

**DER WEG DER KREATIVWIRTSCHAFT / CREATIVE INDUSTRIES IN ÖSTERREICH**  
PERSPEKTIVEN FÜR EINE INTEGRIERTE KULTUR-WIRTSCHAFTS-BESCHÄFTIGUNGSPOLITIK

Veronika Ratzenböck, Anja Lungstraß

## **DER WEG DER KREATIVWIRTSCHAFT/CREATIVE INDUSTRIES IN ÖSTERREICH**

Relativ spät wurde in Österreich das wirtschaftliche Potenzial der Kunst- und Kulturproduktion erkannt. Der Verflechtung öffentlicher Kunst- und Kulturförderung mit privatwirtschaftlicher Tätigkeit und den Beschäftigten in den Kreativberufen als Schlüssel zur urbanen und regionalen Wettbewerbsfähigkeit wurde zunächst keine zentrale Bedeutung zugemessen, die Kreativwirtschaft nicht als die Wachstumsbranche gesehen.

Dies war auch nicht notwendig, denn in Österreich gab es im Vergleich zu anderen Ländern in Europa keine danieder liegenden Regionen und Städte, denen man neue Impulse geben musste. Wien oder Graz z.B. weisen eine hohe Ausbildungs- und Dienstleistungsdichte mit gut ausgebauten Strukturen auf und überall ist relativ viel öffentliches Geld für Kunst und Kultur vorhanden. Die staatliche Kunst- und Kulturförderung ist im Vergleich zu anderen europäischen Ländern in Österreich noch sehr hoch: Wien liegt z.B. mit € 144 Pro-Kopf Kulturausgaben im Jahr und insgesamt € 500 Mio. Kulturbudget im Städtevergleich im europäischen Spitzenfeld.

Wirtschaftspolitisch ist die Kreativwirtschaft in Österreich auch deshalb relativ spät bedeutend geworden, weil man den Umfang und die Größe des kreativen Potenzials und des kulturellen Arbeitsmarktes schlichtweg nicht kannte. Es gab keine Zahlen: die Marktentwicklung und die Beschäftigungsvolumina konnten nicht eingeschätzt werden, die Unternehmen der Kreativwirtschaft wurden nicht als Unternehmen im traditionellen Sinne wahrgenommen und die Interdependenz der öffentlichen Kunst- und Kulturförderung mit den privatwirtschaftlichen Unternehmen als vor- und nachgelagerter Zulieferbereich war nicht sichtbar. „Kreativität“ galt lange nicht als entscheidender Standortfaktor im ökonomischen Wettbewerb.

## **DIE ANFÄNGE**

Begonnen hat alles mit der EU-Konferenz „Kultur, Beschäftigung und Neue Technologien“ 1998 während der ersten österreichischen EU-Ratspräsidentschaft. Ziel dieser Konferenz war es, Kultur als operationales Agens in die europäischen und nationalen beschäftigungspolitischen Leitlinien der Europäischen Union zu integrieren.

Im Kontext der Entwicklung neuer Berufsfelder bzw. neuer Typologien von Arbeit wurde dem kulturellen/kreativen Sektor in nationalen beschäftigungspolitischen Strategieprogrammen steigende Bedeutung zugesprochen. Begriffe wie „Flexibilität“ und „Mobilität“ markieren den massiven Wandel der politischen und sozialen Rahmenbedingungen von Erwerbsarbeits- und Beschäftigungsformen in den letzten Jahren. Die „Entdeckung“ des Kunst- und Kulturbereichs, insbesondere der kulturindustriellen Branchen als viel versprechende Potenziale für neue Beschäftigungsformen sind Teil dieses Transformationsprozesses.

