

Finanzierungssituation und -bedarf der Österreichischen Kultur- und Kreativwirtschaft

Wien, Oktober 2014

Diese Studie wurde im Auftrag des erp-Fonds der aws, des Bundeskanzleramts, des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft und der creativ wirtschaft austria der Wirtschaftskammer Österreich durchgeführt.

VERFASSER/IN DES BERICHTS:

Aliette Dörflinger

Karin Bachinger

Thomas Seidl

INTERNES REVIEW/BEGUTACHTUNG:

Peter Voithofer

IN KOOPERATION MIT

Veronika Ratzenböck – österreichische kulturdokumentation

Paul Stepan - FOKUS

LAYOUT:

Martina Gugerell

Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.

Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

Mitglied bei:



Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	1
1. Einleitung	6
1.1. Hintergrund und Ziele der Studie	6
1.2. Methodische Vorgehensweise und definitorische Abgrenzungen	10
1.2.1. Dokumenten- und Literaturanalyse	10
1.2.2. Quantitative Online-Befragung	10
1.2.3. Qualitative Interviews	11
1.2.4. Rating Konferenz	12
2. Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft.....	13
2.1. Definitorische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft	13
2.2. Die Tätigkeit der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft	15
2.3. Ökonomische Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft	17
2.4. Finanzierungsquellen und Finanzierungsstruktur	21
3. Finanzierungsbedarf der österreichischen Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft	27
3.1. Allgemeine Charakterisierung	27
3.2. Höhe des Finanzierungsbedarfs	29
3.3. Fristigkeit des Finanzierungsbedarfs	31
3.4. Grund für einen Finanzierungsbedarf	32
3.5. Finanzierungsarten zur Deckung des Finanzierungsbedarfs	36
4. Zugang zu externer Finanzierung	40
4.1. Ausgangslage	40
4.2. Status Quo in Österreich	41
4.2.1. Kreditanträge	41
4.2.2. Ablehnungsgrund bzw. Gründe keinen Kreditantrag zu stellen	45
4.3. Die „Informationsasymmetrie“ zwischen den Banken und der Zielgruppe.....	46

5. Der Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft - Portfoliobetrachtung	51
5.1. Interesse an einem Garantiefonds.....	51
5.2. Portfoliobetrachtung innerhalb der aws	55
6. Schlussfolgerungen	58
7. Literatur	63
8. ANHANG	65
Liste NACE Definition.....	65
Beschreibung des Sample.....	66
Fragebogen	71
A. ALLGEMEINE ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN	71
B. ANGABEN ZUR FINANZIERUNGSSITUATION UND ZUM FINANZIERUNGSBEDARF	76

Grafikverzeichnis

Grafik 1	Befragte Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, in % ...	11
Grafik 2	Abgrenzung Kultur- und Kreativwirtschaft sowie verwandte Bereiche	14
Grafik 3	Verteilung der befragten Unternehmen & Organisationen, nach Art der Organisation, in %	15
Grafik 4	Entwicklung der Indikatoren in den letzten 3 Jahren, befragte Unternehmen und Organisationen, in %	18
Grafik 5	Entwicklung der Kenngrößen, befragte Unternehmen und Organisationen, in %	19
Grafik 6	Entwicklung der Gewinne/Verluste im Jahr 2013, befragte Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, in %.....	20
Grafik 7	Exporttätigkeit der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, in %	21
Grafik 8	Mögliche Finanzierungsquellen für die Kultur- und Kreativwirtschaft	21
Grafik 9	Bedeutung verschiedener Finanzierungsquellen in der Finanzierungsstruktur der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, relative Mittelwerte.....	23
Grafik 10	Bedeutung verschiedener Finanzierungsquellen in der Finanzierungsstruktur der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Art der Organisation, relative Mittelwerte.....	25

Grafik 11	Bedeutung unterschiedlicher Förderarten für befragte Unternehmen und Organisationen, in %	26
Grafik 12	Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	28
Grafik 13	Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen in den kommenden drei Jahren nach Branchen, in %	28
Grafik 14	Höhe des Finanzierungsbedarfs der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	29
Grafik 15	Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Fristigkeit und Höhe des Finanzierungsbedarfs, Anteile in %	30
Grafik 16	Fristigkeit der in Anspruch und der zukünftig benötigten Finanzierung der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	31
Grafik 17	Fristigkeit des zukünftigen Finanzierungsbedarfs, nach Phase des Unternehmenslebenszyklus, in %	32
Grafik 18	Grund für Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen in den letzten drei Jahren nach Fristigkeit des Finanzierungsbedarfs, in %	33
Grafik 19	Vergleich zwischen den Gründen für Finanzierungsbedarf, in den letzten 3 Jahren und in den kommenden 3 Jahren, in %	35
Grafik 20	In Anspruch genommene Finanzierungsarten der befragten Unternehmen und Organisationen für Finanzierungsbedarf in den letzten drei Jahren nach Organisationsform, in %, Mehrfachnennungen der drei wichtigsten Finanzierungsarten.....	37
Grafik 21	Finanzierungsarten der befragten Unternehmen und Organisationen für vergangenen und geplanten Finanzierungsbedarf, in %, Mehrfachnennungen der drei wichtigsten Finanzierungsarten.....	39
Grafik 22	Kreditanträge in den vergangenen drei Jahren der befragten Unternehmen und Organisationen nach Organisationsform, in %	42
Grafik 23	Bewilligung von Kreditanträge in den vergangenen drei Jahren der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	43
Grafik 24	Entsprechung der Konditionen der beantragten Kredite mit den Vorstellungen der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	43
Grafik 25	Geforderte Sicherheiten bei beantragten Krediten der befragten Unternehmen und Organisationen, gesamt und nach Fristigkeit der beantragten Finanzierung, in %	44
Grafik 26	Banken, bei denen in den letzten drei Jahren Kreditanträge eingereicht wurden, Anteile der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	45
Grafik 27	Gründe für die Ablehnung von beantragten Krediten der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	46
Grafik 28	Gründe für <i>keinen</i> Kreditantrag in den vergangenen drei Jahren der befragten Unternehmen und Organisationen, in %	47

Grafik 29	Interesse an einem Bankkredit der befragten Unternehmen und Organisationen für den Fall keines Zugangs zu anderen Finanzierungsformen, in %.....	48
Grafik 30	Einschätzung über die Inanspruchnahme eines Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft, Anteile der befragten Unternehmen und Organisationen in %	51
Grafik 31	Bewertung des Angebots unterschiedlicher Förderarten in Österreich durch die befragten Unternehmen und Organisationen, in %	53
Grafik 32	Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Subbereichen, in %.....	66
Grafik 33	Zweittätigkeit der befragten Unternehmen & Organisationen, nach Branchen, in %	67
Grafik 34	Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Beschäftigtengrößenklasse, in %	67
Grafik 35	Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Umsatzgrößenklassen, in %.....	68
Grafik 36	Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Umsatzgrößenklasse und Branche, in %	68
Grafik 37	Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Rechtsform, in %....	69
Grafik 38	Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Alter, in %.....	69
Grafik 39	Höhe der zugesagten Kreditfinanzierung in % der beantragten Finanzierung der befragten Unternehmen und Organisationen nach Fristigkeit des Finanzierungsbedarfs, in %.....	70

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Grund für den Finanzierungsbedarf in den letzten 3 Jahren, ausgewählte Branchen	34
Tabelle 2	Abgrenzung von Kultur- und Kreativwirtschaft nach ÖNACE 2008 ...	65

Executive Summary

Jedes zehnte Unternehmen der österreichischen Wirtschaft zählt zur **Kultur- und Kreativwirtschaft** (im Jahr 2011 rd. 38.000 Unternehmen). Strukturell betrachtet handelt es sich meist um **kleine Unternehmen und Organisationen**, wobei insbesondere den Ein-Personen-Unternehmen mit einem Anteil von über 60 % (2013) eine hohe Bedeutung zukommt. Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft entwickelte sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in den letzten Jahren dynamischer, was sich u.a. an einer **besseren Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung** zeigt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist **als Branche höchst heterogen** und umfasst u.a. sowohl gewinn- als auch nicht-gewinn-orientierte Unternehmen und Organisationen sowie Selbstständige (z.B. selbstständige KünstlerInnen).

Die österreichischen Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen in ihrer **Finanzierungsstruktur** einen hohen Anteil an **Eigenkapital** auf, gefolgt von der **Kreditfinanzierung** und der Finanzierung über **Zuwendungen von Privatpersonen und Förderungen**. Die Bedeutung der jeweiligen Finanzierungsquellen in der Finanzierungsstruktur variiert stark, je nach Branche und Unternehmens- bzw. Organisationsform. Für **nicht-gewinn-orientierte Unternehmen** und Organisationen spielen öffentliche und private Zuwendungen eine bedeutende Rolle, während für **Selbstständige und gewinn-orientierte Unternehmen** der Eigenkapitalfinanzierung die höchste Bedeutung zukommt. Alternative Finanzierungsformen sind kaum vertreten.

Im Rahmen der Studie wurde vergangenheits- und zukunftsbezogen untersucht welchen **Finanzierungsbedarf** die Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft hatten/haben. In Summe sind es rd. 44 % der Befragten, die sowohl einen vergangenen als auch einen zukünftigen Finanzierungsbedarf haben – hier ist ein großer Deckungsgrad innerhalb der Zielgruppe gegeben. Nur rd. ein Drittel der Befragten melden gar keinen (zukünftigen oder vergangenen) Finanzierungsbedarf an. Es kann in der befragten Zielgruppe von einem **kontinuierlich wiederkehrenden Finanzierungsbedarf** ausgegangen werden, der sich vorrangig auf **kleinere Beträge** konzentriert. In Summe hatten und haben rd. drei Viertel der Befragten einen Finanzierungsbedarf in Höhe bis zu € 100.000,-. Die Befragten geben am häufigsten (zu rd. ein Drittel) an, einen Bedarf von Beträgen unter € 15.000,- zu haben. Der **vergleichsweise geringe Kapitalbedarf** ergibt sich durch das **Geschäftsmodell** der Kreativen: Ihr wesentliches Kapital stellt das Know-How und die Kreativität dar, während der Betriebsmittelbedarf geringer ausfällt.

Der wichtigste **Grund für den Finanzierungsbedarf** der befragten Unternehmen und Organisationen in den letzten 3 Jahren ist die **Notwendigkeit einer Überbrückung bzw. Zwischenfinanzierung**. Von Bankenseite wird beobachtet, dass der

Finanzierungsbedarf in der Kreativwirtschaft seltener für konkrete Investitionen und häufiger für laufende Aktivitäten, bzw. der Vorfinanzierung des privaten Lebensunterhalts besteht. Der langfristige Finanzierungsbedarf betrifft vorrangig die (Ko-)Finanzierung von Immobilien und/oder Sachanlagen. Zukünftige Finanzierung für ein spezifisches künstlerisches / kreatives Projekt, Vertriebs- und Marketingaktivitäten sowie Exporttätigkeiten werden überdurchschnittlich häufig von den Bereichen Video & Film sowie Musik, Buch und künstlerische Tätigkeiten genannt. Vertriebs- und Marketingaktivitäten werden vorrangig von EPU's als Grund für deren zukünftigen Finanzierungsbedarf genannt.

Bei der **Beschaffung der Finanzierungsmittel**, die sie für Wachstum und Innovation benötigen, stehen **Klein- und Mittelunternehmen** oft vor erheblichen **Schwierigkeiten**. Auf europäischer Ebene¹ wird hervorgehoben, dass der Zugang zur Finanzierung **insbesondere für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft** ein **Hindernis** für ihre unternehmerische Aktivität und Leistung darstellt. Der Zugang zu Fremdkapital wird in der Kultur- und Kreativwirtschaft durch zahlreiche strukturelle Faktoren behindert: geringe Größe der Unternehmen, Unsicherheit hinsichtlich der Nachfrage nach ihren Produkten & Dienstleistungen, Komplexität ihrer Geschäftspläne und Mangel an materiellen Vermögenswerten. Lt. Europäischer Kommission verfügt der Bankensektor nicht über das erforderliche Know-how, um Geschäftsmodelle in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu analysieren, und bewertet die immateriellen Vermögenswerte dieser Sektoren nicht angemessen. Nicht zuletzt durch den Trend der verstärkten Digitalisierung bestehen im Kultur- und Kreativwirtschaftsbereich dringende Anpassungs- und somit auch Investitionsbedarfe. Die Situation hat sich außerdem durch die Finanz- und Wirtschaftskrise noch weiter verschärft².

Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft nehmen vorrangig vier **Finanzierungsinstrumente/-arten** in Anspruch, um ihren Finanzierungsbedarf zu decken: Die geringe Höhe des Finanzierungsbedarfs bringt mit sich, dass diese meist über einen **Überziehungsrahmen bzw. Kontokorrentkredit** gedeckt werden. Die Kontokorrent-/Betriebsmittelkredite sind mit Abstand die wichtigste Finanzierungsart, die in Anspruch genommen wird, jedoch auch die teuerste Variante. Es folgen die Finanzierung über **laufende Gewinne** und die **Zuwendungen von Privatpersonen** (Familie und Freunde). **Zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital** ist die viertwichtigste Finanzierungsart. Crowdfunding wurde nur sehr vereinzelt in Anspruch genommen. Je **nach Art der Organisation** (gewinn-orientiert, nicht-gewinn orientiert, selbstständig) variiert die in Anspruch genommene Finanzierungsart beachtlich. In der Differenzierung nach Organisati-

¹ Europäische Kommission (2012): *Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen*. COM(2012) 537 final.

² Vgl. ebd.

onsform ergeben sich bei den Finanzierungsarten ähnliche Muster wie bei der Analyse der Finanzierungsquellen. Gewinn-orientierte Unternehmen wollen vorrangig über Eigenkapital finanzieren, gefolgt von Zuwendungen von Privatpersonen und Bankkredite. Für nicht-gewinn-orientierte Unternehmen sind sowohl staatliche Kunst- und Kulturförderung wie auch staatliche Finanzierungsförderungen sowie die Zuwendungen von Privatpersonen zentral. Die Selbstständigen geben sehr unterschiedliche Finanzierungsarten an - Zuwendungen von Privatpersonen, wie auch Bankkredite oder Leasing.

Der **Zugang zu externer Fremdfinanzierung** gestaltet sich für Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft mitunter **schwierig**. Gründe hierfür liegen vor allem in strukturellen Gegebenheiten der Branche. Durch ihre Kleinstrukturiertheit sowie ihren hohen Anteil an immateriellen Vermögenswerten werden die Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft von Seiten der Banken als risikoreicher eingestuft, wodurch sich der Erhalt eines Kredits erschwert bzw. sich die Konditionen entsprechend verschlechtern. Die Banken reagieren traditionell sowie aufgrund geänderter Rahmenbedingungen konservativ und verfügen nicht über die entsprechende Expertise, immaterielle Vermögenswerte zu bewerten. Auf Seiten der Kreativschaffenden können auch fehlende (betriebs-)wirtschaftliche Kenntnisse (z.B. das Aufstellen von Businessplänen) oder die fehlende Zeit sich auf einen Kreditantrag entsprechend vorzubereitet ausschlaggebend Gründe für eine Abweisung oder dafür schlichtweg gar keinen Antrag zu stellen sein. Das Problem der Informationsasymmetrie zwischen der Zielgruppe und den Banken ist sehr ausgeprägt.

Externe Finanzierung im Sinne von **Bankfinanzierung** wird von den befragten Unternehmen und Organisationen zwar in Anspruch genommen, mittelfristige und langfristige Bankkredite sind aber eindeutig **nicht die favorisierten Finanzierungsinstrumente**. In den vergangenen drei Jahren haben **ein Drittel der befragten Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft** einen **Kreditantrag gestellt** und diesen zu einem hohen Anteil (70 %) auch zugesagt bekommen. Die Konditionen (Zinsen) entsprachen währenddessen nicht jedes Mal den Erwartungen der AntragstellerInnen (nur in 38 % der Fälle). Als Besicherungen wurden insbesondere Lebensversicherungen gefolgt von privatem Bankguthaben, privaten Bürgschaften und privaten Immobilien/Hypotheken verlangt.

Bei jenen befragten Unternehmen und Organisationen, deren Kreditanträge abgelehnt wurden, oder die gar keinen Antrag gestellt hatten, wurden an erster Stelle mangelnde Sicherheiten als Grund genannt. Bei den Gründen dafür, dass kein Kreditantrag gestellt worden ist obwohl ein Finanzierungsbedarf vorlag (betrifft rd. 20 % der befragten Unternehmen und Organisationen), liegt das Thema der Sicherheiten ebenfalls an erster Stelle. Somit verifiziert sich für Österreich die Hypothese, dass der **Zugang zu Bankkrediten oft mit dem Problem der Sicherheiten in Verbindung zu setzen ist**.

Für die neue Förderperiode der Europäischen Kommission wurde ein neues Kulturförderungsprogramm eingerichtet. Unter dem Dachprogramm **CREATIVE EUROPE** werden ab 2014 bis 2020 die Teilprogramme KULTUR, MEDIA sowie ein branchenübergreifender Aktionsbereich zur **Erleichterung des Zugangs zu Finanzierungen für KMU der Kreativindustrie** und zur besseren politischen Zusammenarbeit durchgeführt. Die Erleichterung des Zugangs zu Finanzierung soll über die Einrichtung eines **Garantiefonds** für Unternehmen und Projekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ermöglicht werden. Dieser Fonds zielt darauf ab, das Bewusstsein der Finanzinstitute für das wirtschaftliche Potenzial dieser Sektoren zu schärfen und ihre Kapazität zur Bewertung von Unternehmen, deren Geschäft auf immateriellen Vermögenswerten basiert, zu verbessern („capacity building“). Es ist vorgesehen, dass der Garantie-Fonds den Banken, die Kultur- und Kreativwirtschaftsprojekte finanzieren, einen breiten Kreditausfallsrisiko-Schutz bietet, der durch den European Investment Fund abgesichert wird. Insbesondere hat der audiovisuelle Sektor in Europa großes Potenzial im Zusammenhang mit dem geplanten Garantiefonds, weil er einen hohen Anteil an KMUs aufweist und durch bisherige MEDIA-Förderungen bereits Erfahrung mit Banken im Kontext von Finanzierungsförderungen sammeln konnte.

Von Seiten der Kultur- und Kreativschaffenden werden Bankkredite allgemein als wenig attraktives Finanzierungsinstrument eingestuft. Sofern sich durch einen **Garantiefonds** die Konditionen für die Kreativschaffenden bei Bankkrediten entsprechend verbessern, würden Bankkredite an sich an Attraktivität für die Branche gewinnen. Rd. 44 % der Befragten gaben an, eine staatliche Garantie nützen zu wollen, wenn es eine spezielle für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft gäbe. Demgegenüber gab über ein Drittel der Befragten an, nicht einschätzen zu können, ob ein Garantiefonds für sie/ihn von Interesse wäre.

Skepsis besteht in Hinblick auf die **Relevanz des Finanzierungsinstruments für bestimmte Teile der Zielgruppe** und die Durchführung der Abwicklung. **Einfache Strukturen und Abwicklung** werden von der Zielgruppe gewünscht. Seitens der befragten Banken wird positives Interesse an einem Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft bekundet. Insbesondere die Unterstützung hinsichtlich der Bewertung von Projekten in diesem Bereich und der Aufbau einer entsprechenden Expertise innerhalb der Banken werden als hilfreich eingestuft. Durch diese Unterstützung beim Aufbau von Expertise im Bereich immaterieller Vermögenswerte könnte auch ein „Kulturwandel“ bei den Banken stattfinden – hin zu höherem Bewusstsein und Verständnis für Kreativschaffende.

Eine **Portfoliobetrachtung der Förderangebote der aws in Richtung der Kultur- und Kreativwirtschaft** zeigt Potenziale auf. Bestehende Angebote der aws, und insbesondere das Zusammenspiel mit Instrumenten aus dem **erp-Fonds**, sind durchaus für diesen Bereich attraktiv. Natürlich ist die Einschränkung auf Antragsteller als gewerbliche Unternehmungen zu beachten, wobei diese Einschränkung nicht für den Europäischen Garantiefonds gilt.

Das Instrument des Garantiefonds ist interessant und relevant für einen Teil der Zielgruppe, nur die Kenntnis davon ist (noch) sehr eingeschränkt. Die aws kann sicherlich von einem teilweise schon vorhandenen Zugang zur Zielgruppe profitieren, nichtdestotrotz muss die **Awareness für diese(s) Instrument(e)** nicht nur bei der Zielgruppe der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft gehoben werden, sondern auch bei BankenvertreterInnen. Dies kann zum jetzigen Zeitpunkt als große **Herausforderung** betrachtet werden.

1. Einleitung

1.1. Hintergrund und Ziele der Studie

Bei der **Beschaffung der Finanzierungsmittel**, die sie für Wachstum und Innovation benötigen, stehen **Klein- und Mittelunternehmen** oft vor erheblichen **Schwierigkeiten**. Zu den wichtigsten Prioritäten von Europa 2020, der Wachstumsstrategie der EU für die kommenden zehn Jahre, sowie der Binnenmarktakte der Kommission und des „Small Business Act“, gehört es, KMU den Zugang zu Finanzierungen zu erleichtern.

Auf europäischer Ebene³ wird hervorgehoben, dass der Zugang zur Finanzierung **insbesondere für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Hindernis** für ihre unternehmerische Aktivität und Leistung darstellt. Der Zugang zu Fremdkapital wird in der Kultur- und Kreativwirtschaft durch zahlreiche strukturelle Faktoren behindert: geringe Größe der Unternehmen, Unsicherheit hinsichtlich der Nachfrage nach ihren Produkten & Dienstleistungen, Komplexität ihrer Geschäftspläne und Mangel an materiellen Vermögenswerten.

Lt. Europäischer Kommission verfügt der Bankensektor nicht über das erforderliche Know-how, um Geschäftsmodelle in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu analysieren, und bewertet die immateriellen Vermögenswerte dieser Sektoren nicht angemessen, obwohl der Kultur- und Kreativsektor innovativ und in betriebswirtschaftlicher Hinsicht besser aufgestellt ist als andere Branchen. Nicht zuletzt durch den Trend der verstärkten Digitalisierung bestehen im Kultur- und Kreativwirtschaftsbereich dringende Anpassungs- und somit auch Investitionsbedarfe. Die Situation hat sich außerdem durch die Finanz- und Wirtschaftskrise noch weiter verschärft⁴.

