbot weitgehend ausgenommen²¹.

4.2. Schlussfolgerungen

Die Politik hat die Aufgabe, optimale Rahmenbedingungen für Wirtschaft und Gesellschaft zu schaffen und so mehr Wachstum und Beschäftigung zu erreichen. Dafür gibt es Instrumente wie Wettbewerbsregeln, Regulierungsbehörden, usw. Die identifizierten Herausforderungen der hier dargestellten Bereiche (Siehe Box 5) zeigen, dass vor allem die Verwertung der Produkte ein spezifisches Problem darstellt. Die anderen Herausforderungen finden sich aber auch in sonstigen Wirtschaftsbereichen, zum Beispiel ist die Eigenkapitalschwäche ein großes Problem der Tourismusbranche und der fehlende oder ungenügende Zugang zu Finanzierungsquellen findet sich in allen F&E relevanten Bereichen.

Für die in Kapitel 3 betrachteten Bereiche stellten vor allem folgende Elemente besondere Herausforderungen dar:

- Eine kleinteilige Unternehmensstruktur
- Managementdefizite und Schwächen bei der Verwertung
- Fehlende Verkaufsorientierung bzw. Marktorientierung
- Fehlen von Infrastruktur (Messen, Journale) und Netzwerken bzw. Kooperationen (Fachverbände, ...)
- Eigenkapitalschwäche bzw. fehlender Zugang zu Finanzierungsquellen
- Defizite bei Ausbildungsmöglichkeiten
- Unflexible staatliche Versicherungssysteme

Box 5 Identifizierte Herausforderungen

Die Politik kann in einer Reihe von Bereichen noch Verbesserungen erzielen:

Empfehlung 1: Kooperationen von Wirtschaft und Kultur erweitern und vertiefen und Privatinitiativen durch eine Verbesserung des Regelwerks fördern

Im internationalen Vergleich ist vor allem die Verbindung von Wirtschaft und Kultur unterentwickelt.²² Zur Verbesserung der Kooperationen könnte eine *Reform des Stiftungsrechts, mit einer neuen Schwerpunktsetzung beim Stiftungszweck, überlegt werden. Weiters sollte Kultursponsoring²³ durch Private stärker forciert werden.*

Empfehlung 2: Unternehmergeist stärken, vor allem den Zugang zu Finanzierungsquellen verbessern und das unternehmerische Rahmenwerk vereinfachen

Die finanzielle Ausstattung eines Unternehmens ist von grundlegender strategischer Bedeutung. Gerade auch für Start-Ups reduziert eine solide finanzielle Basis die Schwellenangst der Selbständigkeit.

Vermarktungsstrategien sind von entscheidender Bedeutung. Der Aufbau eines „Superstars“ ist aber mit viel Kapital verbunden. Wie auch im gesamten Bereich der Innovation gibt es auf Grund von Informations-Asymmetrien Probleme beim Zugang zu Finanzierungsquellen, vor allem für Unternehmensneugründer. Wobei hier die Probleme vor allem auf der Bewertung von Marktpotenzial basieren („intangible capital“). *Die Politik ist aufgefordert, den österreichischen Risikokapitalmarkt zu stärken, um vor allem innovative Klein- und Mittelunternehmen mehr Marktchancen einzuräumen.*

Empfehlung 3: Finanzielle Planungssicherheit unterstützen

Die Politik hat durch die Setzung von Ausgabenprioritäten und durch die Budget-Planungs-Horizonte direkten Einfluss auf die hier betrachteten Bereiche. Bestimmte Unsicherheiten bei der Finanzierung der einzelnen Projekte werden immer vorhanden sein und gehören zum unternehmerischen Risiko, *jedoch können durch längere Planungshorizonte Unsicherheiten bei Förderzusagen reduziert werden.* Die Reform des Bundeshaushaltsrechts kann hier einen Beitrag leisten. *Weiters sollte die öffentliche Hand Evaluierungen der staatlichen Interventionen durchführen, um eine effiziente Mittelverwendung zu gewährleisten und Crowding-Out Effekte zu vermeiden.*