2000 wurde von der Europäischen Kommission eine Studie zur „Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung“<sup>1</sup> beauftragt, die von der Österreichischen Kulturdokumentation, MKW Wirtschaftsforschung GmbH, Empirica Delasasse, Interarts, Economix Research & Consulting und Wimmex AG durchgeführt wurde. Diese Studie analysierte das Jobpotential – hier wurden Kultur, Wirtschaft, Bildung und Technologie zusammengeführt. Die kreativen Kompetenzen und künstlerischen Einsatzfelder wurden wirtschaftspolitisch und in ihrer ökonomischen Bedeutung eindeutig aufgewertet. Es ging darum, die Politikwerdung des Themas "Beschäftigung im Kulturbereich" in den nationalen arbeitsmarkt- und kulturpolitischen Konzepten aufzuzeigen.

## **DIE DATENBASIS**

Etwa zeitgleich wurden in Österreich die ersten Studien zur Potenzialeinschätzung der Kreativwirtschaft/Creative Industries und erste

Datenerhebungen über die Kreativstandorte/-regionen in Auftrag gegeben: Die Kreativwirtschaftsberichte von Wien (2002), die für ganz Österreich (2003 und 2006), Tirol (2005), Linz (2006), Graz (2006) und Vorarlberg (2007) entstammten jedoch nicht dem wissenschaftlichen Diskurs, sondern sollten im Auftrag der Wirtschaftsabteilungen der Länder und Städte (die Kulturabteilungen fühlten sich nicht zuständig) einem disparaten, aber auch boomenden Wirtschaftsbereich eine Kontur geben.

Zwar ist die Definition von Kreativwirtschaft/Creative Industries, die allen Erhebungen/Berichten zugrunde liegt einheitlich: man versteht darunter die Zusammenfassung von sehr heterogenen Wirtschaftszweigen, bei denen Kreativität ein wesentlicher Input für die Erstellung von Produkten und Dienstleistungen ist. Unterschiedlich sind die Berichte aber in ihren Fragestellungen und Ergebnissen, die jeweils in ihrem speziellen lokalen und regionalen Kontext zu sehen sind. Im folgenden werden die signifikanten Ergebnisse der Kreativwirtschaftsberichte dargestellt, die für die jeweilige Region charakteristisch sind.

### **Wien**

In Wien arbeiten zwischen 100.000 (laut Hauptverband der Sozialversicherungsträger) bzw. 120.000 Personen (laut Arbeitsstättenzählung) in den Creative Industries, rund 14% aller Beschäftigten. Mit durchschnittlich 6% zwischen 1998 und 2002 übertrifft das Beschäftigungswachstum in diesem Sektor die Gesamtwirtschaft um 4%. Die Creative Industries sind in Wien vorwiegend kleinbetrieblich strukturiert, im Durchschnitt beschäftigen die 17.948 Unternehmen 6,7 Personen. Dies sind die wirtschaftsstatistischen Hauptergebnisse der Studie „Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien“<sup>2</sup>, die im Auftrag der Stadt Wien von der Österreichischen Kulturdokumentation, Mediacult und WIFO durchgeführt wurde.

Die Stärken der Wiener Creative Industries liegen demnach im kreativen Herstellungsbereich (der "Content-Origination"), Schwächen hingegen in

der Verwertung und internationalen Vermarktung. Dies liegt vor allem an einer kleinteiligen Unternehmensstruktur, an der dünnen Kapitaldecke vieler kreativwirtschaftlicher Unternehmen und an Defiziten im Management. Deshalb zielten die wirtschaftspolitischen Empfehlungen der Studie auf Maßnahmen zur Wachstumsentwicklung der Unternehmen und Verbesserung der Exportchancen, den Ausbau von konsistenten Förderinstrumenten und Kooperationsformen, um einerseits die bestehenden Defizite abzuschwächen und andererseits die vorhandenen positiven Strukturmerkmale weiter auszubauen.

Am Beispiel Wien lässt sich zeigen, wie die Reputation des kreativen Potenzials selbst zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden ist, wie die Anziehungskraft künstlerischer Milieus die Wertschöpfung und Beschäftigungsentwicklung stärkt und diese zu einem Standortvorteil im kulturellen Wettbewerb zwischen Städten und Regionen werden.