In Hinblick auf den wirtschaftlichen Kontext – **struktureller Wandel** hin zur Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft – ist davon auszugehen, dass die Zielgruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft auch für den Bankensektor zukünftig an Bedeutung gewinnen wird. Damit der strukturelle Wandel in Österreich unterstützt und sichergestellt wird, ist die der **Finanzierung der Kultur- und Kreativwirtschaft ein zentrales Element**.

Für die neue Förderperiode der Europäischen Kommission wurde ein neues Kulturförderungsprogramm eingerichtet. Unter dem Dachprogramm **CREATIVE EUROPE** werden ab 2014 bis 2020 die Teilprogramme KULTUR, MEDIA sowie ein

³ *Europäische Kommission (2012): Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen. COM(2012) 537 final.*

⁴ *Vgl. ebd.*

branchenübergreifender Aktionsbereich zur **Erleichterung des Zugangs zu Finanzierungen für KMU der Kreativindustrie** und zur besseren politischen Zusammenarbeit durchgeführt abgewickelt.

Die Erleichterung des Zugangs zu Finanzierung soll über die Einrichtung eines **Garantiefonds** für Unternehmen und Projekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ermöglicht werden. Dieser Fonds zielt darauf ab, das Bewusstsein der Finanzinstitute für das wirtschaftliche Potenzial dieser Sektoren zu schärfen und ihre Kapazität zur Bewertung von Unternehmen, deren Geschäft auf immateriellen Vermögenswerten basiert, zu verbessern („capacity building“). Es ist vorgesehen, dass der Garantie-Fonds den Banken, die Kultur- und Kreativwirtschaftsprojekte finanzieren, einen breiten Kreditausfallsrisiko-Schutz bietet, der durch den European Investment Fund abgesichert wird.

Exkurs: Der Garantiefonds im Rahmen des Programms CREATIVE EUROPE

Mit einem Budget von 1,46 Milliarden Euro über die nächsten sieben Jahre ist CREATIVE EUROPE seit dem 1. Januar 2014 am Start und vereint damit die bisherigen Programme MEDIA und KULTUR. Das Programm baut auf Erfahrung und Erfolg der früheren Programme auf, die die Kultursektoren und die audiovisuelle Branche seit mehr als 20 Jahren unterstützen. Dabei werden 56% der Gelder für das Teilprogramm MEDIA und 31% für das Teilprogramm KULTUR ausgegeben. Weitere 13% stehen programmübergreifenden Maßnahmen zur Verfügung (ca. € 190 Mio), die den Aktionsbereich Finanzierung der Kultur- und Kreativbranche sowie transnationale politische Zusammenarbeit umfassen.

Zur Unterstützung der Kultur- und Kreativbranche wird ein Garantiefonds (voraussichtlich ab 2016) eingerichtet.⁵ Dadurch soll der Zugang zu Finanzierungen in Form von rückzahlbaren Darlehen für kleine und mittlere Unternehmen aus dem Kultur- und Kreativsektor erleichtert werden. Um dieses Ziel zu erreichen, ist unter anderem auch geplant, das Know-how von Finanzinstituten über Kultur- und Kreativprojekte zu verbessern.

Der Garantiefonds wird voraussichtlich mit € 120 Mio ausgestattet. Die Unternehmen sollen dadurch Bankdarlehen im Gesamtwert von € 750 Mio abrufen können. Die praktische Umsetzung wird durch den Europäischen Investmentfonds (EIF) erfolgen, in Zusammenarbeit mit nationalen Partnerorganisationen bzw. Finanzmittlern.

⁵ Siehe dazu auch vergleichbare bestehende Instrumente: IFCIC, Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles, www.ifcic.fr

Arten von Darlehen, die von der Bürgschaftsfazilität abgedeckt werden sollen, umfassen insbesondere (vgl. VO 2013):

- a) Investitionen in materielle und immaterielle Vermögenswerte;
- b) Unternehmensübertragungen;
- c) Umlaufmittel (wie z. B. Vorfinanzierung, Lückenfinanzierung, Cashflow, Kreditlinien)

Nationale Partnerorganisationen sind dazu aufgefordert sich bei der Europäischen Kommission und dem EIF für die Einrichtung eines nationalen bzw. transregionalen Fonds zu bewerben, um als Finanzmittler zu fungieren.

Die Bürgschaftsfazilität soll:

- teilnehmenden Finanzmittlern aus allen an der Bürgschaftsfazilität teilnehmenden Ländern Bürgschaften bieten;
- teilnehmenden Finanzmittlern zusätzliches Fachwissen bieten, um die Risikobewertung von KMU und Kleinst-, kleinen und mittleren Organisationen und ihren Projekten im Kultur- und Kreativbereich vorzunehmen.

Der EIF wählt die teilnehmenden Finanzmittler aus. Die Auswahlkriterien umfassen insbesondere:

- das Volumen der Fremdfinanzierungen, die KMU sowie Kleinst-, kleinen und mittleren Organisationen zur Verfügung gestellt werden,
- die Grundsätze für das Risikomanagement bei der Darlehensvergabe, insbesondere in Bezug auf Kultur- und Kreativprojekte;
- die Fähigkeit zum Aufbau eines diversifizierten Darlehensportfolios und zum Vorschlagen eines regionen- und sektorübergreifenden Marketing- und Absatzförderungsplans für KMU sowie Kleinst-, kleine und mittlere Organisationen.

Im Rahmen der **vorliegenden Studie** gilt es zu überprüfen, inwiefern und in welchem Ausmaß **spezifisch in Österreich** Unternehmen/Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft **Finanzierungsinstrumente**, und insbesondere Bankkredite, **in Anspruch nehmen und welcher Bedarf** besteht.

Anhand **Befragungen** zu den Themen Investition und Finanzierung sind **quantitative und qualitative Daten zur österreichischen Situation der Unternehmen / Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft** generiert worden, um insbesondere folgende Fragstellungen zu beantworten:

- Welche **Finanzierung** benötigen **Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft**?
- Für **welche Arten von Projekten / Investitionsvorhaben** wird Finanzierung beantragt? In **welcher Höhe** oder Spannweite liegt der Finanzierungsbedarf?

- Welche **Finanzierungsart** wird **bevorzugt** nachgefragt bzw. in Anspruch genommen?
- Welche **Unterschiede** sind je nach Subbereich, Unternehmensgröße und/oder Unternehmensphasen beobachtbar?
- Mit welchen **Hindernissen** sind Unternehmen/Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft beim Zugang zur Finanzierung konfrontiert? Sind sie davon **stärker betroffen als Unternehmen aus anderen Branchen**?
- Welche bestehenden Finanzierungsangebote der aws (insbesondere die Instrumente aus dem erp-Fonds, zusätzlich zu den aws impulse Förder-schienen) könnten für die Kultur- und Kreativwirtschaft von Relevanz sein? Welche Portfolio-Betrachtung macht in diesem Kontext Sinn?

Ziele der Studie sind somit ein **aktuelles Bild zur Finanzierungssituation und –bedarf der österreichischen Unternehmen/Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft** zu liefern. Des Weiteren soll eine **evidenzbasierte Entscheidungsgrundlage** bezüglich des österreichischen Engagements in dem von der Europäischen Kommission geplanten Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft erarbeitet werden.

Der Bericht ist wie folgt gegliedert: In **Kapitel 2** werden zunächst einige Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft beleuchtet, welche die Unternehmen und Organisationen aus diesem Bereich charakterisieren. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird definitorisch abgegrenzt sowie die Spezifika und Diversität der Tätigkeiten der Unternehmen und Organisationen aus diesem Bereich und ihre ökonomischen Merkmale kurz erläutert. Im **Kapitel 3** sind Ergebnisse zu dem Finanzierungsbedarf dargestellt. Im **Kapitel 4** wird spezifisch auf den Zugang zu externen Bankfinanzierung eingegangen und der Status Quo in Österreich in Bezug auf den Zugang zu Bankkrediten dargestellt. Der Garantiefonds und eine Portfoliobetrachtung des Angebots der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) werden im **Kapitel 5** diskutiert, bevor in **Kapitel 6** Schlussfolgerungen gezogen werden.

Um die im vorangegangenen Kapitel dargelegten Forschungsfragen beantworten zu können, wurde ein Mix aus quantitativen und qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung angewendet, welche nachfolgend näher erläutert werden.

1.2. Methodische Vorgehensweise und definitorische Abgrenzungen

1.2.1. Dokumenten- und Literaturanalyse

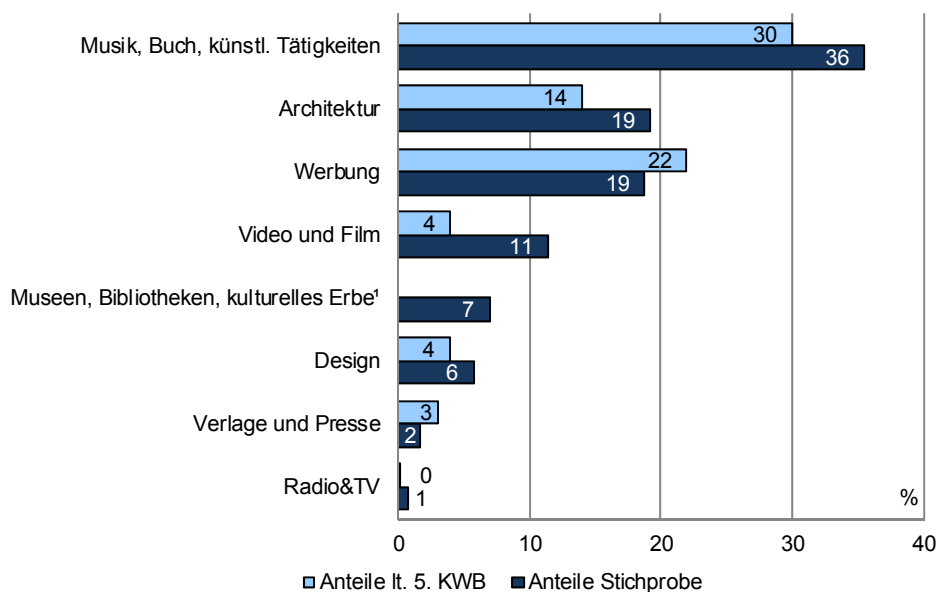
Eine Dokumenten- und Literaturanalyse diene dazu, den aktuellen Forschungsstand abzubilden, die Hypothesen aufzustellen und den Fragebogen für die online Befragung auszuarbeiten. Im Zuge der Dokumenten- und Literaturanalyse wurden insbesondere folgende Studien und Dokumente herangezogen: nationale und internationale Studien und Berichte zum Thema Kultur- und Kreativwirtschaft mit besonderem Fokus auf die Finanzierungssituation und deren Spezifika in Bezug auf die Finanzierungsanforderungen, Studien zum Thema Finanzierung, Unternehmensgröße mit vergleichbaren Fragestellungen, Dokumente der Europäischen Kommission und des European Investment Fund (EIF) zum Thema Kreativwirtschaft, Finanzierung, Garantiefonds sowie auch Programmdokumente und Förderinformationen zu den aws Angeboten rund um den erp-Fonds.

1.2.2. Quantitative Online-Befragung

Im Frühjahr 2014 wurde unter den österreichischen Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft eine quantitative Befragung in Form einer Online-Befragung durchgeführt. Ziel der Befragung war es insbesondere, die Finanzierungssituation sowie den aktuellen und zukünftigen Finanzierungsbedarf der Kultur- und Kreativwirtschaft zu ermitteln. Die quantitative Erfassung der Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft war währenddessen explizit kein Ziel der Befragung.

Insgesamt wurde die Online-Befragung an 7.178 AdressatInnen versendet. Um den Rücklauf zu erhöhen und insbesondere die um die Kulturwirtschaft erweiterte Zielgruppe zu erreichen, wurde die Online-Befragung zusätzlich an 58 Interessensvertretungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Weiterleitung an ihre Mitglieder übermittelt. Und es gab interne Aufforderungen an die IGs dies an ihre Mitglieder zu kommunizieren.

Von 446 zumindest teilweise ausgefüllten Fragebögen konnten nach Plausibilitätskontrollen 268 Fragebögen für die Analyse herangezogen werden. Da keine entsprechenden Sekundärdaten für die Zielgruppe insgesamt vorliegen, konnte die Stichprobe nicht nach Merkmalen der Gesamtpopulation gewichtet werden. Wie nachfolgende Grafik verdeutlicht, entspricht die Stichprobe jedoch weitgehend jener der Kreativwirtschaft (vgl. 5. Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht), wodurch sich solide Aussagen über die Zielgruppe treffen lassen.

Grafik 1 Befragte Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, in %

¹ im Kreativwirtschaftsbericht nicht quantitativ erhoben

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=245

Weitere Beschreibungen der Stichprobe finden sich im Anhang (siehe Kapitel 8.1.).

1.2.3. Qualitative Interviews

Durch eine Befragung von ExpertInnen wurden zusätzliche sowie vertiefende Informationen zum Thema gewonnen. Die ExpertInnen „versammeln“ Erfahrungen aus einer großen Zahl an Einzelfällen und aus unterschiedlichen Perspektiven, wodurch die Ergebnisse aus der standardisierten Befragung ergänzt und in Perspektive gebracht werden sowie Zusammenhänge und Erklärungen abgeleitet werden können.

Insgesamt wurden fünf VertreterInnen von Finanzinstituten (BankenvertreterInnen, AnbieterInnen von Risikokapital sowie VertreterInnen der aws) und sechs VertreterInnen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft (aus den Bereichen Werbung, Architektur, Verlag, Film sowie Mode/Design und Theater) befragt.

Die Befragung der ExpertInnen erfolgte in Form von persönlichen Gesprächen (telefonisch und vor Ort) anhand eines halbstandardisierten, qualitativen Interviewleitfadens. Die Interviews wurden aufgezeichnet, transkribiert bzw. protokolliert und inhaltlich ausgewertet.

1.2.4. Rating Konferenz

Als weiteres qualitatives Instrument wurde eine Rating Konferenz mit VertreterInnen der Kultur- und Kreativwirtschaft durchgeführt. Insgesamt nahmen acht Personen teil, wobei der Fokus auf der Kulturwirtschaft lag. VertreterInnen folgender Bereiche nahmen an der Gruppendiskussion teil: Tanz/Festival, Kultur- und KonzertveranstalterInnen, Musik, KünstlerInnen, Archive und Architektur.

Eine Rating Konferenz ist eine Form der Gruppendiskussion mit einem Diskussionsanstieg über skalierte Fragen. Den TeilnehmerInnen wurde zu Beginn ein strukturierter Fragebogen, welcher Fragen aus der Online-Befragung umfasste, vorgelegt. Die Antworten der TeilnehmerInnen wurden anschließend visualisiert und den Ergebnissen der quantitativen online Befragung gegenübergestellt. Diese Darstellung bildete die Grundlage für die anschließende Gruppendiskussion. Ziel der Gespräche war die Verdeutlichung der Antworten und Klärung der Differenzen, d.h. die kommunikative Validierung und Anreicherungen der quantitativen Antworten.

Die Diskussion wurde auf Tonband aufgezeichnet, zusammenfassend protokolliert und inhaltlich ausgewertet.

2. Charakteristika der Kultur- und Kreativwirtschaft

2.1. Definitorische Abgrenzung der Kultur- und Kreativwirtschaft

Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie ist die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Garantiefonds für die **Kultur- und Kreativwirtschaft** richtet sich an eine breitere Zielgruppe, welche explizit auch nicht marktorientierte Unternehmen und Organisationen umfasst (vgl. IDEA 2013):

“Cultural and creative sectors (CCS) refer to: all sectors whose activities are based on cultural values and/or artistic and creative expressions, whether these activities are market or non-market oriented and whatever the type of structure that carries them out. These activities include the creation, the production, the dissemination and the preservation of goods and services which embody cultural, artistic or creative expressions, as well as related functions such as education, management or regulation.”

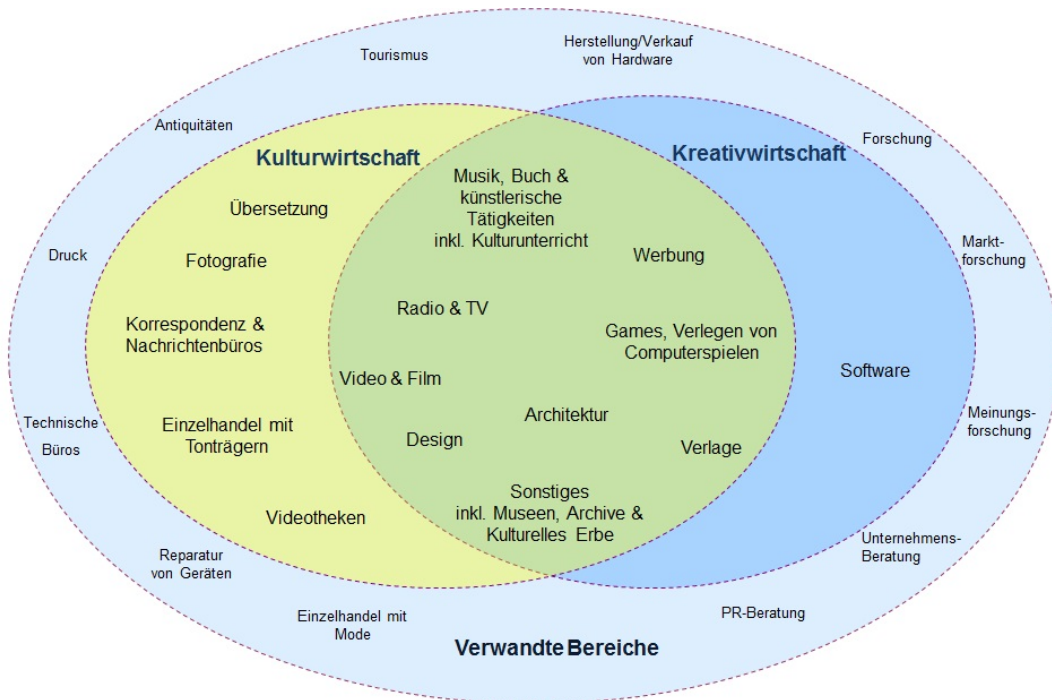
Insbesondere die folgenden Bereiche fallen unter die EU-Definition der “kulturellen und kreativen Sektoren”:

- Architektur und Design,
- Kunsthandwerk,
- Audiovisuals und Multimedia,
- Bücher und Druck,
- Kulturerbe und Archive,
- Büchereien,
- Musik,
- darstellende Künste,
- Videospiele und
- visuelle Künste.

In Anlehnung an diese erweiterte Zielgruppe der EU wurde die **österreichische Definition der Kreativwirtschaft** gemäß dem 4. Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht⁶ (vgl. Voithofer, P. et al. 2010) für die **Studienzwecke** in folgender Weise **erweitert** bzw. adaptiert.

Zusätzliche inkludierte Bereiche umfassen Fotografie, Videotheken, Einzelhandel mit Tonträgern, Übersetzung sowie Korrespondenz und Nachrichtenbüros. Der Bereich Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit wird um den Bereich Kulturunterricht erweitert. Der Bereich Software und Games umfasst in der vorliegenden Definition jedoch lediglich das Verlegen von Computerspielen (ohne Software) (vgl. IDEA 2013). In der nachfolgenden Grafik wird die Abgrenzung der Bereiche nochmals verdeutlicht.

Grafik 2 Abgrenzung Kultur- und Kreativwirtschaft sowie verwandte Bereiche



Quelle: KMU Forschung Austria, eigene Darstellung

Eine vollständige Liste aller inkludierten Bereiche nach ÖNACE 2008 Klassifikation findet sich im Anhang.

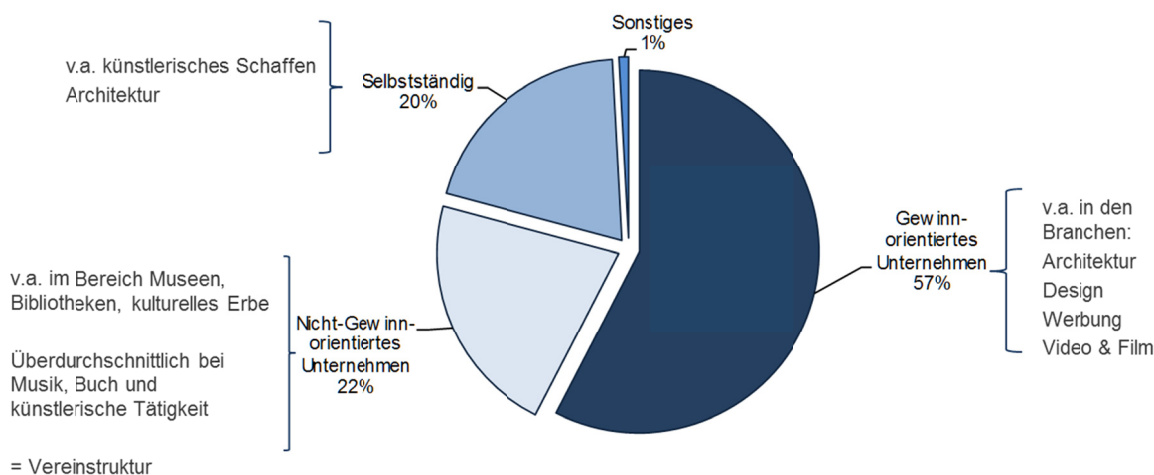
⁶ Anhand der statistischen Wirtschaftssystematik (Önace2008) umfasst die Definition nachfolgende neun Bereiche: Architektur, Design, Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit, Radio & TV, Software & Games, Verlage, Video & Film, Werbung, Sonstiges (inkl. Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten)

2.2. Die Tätigkeit der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Definition zeigt auf, dass im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft unterschiedliche Bereiche zusammengefasst sind, aber alle eine gemeinsame Basis aufweisen. Im Vergleich zu anderen Unternehmen und Organisationen ist es vor allem deren Tätigkeit, die in Verbindung mit kreativen und kulturellen Gütern und Dienstleistungen stehen, die sie manchmal „anders“ erscheinen lassen als Unternehmen aus anderen Branchen.

Für die vorliegende Studie wurde die Zielgruppe gebeten, ihre Organisationsform anzugeben. So zeigt sich z. B. in der Stichprobe, dass eine breite Verteilung an unterschiedlichen Organisationsformen vorzufinden ist.