Empfehlung 4: Funktionierende Wertschöpfungsketten sicherstellen

Entscheidend für rohstoffarmes Wachstum ist die Vernetzung der verschiedenen Schaffensräume. Die oft anzutreffende kleinteilige Unternehmensstruktur muss

²¹ Art. 87 EGV

²² Siehe Geldner (2000)

²³ Das Bundes-Kunstförderungsgesetz 1988 betonen explizit die Notwendigkeit der Förderungen künstlerischen Schaffens durch Private

im Großteil der hier behandelnden Bereiche nicht das grundlegende Problem sein, wenn eine funktionierende Wertschöpfungskette gegeben ist. Weder ein Künstler, noch ein Agent alleine können ihre Einkommen sichern, jedoch durch Vernetzungen mit Verwertungsstrategien und betriebswirtschaftlicher Orientierung und dadurch Kooperationen mit verschiedenen Einrichtungen (Museen, Produzenten, usw.) und Plattformen ergeben sich durch zunehmenden Bekanntheitsgrad (Schaffen einer „Marke“, „Superstar – Ökonomie“) positive Einkommenseffekte. Dies funktioniert nicht nur bei Künstlern, sondern auch bei verschiedensten Arten von Designern, usw. *Die Funktion der öffentlichen Hand kann hier in der Vermittlerrolle liegen.*

Empfehlung 5: Marktorientierung stärken

Vor allem kreative Bereiche sind oft auf öffentliche Fördermittel angewiesen, oft da tatsächlich Marktversagen (positive externe Effekte bei kulturellem Erbe) vorliegt. Manchmal liegt es aber auch einfach an der fehlenden Marktorientierung. Hier bedarf es kundenorientierterer Konzepte (Schaffen von Bedarf, bzw. Nutzen von vorhandenem Bedarf), ohne dass der eigentliche *Kunst-Gedanken* (Siehe Box 2: Marktwirtschaftliche Orientierung der Kunst) verloren geht. Diesem Teil der Wertschöpfungskette wurde aber in der Vergangenheit oft zu wenig Beachtung geschenkt, obwohl es gute Beispiele für die Funktionsfähigkeit gibt, wie z.B. das Neujahrskonzert. Die mehrfache Verwertung von Veranstaltungen, Ausstellungen kann einen enormen Wachstums- und auch Beschäftigungseffekt (z.B. In der Branche Vervielfältigung von Ton Bild und Datenträgern) bringen. *Die Politik könnte hier Anreize für die betriebswirtschaftliche Vermarktung setzen. Aber auch eine Neustrukturierung der Subventionen könnte zum Umdenken bei öffentlichen Vermarktungsstrategien führen (Bsp. Vollrechtsfähigkeit der Museen).*

Empfehlung 6: Die Vorteile der Globalisierung nützen durch eine stärkere internationale Ausrichtung

Bekanntlich ermöglicht ein größerer Markt auch mehr Absatzchancen. Ein höherer Bekanntheitsgrad des Produkts durch grenzüberschreitende Vermarktung ermöglicht steigende Skalenerträge (kritische Masse vor allem bei Netzwerkprodukten). Außerdem wirken internationale Aktivitäten positiv auf Image und Marke im heimischen Markt. *Eine Evaluierung der österreichischen Exportförderung in Hinblick auf rohstoffarmes Wachstum könnte durchgeführt werden.*

Empfehlung 7: Österreichische Ressourcen besser nutzen

Österreich ist ein Tourismusland. Ein vermehrtes Kulturerlebnis inklusive nachhaltiger Verwertung

(DVDs, Internetauftritte, usw.) sollte angestrebt werden. *Eine Evaluierung des Verwertungsgesellschaftengesetzes²⁴ sollte daher durchgeführt werden.*

Verwertung und Vermarktung erfolgt in Österreich häufig über deutsche oder internationale Kanäle. Dies könnte zu Verzerrungen bei der Potenzialsabschätzung führen. Eine österreichische Expertise auf Grund der Marktnähe könnte angestrebt werden. Kooperationen und Netzwerke zwischen Produzenten, Vermarktung und Vertrieb müssen ausgebaut werden.