#### **Österreich gesamt**

2002 wurde der „Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht“<sup>3</sup> in Auftrag gegeben. Auf dessen Basis folgte 2006 der „Zweite Österreichische Kreativwirtschaftsbericht“<sup>4</sup>. Beide Berichte erheben und analysieren Daten zur heimischen Kreativwirtschaft auf der Basis eines „Drei-Sektoren- Modells“, das den öffentlichen (Staat), intermediären (Non-Profit) und den privatwirtschaftlichen (Kulturwirtschaft) Bereich unterscheidet, in denen aber Überschneidungen möglich sind. Der zweite Bericht analysiert die nationalen (wirtschafts-) politischen Instrumente zur Förderung der Kreativwirtschaft, erstellt erstmals heimische Kreativwirtschaftscluster und liefert Informationen zu den Verflechtungen der Kreativwirtschaft mit Unternehmen/Einrichtungen außerhalb der Kreativwirtschaft.

Der Bericht zeigt, dass 2004 ca. 28.700 privatwirtschaftliche Unternehmen (inkl. öffentlichen Unternehmen mit privatwirtschaftlichem Erwerbscharakter) zur österreichischen Kreativwirtschaft zählten, dies ist ein Anstieg um 6% gegenüber 2002 bzw. ein Anteil von etwa 10% aller

österreichischen Unternehmen. Zugleich ist die Zahl der unselbstständig Beschäftigten von 2002 bis 2004 um etwa 2% auf rund 101.600 gesunken (Grund ist der Strukturwandel im Bereich Druck). Die Betriebe der Kreativwirtschaft sind vorwiegend Mikrounternehmen mit durchschnittlich 4 MitarbeiterInnen, die allgemeine Unternehmensgröße sinkt geringfügig. Der Anteil der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten an den österreichischen ArbeitnehmerInnen liegt damit insgesamt mit rund 4% deutlich unter dem Unternehmensanteil.

Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe konnten im Jahr 2004 Erträge von € 18,3 Mrd. erzielen, dies entspricht einem Zuwachs von rd. 3% gegenüber 2002. Dementsprechend konnte auch hinsichtlich der Wertschöpfung eine Steigerung erwirtschaftet werden (auf rd. € 7,2 Mrd. in 2004). 4% der Erlöse und Erträge bzw. 5% der Wertschöpfung der österreichischen marktorientierten Wirtschaft sind der Kreativwirtschaft zurechenbar.

Die wesentlichen Indikatoren heben hervor, dass die Kreativwirtschaft – mit Ausnahme vom Beschäftigungseffekt – sogar einen höheren Stellenwert hat als der Tourismus; und dies, obwohl Österreich ein klassisches Tourismusland ist.

### **Tirol**

Der Bericht „Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?“<sup>5</sup> hatte als Ausgangsintention die Erkenntnis, dass im Wettbewerb der kreativen Köpfe auch kleine Regionen eine neue Wachstumsdynamik gewinnen können. Die Erhebungen ergaben, dass in Tirol nahezu 2.700 Betriebe mit rund 16.800 Arbeitsplätzen im kreativwirtschaftlichen Sektor tätig sind. Allerdings konnte auch dargestellt werden, dass, statt zu wachsen, in Tirol die Kreativwirtschaft in den letzten Jahren schrumpft. Selbst mittelfristig gesehen sind die Investitionen in zusätzliche Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft bloß unterdurchschnittlich und statt zum kreativwirtschaftlichen Zentrum der Alpen aufzusteigen, gibt Tirol einen Teil des bereits entwickelten kreativwirtschaftlichen Terrains wieder auf. Gleichzeitig kann sich die Tiroler Kreativwirtschaft als Arbeitgeber

durchaus gut positionieren, was auch die Entlohnung betrifft: Auf nahezu der Hälfte der Arbeitsplätze wird ein Verdienst von mehr als € 2.000,- (brutto) erzielt, was im Vergleich zu anderen Branchen über dem Durchschnitt liegt.