Grafik 3 Verteilung der befragten Unternehmen & Organisationen, nach Art der Organisation, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=140

Daraus ergibt sich eine Vielzahl an Geschäftsmodellen und Praktiken der Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, die darauf beruhen sich mit der Schaffung, Produktion, (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern und Dienstleistungen zu beschäftigen.

Die Pluralität der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt sich u. a. auch dadurch, dass:

- aus einer Auftrags- oder/und Produzentenlogik agiert wird. Auftragslogik bedeutet, dass das Produkt oder die Leistung für AbnehmerInnen bzw. Kunden erstellt wird (z. B. Produktdesign-Auftrag von einem Kunden, in Auftrag gegebenes Theaterstück, Erstellung einer CD mit Vertrag mit

Musiklabel). In der Produzentenlogik wird hingegen aus einem kreativen/künstlerischen Impuls ein Produkt oder eine Leistung erstellt, ohne dass dafür bestimmte AbnehmerInnen /GeldgeberInnen bei der Konzipierung und der Durchführung des Projekts vorliegen (z. B. Kunstprojekt, Festival)

- sie interdisziplinär arbeiten und somit unterschiedlichen Bereichen zuordenbar sind – in der vorliegenden Befragung gaben rd. 50 % der Befragten eine Zweittätigkeit aus dem Kultur- bzw. Kreativbereich an; rd. 11 % der österreichischen UnternehmerInnen geben an, ihr Kreativwirtschaftsunternehmen im Nebenberuf zu führen (vgl. Bachinger, K. et al. 2013);
- sie innerhalb der Wertschöpfungsnetzwerke auf alle Positionen der Wertschöpfung zu finden sind (vgl. u.a. Voithofer, P. et al. 2010, S. 39; Dörflinger, A. et al 2012 S. 19f);
- sehr heterogene Produktionsbedingungen in den unterschiedlichen Branchen gegeben sind;
- sie sehr innovativ sind⁷, aber nicht immer in den klassischen „Innovation“-Zuordnungskategorien lt. Frascati - Manual⁸ einzuordnen sind. Unternehmen und Organisationen aus diesem Bereich sind Vorreiter im Bereich von Open Innovation und Design Thinking.
- die Ausprägungen gewinn-orientierte versus nicht-gewinn-orientierte Tätigkeit in ihrem Selbstbild sehr wichtige sind, die Akteure in diesem Bereich jedoch oftmals versuchen beide zu kombinieren (vermeintlicher Widerspruch: intrinsischer Wert der Kultur und/oder von der kreativen/künstlerischen Aktivität gut leben wollen).

Einige Studien zeigen auf, dass Unternehmen aus der Kreativwirtschaft genauso „riskant“ einzuschätzen sind wie andere (vgl. Demos 2011) oder, dass Kreative vermehrt einen starken unternehmerischen Fokus setzen und versuchen, die Balance zwischen kreativer Arbeit und Management zu finden (vgl. Eikhof/Haunschild 2006). Eine rezente Studie zur Kreativwirtschaft in Dänemark zeigt auf, dass Unternehmen aus der Kreativwirtschaft ähnliche „growth ambitions“ hegen, wie Unternehmen aus anderen Sektoren, aber, dass sie vor größeren Herausforderungen stehen beim Finden von Finanzierung für das Wachstum und die Entwicklung ihres Unternehmens bzw. ihrer Geschäftstätigkeit (vgl. Tscherning / Boxenbaum 2011).

⁷ Siehe dazu *arge creativ wirtschaft austria (2010): Dritter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, aws (2014) impulse creative industries Magazin*

⁸ Z. B. *experimentelle Entwicklung, radikale Innovationen, inkrementelle innovationen*

2.3. Ökonomische Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft

Mehr rd. 9 % der Unternehmen der heimischen Wirtschaft – das sind rd. 38.000 Unternehmen – und rd. 3,6 % der Beschäftigten zählten 2011 zur Kultur- und Kreativwirtschaft. Auf Ebene der Europäischen Union wird der ökonomische Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft auf rd. 4,5 % des europäischen BIP und der Beschäftigungsanteil auf rd. 3,8 % (d.s. 8,5 Mio. Beschäftigte) errechnet (vgl. Europäische Kommission 2013). Die Vergleiche innerhalb der EU haben in den letzten Jahren immer wieder die positive Entwicklung in Österreich im Vergleich zu anderen EU-Ländern aufgezeigt. Aktuelle Daten aus der Studie IDEA 2013⁹ positionieren Österreich im EU-27-Ranking im Mittelfeld bezogen auf den Anteil der Beschäftigten und der Umsätze.

Zwischen 2008 und 2010 verzeichnete die Kreativwirtschaft im Vergleich zur Gesamtwirtschaft überdurchschnittliche Wachstumsraten in Bezug auf die Unternehmensanzahl (6 % vs. 2 % in der Gesamtwirtschaft) (vgl. Bachinger et al 2013).

Eine hohe und steigende Bedeutung innerhalb dieses Bereichs haben die Ein-Personen-Unternehmen. In Österreich ist der hohe Anteil an Ein-Personen-Unternehmen, d.h. die Kleinstrukturiertheit des Bereichs, ein sektorspezifisches Merkmal, welches beim Thema Zugang zu und Ausmaß der Finanzierung eine große Rolle spielt. Der Anteil an EPU liegt in der Kreativwirtschaft bei rd. 63 % (in der Gesamtwirtschaft sind es hingegen rd. 35 %; vgl. Bachinger et al 2013). In der rezenten EU-Studie zum Kultur- und Kreativwirtschaft (vgl. IDEA 2013) wird für die EU der Befund gestellt, dass es in der KKW an mittelgroßen Firmen fehlt (Phänomen der fehlenden Mitte).

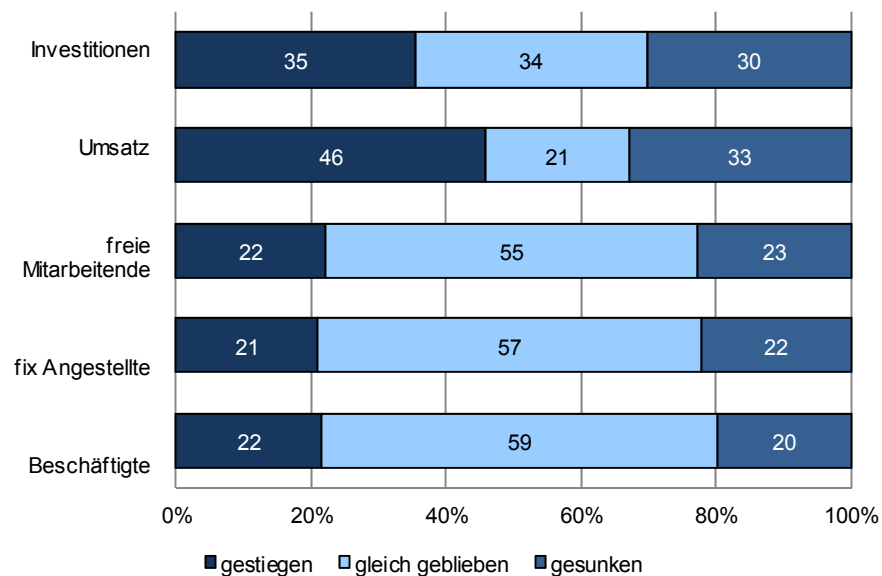
Kreativwirtschaftsunternehmen¹⁰ erzielen im Durchschnitt – relativ betrachtet – höhere Gewinne als die Gesamtwirtschaft. Im Jahr 2010/11 konnten die bilanzierenden Kreativwirtschaftsunternehmen eine durchschnittliche Umsatzrentabilität in Höhe von 5,5 % erwirtschaften (Gesamtwirtschaft: 3,4 %). Der Hauptgrund dafür ist, dass die Material- und Fremdleistungskosten in der Kreativwirtschaft im Durchschnitt deutlich geringer sind als in der Gesamtwirtschaft. Auch bei den Einnahmen-Ausgaben-Rechnern schnitten die kreativen Unternehmen mit einer Umsatzrendite von 7,5 % besser ab als jene der Gesamtwirtschaft (5,1 %).

⁹ In diesen Daten wurde der Bereich des künstlerischen Schaffens und der darstellenden Kunst nicht inkludiert, da auf EU-Ebene keine Vergleichsdaten zur Verfügung standen (vgl. IDEA 2013, S.44).

¹⁰ Darin sind, im Gegensatz zur Definition der „Kultur- und Kreativwirtschaft“, Unternehmen aus dem Bereich Software inkludiert.

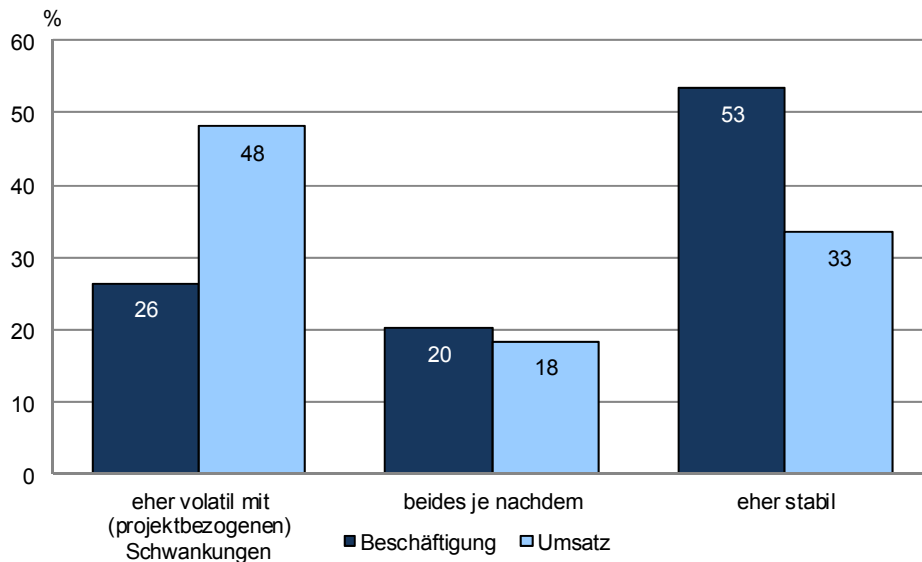
Auch die Ergebnisse der vorliegenden Befragung unter den Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft liefern Indizien für eine als dynamisch einzustufende Entwicklung. So hatte knapp die Hälfte der Befragten in den letzten 3 Jahren steigende Umsätze, wobei diese Steigerung für rd. 12 % der Befragten im Durchschnitt bei +5 % per anno lag. Die Investitionen sind bei rd. 35 % der Befragten gestiegen. Auch hier geben rd. 14 % eine starke Steigerung dieses Indikators mit rd. +5 % und mehr per anno an. Die Beschäftigung hat sich in der Stichprobe weitgehend stabil entwickelt.

Grafik 4 Entwicklung der Indikatoren in den letzten 3 Jahren, befragte Unternehmen und Organisationen, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=161 bis n=231

Hingegen zeigt sich eine eher starke Volatilität in Bezug auf die Umsatzentwicklung. Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, volatile Umsätze aufgrund von projektbezogenen Schwankungen zu verzeichnen; dies trifft insbesondere auf die Bereiche Architektur und Video & Film zu.

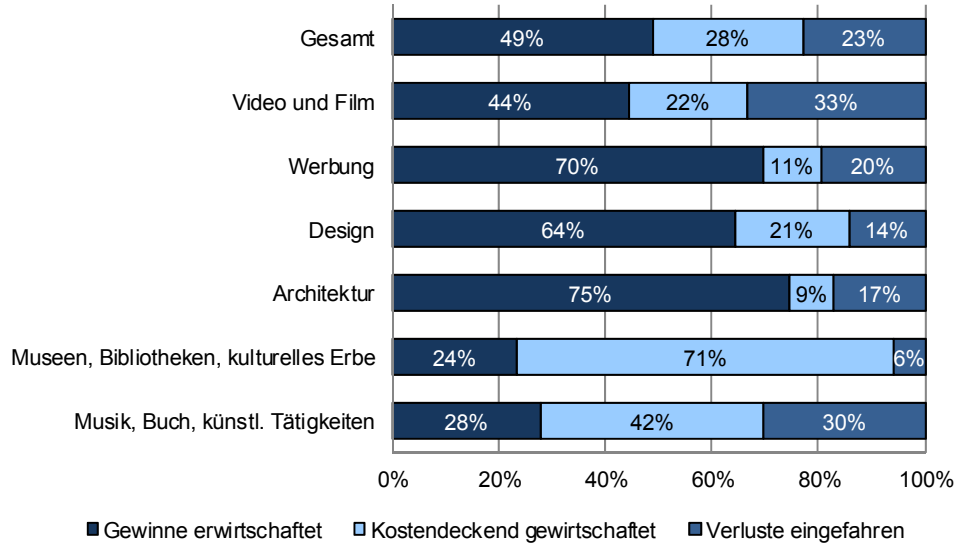
Grafik 5 Entwicklung der Kenngrößen, befragte Unternehmen und Organisationen, in %

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=193

Die besseren betriebswirtschaftlichen Ergebnisse der Kreativwirtschaft zeigen sich auch bei der Betrachtung des Anteils der Unternehmen in der Gewinnzone. So konnten 2010/11 rd. 71 % der bilanzierenden Unternehmen der Kreativwirtschaft positive Betriebsergebnisse erzielen, während der Anteil in der Gesamtwirtschaft bei nur rd. 63 % lag (vgl. Bachinger et al. 2013). Dies betrifft bilanzierende Unternehmen, d.h. größere Unternehmen, die Gewinn-orientiert agieren.

In der vorliegenden Stichprobe, bei denen auch nicht-gewinnorientierte Unternehmen (Vereine) vertreten sind, geben rd. 50 % der Befragten an, Gewinne im Jahr 2013 erzielt zu haben. Dies trifft vor allem auf Unternehmen aus den Bereichen Architektur, Werbung und Design zu. 28 % wirtschafteten kostendeckend und 23 % fuhren Verluste ein. Vor allem im Bereich Museen, Bibliotheken und kulturelles Erbe aber auch Musik, Buch und künstlerische Tätigkeiten, in denen oftmals Vereinsstrukturen als Organisationsform zu finden sind (siehe dazu auch die Organisationsformen je nach Bereichen, Grafik 3), wird überwiegend kostendeckend gewirtschaftet. Die Bereiche folgen unterschiedlichen Logiken.

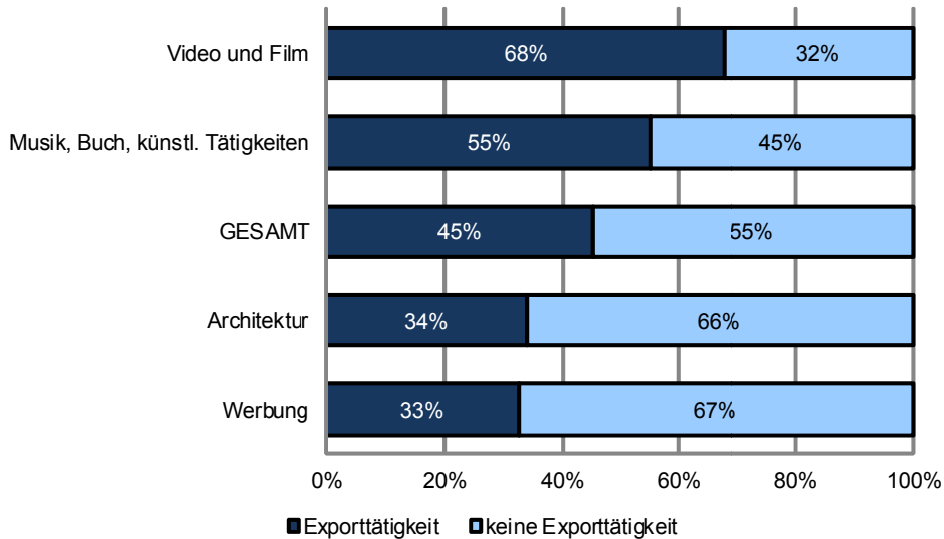
Grafik 6 Entwicklung der Gewinne/Verluste im Jahr 2013, befragte Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=245

Ein guter Teil der Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ist exportorientiert. In der vorliegenden Stichprobe erreicht der Anteil an exportierenden Unternehmen und Organisationen 45 % der Befragten. Dieser hohe Anteil ist insofern zu relativieren, als dass über zwei Drittel dieser Unternehmen und Organisationen einen Anteil von bis zu 25 % ihres Gesamtumsatzes über Exporte erwirtschaften. Nichtsdestotrotz ist eine Offenheit gegeben, über die Grenzen hinweg zu arbeiten: rd. 55 % der Befragten geben an, in den nächsten drei Jahren Auslandaktivitäten (Exporte bzw. Projekte im Ausland) zu planen.

Grafik 7 Exporttätigkeit der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, in %

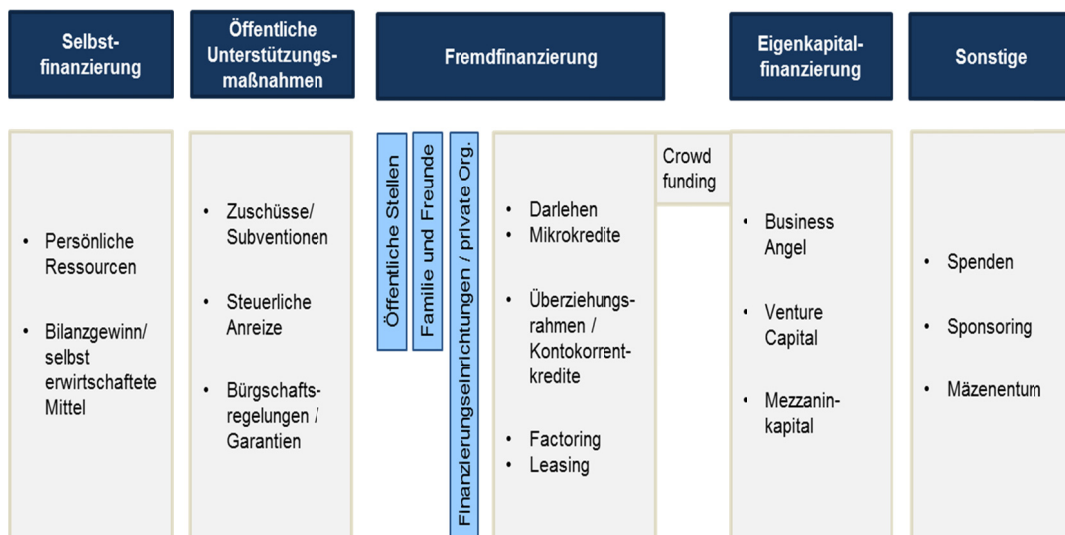


Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=110

2.4. Finanzierungsquellen und Finanzierungsstruktur

Um ihre Tätigkeiten und Investitionen zu finanzieren, stehen Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft prinzipiell folgende Finanzierungsquellen zu Verfügung (schematische Darstellung):

Grafik 8 Mögliche Finanzierungsquellen für die Kultur- und Kreativwirtschaft

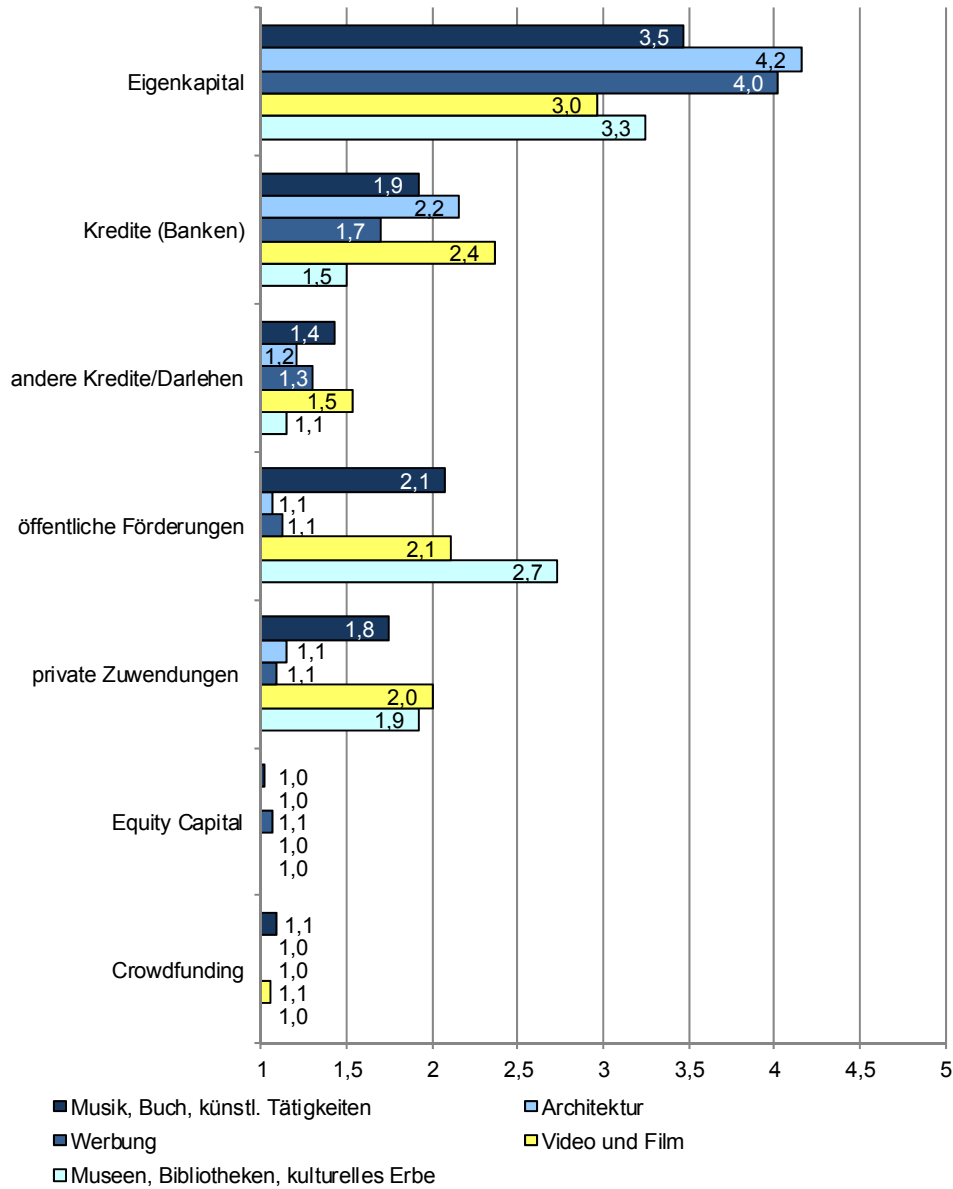


Quelle: IDEA 2013

Bei der Betrachtung der Finanzierungsstruktur der Unternehmen/Organisationen aus der KKW zeigt sich auf europäischer Ebene eine starke Bedeutung der eigenen Einkünfte und Subventionen der öffentlichen Hand. Sie sind oftmals Teil einer Kombination verschiedener Finanzierungsquellen des Unternehmens / der Organisation.