Empfehlung 8: Die Bildungssysteme an die neuen Herausforderungen anpassen

Das öffentliche Bildungssystem stellt einen wesentlichen Grundstein, vielleicht nicht für spezifische Berufsfelder, aber für die generelle Anpassungsfähigkeit gegenüber neuen Herausforderungen dar. Der österreichische Bildungssektor ist seit einigen Jahren sehr dynamisch, vor allem durch die Schaffung von Fachhochschulen und auch durch die Einführungen des 3 gliedrigen Studiums (Bologna-Prozess). Auch immer mehr private Einrichtungen sehen Potenzial im Bildungsbereich. Vor allem kreative Qualifikationen können so besser angeboten werden (z.B. Industrial Design, Werbegrafik, usw.). Nach wie vor ist es in vielen Bereichen ein „learning by doing“ üblich, doch auch im Bereich der Weiterbildung liefert der Bildungsmarkt hier Impulse. *Der Bildungsbereich bietet auch die Möglichkeit, den kreativen/innovativen Teil mit betriebswirtschaftlichen Unternehmensdenkweisen zu verbinden. Im Bildungsbereich sollten aber neben fachlichen Qualifikationen auch persönliche Qualifikationen gefördert werden (darunter ist Mobilität, Flexibilität, usw. zu verstehen). Bereits Pflichtschulen sollten zur Förderung des Unternehmergeistes beitragen.*

Empfehlung 9: Flexibilisierung der Sozial- und Arbeitssysteme

Das österreichische Sozial- und Arbeitsrecht ist gefordert für flexible Berufsfelder Lösungen zu bieten, wie z.B. Durchlässigkeiten, flexible Versicherungsoptionen, Arbeitszeitmodelle, usw. Im Sozialversicherungsbereich trat 2001 an Stelle des freien Dienstverhältnisses für Kunstschaffende (welche nur für Künstler, welche ihre künstlerische Tätigkeit als Hauptberuf und Haupteinnahmequelle hatten) eine Pflichtversicherung für alle selbständigen Erwerbstätigen in Kraft. Möglich ist nun entweder ein echtes Dienstverhältnis nach ASVG oder eine Selbständigkeit nach SV der gewerblichen Wirtschaft (die so genannten „Neuen Selbständigen“). Weiters gibt es unter bestimmten Voraussetzungen Zuschüsse aus dem Künstlerfonds zur gewerblichen Pensionsversicherung.

²⁴ Bundesgesetz, betreffend Unternehmen zur Nutzbarmachung von Vortrags-, Aufführungs- oder Senderechten an Sprachwerken und an Werken der Tonkunst

Empfehlung 10: Bewusstseinsbildung vertiefen

Neben monetären Unterstützungsmaßnahmen kann der Staat auch als Dienstleister durch Beratungsstellen (Informationen über Fördermöglichkeiten, Vernetzungen, Kooperationen, usw.) tätig werden. Eine umfassende Bewusstseinsbildung durch PR Kampagnen (z.B. zum Welttag des Buches) würde hierzu einen passenden Rahmen bilden.

Schlussbemerkung

Die Betrachtung der Bereiche hat gezeigt, dass der Markt in Bewegung ist. Die Empfehlungen an die Politik machen deutlich, dass der eingeschlagene Weg der EU - die Lissabon-Strategie – richtig ist. Die Empfehlungen dieses Papiers konkretisieren die allgemeinen Empfehlungen in den Integrierten Leitlinien 2005 – 2008, welche die Basis für die Strategie für Wachstum und Beschäftigung der EU darstellen für die spezifische österreichische Lage. Leitmotiv bleibt, dass Politikinterventionen nicht durch mehr öffentliche Mittel, sondern vielmehr durch richtige Rahmenbedingungen gestaltet werden sollen.