### **Linz**

Linz hat einen Imagewandel vollzogen: von der Schwerindustrie hin zu Kommunikation und Medientechnik und zu einer innovativen Kulturstadt. In den vergangenen Jahren wurde in eine umfangreiche Kulturlandschaft investiert, auf die Verbindung neuer Technologien mit Kunst und Kultur und den Medien gesetzt, und dabei an traditionelle Stärken angeknüpft, die sich in der Kooperationen zwischen Wirtschaft und Kunst finden. Die Linzer Studie „Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz“<sup>6</sup> konnte zeigen, dass sich insbesondere durch den Prozess des strukturellen Wandels von der industriellen zur „post“-industriellen Wirtschaft die traditionelle wirtschaftliche Basis der Stadtregion Linz in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert hat und die Kreativwirtschaft dabei eine wichtige Rolle spielt. Diese lässt sich durch die dynamische Entwicklung der Betriebs- und Beschäftigtenzahlen darstellen, die über dem Durchschnitt der regionalen und oberösterreichischen Wirtschaft liegt.

### **Graz**

In der Studie „Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz“<sup>7</sup> liegt der Schwerpunkt auf der Herausarbeitung einer Definition des Begriffes „Kreativität“ und daraus folgend einer erstmaligen Operationalisierung zur Messung von Kreativität. Die daraus entwickelte neue Methode lag den Befragungen von 515 Kreativwirtschaftsbetrieben zugrunde und erfasst mit beschreibenden Kriterien den Grad von Kreativität. Sie ermittelt, dass 2004 in der Steiermark 45.766 Personen in der Kreativwirtschaft tätig sind, das sind 9,6% aller in der Steiermark Beschäftigten. Die Bruttowertschöpfung der Kreativwirtschaft im Großraum Graz wird auf über € 1,5 Mrd. geschätzt. Damit werden 14% der gesamten Wertschöpfung durch die Kreativwirtschaft generiert, deutlich mehr als in der Steiermark insgesamt (10%) oder in Österreich (5%). Zentrale

Aussagen der Studie sind, dass anders als in Wien oder Linz der Schwerpunkt der Kreativwirtschaft im Großraum Graz in einer integrierten Zulieferfunktion vor allem unternehmensbezogener Dienstleister für die lokale und regionale Wirtschaft liegt. Die Kreativwirtschaftsbetriebe sind stark in die steirische Wirtschaft integriert jedoch kaum international vertreten – mehr als 75% der Betriebe exportieren überhaupt nicht. Speziell ist auch, dass sich kreative Potenziale auch in Bereichen zeigen, die bisher nicht unbedingt mit der Kreativwirtschaft in Verbindung gebracht wurden, z.B. dem Gesundheitswesen.

### **Vorarlberg**

Die Forschungsfrage des Vorarlberger Kreativwirtschaftsberichts „Creative Industries in Vorarlberg. Eine maßnahmenorientierte Untersuchung“<sup>8</sup> war, welchen Anteil die Creative Industries und kulturwirtschaftlichen Betriebe am Strukturwandel von der Textil- und Bekleidungsindustrie zu einem breiten Spektrum klein- und mittelbetrieblicher innovativer Unternehmen hatte.

Parallel zu einer Analyse der „harten“ Indikatoren der relevanten Branchen (Beschäftigung, Wertschöpfung, Gewichte und Entwicklung einzelner Kreativbereiche wie Architektur, Verlagswesen, IT, Kulturveranstalter u.a.), wurde untersucht, was kreative Milieus ausmacht, die dann weitere Kreative anziehen, welche Rolle Kultur bzw. Kulturbetriebe für die Dynamik solcher Milieus haben und durch welche gezielte Förderungs- und Strukturpolitik die Entfaltung solcher kreativer Cluster in Vorarlberg unterstützt werden kann.