Auch in Österreich ist das eigene Kapital in Bezug auf die Bedeutung der Finanzierungsarten im Vordergrund, gefolgt von den Krediten, den Zuwendungen von Privatpersonen und den Förderungen. Die Finanzierungsstruktur unterscheidet sich nach Branchen. Für die Bereiche Werbung, Architektur und Design ist die wichtigste Finanzierung ihr Eigenkapital. Der Anteil der Kredite von Banken an der Finanzierungsstruktur ist für die befragten Unternehmen und Organisationen aus dem Bereich Video & Film sowie Architektur am stärksten ausgeprägt. Hingegen sind öffentlich Förderungen vor allem für Museen, Bibliotheken und kulturelles Erbe, Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit und Video & Film relevant. Auffallend ist, dass die Bereiche Video & Film sowie Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit von ihrer Finanzierungsstruktur her am breitesten aufgestellt sind, sprich ihre Struktur sich auf unterschiedliche Finanzierungsquellen verteilt (Eigenfinanzierung, externe Finanzierung durch Banken und öffentlichen Stellen).

Grafik 9 Bedeutung verschiedener Finanzierungsquellen in der Finanzierungsstruktur der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Branchen, relative Mittelwerte



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=101 bis n=143; gebildete Mittelwert aufgrund einer Skala von 1-5, je höher der Index, je wichtiger der Anteil der Finanzierungsart. 1 – Anteil von 0-25 % bis 5 – Anteil von 75-100 %

Exkurs: Die Bedeutung alternativer Finanzierungsformen

Die **Risikokapitalfinanzierung** ist in Österreich Vergleich zu anderen Finanzierungsarten sowie auch im internationalen Vergleich schwach ausgeprägt. Im Durchschnitt der Jahre 2007/2011 wurde in Österreich 0,04 % des Bruttoinlandprodukts als **Venture Capital** und Wachstumsfinanzierung zur Verfügung gestellt und damit deutlich weniger als z.B. in Dänemark oder den Niederlanden mit jeweils 0,09 % oder auch Deutschland mit 0,06 %. (vgl. Friesenbichler, K. / Url, T., 2013)

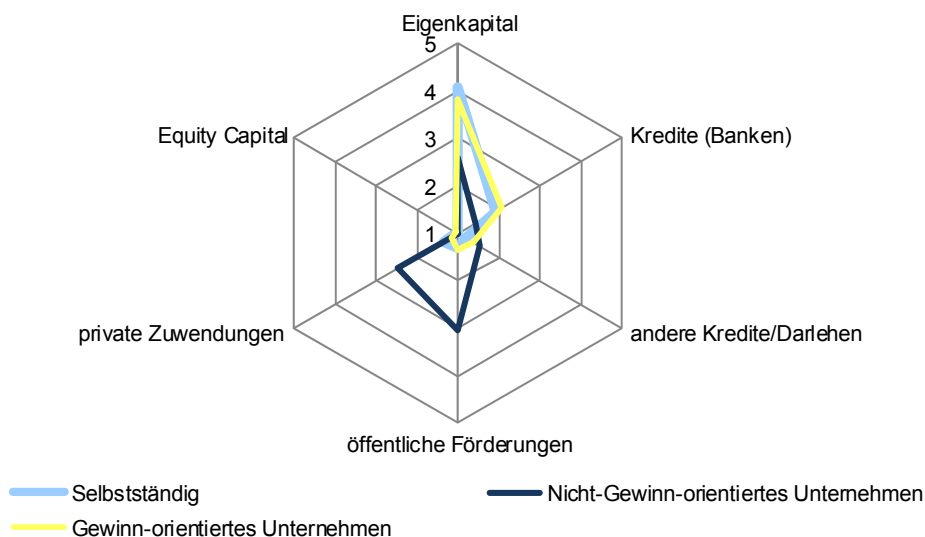
Risikokapital ist eine Finanzierungsoption im hochriskanten Frühphasen- und Wachstumssegment, welche eine aktive Managementunterstützung mit sich bringt und meist auf stark wachsende, international ausgerichtete Unternehmen abzielt. Die Beteiligungssummen beginnen dabei meist ab einer Höhe von € 100.000. Für die Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ist diese Art der Finanzierung somit eher selten relevant, wie sich auch aus den quantitativen Befragungsergebnissen ableiten lässt.

Auch **Crowdfunding** ist in Österreich als Finanzierungsart kaum vertreten und ist im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft lediglich eine Randerscheinung. Experten erkennen jedoch einen positiven Trend, welcher sich etwa an der vermehrten Entstehung von Crowd Investment Plattformen sowie einer erhöhten Diskussion des Themas in den Medien manifestiert. Seitens der befragten Kreativschaffenden wird ein erhöhter Bedarf an Crowdfunding Plattformen und Vereinfachung des Zugangs bekundet. Neben einem alternativen Zugang zu Finanzierung wird auch die bekanntheitsfördernde Wirkung von Crowdfunding von den Kreativschaffenden als Vorteil geschätzt. Nachteilig ist der hohe Zeitaufwand, bzw. die hohen Kosten für ein etwaiges zu erstellendes Kapitalmarktprospekt¹¹.

¹¹ Ab einer Grenze von € 250.000 an Kapital, das über Crowdfunding aufgestellt wird, muss ein von Wirtschaftsprüfern genehmigtes Prospekt aufgelegt werden, welches über die Risiken und finanzielle Lage des Unternehmens informiert.

Je nachdem ob es sich um ein gewinn-orientiertes oder ein nicht-gewinn-orientiertes Unternehmen/Organisation handelt, stehen unterschiedliche Finanzierungsquellen im Vordergrund. Für nicht-gewinn-orientierte Unternehmen und Organisationen spielen die öffentlichen Förderungen und die Zuwendung von Privatpersonen („family & friends“) eine wichtige Rolle. Die Sicherung einer entsprechenden Basisfinanzierung ist für diese Bereiche meist Voraussetzung für die Realisierung eines Projekts und bietet eine entsprechende Planungssicherheit. Die öffentliche Subventionierung wird dabei von den Kultur- und Kreativschaffenden über viele Bereiche hinweg als zentral für die künstlerische Qualität angesehen. Dem Mäzenatentum und dem Sponsoring kommen aber in Österreich (im Gegensatz zu etwa angloamerikanischen Ländern) eine vergleichsweise geringe Bedeutung zu.

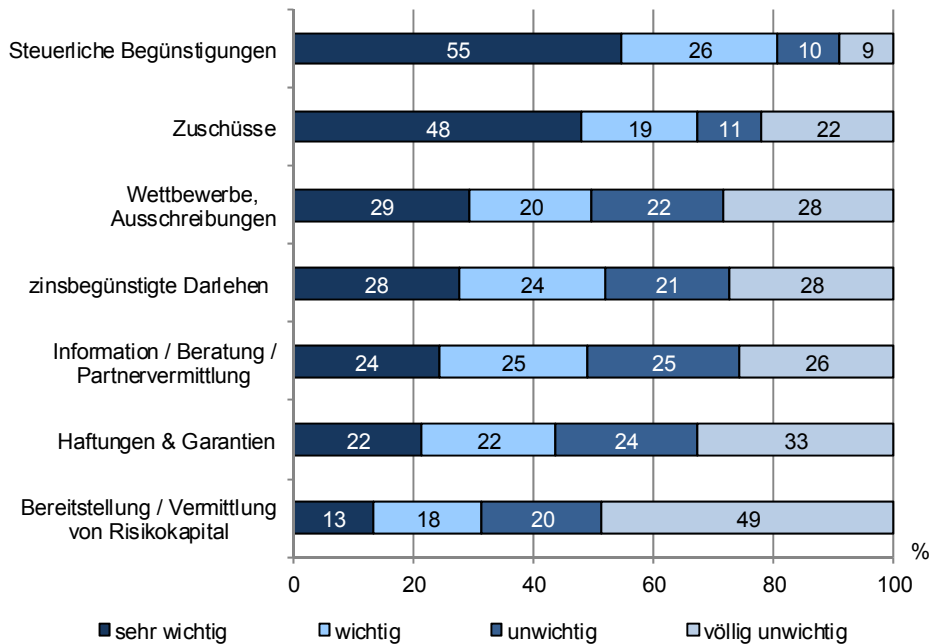
Grafik 10 Bedeutung verschiedener Finanzierungsquellen in der Finanzierungsstruktur der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Art der Organisation, relative Mittelwerte



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=101 bis n=143; gebildete Mittelwert aufgrund einer Skala von 1-5, je höher der Index, je wichtiger der Anteil der Finanzierungsart. 1 – Anteil von 0-25 % bis 5 – Anteil von 75-100 %

In Bezug auf die Finanzierungsquelle der öffentlichen Förderungen wurden die Befragten gebeten, die Bedeutung einzelner Förderarten zu bewerten. Steuerliche Begünstigungen sind für über drei Viertel der Befragten die wichtigste Förderart. Zuschüsse werden ebenfalls von über zwei Drittel als (sehr) wichtige Förderart angegeben. Wettbewerbe/Ausschreibungen, zinsbegünstigte Darlehen, Information/Beratung/Partnervermittlung werden von rd. der Hälfte der Befragten als (sehr) wichtig eingestuft. Den Haftungen und Garantien wird von rd. 44 % der Befragten eine (sehr) wichtige Bedeutung zugesprochen. Hingegen wird die Bereitstellung/Vermittlung von Risikokapital von rd. der Hälfte der Befragten als völlig unwichtig als Förderart eingestuft.

Grafik 11 Bedeutung unterschiedlicher Förderarten für befragte Unternehmen und Organisationen, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=181 bis n=204

3. Finanzierungsbedarf der österreichischen Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft

Im folgenden Kapitel sind nun die Ergebnisse dargestellt, die sich auf den Finanzierungsbedarf der Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft beziehen. Der Finanzierungsbedarf wurde für die letzten 3 vergangenen Jahre („vergänger Finanzierungsbedarf“) und für die kommenden 3 Jahre („zukünftiger Finanzierungsbedarf“) abgefragt. Die dargestellten Ergebnisse stützen sich vorrangig auf die Ergebnisse der durchgeführten online-Befragung.

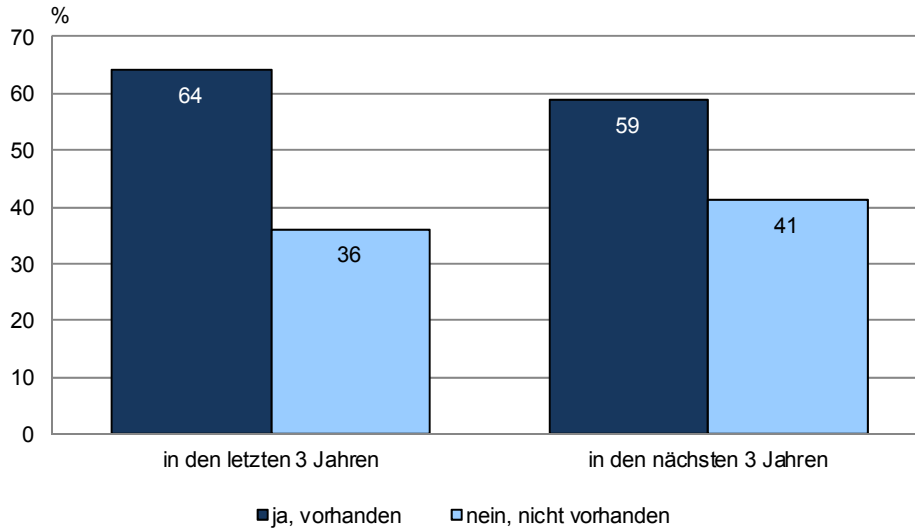
3.1. Allgemeine Charakterisierung

Gefragt nach deren Finanzierungsbedarf ergeben die Antworten der befragten Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bezug auf den **vergangenen (in den letzten 3 Jahren)** und den **zukünftigen Finanzierungsbedarf (in den nächsten 3 Jahren)** ein recht ähnliches Bild (vgl. Grafik 12): Rd. 64 % hatten einen Finanzierungsbedarf in der Vergangenheit und rd. 59 % geben einen zukünftigen Finanzierungsbedarf an.

In Summe sind es rd. 44 % der Befragten, die sowohl einen vergangenen als auch einen zukünftigen Finanzierungsbedarf haben – hier ist ein großer **Deckungsgrad innerhalb der Zielgruppe** gegeben, d.h. es gibt einen **kontinuierlichen und wiederkehrenden Finanzierungsbedarf** bei diesen Unternehmen/ Organisationen. Nur rd. ein Drittel der Befragten melden gar keinen (zukünftigen oder vergangenen) Finanzierungsbedarf an.

Bei den Befragten, die einen Finanzierungsbedarf angeben, handelt es sich zu je rd. **ein Fünftel um nicht-gewinnorientierte Unternehmen und Selbstständige**, und zu rd. **zwei Drittel um gewinn-orientierte Unternehmen**.

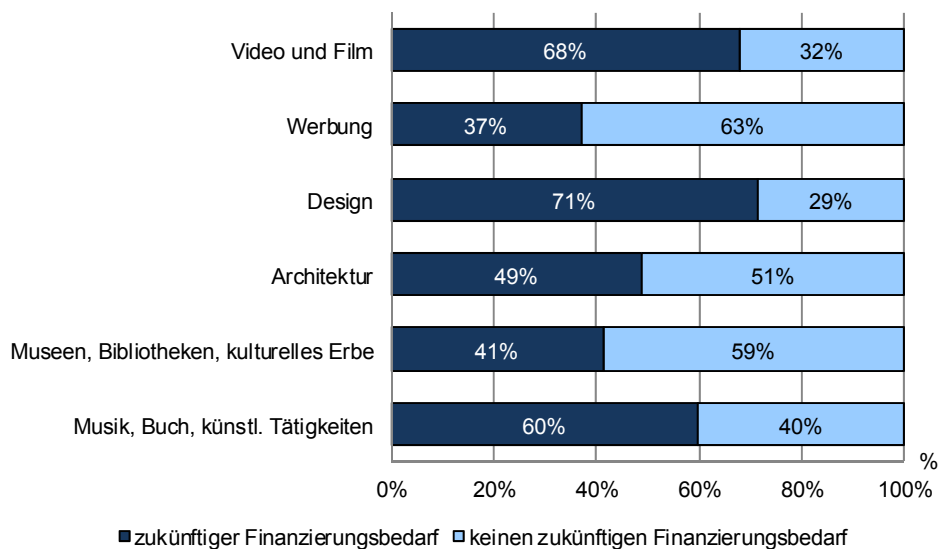
Grafik 12 Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=221 bis n=231

Es sind vor allem die Unternehmen und Organisationen aus den Bereichen Video & Film, Design und Musik, Buch & künstlerischer Tätigkeit, die einen häufigen Finanzierungsbedarf für die Zukunft angeben.

Grafik 13 Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen in den kommenden drei Jahren nach Branchen, in %



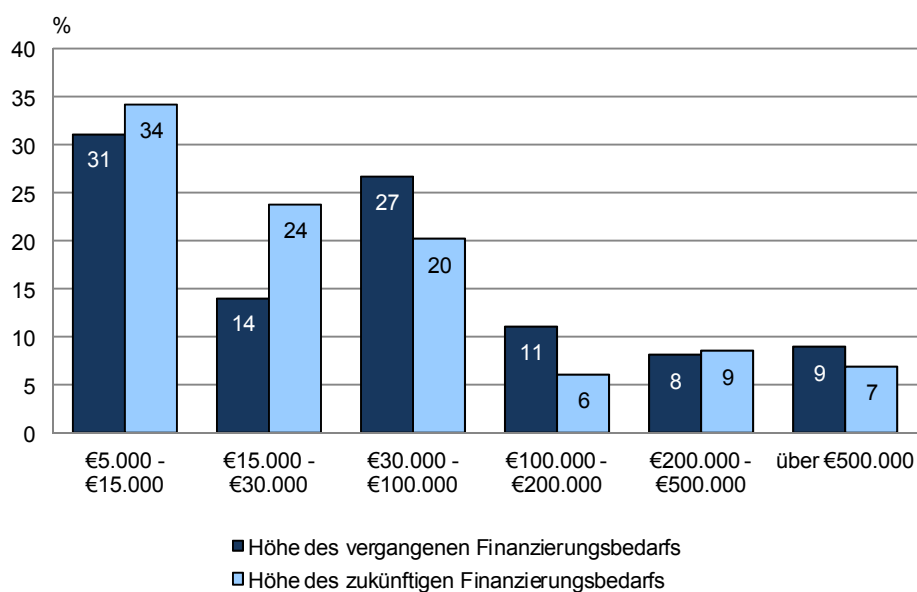
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=245

3.2. Höhe des Finanzierungsbedarfs

Es kann in der befragten Zielgruppe von einem kontinuierlich wiederkehrenden Finanzierungsbedarf ausgegangen werden, der sich vorrangig auf kleinere **Beträge** konzentriert. In Summe hatten und haben rd. drei Viertel der Befragten einen Finanzierungsbedarf in Höhe bis zu € 100.000,-. Die Befragten geben am häufigsten (zu rd. ein Drittel) an, einen Bedarf von Beträgen unter € 15.000,- zu haben.

Für die Finanzierungsnotwendigkeiten der nächsten 3 Jahren verzeichnet die Nachfrage nach Beträgen zwischen € 15.000,- und € 30.000,- eine starke Erhöhung, d. h. um 10 %-Punkte höher als für den vergangenen Finanzierungsbedarf. Insgesamt sind in der vorliegenden Stichprobe bei der Höhe der benötigten Beträge keine großen Branchenunterschiede erkennbar.

Grafik 14 Höhe des Finanzierungsbedarfs der befragten Unternehmen und Organisationen, in %



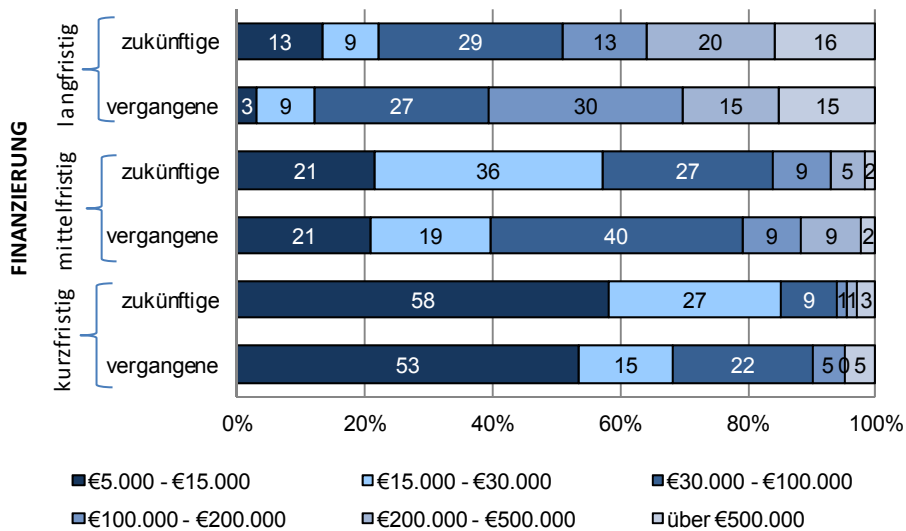
Anmerkung: vergangener Finanzierungsbedarf = in den letzten 3 Jahren; zukünftiger Finanzierungsbedarf = in den nächsten 3 Jahren

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n= 130 bis n=148

Ein betragsmäßig geringer Finanzierungsbedarf in der Kreativwirtschaft wird auch seitens der Banken konstatiert. Auch werden die Ausfallsquoten im Bereich der Kreativwirtschaft als gering eingestuft. Der vergleichsweise geringe Kapitalbedarf ergibt sich durch das Geschäftsmodell der Kreativen: Ihr wesentliches Kapital stellt das Know-How und die Kreativität dar, während der Betriebsmittelbedarf geringer ausfällt.

Die Betrachtung der **Höhe des Finanzierungsbedarfs je nach Fristigkeit** der benötigten Finanzierung zeigt auf, dass die Höhe der Finanzierungssumme mit der Länge der Fristigkeit korreliert. Bei langfristiger Finanzierung wird von rd. der Hälfte der Befragten Beträge von über € 100.000,- benötigt. Bei mittelfristiger Finanzierung liegt dieser Wert bei rd. einen Fünftel. Beim Bedarf nach kurzfristiger und mittelfristiger Finanzierung zeigt sich die oben erwähnte zunehmende Bedeutung von Beträgen zwischen € 15.000 bis € 30.000,- für den zukünftigen Finanzierungsbedarf. Auch bei der zukünftigen Nachfrage nach langfristiger Finanzierung werden Beträge von bis zu € 30.000,- von immerhin rd. einem Fünftel der Befragten angegeben.