Anhang

Beschäftigung nach Sektoren im internationalen Vergleich

| | AT | DK | FI | FR | NL | SE | CH | UK | US |
|-----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Primärsektor | 6,2 | 3,3 | 6,1 | 1,4 | 3,3 | 2,4 | 4,5 | 1,5 | 2,6 |
| Industrie | 30,6 | 26,4 | 27,6 | 25,7 | 21,3 | 24,6 | 26,4 | 25,4 | 22,9 |
| Dienstleistungssektor | 63,2 | 69,9 | 66,0 | 72,9 | 72,9 | 72,9 | 69,1 | 72,8 | 74,5 |

Tabelle 11: Beschäftigte nach Sektoren im internationalen Vergleich
Quelle: OECD; Zahlen von 2000

Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen

Für rohstoffarmes Wachstum stellt die Kreativwirtschaft ein großes Potenzial dar. Folgend eine Darstellung der Bruttowertschöpfung der einzelnen Wirtschaftsbereiche im Vergleich zu ausgewählten Bereichen der Kreativwirtschaft.

| | Bruttowertschöpfung in Mio. EUR (2001) |
|---------------------------|---|
| Insgesamt | 201.141 |
| Land- und Forstwirtschaft | 4.707 |
| Produzierender Bereich | 61.394 |
| Dienstleistungen | 135.040 |
| im Vergleich | |
| Darstellende Kunst | 508 |
| Audiovisueller Bereich | 2.094 |
| Visueller Bereich | 1.457 |
| Buch und Presse | 2.345 |

Tabelle 12: Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen
Quelle: Statistik Austria

Ausgewählte Aktivitäten zur Förderung der Kreativwirtschaft

- Das ip impulsprogramm kreativwirtschaft: ist Teil einer nationalen Strategie zur Förderung der Kreativwirtschaft in Österreich. Das Programm basiert auf einem Ratsentschluss der Nationalstiftung für Forschung, Technologie und Entwicklung. Das Programm wurde bis 31.12.2005 mit 3,8 Mio. EUR dotiert, die (abzüglich der Abwicklungskosten) in Form von Calls mit spezifischen Themen in Musik, Multimedia und Design zwei Mal ausgeschrieben werden.
- ARGE creativ wirtschaft austria: Eine Plattform der Wirtschaftskammer Österreich
- *departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh* ist Teil des Wiener Wirtschaftsförderungsfonds. Diese Agentur unterstützt die wirtschaftliche Verwertung innovativer und kreativer Leistungen in Wien. Es werden monetäre Förderungen für die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sowie für die Vermarktung angeboten. An Budget stehen *departure* für 2004 und 2005 rund 7 Mio. EUR zur Verfügung.

Filmförderung

- Österreichische Filmförderung durch das Österreichische Filminstitut und vom Bundeskanzleramt im Bereich Dokumentar-, Kurz- und Experimentalfilm.
- Auf Länderebene gibt es unter anderem den Filmfonds Wien, Cine Tirol und Cine Carinthia, welche Direktförderungen vergeben.
- 2003 wurde die Förderungsschiene im Bereich des Filmschaffens und der Digitalisierung eingerichtet (TV Filmförderungsfonds und Digitalisierungsfonds mit jährlicher Mittelausstattung von jeweils 7,5 Mio. EUR).

Musikförderung

- „mica – music information center austria“ Zur Unterstützung der Verbreiterung des österreichischen Repertoires im Bereich der zeitgenössischen Musikströmungen.
- Zur Förderung professioneller österreichischer Musikproduktion wurde 2005 der Musikfonds gegründet. Der Fonds ist für die kommenden zwei Jahre mit je 600.000 EUR dotiert, 350.000 EUR werden seitens des Bundeskanzleramtes zur Verfügung gestellt. Gefördert werden bis zu 50% der Produktionskosten (Produktion bis Masterband), bei einer maximalen Fördersumme von 50.000 EUR pro Projekt.