Diese ersten Kreativwirtschaftsberichte stellten das ökonomische und das Beschäftigungspotenzial dar. Sie verifizierten die Chancen und die Dynamik dieser Branche in ihren Teilbereichen meist entlang der Wertschöpfungsbeziehungen und innovationsrelevanten Interaktionen zwischen Kulturinstitutionen und Unternehmen der Kreativwirtschaft/Creative Industries. Daraus wurden Maßnahmen zur

Stärkung der Kreativwirtschaft und klare wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien entwickelt. Es ging darum, die vielen – sich noch gar nicht als „Geschäfte“ verstehenden – künstlerischen Kleinunternehmungen in den ökonomischen Verwertungsprozess einzubinden und für die Wirtschaft sichtbar zu machen.

Die Strukturanalysen – meist auf der Makroebene angesiedelt – der unsystematischen ökonomischen Daten standen also im Mittelpunkt. Die Beschreibung der meist atypischen Beschäftigungsformen (mit teilweise prekären sozialen Absicherungen), die Qualität der Arbeits- und Erwerbssituation (von der Beschäftigung hin zum Prekariat) und ihre strukturellen Bedingungen blieben aber in diesen ersten Kreativwirtschaftsberichten noch unberücksichtigt.

#### **WISSENSCHAFTLICHE ANSÄTZE**

Erst als die Kreativwirtschaftsberichte der Bundesländer, Städte und Regionen die einzelnen Spannungsfelder der Kreativwirtschaft darstellen und die „Kreativität“ als Produktionsfaktor, als kleinsten gemeinsamen Nenner analysieren, erscheinen Studien, die sich mit der theoretischen Fundierung des Konzepts der Kreativwirtschaft und den Creative Industries beschäftigen. Sie alle stehen vor dem Problem, dass der amorphe Charakter des Begriffs zwar wirtschaftspolitisch wenig problematisch ist – er verlangt in erster Linie die Notwendigkeit einer Neustrukturierung der wirtschaftsstatistischen Kategorisierungen –, stringente wissenschaftliche Definitionen jedoch kaum zulässt, da er in den meisten Fällen Sektoren und Bereiche zusammenfasst, die weder auf der Basis analytischer noch systematischer Überlegungen zusammenpassen.

„Arbeitsplatzeffekte und Betriebsdynamik in den Wiener Creative Industries“<sup>9</sup>, „Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries“<sup>10</sup>, „Kunst/Dienst/Leistung – Innenansichten zur Arbeit in den

Wiener Creative Industries<sup>11</sup>, dies sind die Themen, denen sich die wissenschaftlichen Studien widmen.

Exemplarisch ist hier die Studie „Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst – Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries“<sup>12</sup> zu nennen, die erstmals die Arrangements für nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in fünf Wiener Kreativ-Branchen (Architektur, Design, Film/Rundfunk, Software/IT-Dienstleistung und Werbung) untersucht. Auf makroanalytischer Ebene geht es um die Erörterung von Arbeits-, Markt- und Betriebsstrukturen, um Muster von Produktion/Arbeitsorganisation, Beschäftigungsformen, Arbeitsbedingungen und Ressourcen. Im Fokus steht also nicht die Frage nach dem „Wie viel?“ im Sinne des Erwerbspotentials sondern nach dem „Wie gut?“ im Sinne von Erwerbssicherheit und Arbeitsqualität.