Grafik 15 Finanzierungbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen, nach Fristigkeit und Höhe des Finanzierungsbedarfs, Anteile in %



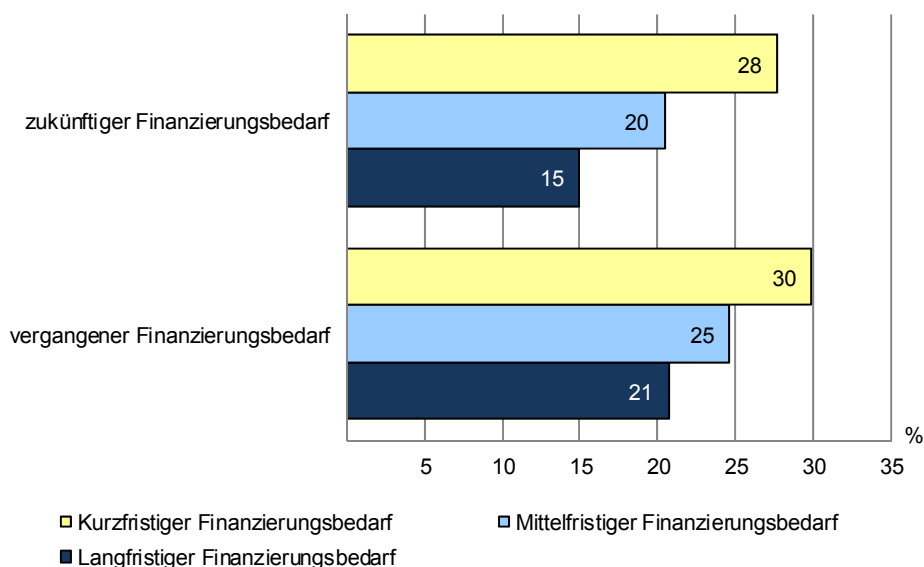
Anmerkung: kurzfristiger Finanzierungsbedarf: weniger als 12 Monate; mittelfristiger Finanzierungsbedarf: 1 bis 3 Jahre; langfristiger Finanzierungsbedarf: 3 Jahre und mehr

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=47 bis n=68

3.3. Fristigkeit des Finanzierungsbedarfs

In Bezug auf die **Fristigkeiten** der benötigten Finanzierung ist auffallend, dass sowohl beim vergangenen (= in den letzten 3 Jahren), wie auch zukünftigen Finanzierungsbedarf (= in den nächsten 3 Jahren) die häufigste Nachfrage für kurzfristige Finanzierung gegeben ist. Dies ist im Zusammenhang zu setzen mit dem wichtigsten Grund für den Finanzierungsbedarf, nämlich der Zwischenfinanzierung (siehe dazu Grafik 18).

Grafik 16 Fristigkeit der in Anspruch und der zukünftig benötigten Finanzierung der befragten Unternehmen und Organisationen, in %, Mehrfachnennungen möglich

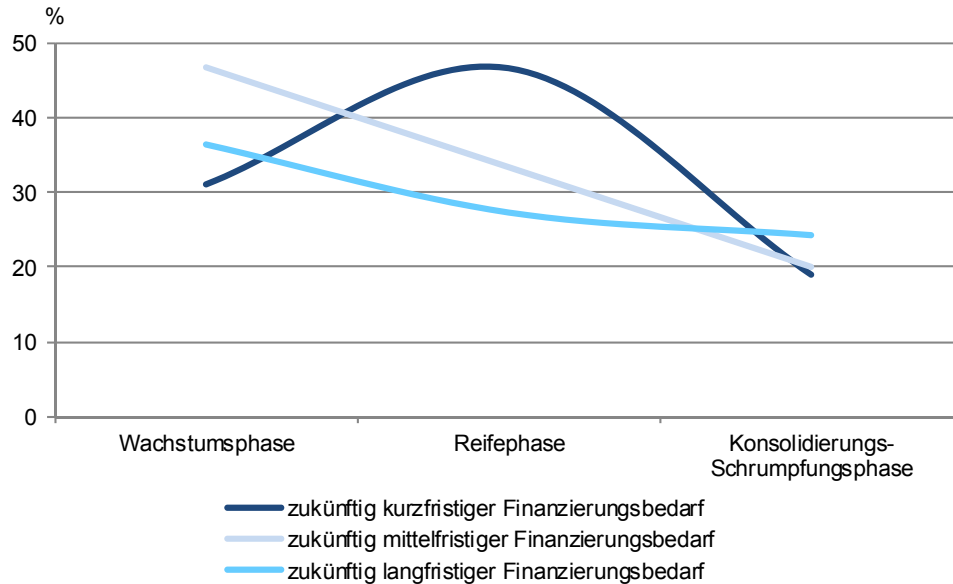


Anmerkung: kurzfristiger Finanzierungsbedarf: weniger als 12 Monate; mittelfristiger Finanzierungsbedarf: 1 bis 3 Jahre; langfristiger Finanzierungsbedarf: 3 Jahre und mehr

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=220

Es haben vorrangig Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, die sich der Reifephase zuordnen, einen kurzfristigen Finanzierungsbedarf. Für diejenigen, die sich der Wachstumsphase zuordnen, sind mittelfristige und langfristige Finanzierung wichtiger.

Grafik 17 Fristigkeit des zukünftigen Finanzierungsbedarfs, nach Phase des Unternehmenslebenszyklus, in %



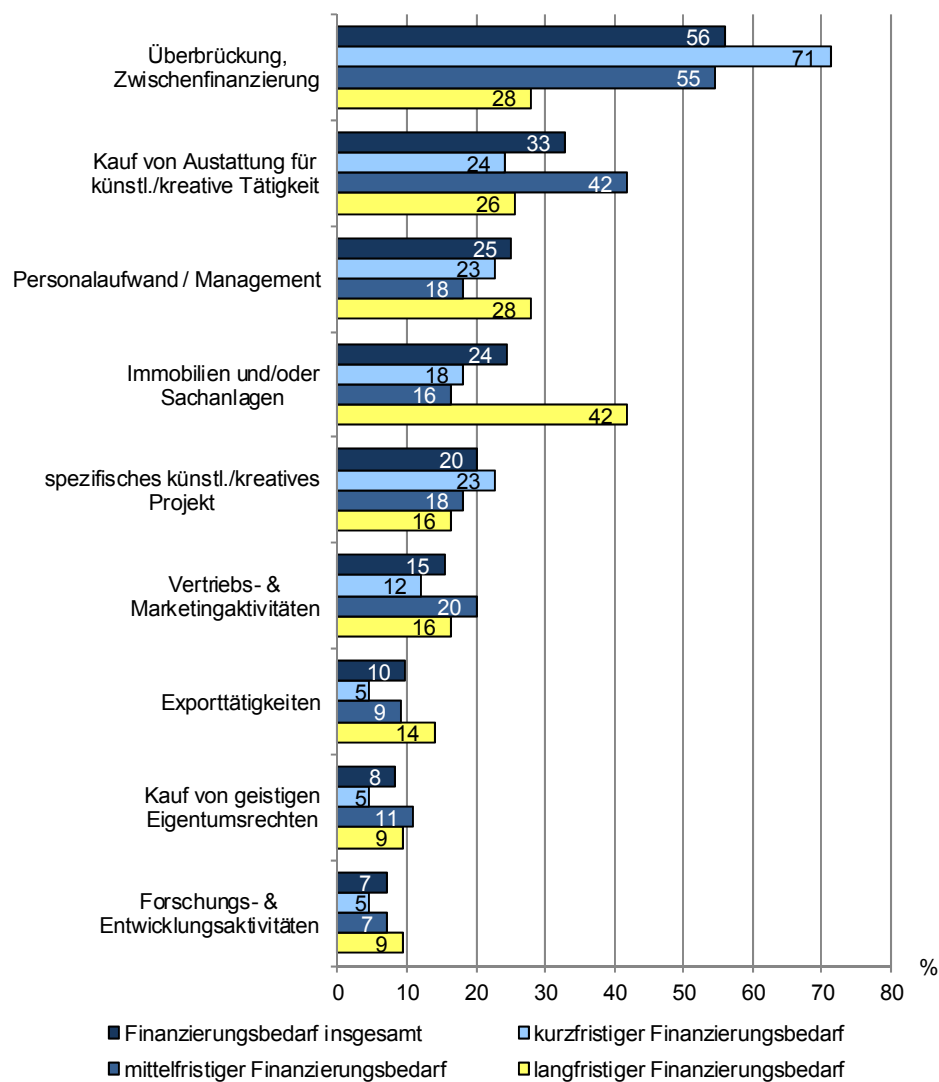
Anmerkung: kurzfristiger Finanzierungsbedarf: weniger als 12 Monate; mittelfristiger Finanzierungsbedarf: 1 bis 3 Jahre; langfristiger Finanzierungsbedarf: 3 Jahre und mehr

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=121

3.4. Grund für einen Finanzierungsbedarf

Der wichtigste **Grund für den Finanzierungsbedarf** der befragten Unternehmen und Organisationen in den letzten 3 Jahren ist die Notwendigkeit einer Überbrückung bzw. Zwischenfinanzierung. Dieser Grund ist vor allem in Bezug auf den kurzfristigen Finanzierungsbedarf sehr häufig genannt. Als zweitwichtigster Grund wird der Kauf von Ausstattung für die künstlerische oder kreative Tätigkeit angegeben, der v.a. für den Bedarf nach mittelfristiger Finanzierung eine hohe Bedeutung hat. Von Bankenseite wird beobachtet, dass der Finanzierungsbedarf in der Kreativwirtschaft seltener für konkrete Investitionen und häufiger für laufende Aktivitäten, bzw. der Vorfinanzierung des privaten Lebensunterhalts besteht. Die (Ko-)Finanzierung von Personalaufwand oder Management der Organisationen wie auch die (Ko-)Finanzierung von Immobilien und/oder Sachanlagen werden von je rd. ein Viertel der Befragten als Grund für ihren Finanzierungsbedarf genannt. Der langfristige Finanzierungsbedarf betrifft vorrangig die (Ko-)Finanzierung von Immobilien und/oder Sachanlagen.

Grafik 18 Grund für Finanzierungsbedarf der befragten Unternehmen und Organisationen in den letzten drei Jahren nach Fristigkeit des Finanzierungsbedarfs, in %, Mehrfachnennungen möglich



Anmerkung: kurzfristiger Finanzierungsbedarf: weniger als 12 Monate; mittelfristiger Finanzierungsbedarf: 1 bis 3 Jahre; langfristiger Finanzierungsbedarf: 3 Jahre und mehr

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=143

Die **Betrachtung nach Bereichen** zeigt auf, dass, außer für den Bereich der Museen, Bibliotheken und kulturelles Erbe, von allen anderen Bereichen die Zwischenfinanzierung der häufigste Grund für den Finanzbedarf ist. Für Museen, Bibliotheken, kulturelles Erbe sind der Kauf von Ausstattung für künstlerische/kreative Tätigkeit und die Finanzierung von Immobilien oder Sachanlagen am bedeutendsten. Der Kauf von geistigen Eigentumsrechten sowie Vertriebs- und Marketingakti-

vitäten wird im Vergleich zu den anderen Bereichen vor allem von Unternehmen und Organisationen aus dem Bereich Video & Film häufig genannt.

Tabelle 1 Grund für den Finanzierungsbedarf in den letzten 3 Jahren, ausgewählte Branchen

	Museen, Bibliotheken, kulturelles Erbe	Video und Film	Werbung	Architektur	Musik, Buch, künstl. Tätigkeiten	Design
Überbrückung, Zwischenfinanzierung		++	++	++	++	++
Kauf von Ausstattung für künstl. / kreative Tätigkeit	++				++	+
Künstlerisches / kreatives Projekt		++			++	
Kauf von geistigen Eigentumsrechten		+			+	
Vertriebs- & Marketingaktivitäten		++			+	
Forschungs- & Entwicklungsaktivitäten					+	+
Exporttätigkeiten		+			+	
Immobilien und / oder Sachanlagen	++	+	+	++	+	
Personalaufwand / Management	+			++	+	+

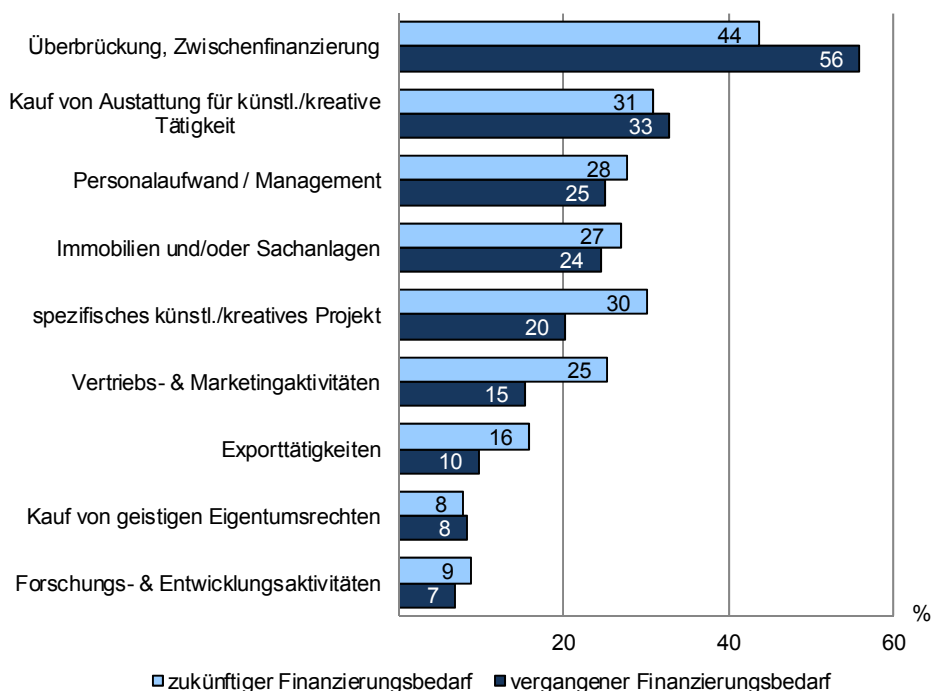
+ / ++: überdurchschnittliche Ausprägung der Antwortkategorie

Quelle: KMU Forschung Austria, eigene Darstellung basierend auf den Ergebnissen der Online-Befragung Frühjahr 2014

Vergleicht man die **Gründe des vergangenen mit jenen des zukünftigen Finanzierungsbedarfs** sind für die Zukunft deutliche Unterschiede beim Finanzierungsbedarf für ein spezifisches künstlerisches / kreatives Projekt, Vertriebs- und Marketingaktivitäten und Exporttätigkeiten zu beobachten (Unterschiede von bis zu 10 %-Punkte). Diese Gründe spielen vor allem für den langfristigen Finanzierungsbedarf eine Rolle. Der Bedarf an Zwischen- und Überbrückungsfinanzierung wird zukünftig etwas seltener als in der Vergangenheit als relevant eingestuft, was wohl auch darauf zurückzuführen ist, dass dieser häufig erst im Laufe eines Projekts „entsteht“ und daher nicht immer vorausgesehen wird. In Zukunft ist die Zwischenfinanzierung für die Bereiche Architektur und Werbung weiterhin zentral. Zukünftige Finanzierung für ein spezifisches künstlerisches / kreatives Projekt, Vertriebs- und Marketingaktivitäten sowie Exporttätigkeiten werden überdurchschnittlich häufig

von den Bereichen Video & Film sowie Musik, Buch und künstlerische Tätigkeiten genannt. Vertriebs- und Marketingaktivitäten werden vorrangig von EPU's als Grund für deren zukünftigen Finanzierungsbedarf genannt. Personalaufwand / Management und Immobilien/ Sachanlagen werden von den Bereichen Architektur, Video & Film und Museen, Archive, kulturelles Erbe überdurchschnittlich oft als Grund für den zukünftigen Finanzierungsbedarf angegeben.

Grafik 19 Vergleich zwischen den Gründen für Finanzierungsbedarf, in den letzten 3 Jahren und in den kommenden 3 Jahren, in %, Mehrfachnennungen möglich



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=130 bis n=148

Aus den qualitativen Interviews geht ebenfalls wie aus der Befragung hervor, dass der **Vor- und Überbrückungsfinanzierung** die größte Bedeutung zukommt. Bei Projekten können dadurch entsprechend MitarbeiterInnen eingestellt und auch bezahlt werden. Im Bereich z. B. der Architektur bzw. insgesamt bei Unternehmen und Organisationen mit einer Auftragslogik, werden Projekte zwar meist vom Kunden vorfinanziert, im Falle von Zahlungsverzögerungen sind jedoch Zwischen- und Überbrückungsfinanzierungen von Bedeutung. Bei Bewerbungen bzw. auch in der Angebotsphase müssen die entsprechenden Personalaufwendungen vorfinanziert werden. Erst wenn der Auftrag erteilt wird, folgen die finanziellen Rückflüsse. In dieser Phase wird es als zentral angesehen, niederschwellig Zugang zu Finanzmitteln zu bekommen.

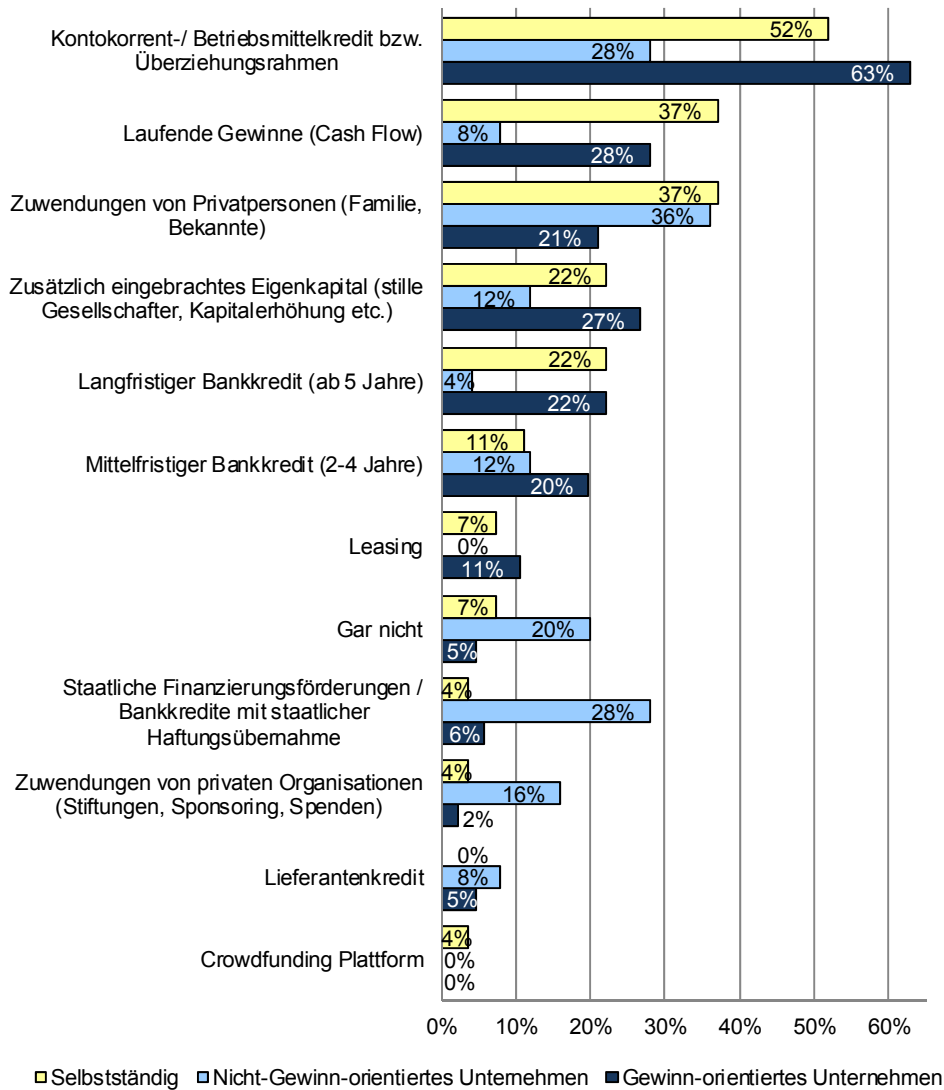
Gerade im **Kulturbereich** werden entsprechende Vorleistungen (v. a. Arbeitszeit, Personalaufwand) aus Mangel an einer entsprechenden Vorfinanzierung häufig unbezahlt (oder unterbezahlt) verrichtet, vor allem bei jenen Produkten die sehr hohe Entstehungskosten bis zu einer „Master Copy“ haben (z. B.: Film, Musik, Literatur, darstellende Kunst) und sehr geringe Vervielfältigungs- und Distributionskosten. Bei Förderzusagen entsteht oftmals die Problematik der Überbrückungszeit bis zur Auszahlung der Förderung - der Zeitpunkt der Auszahlung der Förderungen ist so spät angesetzt ist, dass Liquiditätsgpässe im Projekt entstehen und Zwischenfinanzierung notwendig ist. Eine grundlegende Unsicherheit besteht natürlich bei der Zusage der Förderung für Organisationen, die aus einer Produzentenlogik agieren. Des Weiteren wird in Bezug zu Förderungen angemerkt, dass ein Teil der Kosten abgedeckt werden, der restliche Betrag muss jedoch ebenfalls (vor-/aus-)finanziert oder zumindest eingebracht werden.

3.5. Finanzierungsarten zur Deckung des Finanzierungsbedarfs

Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft nehmen vorrangig vier Finanzierungsarten in Anspruch, um ihren Finanzierungsbedarf zu decken: Die geringe Höhe des Finanzierungsbedarfs bringt mit sich, dass diese meist über einen **Überziehungsrahmen bzw. Kontokorrentkredit** gedeckt werden. Die Kontokorrent-/Betriebsmittelkredite sind mit Abstand die wichtigste Finanzierungsart, die in Anspruch genommen wird, jedoch auch die teuerste Variante. Es folgen die Finanzierung über **laufende Gewinne** und die **Zuwendungen von Privatpersonen** (Familie und Freunde). **Zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital** ist die viertwichtigste Finanzierungsart. Crowdfunding wurde nur sehr vereinzelt in Anspruch genommen.

Je **nach Art der Organisation** (gewinn-orientiert, nicht-gewinn orientiert, selbstständig) variiert die in Anspruch genommene Finanzierungsart beachtlich. So sind für nicht-gewinnorientierte Organisationen Zuwendungen von Privatpersonen, staatliche Finanzierungsförderungen und Betriebsmittelkredite sowie Zuwendungen von privaten Organisationen von Bedeutung. Mittelfristige und langfristige Bankkredite werden kaum in Anspruch genommen. Ein Fünftel der Nicht-gewinnorientierten Unternehmen geben an, dass sie ihren Finanzierungsbedarf nicht zur Gänze gedeckt haben. Gewinnorientierte Organisationen verwenden für die Deckung ihres Finanzierungsbedarfs vorrangig Betriebsmittelkredite, laufende Gewinne und zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital. Diejenigen, die sich als Selbstständige einordnen, nehmen im Vergleich zu den zwei oben beschriebenen Organisationsformen einen „Mix“ aus Finanzierungsarten in Anspruch: Betriebsmittelkredite, laufende Gewinne und auch Zuwendungen von Privatpersonen.