Verlags- und Literaturförderung

- Die Verlagsförderung stärkt vor allem literarisch-kulturorientierte Verlage und wird jährlich in der Höhe von etwas 2,9 Mio. EUR vergeben.
- Auch internationales Ansehen genießt der Ingeborg-Bachmann-Preis (22.500 EUR). Der Preis wird von der Stadt Klagenfurt zur Verfügung gestellt.

Box 6 Ausgewählte Aktivitäten zur Förderung der Kreativwirtschaft

Laut Österreichischen Kreativbericht 2003 stellt folgende Tabelle die fünf wichtigsten Branchen²⁵ der Kreativwirtschaft nach Anzahl der Unternehmen und Beschäftigten dar.

| Unternehmen | Beschäftigte |
|---|---|
| Architekturbüros | Druckerei (ohne Zeitungsdruckerei) |
| Werbemittelgestaltung | Architekturbüros |
| Herstellung von Individualsoftware | Herstellung von Individualsoftware |
| Werbemittelverbreitung und Werbemittel | Werbemittelgestaltung |
| Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- Design | Einzelhandel mit Fotoartikeln, optische und feinmechanische Artikel |

Tabelle 13: Wichtigsten Branchen der Kreativwirtschaft hinsichtlich Unternehmen und Beschäftigte

Unternehmen in Österreich

| Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen | | | | |
|---|-------------------|-------|------------------|-------|
| Beschäftigte | Österreich (2004) | | Europa-19 (2003) | |
| | absolut | % | absolut | % |
| 1-9 | 218.042 | 86,1 | 17.820.000 | 93,1 |
| 10-49 | 29.719 | 11,7 | 1.260.000 | 5,9 |
| 50-249 | 4.638 | 1,8 | 180.000 | 0,8 |
| KMU | 252.399 | 99,6 | 19.270.000 | 99,8 |
| mehr als 250 | 976 | 0,4 | 40.000 | 0,2 |
| Insgesamt | 253.375 | 100,0 | 19.310.000 | 100,0 |

Tabelle 14: Unternehmen in Österreich nach Beschäftigungsklassen
Quellen: KMU FORSCHUNG AUSTRIA (Regionaldatenbank, Statistik Austria, Hauptverband der Sozialversicherungsträger, Observatory of European SMEs)

Integrierte Leitlinien 2005 - 2008

Die Grundzüge der Wirtschaftspolitik

Makroökonomische Leitlinien

1. Wirtschaftliche Stabilität im Hinblick auf ein nachhaltiges Wachstum sichern
2. Wirtschafts- und haushaltspolitische Nachhaltigkeit als Vorbedingung für mehr Arbeitsplätze gewährleisten
3. Eine effiziente, auf Wachstum und Beschäftigung ausgerichtete Ressourcenallokation fördern
4. Sicherstellen, dass die Lohnentwicklung zu makroökonomischer Stabilität und Wachstum beiträgt
5. Eine größere Kohärenz zwischen makroökonomischer Politik, Strukturpolitik und Beschäftigungspolitik herstellen
6. Dynamik und Funktionieren der WWU verbessern