#### **FÖRDERUNG DER KREATIVWIRTSCHAFT/CREATIVE INDUSTRIES**

Österreich, Wien, Graz, Linz und Vorarlberg haben mit neuen Förderschienen reagiert um die positive Entwicklung der Kreativwirtschaft zu stärken und nachhaltig zu fördern. Die Strategien zielen darauf ab, positive Konkurrenz zu fördern, potentielle Wirtschaftspartner zusammenzubringen und neue Kooperationsmodelle zu entwickeln. Maßnahmen zur Internationalisierung der Unternehmen sollen den Zugang zu Auslandsmärkten ermöglichen und die Auslandspräsenz fördern. Es geht um die Entwicklung von gemeinsamen Produktions- und Vermarktungsstrategien von Klein- und Mittelbetrieben, Aus- und Weiterbildungsangebote zur Professionalisierung der Geschäftstätigkeit, die Erschließung neuer Finanzquellen sowie neuer Business Opportunities.

In Wien wurde 2003 als 100%ige Tochter des Wiener Wirtschaftsförderungsfonds die „departure wirtschaft, kunst und kultur gmbh“ gegründet, die im Bereich der Creative Industries als zentrale Anlaufstelle und Förderorganisation fungiert. „departure“ unterstützt UnternehmerInnen und UnternehmensgründerInnen der Creative

Industries-Bereiche Mode, Musik, Audiovision, Multimedia, Design, Verlagswesen, Kunstmarkt und Architektur. „departure“ ist kein Kunstförderer, sondern unterstützt die Integration kulturell/kreativen Schaffens in das Wirtschaftsgeschehen von Wien. Es werden Förderungen für die Entwicklung von kreativen Produkten und Dienstleistungen vergeben, und um diese erfolgreich am Markt zu positionieren. Seit Mai 2004 wurden in 20 Programmen 128 von insgesamt 562 eingereichten Projekten mit einer Gesamtfördersumme von bislang € 10 Mio. gefördert. Nur in wenigen anderen Städten gibt es ein derartiges Förderprogramm wie in Wien – dieser Weg der wirtschaftlichen und qualitätsorientierten Kreativitätsförderung gilt mittlerweile als Best-Practice-Modell.

Bereits vor der „departure“-Gründung hat es zwei calls (ZIT) gegeben: „Creative Industries Vienna 2002“ und „Creative Industries Multimedia Vienna 2003“, für die jeweils € 1,5 Mio. zur Verfügung standen mit denen zwischen 2002 und 2003 26 Projekte gefördert werden konnten. Aus der Umsetzung des ersten calls sind alleine 680 neue Arbeitsplätze hervorgegangen.

Seit 2004 gibt es außerdem das „iP ImpulsProgramm creativwirtschaft“, das von der ARGE iP ImpulsProgramm creativwirtschaft, einer Gesellschaft der Austria Wirtschaftsservice GmbH und der Wirtschaftskammer Österreich, abgewickelt wird. Das Programm verbindet eine monetäre Förderung (iP-Förderung) mit Serviceleistungen der Wirtschaftskammer (z.B. Aus- und Weiterbildung, Netzwerke, Exportunterstützung) und bestehenden Förderungen der Austria Wirtschaftsservice GmbH und länderspezifischen Anlaufstellen der Kreativwirtschaft. Das Programm mit calls in den Sektoren Musik, Multimedia und Design, hatte bis Ende 2005 € 3,8 Mio. zur Verfügung.

Nach einer von österreichischen Kulturdokumentation erstellten Expertise hat der Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds

(WWTF) 2003 einen Fördertopf zu dem Forschungsschwerpunkt „Science for Creative Industries“ eingerichtet, der im ersten call 10 Forschungsprojekte zur Entwicklung der Creative Industries am Standort Wien mit einer Summe von rund € 3 Mio. gefördert hat und 2006 beim „Fünf Sinne“ Projektcall 9 von 34 eingereichten Projekten mit der Fördersumme von € 3,4 Mio. finanzierte.