Grafik 20 In Anspruch genommene Finanzierungsarten der befragten Unternehmen und Organisationen für Finanzierungsbedarf in den letzten drei Jahren nach Organisationsform, in %, Mehrfachnennungen der drei wichtigsten Finanzierungsarten



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=141

Je nach Unternehmenslebenszyklus, d. h. je nachdem ob sich das Unternehmen bzw. die Organisation der Wachstumsphase, Reifephase oder Konsolidierungs-/Schrumpfungsphase einordnet, werden auch unterschiedliche Finanzierungsarten bevorzugt in Anspruch genommen. So nehmen Unternehmen/Organisationen in der Wachstumsphase Betriebsmittelkredite gefolgt von laufenden Gewinnen und eingebrachtes Eigenkapital vermehrt in Anspruch. In der Reifephase werden der Betriebsmittelkredit, laufende Gewinne und Zuwendungen von Privatpersonen

bevorzugt verwendet. In der Konsolidierungs-/Schrumpfungsphase sind Betriebsmittelkredite und Zuwendungen von Privatpersonen zentral.

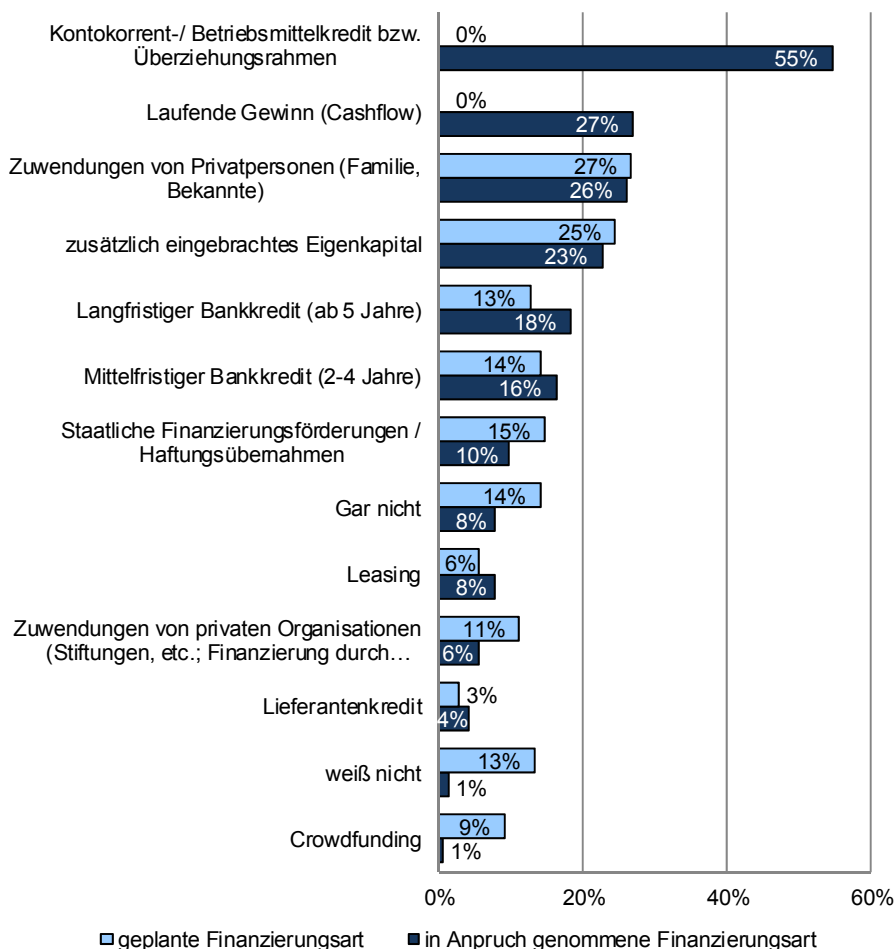
Der **Vergleich** zwischen den **in Anspruch genommenen Finanzierungsarten** und die **für den zukünftigen Finanzierungsbedarf geplanten Finanzierungsarten** zeigt auf, dass der **Betriebsmittelkredit** keine bewusst gewählte Finanzierungsart ist, sondern eher eine einfachste „**Notlösung**“ darstellt und kurzfristig eingesetzt wird. Als favorisierte Finanzierungsart für den zukünftigen Finanzierungsbedarf werden Zuwendungen von Privatpersonen und zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital angegeben. Eine Studie aus Deutschland zeigt außerdem auf, dass KreativgründerInnen bei Weitem informelles Kapital von Verwandten & Bekannten bevorzugen (vgl. KfW Research 2011).

In der Differenzierung nach Organisationsform ergeben sich bei den Finanzierungsarten ähnliche Muster wie bei der Analyse der Finanzierungsquellen. Gewinn-orientierte Unternehmen wollen vorrangig über Eigenkapital finanzieren, gefolgt von Zuwendungen von Privatpersonen und Bankkredite. Über die vergangenen Jahre kann sowohl in der Gesamtwirtschaft, als auch im Bereich der Kreativwirtschaft ein Trend zu steigendem Eigenkapital beobachtet werden, welcher sich nach Expertenmeinung auch zukünftig noch verstärken wird. Als Grund wird u.a. das zunehmend schwierigere Erlangen von externem Kapital gesehen.

Für nicht-gewinn-orientierte Unternehmen sind die staatlichen Finanzierungsförderungen sowie die Zuwendungen von Privatpersonen zentral. Die Selbstständigen geben sehr unterschiedliche Finanzierungsarten an - Zuwendungen von Privatpersonen, wie auch Bankkredite oder Leasing.

14 % der Befragten geben an, ihren Finanzierungsbedarf „gar nicht“ zu decken bzw. nicht zu wissen, wie sie ihn decken werden (13%). Als geplante Finanzierungsart gewinnt das Crowdfunding wie auch Zuwendungen von privaten Organisationen an Bedeutung. Alternative Finanzierungsformen werden von den Befragten als „attraktiv“ eingestuft (siehe dazu auch Exkurs 2.3.).

Grafik 21 Finanzierungsarten der befragten Unternehmen und Organisationen für vergangenen und geplanten Finanzierungsbedarf, in %, Mehrfachnennungen der drei wichtigsten Finanzierungsarten



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=141

Externe Finanzierung im Sinne von Bankfinanzierung wird von den befragten Unternehmen und Organisationen zwar in Anspruch genommen, mittelfristige und langfristige Bankkredite sind aber eindeutig nicht die favorisierten Finanzierungsinstrumente. Auch die Ergebnisse der qualitativen Interviews zeigen, dass insbesondere Krediten von Freunden und Bekannten ein hoher Stellenwert zukommt, da diese im Vergleich zu Bankkrediten von den Befragten als „einfacher zu erhalten“ und „mit geringeren Kosten verbunden“ eingestuft werden.

Im folgenden Kapitel wird nun der Zugang zur Finanzierung über Kredite diskutiert und für Österreich näher beleuchtet.

4. Zugang zu externer Finanzierung

4.1. Ausgangslage

In der rezenten Studie der Europäischen Kommission (vgl. IDEA 2013) wird aufgezeigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa hinsichtlich Rentabilität und finanzieller Gesundheit gegenüber anderer Branchen nicht schlechter aufgestellt ist¹², aber dass es einen schlechteren Zugang zu Finanzmitteln gibt.

Das **Problem des Zugangs zu externer Finanzierung** betrifft die **Mehrheit der KMU**. Das Problem der Information-Asymmetrie zwischen Finanzinstitutionen und KMUs ist weit verbreitet und betrifft vorrangig das Thema der „track list“/ Referenzliste, welches das Unternehmen vorweisen muss bzw. das Vorliegen eines Business Plans, damit die Banken eine Bewertung der Finanzierungsanfrage durchführen und das „Risiko“ des zu finanzierenden Vorhabens abschätzen können. Mit der Vergabe der Finanzierungsmitteln und der Risikobewertung durch die Bank ist die Forderung von Sicherheiten verknüpft. Das **Fehlen von Sicherheiten**, bzw. nicht ausreichend gebotenen Sicherheiten durch das Unternehmen wurden von 70 % der befragten österreichischen Unternehmen als Begründung der Ablehnung bzw. einer Kürzung eines Kreditwunsches genannt (vgl. aws/WKO 2014). In Bezug auf die Entwicklung der österreichischen Rahmenbedingungen für Unternehmensfinanzierungen wurde für 2013 von den befragten Betrieben bei sämtlichen Parametern merkbare Verschlechterungen wahrgenommen; am stärksten bei Anforderungen an die erforderlichen Sicherheiten. (vgl. WKO/aws 2014)

In den letzten Jahren wurde in vielen Studien und europäischen Arbeitsgruppen aufgezeigt, dass **strukturelle Merkmale der Kultur- und Kreativwirtschaft** den Zugang zu externen Finanzmitteln deutlich erschweren. Zusammenfassend sind es vor allem folgende sektorspezifischen Merkmale, die den Zugang zu Finanzmitteln für die Kreativ- und Kulturwirtschaft erschweren (vgl. IDEA 2013):

- Spezifische Charakteristik der Aktivitäten in der KKW: z. B. Mangel an materiellen Vermögenswerten, Abhängigkeit von immateriellen Vermögenswerten, hohe Unsicherheit hinsichtlich der Marktnachfrage, die Komplexität ihrer Geschäftspläne und der Mangel an materiellen Vermögenswerten
- Charakteristik der Unternehmen und UnternehmerInnen: z. B. (wahrgenommener) Mangel an unternehmerischer Professionalisierung / Fähigkeiten, Abhängigkeiten von öffentlichen Förderprogrammen, geringe Größe der Unternehmen

¹² Dieser Befund ist auch in Österreich gegeben, siehe Bachinger et al (2013): 5. Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht im Auftrag der arge kreativ wirtschaft austria.

- Besondere Marktbedingungen, z.B. Größe des Markts, unzureichende Marktinformationen, Druck auf bestehende Geschäftsmodelle.

Von österreichischer Expertenseite wird auf die starke Heterogenität hinsichtlich des Risikos und der verwertbaren Sicherheiten, die sich aus der jeweiligen Projektstruktur ableiten, hingewiesen. Zu unterscheiden ist allgemein Auftragsarbeiten, die dank bereits fixer Nachfrage wenig Risiko mit sich bringen und Projekten mit einer, wenngleich auch klaren Zielgruppe, noch „unabsehbarer“ Nachfrage und folglich höherem Risiko (z. B. die erstmalige Durchführung eines Festivals). Auch agieren die Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft z. T. auf sehr volatilen Märkten mit stark schwankender Nachfrage (siehe auch Kapitel 2.2). Häufig fließt ein hoher Aufwand der Vorleistungen in Kundenansprache und Vermarktung (z. B. bei Festivals). Diese Art von Vorleistungen können aber im Gegensatz zu Vorleistungen in Form von Realinvestitionen (z. B. Geräte, Maschinen) nicht als Sicherheiten herangezogen werden.

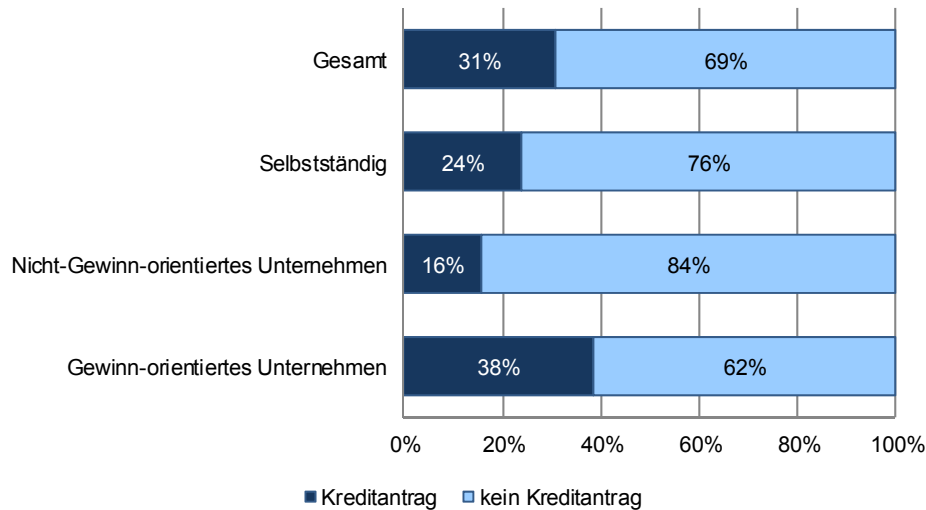
Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die häufig kleinteilig strukturiert sind, verfügen zudem meist über **kleinere Produktportfolios**. Damit sind die Organisationen umso stärker von Erlösen aus einzelnen Produkten oder Projekten abhängig und können das Risiko nicht wie Großunternehmen bzw. -organisationen auf unterschiedliche Produkte und/oder Projekte aufteilen. Kleinstrukturierte Organisationen oder Projekte sind zudem meist stark von einer Person abhängig, wodurch das Risiko auch durch einen möglichen Ausfall dieser Person als höher einzustufen ist. Dieses strukturell bedingte höhere Risiko von kleinen Organisationen und Unternehmen wirkt sich in Ratingmodellen negativ auf das Rating und damit auf die Bewilligungsquoten sowie auf die Konditionen aus.

4.2. Status Quo in Österreich

4.2.1. Kreditanträge

In Österreich haben 31 % der befragten Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft in den letzten drei Jahren einen **Kreditantrag für kurzfristige oder langfristige Finanzierung** gestellt. Es sind vor allem gewinnorientierte Unternehmen aus diesem Bereich, die diese Art von Finanzierung beantragen.

Grafik 22 Kreditanträge in den vergangenen drei Jahren der befragten Unternehmen und Organisationen nach Organisationsform, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=245 für Gesamt, nach Organisationsform n=42 bis n=125

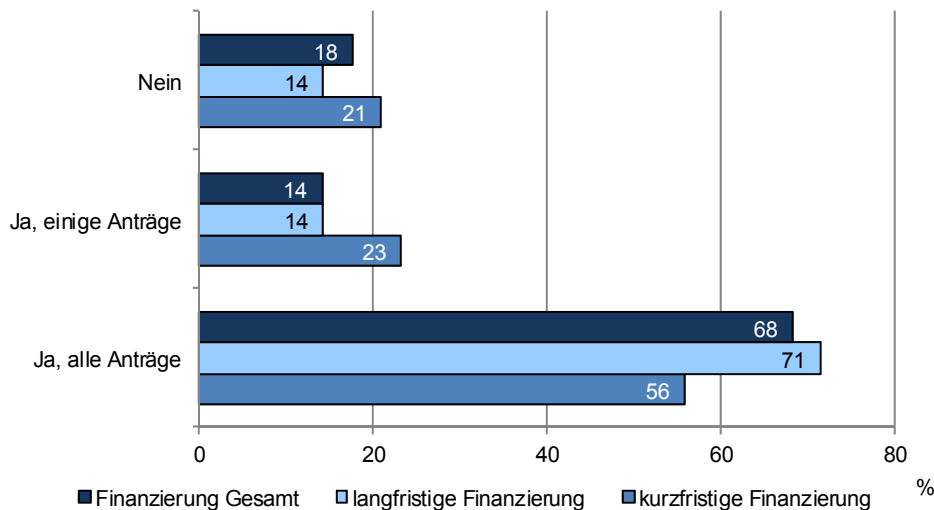
Vor allem Unternehmen und Organisationen **im ländlichen Gebiet** stellen häufiger Kreditanträge. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich der Zugang zu Bankkrediten in ländlichen Gegenden einfacher gestaltet als in städtischen Regionen. Dies lässt sich u.a. auf kulturelle Aspekte zurückzuführen: In ländlichen Regionen ist die Informationsqualität aufgrund der größeren Nähe zwischen Bankangestellten und UnternehmerInnen bzw. Kreativschaffenden eine höhere (Stichwort: Hausbank-Prinzip, „man kennt sich“).¹³ Auch in anderen Finanzierungsbereichen – wie etwa Sponsoring und Mäzenentum - wird die Situation am Land auf Grund des gegenseitigen Kennens als vorteilhafter eingestuft. In der Stadt gestaltet sich die Zusammenarbeit mit der Bank dagegen häufig schwieriger, da der persönliche Kontakt fehlt.

Die gestellten Kreditanträge werden **zu einem hohen Ausmaß bewilligt**. So gaben 70 % der Befragten an, die einen Antrag für einen Kredit für eine langfristige Finanzierung gestellt hatten, dass dieser auch bewilligt wurde. In Bezug auf die Bewilligung der Kredithöhe sind ähnlich hohe Prozentsätze vorzufinden. Bei 76 % der Kreditanträge wurde die Kredithöhe im Ausmaß von 100 % der beantragten Summe gewährt. Nur 4 % geben an, eine Bewilligung für unter 50 % der beantragten Kreditsumme erhalten zu haben. Für langfristige Finanzierung wurden sogar

¹³ Durch die derzeitige voranschreitende Restrukturierung von Banken (Zusammenlegungen von Filialen) werden damit auch potentiell Kredite, die aufgrund dieser verbesserten Informationsqualität zustande kommen verhindert.

80 % der beantragten Kreditsummen im Ausmaß von 100 % und für 17 % im Ausmaß von 75 % bis 100 % gewährt.

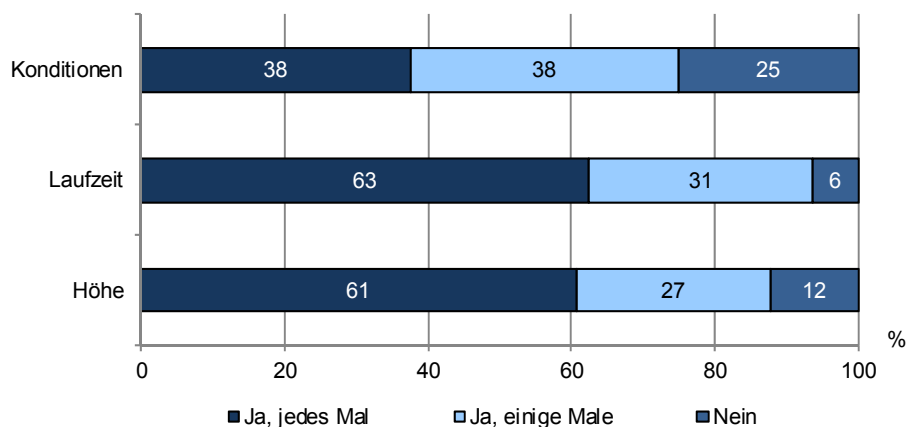
Grafik 23 Bewilligung von Kreditanträge in den vergangenen drei Jahren der befragten Unternehmen und Organisationen, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=85

Hinsichtlich der Bewertung der Entsprechung der Konditionen, Laufzeit und Höhe zeigt sich, dass oftmals die Konditionen im Sinne von Zinsen nicht den Vorstellungen des Antragstellers entsprachen.

Grafik 24 Entsprechung der Konditionen der beantragten Kredite mit den Vorstellungen der befragten Unternehmen und Organisationen, in %

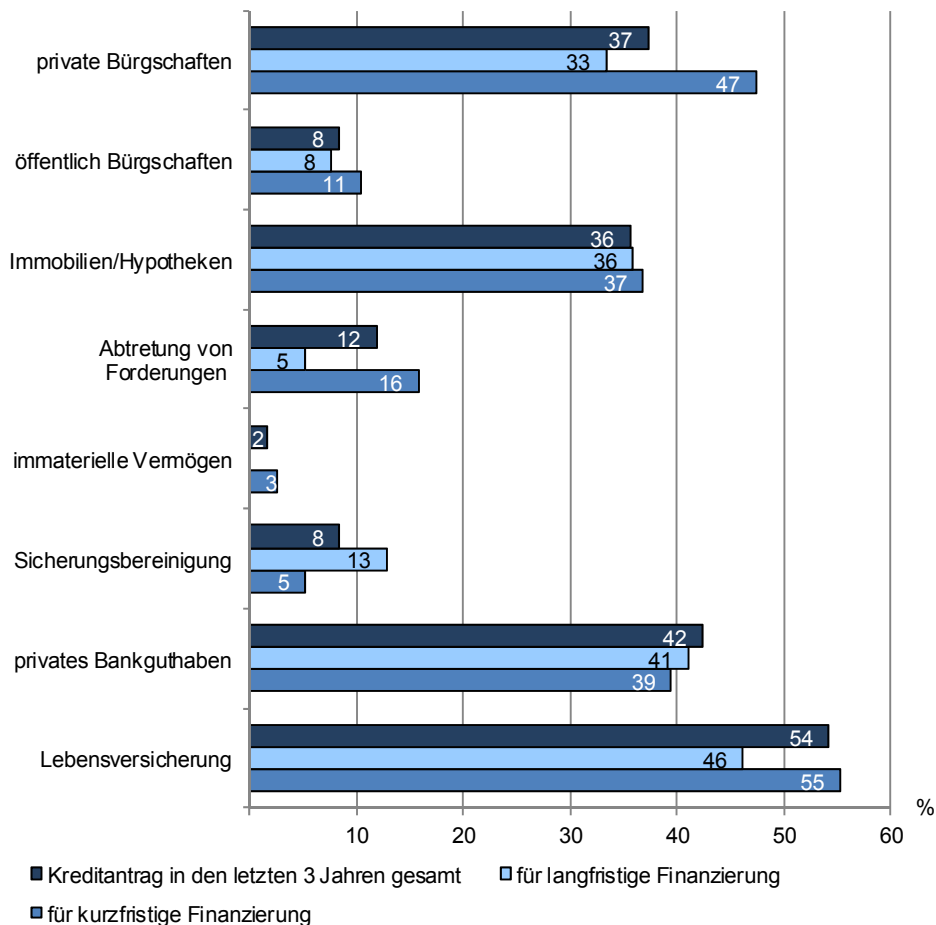


Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=36

Als **Besicherung für Kredite** werden Lebensversicherung, privates Bankguthaben sowie private Bürgschaften und private Immobilien/Hypotheken verlangt. Private Bürgschaften spielen vor allem bei langfristiger Finanzierung eine Rolle. Die Sicherheiten, die hier gefordert werden, sind auch in anderen Branchen durchaus üblich.