Mikroökonomischen LL

7. Insbesondere im Privatsektor mehr und effizienter in Forschung und Entwicklung investieren, um einen Europäischen Raum des Wissens zu schaffen
8. Alle Formen der Innovation fördern
9. Verbreitung und effiziente Nutzung der IKT fördern und eine Informationsgesellschaft aufbauen, an der alle teilhaben
10. Die Wettbewerbsvorteile der industriellen Basis Europas stärken
11. Eine nachhaltige Ressourcennutzung begünstigen und die Synergien zwischen Umweltschutz und Wachstum stärken
12. Den Binnenmarkt erweitern und vertiefen
13. Die Märkte innerhalb und außerhalb Europas offen und wettbewerbsorientiert gestalten, die Vorteile der Globalisierung nutzen
14. Das Unternehmensumfeld wettbewerbsfähiger machen und Privatinitiativen durch eine Verbesserung des Regelwerks fördern
15. Unternehmerische Kultur fördern und das Wirtschaftsumfeld KMU-freundlicher gestalten
16. Die europäischen Infrastrukturen ausbauen, verbessern und miteinander vernetzen sowie die prioritären grenzüberschreitenden Projekte zu Ende bringen

Die beschäftigungspolitischen Leitlinien

17. Die Beschäftigungspolitik auf Vollbeschäftigung, Steigerung der Arbeitsplatzqualität und Arbeitsproduktivität und Stärkung des sozialen und territorialen Zusammenhalts ausrichten
18. Einen lebenszyklusorientierten Ansatz in der Beschäftigungspolitik fördern

²⁵ Zu berücksichtigen gilt, dass nur jene Branchen berücksichtigt wurden, die zu 100% zur Kreativwirtschaft gehören.

19. Integrative Arbeitsmärkte schaffen, Arbeit attraktiver und für Arbeit Suchende – auch für benachteiligte Menschen – und Nichterwerbstätige lohnend machen
20. Den Arbeitsmarkterfordernissen besser gerecht werden
21. Unter gebührender Berücksichtigung der Rolle der Sozialpartner Flexibilität und Beschäftigungssicherheit in ein ausgewogenes Verhältnis bringen und die Segmentierung der Arbeitsmärkte verringern
22. Die Entwicklung der Arbeitskosten und die Tarifverhandlungssysteme beschäftigungsfreundlicher gestalten
23. Die Investitionen in Humankapital steigern und optimieren
24. Die Aus- und Weiterbildungssysteme auf neue Qualifikationsanforderungen ausrichten

Quellen

- Arbeitsstättenzählung 2001, Statistik Austria, 2004
- BBE Unternehmensberatung Köln: design 2010. Design als strategischer Wettbewerbsfaktor. Trendstudie, 2004
- Böheim, M. et al.: Ökonomische und fiskalische Effekte von Kultur und Kunstsporing, Wifo, Wien 2002
- Comin, D.: R&D: A small contribution to productivity growth, NBER Working Paper 10625, 2004
- Coyle, D.: The weightless world, Proceedings of sixth European Assembly on Telework and new ways of working, Excerpt, Aarhus, 2000
- Creative Industries Economic Estimates. Statistical Bulletin, UK Department for culture, media and sport, Oktober 2005
- Cunningham, S.: The evolving Creative Industries (Seminar Paper), Queensland University of Technology, 2003
- Deuchert, E./Adjamah, K./Pauly, F.: For Oscar Glory or Oscar Money? Academy Awards and Movie Success, Journal of Cultural Economics (2005) 29
- Endbericht zur Untersuchung des ökonomischen Potenzials der „Creative Industries“ in Wien, 2004
- Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien 2003
- Galenson, D.W.: One-Hit Wonders: Why some of the most important works of modern art are not by important artists, NBER Working Paper 10885, 2004
- Geldner, N.: Der Wirtschaftsbereich Kultur und Unterhaltung und seine Rolle im Wiener Arbeitsmarkt, Kammer für Arbeit und Angestellte, 2000
- Leistungs- und Strukturhebung 2003
- Noever, P.: Wir räumen auf! Artikel in Der Presse, Spectrum, 3. September 2005, SIII
- Philipson, T.J./Mechoulan, S.: Intellectual Property & External Consumption Effects: Generalization from Pharmaceutical Markets, NBER Working Paper 9598, 2003
- Rosen, S.: The Economics of Superstars, The American Scholar, Vol. 52, N.4, 1983
- Schleich, P.: Creative Industries und Regionale Innovationssysteme Eine theoretische Sicht, InTeReg Working Paper Nr. 22-2005, 2005
- Wirtschaftsbericht 2005

Zur Autorin

Mag. Ulrike Mandl ist Mitarbeiterin der Abteilung für Allgemeine Wirtschaftspolitik im Bundesministerium für Finanzen. Zu ihren Arbeitsschwerpunkten zählen Wachstums- und Strukturpolitik, vor allem in Zusammenhang mit der Lissabon – Strategie.