### **WOHIN GEHT DIE ÖSTERREICHISCHE KREATIVWIRTSCHAFT?**

Die Datenlage und das empirische Material sprechen für sich: das große Potenzial der Kreativwirtschaft/Creative Industries in Österreich zeigt sich in ihrer dynamischen Entwicklung: sie verzeichnet einen Anstieg der Unternehmenszahl um ein Drittel bzw. der Beschäftigtenzahl um 29% (ca. 400.000 Personen in der Kreativwirtschaft). Der Umsatz konnte um 49%, die Bruttowertschöpfung um 41% gesteigert werden. Die österreichischen Kreativwirtschaftsbetriebe erzielen jährlich Erlöse und Erträge von € 18,3 Mrd., der Beitrag der Branche zur österreichischen Bruttowertschöpfung beläuft sich auf € 7,2 Mrd.

Ein spezifisches Merkmal der österreichischen Kreativwirtschaft ist allerdings die wirtschaftliche Interdependenz zwischen Teilen der Kreativwirtschafts-Unternehmen und der öffentlichen Kunst- und Kulturfinanzierung: Die im Vergleich zu anderen Ländern hohen öffentlichen Kulturausgaben, die in den Betrieb von Kulturaufführungsstätten, Museen, Festivals und Kulturevents oder in das direkte Kunst- und Kulturschaffen fließen, stellen einen wesentlichen wirtschaftlichen Bestandteil im Rahmen des gesamten Marktvolumens (sei es im Zulieferungs- oder im nachgelagerten Verwertungsbereich) sowie der wirtschaftlichen Prosperität von kreativwirtschaftlichen Unternehmen dar. Das heißt, dass das öffentlich finanzierte Kunst- und Kulturgeschehen nicht unwesentlich als Auftraggeber bzw. Partner von Kreativwirtschafts-Unternehmen fungiert und Teile des Kulturbudgets der wirtschaftlichen Förderung von Unternehmen zugute kommen.

Aber das große wirtschaftliche Potenzial wird von den Künstlern, den Kulturschaffenden und vor allem von der Kulturpolitik noch nicht wirklich genutzt, denn in Österreich sind Berührungängste und Ressentiments zwischen den kreativen und den ökonomischen Akteuren festzustellen. Man verfängt sich in ideologischen Gegensätzen: Neoliberaler Ökonomismus trifft auf eine wertestiftende Kunst- und Kulturauffassung. Für die Wirtschaftspolitik sind die Künstler zu wenig unternehmerisch, für die Kulturpolitik ist die Wirtschaft zu wenig künstlerisch orientiert.

Zahlen und Fakten liegen zwar vor, Feinanalysen und Strategien aus kulturpolitischer Perspektive fehlen aber noch. Zu beantworten wären vor allem die Fragen: Welche Rolle erfüllen Kulturinstitutionen und -Betriebe für die Entwicklung der Kreativwirtschaft? Wie soll und kann der öffentliche und intermediäre Sektor durch die Creative Industries zu neuen Entwicklungen animiert werden? Wie stark sind die Kreativwirtschaft/Creative Industries in der Lage originäre Kulturprodukte und Kreativleistungen zu entwickeln, die nachhaltige Effekte erzielen können? Entsteht mit dem neuen (auch politischen) Fokus auf die Kreativwirtschaft ein neues Konkurrenz- und Spannungsverhältnis zwischen autonomer Kunstszene und kreativwirtschaftlich Tätigen? Verändert die strategische Einbeziehung Kunstschaffender in Wirtschaftsprozesse den Autonomie- und Kunstbegriff? Welche Instrumentarien hat die Kulturpolitik um – trotz Budgetknappheit der öffentlichen Mittel – auf die dynamische Entwicklung der Kreativwirtschaft zu reagieren? Wie könnte ein Kompetenztransfer von der Kunst in die Wirtschaft und von der Wirtschaft in die Kunst in der Praxis aussehen? Was ist die Zukunft der kreativen Ökonomie, der Kulturindustrien, der ökonomischen Innovation und der Interaktion von Kultur und Ökonomie?