Der hohe Anteil von Immobilien/Hypotheken erscheint angesichts der geringen benötigten Beträge nicht verhältnismäßig. Ein-Personen-Unternehmen, welche einen wesentlichen Anteil an der Kultur- und Kreativwirtschaft ausmachen, werden von den Banken meist als Privatkunden (und nicht als Firmenkunden) angesehen. Es werden von den Banken entsprechend private Sicherheiten (z. B. Lebensversicherung, Immobilien) herangezogen.

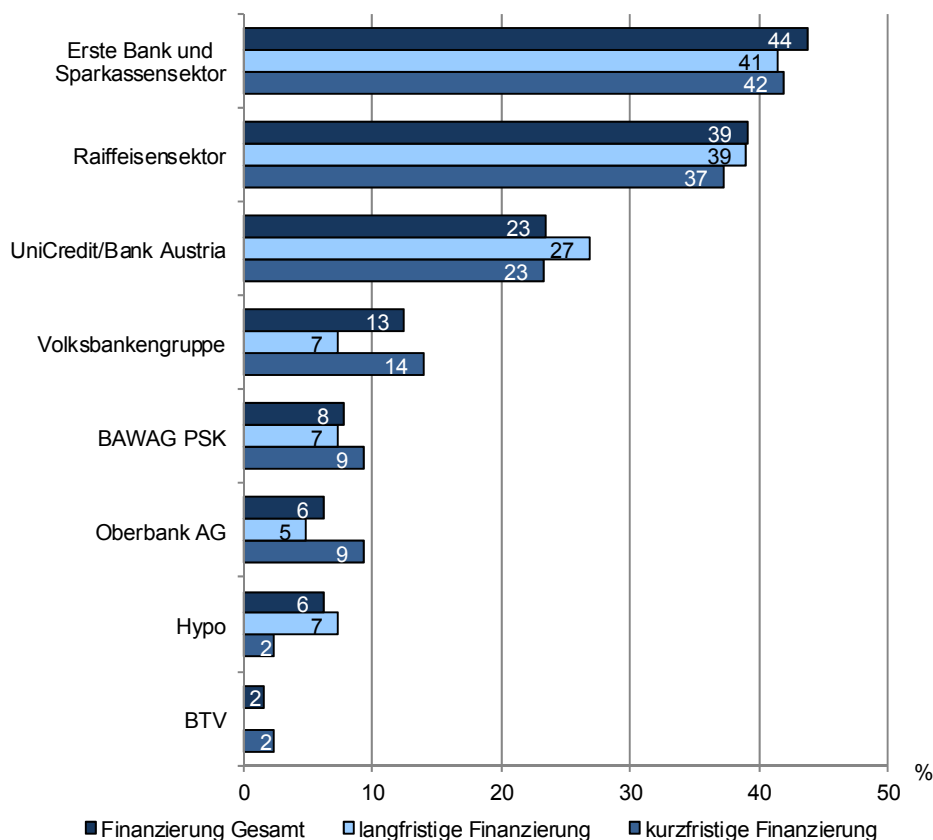
Grafik 25 Geforderte Sicherheiten bei beantragten Krediten der befragten Unternehmen und Organisationen, gesamt und nach Fristigkeit der beantragten Finanzierung, in %, Mehrfachnennungen möglich



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=66 für Gesamt, nach Finanzierungslänge n=42 bis n=44

Bei den befragten Unternehmen und Organisationen in der vorliegenden Stichprobe wurden als **Bank**, bei denen die Kreditanträge gestellt worden sind, zur großen Mehrheit die Erste Bank/Sparkassensektor und der Raiffeisensektor genannt.

Grafik 26 Banken, bei denen in den letzten drei Jahren Kreditanträge eingereicht wurden, Anteile der befragten Unternehmen und Organisationen, in %, Mehrfachnennungen möglich



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=66 für Gesamt, nach Finanzierungslänge n=42 bis n=44

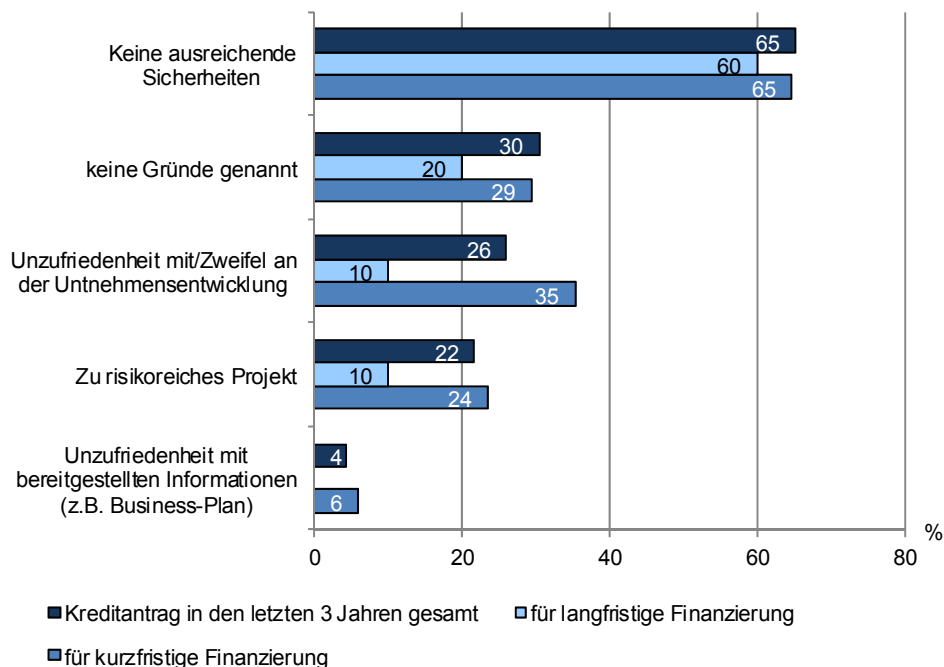
4.2.2. Ablehnungsgrund bzw. Gründe keinen Kreditantrag zu stellen

Die rd. 30 % der befragten Unternehmen und Organisationen, die einen Kreditantrag gestellt haben, geben in großer Mehrheit als **wichtigsten Ablehnungsgrund** für einen gestellten Kreditantrag an, dass sie **keine ausreichenden Sicherheiten** hatten (zu rd. 65 %). Somit verifiziert sich für Österreich die Hypothese, dass der Zugang zu Bankkrediten oft mit dem Problem der Sicherheiten in Verbindung zu setzen ist. Lt. der Strukturbefragung zum Thema Unternehmensfinanzierung im Auftrag der WKO/aws ist dies auch 2013 für die österreichischen Betriebe, der

häufigste genannte Grund für die Ablehnung bzw. die Kürzung eines Kreditwunsches.

Die Unzufriedenheit mit den bereitgestellten Informationen (Businessplan und Finanzierungsplan) war nur bei einem sehr kleinen Anteil von Antragstellungen ausschlaggebend. Das zeigt, dass die AntragstellerInnen, wenn sie bis zur Beantragung des Kredits kommen, professionell aufgestellt sind. Immerhin bei einem Drittel der AntragstellerInnen wurden keine Gründe für die Ablehnung genannt bzw. kommuniziert.

Grafik 27 Gründe für die Ablehnung von beantragten Krediten der befragten Unternehmen und Organisationen, in %, Mehrfachnennungen möglich



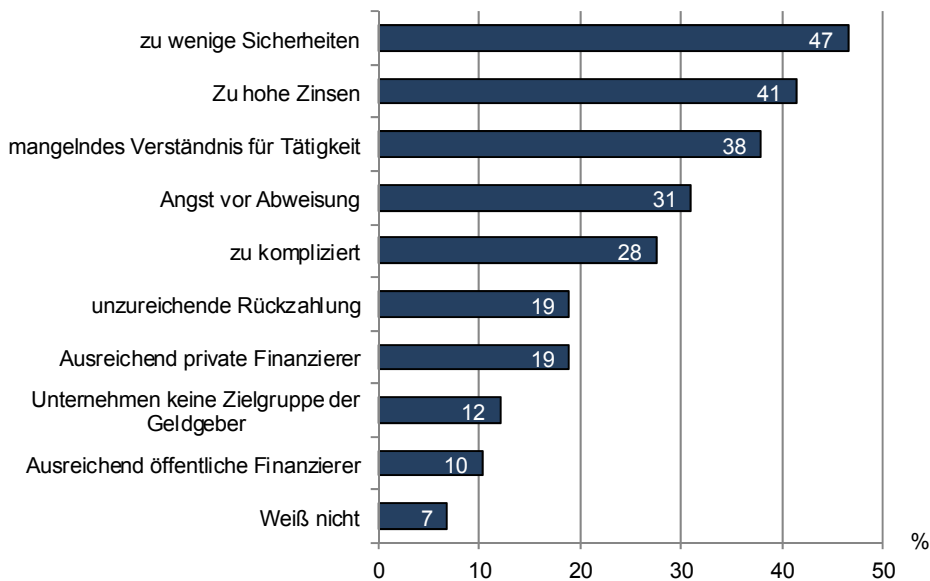
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=66 für Gesamt, nach Finanzierungslänge n=42 bis n=44

4.3. Die „Informationsasymmetrie“ zwischen den Banken und der Zielgruppe

Bei den Gründen dafür, dass kein Kreditantrag gestellt worden ist obwohl ein Finanzierungsbedarf vorlag (betrifft rd. 20 % der befragten Unternehmen und Organisationen), liegt das Thema der Sicherheiten an erster Stelle. Das Problem der Informationsasymmetrie zwischen der Zielgruppe und den Banken ist in der Nennung der weiteren Gründe ersichtlich: zu hohe Zinsen, mangelndes Verständnis für

die Tätigkeit, Angst vor Abweisung, Unternehmen ist keine Zielgruppe des Geldgebers. Ein Kreditantrag wird von fast einem Drittel der Befragten als zu kompliziert eingestuft. Rd. ein Fünftel gibt an ausreichend private Finanzierer zu haben.

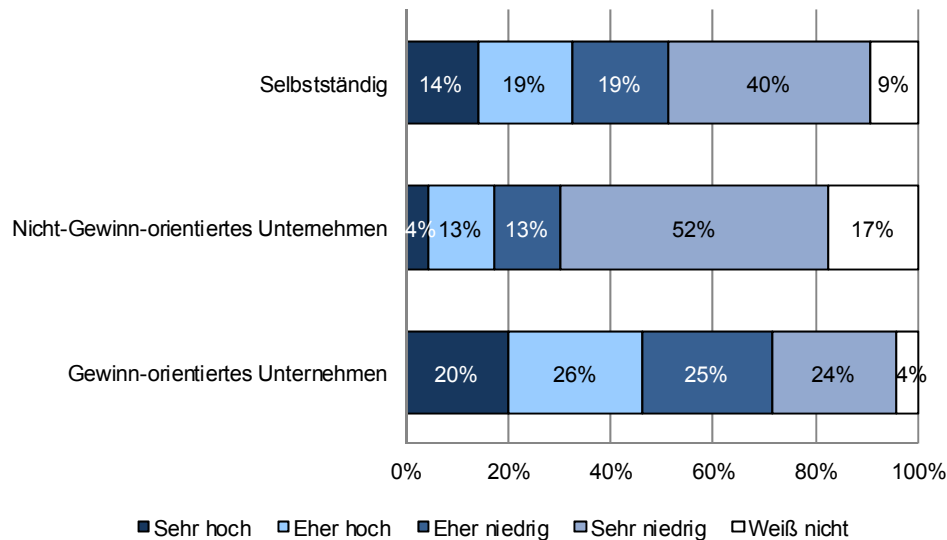
Grafik 28 Gründe für *keinen* Kreditantrag in den vergangenen drei Jahren der befragten Unternehmen und Organisationen, in %, Mehrfachnennungen möglich



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=58

Das **Interesse** der Befragten an einem **Bankkredit**, falls sie keinen Zugang zu anderen Finanzierungsformen hätten, ist vergleichsweise gering. Etwas mehr als ein Drittel der Befragten geben ein sehr hohes, bzw. eher hohes Interesse an. Das Interesse an einem Bankkredit ist mit rd. 46 % sehr hohem bzw. eher hohem Interesse bei gewinnorientierten Unternehmen am bedeutendsten. Bei den nicht-gewinnorientierten Unternehmen ist das Interesse an einen Bankkredit sehr gering, auch wenn ein Finanzierungsbedarf gegeben ist. Hier hat natürlich die Problematik der Rückflusszahlungen sowie die Art der Tätigkeit (vermehrt im kulturellen Bereich) einen großen Einfluss auf die Attraktivität dieses Finanzierungsinstruments. Für viele Kulturbetriebe wird die Finanzierung über einen Kredit als keine sinnvolle Option erachtet, da es keine entsprechenden gesicherten Rückflüsse gibt (z. B. Theaterbetrieb, Festivals).

Grafik 29 Interesse an einem Bankkredit der befragten Unternehmen und Organisationen für den Fall keines Zugangs zu anderen Finanzierungsformen, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=209

Hinsichtlich der **Informationsasymmetrie** (Verständigungsschwierigkeiten) ist dieses Phänomen nochmals für die Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft verschärft (vgl. u.a. Poppe 2013) und lassen sich auf folgende Punkte festmachen:

- Die Geschäftsmodelle sind von Kreditinstituten häufig nicht nachzuvollziehen.
- Es gibt noch zu wenige Berater, die über Know-how im Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft verfügen.
- Klassische Sicherheiten können oftmals nicht angeboten werden.
- Bankberater sprechen nicht die gleiche „Sprache“ wie Kreativschaffende.
- Relevante Bankprodukte sind den Kultur- und Kreativschaffenden nicht immer bekannt.
- Zu wenig Ressourcen (Zeitressourcen, entsprechende Kontakte, etc.) sich das Wissen darüber anzueignen bzw. den Schritt zu tun
- Hemmnisse sich an Banken zu wenden
- Abhängigkeit von Banken ist nicht gewünscht

Banken reagieren traditionell bzw. auch auf Grund geänderter Rahmenbedingungen (z.B. Basel II, III) **konservativ**. Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft, die von Banken Kredite erhalten, sind dann meist jene, die bereits erfolgreich am Markt sind und entsprechende Bilanzkennzahlen vorweisen können. Aus Sicht der befragten österreichischen Banken ist es insbesondere das Geschäftsmodell der Unternehmen/Organisationen der KKW, welches das Hauptproblem darstellt, da keine zugrunde liegende Sicherheiten in Form von materiellen Vermögenswerten vorhanden sind. **Mangelnde Kenntnisse**, wie die Bewertung von immateriellen Vermögenswerten erfolgen kann (z. B. im Bereich der immateriellen Schutzrechte¹⁴), hindern die Banken diese als Sicherheit zu nutzen bzw. als Bewertungskriterien entsprechend heranzuziehen. Bei der Bewertung von Kreativprojekten sind sie daher häufig auf das Know-how anderer Institutionen angewiesen – ein Kredit wird z. B. eher vergeben, wenn das Unternehmen bzw. die Organisation bereits eine Förderung (z. B. aus impulse) erhalten hat.

Wie in die vorangegangenen Kapitel gezeigt wurde, bewegt sich der Finanzierungsbedarf der Kultur- und Kreativwirtschaft in einer vergleichsweise geringen Größenordnung (mehr als die Hälfte der Organisationen mit einem Finanzierungsbedarf von bis zu € 30.000). Für die Banken rechnen sich Kredite über entsprechend kleine Summen und damit geringen Deckungsbeitrag meist nicht. Dadurch, dass die benötigten Summen gering ausfallen **bauen die Banken nur selten ein Spezialwissen** auf, um diesen Sektor entsprechen gut servizieren zu können. Die Kreativwirtschaft und der Kulturbereich sind insgesamt als Zielgruppe zu heterogen, als dass sie von Bankenseite als *eine* Zielgruppe wahrgenommen wird. Es gibt jedoch Banken, die sich auf Kunden aus dem Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft spezialisieren und diese als potentiell stark wachsende und damit zukünftig auch für die Bank ertragreichere Kundengruppe ansehen.

In die Bewertung der Kreditanträge fließen auch sogenannte „**soft facts**“ ein, d.h. die Bewertung der Qualität der Business Pläne und des Management Teams. Den KünstlerInnen wird etwa seitens der Banken **noch immer wenig betriebswirtschaftliches Know-How** zugetraut. Von Bankenseite konnte aber insgesamt für den Bereich über die vergangenen Jahre eine Verbesserung des betriebswirtschaftlichen Know-Hows bzw. der Erstellung von Business-Plänen, etc. beobachtet werden. Um die Situation zu verbessern wird von Bankenseite etwa auch die Wichtigkeit einer gegenseitigen Annäherung betont: Während die Banken ein Verständnis für die Situation der Kreativwirtschaft aufbringen müssten, erwarteten sich auch die Banken unternehmerisches Denken und Handeln, die Vorlage von Businessplänen etc.

¹⁴ Z. B. Patente können nicht immer als Sicherheiten herangezogen werden, wenn diese nur angemeldet wurden. Es muss eine Verwertung erfolgen.

Auf der anderen Seite wird von der Zielgruppe rückgemeldet, dass **Verhandlungen mit Banken häufig nicht „auf Augenhöhe“ passieren**, ein „nicht-verstehen-Können“ von Seiten der finanziellen Institutionen oftmals vorhanden ist. Die entsprechenden **Konditionen für einen Zugang zu Finanzierung** fallen daher **schlecht** aus – z. B. kein Überziehungsrahmen am Konto, Konditionen bei Krediten etc. selbst wenn es sich um große, etablierte Institutionen handelt. Von den befragten ExpertInnen wird u.a. auch eine unterschiedliche „Denke“ auf beiden Seiten verantwortlich gemacht – der „kulturelle“ Wert wird etwa seitens der Banken nicht als wirtschaftliche Größe wahrgenommen – auch sogenannte Sekundareffekte der Kultur werden nicht in die Evaluierung einbezogen.

Viele Kulturschaffende sind in ihrer unternehmerischen Tätigkeit gefordert, den **Spagat zwischen dem „Unternehmersein“ und der „künstlerischen Rolle“** zu schaffen. In manchen Bereichen ist die Sichtbarkeit des „Mehrwerts“ für die Wirtschaft stärker gegeben (z. B. Design, Architektur) und somit ein Finanzierungsbedarf „leichter“ zu Argumentieren. Selbstkritisch ist die Zielgruppe jedenfalls wissend, dass v.a. Ein-Personen-Unternehmen aus der KKW gute und wichtige Inhalte produzieren, interdisziplinär arbeiten aber auch **mangelndes betriebswirtschaftliches Wissen** festgestellt werden muss. Des Weiteren ist die strategische Ausrichtung weg von einer reinen Projektfinanzierung, hin zu einem **Fokus auf eine Unternehmensfinanzierung** für den Bereich als herausfordernd einzustufen.

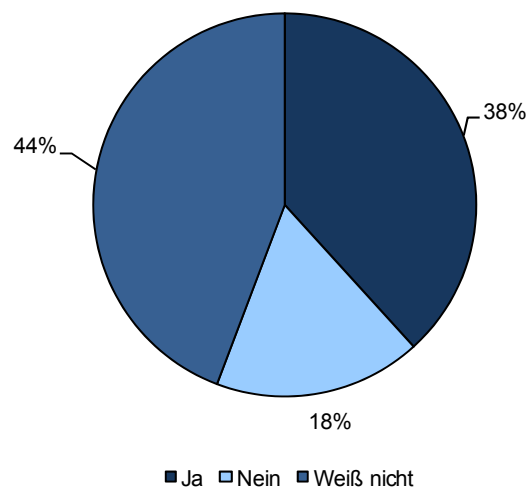
5. Der Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft - Portfoliobetrachtung

5.1. Interesse an einem Garantiefonds

Von Seiten der Kultur- und Kreativschaffenden werden Bankkredite allgemein als wenig attraktives Finanzierungsinstrument eingestuft. Sofern sich durch einen Garantiefonds die Konditionen für die Kreativschaffenden bei Bankkrediten entsprechend verbessern, würden Bankkredite an sich an Attraktivität für die Branche gewinnen.

Im Rahmen der Studie wurde die Zielgruppe der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu ihrem Interesse in Bezug auf einen Garantiefonds befragt. Rd. 44 % der Befragten gaben an, eine staatliche Garantie nützen zu wollen, wenn es eine spezielle für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft gäbe. Demgegenüber gab über ein Drittel der Befragten an, nicht einschätzen zu können, ob ein Garantiefonds für sie/ihn von Interesse wäre.

Grafik 30 **Einschätzung über die Inanspruchnahme eines Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft, Anteile der befragten Unternehmen und Organisationen in %**



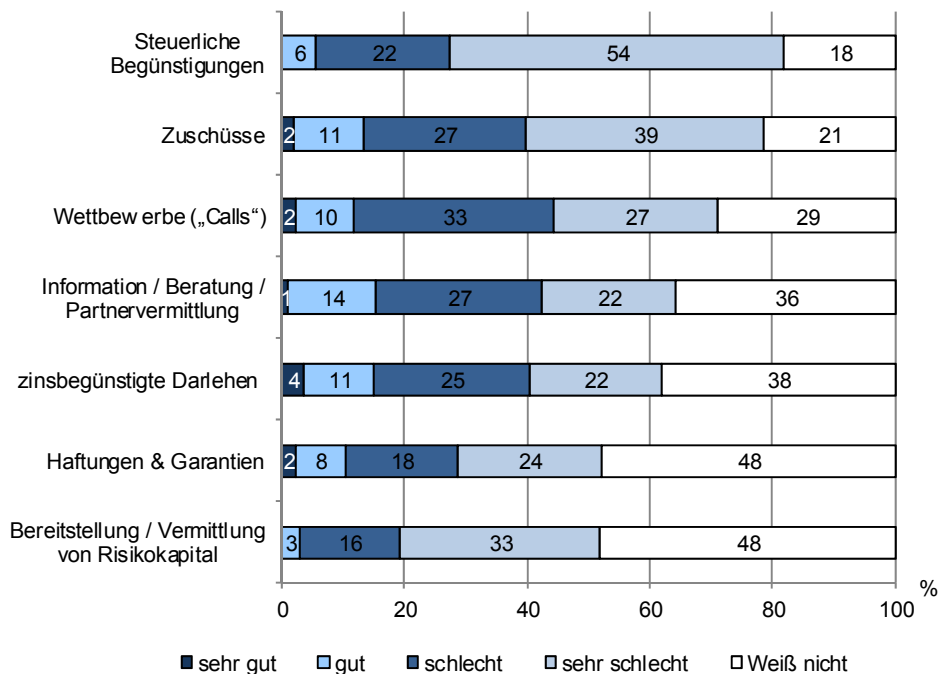
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=217

Aus den qualitativen Interviews unter VertreterInnen der Kultur- und Kreativwirtschaft ergibt sich ebenfalls ein **differenziertes Bild**. Die Schaffung von Vereinfachungen und zusätzlichen Möglichkeiten für den Zugang zu Finanzierung wird grundsätzlich befürwortet. Hier liegt auch die intendierte Hauptwirkung von einer Garantie. Skepsis besteht jedoch in Hinblick auf die Relevanz des Finanzierungsinstrumentes für bestimmte Teile der Zielgruppe und die Durchführung der Abwicklung. Einfache Strukturen und Abwicklung werden von der Zielgruppe gewünscht.