In der Reihe Working Paper erschienen:

Nikolaus Fink, Alfred Katterl, Manuel Schuster (2005). Wirtschaftspolitik und Dynamik der Wirtschaftssektoren in Österreich 1995 – 2003. Working Paper 4/2005.

Ulrike Mandl, Karin Schönpflug (2005). Steigerung des Wirtschaftswachstums durch F&E und Humankapital. Working Paper 3/2005.

Peter Part, Karin Schönpflug (2005). Wirtschaftswachstum und Arbeitsmarktrefor-men. Working Paper 2/2005.

Brandner Peter, Frisch Helmut, Grossmann Bernhard, Hauth Eva (2005). Eine Schuldenbremse für Österreich. Working Paper 1/2005.

Ertl Birgit (2004). Der Kampf gegen Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung. Working Paper 4/2004.

Vitzthum Elisabeth (2004). Reformvorschläge für eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen Welthandelsorganisation und Internationalen Finanzinstitutionen. Working Paper 3/2004.

Burgstaller Markus, Stieber Harald (2004). Ausgabenquoten im internationalen Vergleich: Behindern hohe Quoten die Wettbewerbsfähigkeit eines Staates? Working Paper 2/2004.

Vondra Klaus, Weiser Harald (2004). Basel II: Was wirklich hinter der Asset Return Correlation und ihren Auswirkungen auf die Prozyklizität steckt. Working Paper 1/2004.

Katterl Alfred, Part Peter, Stieber Harald (2003). Die neuen Haushaltsregeln der EU für die Überprüfung der Stabilitätsziele. Working Paper 5/2003.

Mandl Ulrike (2003). European policy making. Die offene Methode der Koordinierung als Alternative zur Gemeinschaftsmethode? Working Paper 4/2003.

Corrales-Diez Natalia (2003). Die EU Außenvertretung im Internationalen Währungsfonds (Deutsch/ Englisch). Working Paper 3/2003.

Bayer Kurt (2003). Entwicklungspolitik im 21. Jahrhundert – Die Rolle der Weltbank. Working Paper 2/2003.

Part Peter (2003). Real exchange rate developments in the accession countries. Working Paper 1/2003.

Part Peter (2002). Finanzielle Auswirkungen der Bevölkerungsalterung. Working Paper 8/2002.

Bauer Bernhard (2002). Kleine und mittlere Unternehmen: Übersicht über Bedeutung, bereits getroffene und mögliche weitere Maßnahmen auf EU-Ebene und in Österreich (Materialiensammlung). Working Paper 7/2002.

Tzanoukakis Kira (2002). Die Verfahren zur Sicherung der Konvergenz in der Europäischen Union. Working Paper 6/2002.

Rabitsch Franz (2002). Die österreichischen Wachstumsprognosen 1978 bis 1999. Working Paper 5/2002.

Karlinger Liliane (2002). An Equilibrium Analysis of International Fiscal Transfers as Insurance against Asymmetric Shocks. Working Paper 4/2002.

Morawek Roman (2002). Reale Konvergenz im Euro-raum mit besonderer Berücksichtigung der EU-Osterweiterung. Working Paper 3/2002.

Hauner David (2002). The Euro, the Dollar, and the International Monetary System. Working Paper 2/2002.

Traxler Christian (2002). Verteilungspolitische Aspekte von Kapitalsteuerwettbewerb. Working Paper 1/2002.