Diese Fragen hat die Kulturpolitik in Österreich noch nicht gestellt, da die Kreativwirtschaft bisher nicht in die kulturpolitische Agenda aufgenommen

wurde. Die Wirtschaftspolitik ihrerseits hat Förderungen geschaffen, die aber nicht in erster Linie Künstlern/Kreativen zugute kommen. Es handelt sich in den meisten Fällen um reine Unternehmensförderungen, die rein ökonomische Interessen erfüllen.

Der Kulturarbeitsmarkt expandiert, die Nachfrage nach kulturnahen Dienstleistungen wächst. Kulturelle und künstlerische Kompetenzen sind eine wichtige Innovationskraft im gesellschaftlichen Strukturwandel. Nur: wer ist dafür der richtige Partner? Die Kultur-, die Wirtschafts-, die Bildungs-, die Finanzpolitik – oder alle zusammen?

#### **LINKS**

[www.kulturdokumentation.org](http://www.kulturdokumentation.org)

[www.creativwirtschaft.at](http://www.creativwirtschaft.at)

[www.departure.at](http://www.departure.at)

[www.wifo.at](http://www.wifo.at)

[www.forba.at](http://www.forba.at)

#### **AUTORINNEN**

**Veronika Ratzenböck**, Direktorin der *österreichischen kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen*, Wien

**Anja Lungstraß**, Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der *österreichischen kulturdokumentation. internationales archiv für kulturanalysen*, Wien

## LITERATUR

- 1 „Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung“, im Auftrag der Europäischen Kommission, DG Employment and European and Social Affairs durchgeführt von der Österreichischen Kulturdocumentation, MKW Wirtschaftsforschung GmbH, Empirica Delasasse, Interarts, Economix Research & Consulting und Wimmex AG, Wien 2000.
- 2 „Untersuchung des ökonomischen Potenzials der Creative Industries in Wien“, durchgeführt von der Österreichischen Kulturdocumentation, Mediacult und WIFO im Auftrag der Stadt Wien, der Wirtschaftskammer Wien und des Filmfonds Wien, Wien 2004.
- 3 „Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht“, im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, des Staatssekretariats für Kunst und Medien sowie der Wirtschaftskammer Österreich. Hg. von KMU Forschung Österreich, Wien 2003.
- 4 „Zweiter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht“, im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit, des Staatssekretariats für Kunst und Medien des Bundeskanzleramts sowie der ARGE kreativwirtschaft austria der Stabsabteilung Wirtschaftspolitik der Wirtschaftskammer Österreich. HG. KMU Forschung Austria, Wien 2006.
- 5 „Kreativwirtschaft: Nutzt Tirol seine Chancen?“, Hg. Zukunftszentrum Tirol, Innsbruck 2005.
- 6 „Kreativwirtschaft in der Stadtregion Linz“, Hg. OÖ Technologie und Marketing GmbH, bearbeitet vom Linzer Institut für qualitative Analysen (Liqua), im Auftrag des Landes Oberösterreich, Linz 2006.
- 7 „Potenzialanalyse Kreativwirtschaft im Großraum Graz“, im Auftrag der Wirtschaftskammer Steiermark, durchgeführt von Joanneum Research ForschungsgmbH, Institut für Technologie- und Regionalpolitik, Graz 2006.
- 8 „Creative Industries in Vorarlberg. Eine Maßnahmenorientierte Untersuchung“, im Auftrag von Wirtschaftsstandort Vorarlberg GesmbH, AutorInnen Dr. Eva Häfele, Dr. Kurt Greussing, Dornbirn 2007.
- 9 „Arbeitsplatzeffekte und Betriebsdynamik in den Wiener Creative Industries“, WIFO, Wien 2006.
- 10 „Nachhaltige Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries“, FORBA, Wien 2006.
- 11 „Kunst/Dienst/Leistung – Innenansichten zur Arbeit in den Wiener Creative Industries“, FORBA, Wien 2006.
- 12 „Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst – Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries“, FORBA/Joanneum Research Forschungsgesellschaft mbH, Wien 2006.