Kutos Paul (2001). Euro exchange rate policy: Institutions and procedures. Working Paper 8/2001.

Part Peter, Stefanits Hans (2001). Austria: Public Pension Projections 2000 - 2050. Working Paper 7/2001.

Katterl Alfred (2001). Renditen der Universitätsausbildung. Working Paper 6/2001.

Burger Christina (2001). Strukturindikatoren. Working Paper 5/2001.

Moser Erhard (2001). Das Europäische Wirtschafts- und Sozialmodell. Stand der Umsetzung ein Jahr nach Lissabon. Working Paper 4/2001.

Nitsche Wolfgang (2001). EU-Erweiterung: Budgetäre Auswirkungen wirtschaftlicher Anpassungsszenarien. Working Paper 3/2001.

Nitsche Wolfgang (2001). Österreich im neuen Europa. Überblick über die Argumente zur EU-Erweiterung. Working Paper 2/2001.

Part Sigrid (2001). Der Vertrag von Nizza: Ein Wegweiser für die Europäische Integration. Working Paper 1/2001.

Part Peter (2000). Entwicklung der Definition für das mittelfristige Budgetziel in den Stabilitäts- und Konvergenzprogrammen. Working Paper 8/2000.

Pregesbauer Andreas (2000). Österreichischer Finanz- und Kapitalmarkt in der WWU. Working Paper 7/2000.

Wieser Robert (2000). Österreichische Strukturpolitik in der WWU. Working Paper 6/2000.

Part Peter (2000). Österreichische Budgetpolitik in der WWU. Working Paper 5/2000.

Bayer Kurt, Katterl Alfred, Kutos Paul, Part Peter, Pregesbauer Andreas, Wieser Robert (2000). Aktuelle Herausforderungen für die österreichische Wirtschaftspolitik in der WWU. Working Paper 4/2000.

Rainer Anton (2000). Indexprobleme der realen Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und Verzerrungen bei Prognosen und Analysen. Working Paper 3/2000. *vergriffen*

Wieser Robert (2000). Regulatoren in Netzwerkindustrien. Eine polit-ökonomische Synthese. Working Paper 2/2000. *vergriffen*

Katterl Alfred, Part Peter (2000). Koordination der Wirtschaftspolitik in der EU. Working Paper 1/2000 *vergriffen*

Felbermayr Gabriel J. (1999). The Political Economy of Financial Crises. Working Paper 6/1999.

Saghy Hannes M., Fürstaller Katharina, Fuchs Franz (1999). Die neue Bedeutung der Einkommenspolitik als nationales Politikfeld im Rahmen der Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion. Working Paper 5/1999.

Pregesbauer Andreas (1999). Transmissionsmechanismen der Geldpolitik. Working Paper 4/1999.

Nitsche Wolfgang (1999). Kosovo-Krise und Wiederaufbau. Working Paper 3/1999.

Herbeck Gabriele (1999). Kostennutzenanalyse in der EU. Working Paper 2/1999. *vergriffen*

Bayer Kurt (1999). Der OECD-Wirtschaftsbericht über Österreich 1999. Working Paper 1/1999.

Part Peter (1998). Öffentliche Finanzen in der Europäischen Union. Working Paper 3/1998.

Schuh Andreas-Ulrich (1998). Beschäftigung und Arbeitslosigkeit aus österreichischer und europäischer Sicht. Working Paper 2/1998.

Bayer Kurt, Katterl Alfred, Wieser Thomas (1998). Economic policy in EMU. National Necessities and Coordination Requirements. Working Paper 1/1998. *vergriffen*

Impressum:

Herausgeber, Eigentümer und Verleger:
Bundesministerium für Finanzen, Abteilung I/21
Personalentwicklung und Mitarbeiterkommunikation,
Himmelpfortgasse 8, A-1015 Wien
Grafische Gestaltung und Druck:
Druckerei des Bundesministeriums für Finanzen
Wien, Dezember 2005
www.bmf.gv.at