Seitens der Kreativ- und Kulturschaffenden wird angeregt, dass unter den FördergeberInnen Personen mit künstlerisch-kreativem Hintergrund vertreten sein sollen, um die Situation der Unternehmen und Organisationen entsprechend einschätzen zu können. Kreativschaffende könnten davon abgeschreckt werden, dass viele unterschiedliche Stellen involviert sind und viele Personen in der Bewertung „mitreden“.

Von Expertenseite wird ebenfalls die Wichtigkeit einer **einfachen, unbürokratischen Abwicklung** betont. Angedacht werden könnte etwa eine „Abwicklung light“ für Beträge unter € 100.000. Bei der Vergabe von Garantien erfolgt derzeit eine umfassende Projektprüfung und die Informationsbasis wird verbessert, da das Projekt genau durchleuchtet wird. Bei Haftungen wird von der aws ein Kapital- bzw. Liquiditätsplan eingefordert. Der Anspruch des Garantiefonds, welcher dann auch auf kleine Projektsummen abzielt, ist jedoch eine rasche, unbürokratische Abwicklung. Da es sich, wie gezeigt, um eher kleine Summen handeln würde, muss die **Relation Aufwand des Antrags bzw. Abwicklung und Höhe der Kreditsumme** jedenfalls in einem angemessenen Verhältnis stehen.

Das derzeitige Kredit- und Haftungsinstrumentarium der aws wird von Seiten der Kreativschaffenden häufig als hochschwellig eingestuft bzw. ist die Kenntnis über das allgemeine Haftungsinstrumentarium eher gering. Knapp 50 % der Befragten können das Angebot von Haftungen und Garantien (wie auch für Risikokapital) für Österreich aus Unkenntnis heraus nicht bewerten.

Grafik 31 Bewertung des Angebots unterschiedlicher Förderarten in Österreich durch die befragten Unternehmen und Organisationen, in %

Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung, n=197 bis n=203

Seitens der **befragten Banken** wird positives Interesse an einem Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft bekundet. Insbesondere die Unterstützung hinsichtlich der Bewertung von Projekten in diesem Bereich und der Aufbau einer entsprechenden Expertise innerhalb der Banken werden als hilfreich eingestuft. Durch diese Unterstützung beim Aufbau von Expertise im Bereich immaterieller Vermögenswerte könnte auch ein „Kulturwandel“ bei den Banken stattfinden – hin zu höherem Bewusstsein und Verständnis für Kreativschaffende. Weitere Vorteile, welche sich durch einen Garantiefonds der Kultur- und Kreativwirtschaft ergeben würden, umfassen neben einer größeren Wahrscheinlichkeit für eine Kreditvergabe auch die Verbesserung von Konditionen durch ein vermindertes Risiko¹⁵.

¹⁵ Als eine interessante Option wird es von Bankenseite angesehen, kurzfristige Garantien auszugeben, beispielsweise bei Kontoüberziehungen oder zur Vorfinanzierung von Projekten. Wie schon im Kapitel 3 dargestellt, sind Vorfinanzierung und v.a. Überbrückungs- und Zwischenfinanzierungen für bestimmte Bereiche (Film, Kulturbereich ohne und/oder mit Förderzusagen, alle Projekte in Produzentenlogik) zentral.

Bei der **Implementierung des Garantiefonds** müsste zunächst jedenfalls ein „Bezug zur Branche“ hergestellt werden. Der aws würde hierbei lt. ExpertInnen eine hohe Signalwirkung zukommen. Ein Anliegen der Bankenseite wäre es zudem, dass die Förderung zentral über die aws abgewickelt wird.

Voraussetzung für die Inanspruchnahme dieses Instruments ist die entsprechende **Kenntnis** des Instruments innerhalb der Zielgruppe. Dies kann zum jetzigen Zeitpunkt als große Herausforderung betrachtet werden. Das Instrument ist interessant und relevant für die Zielgruppe, nur die Kenntnis davon ist (noch) sehr eingeschränkt. Dies ist, wie oben beschrieben, für das gesamte Haftungsinstrumentarium gültig.

Die aws kann sicherlich von einem teilweise schon vorhandenen Zugang zur Zielgruppe profitieren, nichtdestotrotz muss die **Awareness für dieses Instrument** nicht nur bei der Zielgruppe der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft gehoben werden, sondern auch bei BankenvertreterInnen. Der Vertrieb der Haftungen ist überwiegend bei den Banken angesiedelt. Bezüglich des Haftungsinstrumentariums der aws wurde in der Evaluierung ersichtlich (vgl. Mayer et al 2009), dass nur eine kleiner Teil der Geförderten wussten, dass die Garantie, die sie Anspruch nahmen, Teil des Haftungsinstrumentarium der aws war. Die Bewerbung der aws-Haftungen von Seiten der Banken ist somit eine wichtige Voraussetzung und von manchen als ausbaufähig eingestuft.

Die **Bewerbung** des Garantieinstruments für die Kultur- und Kreativwirtschaft muss breit erfolgen, dass die Zielgruppe ihre Hemmung ablegt, sich an die Bank zu wenden, um Finanzierung zu beantragen. Ein bestimmter Teil der Zielgruppe, der schon Bankkredite in Anspruch nimmt oder der es gewohnt ist komplexe Finanzierungsstrukturen für ihre Vorhaben aufzustellen (z. B. Filmbereich), ist sicherlich leichter mobilisierbar als derjenige Teil der Zielgruppe, der z. B. explizit nicht-gewinn-orientiert ihre Vorhaben durchführt. Ein direkter Weg zur Garantie ist natürlich auch über die aws möglich.

5.2. **Portfoliobetrachtung innerhalb der aws**

Im nachfolgenden Unterkapitel werden die bereits bestehenden Förderangebote der aws in Hinblick auf ihre Relevanz für die Zielgruppe der Kultur- und Kreativwirtschaft betrachtet. Die Förderlinie der „aws impulse“ hat sich im Bereich der Förderung kreativwirtschaftsbasierter Innovationen in den letzten Jahren etabliert. Durch die Bündelung der Förderinitiative FISA¹⁶, und letztens auch des „aws Kreativwirtschaftsschecks“¹⁷, hat sich das **interne Know-How der aws** in Bezug auf Unternehmen aus der Kreativwirtschaft laufend weiterentwickelt und aufgebaut. Der Aufbau des Know-Hows betrifft gleichwohl den Bereich der wirtschaftlichen Prüfung der Anträge, wie auch die Gesamt-Bewertung von Projekten aus dem Bereich der Kreativwirtschaft (u. a. auf Grund klarer Bewertungsverfahren mit einer von Branchen-ExpertInnen besetzten Jury¹⁸). Eine Herausforderung in der Unterstützung von Kultur- und Kreativwirtschaft sind die neuen und „anderen“ Geschäftsmodelle zu verstehen.

Förderschwerpunkte von aws impulse sind nicht nur Unternehmen aufgrund ihrer sektoralen Abgrenzung zur Kreativwirtschaft, sondern vielmehr das kreativwirtschaftlich basierte innovative Projekt. Die aws impulse-Förderung hat sich in den letzten Jahren immer wieder an den Bedürfnissen der Zielgruppe adjustiert, nicht zuletzt durch die Implementierung von aws impulse XS, das auf „kleinere“ Projektvolumina (bis zu € 64.000,-)¹⁹ abzielt, oder des Kreativwirtschaftsschecks (Zuschusshöhe von € 5.000,-, keine Begrenzung der Projektvolumina), der als nachfrageseitiges Förderinstrument die Inanspruchnahme von Kreativwirtschaftsleistungen in der Gesamtwirtschaft vereinfachen soll. Zusätzlich können auch „größere“ Projektvolumen (bis zu ca. € 400.000,-)²⁰ über das seit vielen Jahren etablierte aws impulse XL unterstützt werden.

Die Ergebnisse der vorliegenden Erhebungen zeigen auf, dass der Finanzierungsbedarf der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft für einen Großteil der Befragten bei Finanzierungsbeträgen unter € 30.000,- liegt.

¹⁶ FISA“ ist eine bundesweite Förderinitiative des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft zur Unterstützung der Filmwirtschaft in Österreich. Die gegenständliche Förderung richtet sich an etablierte Filmproduzenten, die rein österreichische Produktionen, internationale Koproduktionen und internationale Großproduktionen (Serviceproduktionen) planen und umsetzen.

¹⁷ Zuschuss für KMU in Höhe von € 5.000,-, die kreativwirtschaftliche Leistungen für ein Innovationsvorhaben in Anspruch nehmen.

¹⁸ Bei der Bewertung von Kreativprojekten kommt der Zusammenarbeit mit Branchenexperten hohe Bedeutung zu. Als vorteilhaft wird eingestuft, wenn sich die Jury aus Personen mit unterschiedlichem Wissen zusammenfügt.

¹⁹ Max. Zuschusshöhe von € 45.000,- bzw. 70 % des Projektvolumens.

²⁰ Max. Zuschusshöhe von € 200.000,- bzw. 50 % des Projektvolumens.

Abseits von Innovationsförderung oder Unterstützung von kooperativen Projekten mit kreativwirtschaftlichen Dienstleister ist, bezugnehmend auf die angegebenen Gründe für Investitionen, der **Bedarf nach einem reinen Finanzierungsinstrument** in der Zielgruppe gegeben.

Angesichts der Finanzierungsstruktur der untersuchten Zielgruppe wäre es am naheliegendsten **Eigenkapitalinstrumente** einzusetzen, da oftmals wenige Rückflüsse gegeben sind. Jedoch ist diese Art von Instrumenten nur für ein Teil der Zielgruppe adäquat, als dass es sich in der Mehrheit um (sehr) kleine Unternehmen handelt und die Projektvolumina in der Regel als gering zu bewerten sind.²¹ Dahingehend ist die alternative Finanzierungsform des **Crowdfundings**, welches Elemente der Eigenkapitalfinanzierung aufweist, für diesen Bereich als interessant einzustufen, da hier eine Stückelung auf Kleinbeträge stattfinden kann. Es ist ein Trend für diese Finanzierungsform vorhanden, der sich in den nächsten Jahren weiten wird müssen, und natürlich mit dem Angebot an Plattformen für Österreich zusammenhängt. Die tatsächliche Verwendung dieses Instruments ist jedoch noch eher ein Randphänomen.

Um eine große Wirkung eines Förderinstrumentes zu erzielen, ist nicht der Absolutbetrag, bzw. die Höhe des Projektvolumens ausschlaggebend, sondern die Relation des Förderbetrages zur Finanzierungskraft. Bei besonders kleinen Krediten (€ 5.000,-) ist es besser, einen zinsgünstigen Kredit mit einer Garantie zu vergeben als dass auf das Haftungsinstrumentarium zurückgegriffen wird. **Bestehende Finanzierungsangebote der aws** wie der **erp-Kleinkredit**, als zinsgünstigen Kredit, können somit für die Zielgruppe als sehr relevant eingestuft werden. Da für Mittel aus dem erp-Fonds immer eine Besicherung vorhanden sein muss, ist die Kombination des Instruments des Kleinkredits mit einer Garantie aus dem Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft für Projekte und Unternehmen aus diesem Bereich zielführend. Durch das interne Know-How der aws Mitarbeitenden im Bereich der Garantien (bei der wirtschaftliche Prüfungen müssen z. B. bei Filmprojekte Bilanzen anders gelesen werden), der kreativwirtschaftlichen Projekte, v.a. in dessen Bewertung, und die Erfahrung des internen cross-sellings für Förderangebote ist die **interne Abwicklung** sicherlich auf gute Beine gestellt. Bei den Ratingmodellen der aws kommt zudem insgesamt den Soft Facts mehr Bedeutung zu, was wiederum den Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu Gute kommt.

²¹ Des Weiteren sind in Österreich ein paar wenige Venture Capital Fonds für die Kreativwirtschaft vorhanden, an denen sich wachstumsintensive bzw. schnell wachsende Unternehmen wenden können. Der Equity Finder der aws wurde nun auch eingeführt. Daten zur Inanspruchnahme stehen noch nicht vor.

Bei der Bewertung von Projekten versucht die aws darüber hinaus das *zukünftige* Potential von Projekten abzuschätzen und sich damit, nicht wie im Bereich von Bankenratings üblich, vorwiegend auf vergangenheitsbezogener Bilanzkennzahlen zu stützen. Dies ist bei Projekten und Unternehmungen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft sehr wichtig.

Bezüglich des Instrumentariums des erp-Fonds kann auch das **erp-Regionalprogramm** hervorgehoben werden. Kultur- und Kreativwirtschaft wurde nicht zuletzt von der Europäischen Kommission als Vehikel zur Regionalentwicklung identifiziert. Im Fünften Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht wurde die Bedeutung der Kreativwirtschaft in den ländlichen Regionen Österreichs aufgezeigt. Projekte, die z. B. bei aws impulse LEAD gefördert worden sind, widmen sich dieser regionalen Thematik.

Aus den strukturellen Merkmalen der Kultur- und Kreativwirtschaft heraus sind jedenfalls auch der **Mikrokredit** und der **Dienstleistungsantrag** im Förderportfolio der aws relevant. Auch Instrumente, die aus einem Zuschuss und einem Haftungs-/Garantieprogramm bestehen, machen hier für einen spezifischen Teil der Zielgruppe durchaus Sinn („Unternehmensdynamik“), da die Befragten, die einen Kreditantrag gestellt haben, zu rd. 25 % angeben, Finanzierungsbedarf von Summen von über € 100.000,- zu haben und in den höheren Umsatzgrößenklassen zu finden sind.

Eine Portfoliobetrachtung der Angebote der aws in Richtung der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigt Potenziale auf. Bestehende Angebote der aws sind durchaus für diesen Bereich attraktiv. Natürlich ist die Einschränkung auf Antragsteller als gewerbliche Unternehmungen zu beachten, wobei diese Einschränkung nicht für den Garantiefonds des EIF gilt.

6. Schlussfolgerungen

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Studie die **mehrdimensionalen Aspekte des Problems des Zugangs zu Finanzmitteln** auf. Der Finanzierungsbedarf sowie die **Finanzierungssituation** innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft sind sehr **unterschiedlich** und vielfältig.

Die bei Studienbeauftragung formulierten **Hypothesen** wurden weitgehend bestätigt:

- Informelles Kapital sowie kurzfristige Kontokorrentfinanzierung werden am häufigsten genutzt;
- Bedarf an Finanzierung ist vor allem für projektabhängige Zwischenfinanzierung gegeben;
- Unternehmen/Organisationen aus der Kultur.- und Kreativwirtschaft benötigen kleinere Kredite bzw. kleinere Finanzierungsbeträge;
- Volatile/instabile Umsatz- und Ertragssituation erschweren die Rückzahlungen; Zugang zu Finanzierung von Umlaufvermögen wichtig;
- Unternehmen/Organisationen aus der Kultur.- und Kreativwirtschaft bieten oftmals keine klassischen Realsicherheiten;
- Geringe Kenntnisse der Unternehmen/Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft über adäquate Bankprodukte;
- Sehr knappe Ressourcen (Zeitressource, Sozialkapital, etc) sich das Wissen darüber anzueignen bzw. den Schritt zu tun;
- Hemmnisse sich an Banken zu wenden;
- Banken „verstehen“ die Geschäftsmodelle nicht, Unternehmen/Organisationen aus der Kultur.- und Kreativwirtschaft „passen“ nicht ins Rating Schema bzw. müssen die sogenannten soft facts stärker berücksichtigt werden.

Im Sektor herrscht große Zurückhaltung hinsichtlich der Bewerbung für externe Finanzierung. Dahingehend gelten für Österreich ähnliche Ergebnisse wie auf europäischer Ebene (vgl. IDEA 2013). Mikrokredite (von bis zu € 5.000,-) werden aktuell am Markt nicht zur Verfügung gestellt, auch wird immer wieder thematisiert, dass es für Unternehmen (v.a. EPU) teilweise schwieriger ist, zu einem Überziehungsrahmen zu kommen als für Private. Als vorteilhaft wird von der Zielgruppe eingeschätzt, wenn es für kleine Beträge (z. B. bis zu € 10.000,-) eine „einfache“ Abwicklung beim Zugang zu externer Finanzierung gäbe (geringe Formalkriterien). In dieser Höhe ist die Finanzierung über Kontokorrentkredit jedenfalls einfacher. Meistgenanntes Hindernis beim Zugang zu externer Finanzierung ist der Mangel an ausreichenden Vermögenswerten zur Bereitstellung als Sicherheit. Das Problem der Sicherheiten führen zu Wettbewerbsnachteilen gegenüber anderer Branchen.

Auf Basis der Ergebnisse der Studie wurden vom erweiterten Studienteam gemeinsam mit den AuftraggeberInnen einige Ansätze identifiziert, die als Handlungsempfehlungen formuliert werden können. Diese und weitere allgemeine Diskussionspunkte sollen nun im Folgenden dargestellt und erläutert werden.

Es galt im Rahmen der Studie der Frage nachzugehen, inwiefern der von der EU im Rahmen des Programms CREATIVE EUROPE bereitgestellte **Garantiefonds** für Österreich zweckmäßig wäre, bzw. inwiefern dieses Finanzierungsinstrument für Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft adäquat und nützlich wäre. Das Vorhandensein eines speziellen Fonds für Österreich erhöht die Sichtbarkeit und dadurch auch den Effekt, der dadurch erzielt werden kann. Das Finanzierungsinstrument setzt aber voraus, dass ein Bankkredit beantragt und in der Folge gewährt wird.

Das vorrangige Ziel, das die Stakeholder mit der Implementierung eines Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Österreich verfolgen, ist die Unterstützung der Unternehmen und Organisationen des Sektors durch rasche, effiziente sowie flexible – im Sinne von an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasste – Finanzierung. Dies soll dazu beitragen, den **Zugang zu externen Finanzmitteln für die Kultur- und Kreativwirtschaft allgemein zu erleichtern**. Neben dieser direkten Zielsetzung wird des Weiteren intendiert, den (Wirtschafts-)Bereich stärker sichtbar zu machen sowie ein öffentliches Bewusstsein dafür zu schaffen.

Insbesondere in jenen Bereichen, die stark von öffentlicher Förderung abhängig sind (wie z.B. die Filmwirtschaft), soll ein höherer Anteil an Kreditmitteln im spezifischen „**Finanzierungsmix**“ der **Unternehmen und Organisationen** erreicht werden. Allgemein wird eine verstärkte Öffnung für den Kultursektor angestrebt – dies betrifft nicht nur die möglichen Finanzierungsarten, sondern auch mögliche Organisationsformen und Geschäftsmodelle. Wobei insgesamt die **Eigenverantwortung der Organisationen und Unternehmen** weiter gesteigert und eine **Professionalisierung der Bereiche** weiter vorangetrieben werden soll.

Tatsächlich interessant sind derzeit Bankkredite primär für jene Unternehmen/Organisationen, die die Logik des Bankensektors verinnerlicht haben bzw. bereits erfolgreich in diesem System etabliert sind. Die Beschreibung der Finanzierungssituation und des Finanzierungsbedarfs der unterschiedlichen Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft und der unterschiedlichen Organisationsarten (gewinn- vs. nicht-gewinnorientierte Unternehmen) zeigt ein **Spannungsfeld in Bezug auf die Relevanz des Instruments** innerhalb der Zielgruppe auf. Vermutlich wird sich nur ein Teil der Zielgruppe durch dieses Finanzierungsinstrument angesprochen gefühlt (z. B. Unternehmen mit Bedarf an höheren Kreditsummen und schon vorhandenem Zugang zu externer Finanzierung).

Wie in Abschnitt 5.1. dargestellt, ergibt sich beim Interesse an einem Garantiefonds von Seiten der Kultur- und Kreativschaffenden ein sehr **differenziertes Bild**. Ein prinzipiell positives Interesse ist seitens der befragten Banken vorhanden. Die Unterstützung hinsichtlich der Bewertung von Projekten in diesem Bereich und der Aufbau einer entsprechenden Expertise werden begrüßt. Dieses Instrument wird von Seiten des Studienteams als positiv eingestuft, wenn es ermöglicht die Bankenfinanzierung als realistische Option in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu verankern. Damit die Einführung des Garantiefonds nicht nur ein Unterstützungsinstrument für Banken ist (damit diese Know How über die KKW aufbauen können und eher den Unternehmen der KKW Kredite gewähren), muss die **Kenntnis über das Instrument bei der Zielgruppe** sichergestellt werden.

Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung des „**capacity buildings**“ sowohl von Seiten der Banken (z. B. Bewusstseinsbildung hinsichtlich immaterieller Vermögenswerte als Sicherheiten sowie die Bewertung der zukünftigen Potenziale statt nur der vergangenen Performance, Feld der Sicherheiten erweitern z. B. Gütesiegel von Förderstelle), wie auch der Unternehmen/Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, um den Zugang zu Finanzmitteln zu ermöglichen und zu erleichtern. Somit ist die geplante „Ausbildungsschiene“ innerhalb des CREATIVE EUROPE Programms und die Teilnahme österreichischer Stakeholder an diesem Angebot sehr zu befürworten.

Eine der grundlegenden Herausforderungen besteht darin, explizit zu definieren, an welche Branchen und an welche Geschäftsmodelle und Organisationsformen sich das Instrument des Garantiefonds primär richten soll bzw. auch welche Art von Projekten damit abgewickelt werden kann. Dem Anspruch, dass ein Geschäftsmodell „sich selbst tragen muss“, um entsprechende Rückflüsse für eine Kreditfinanzierung zu gewährleisten, steht dabei die Vereinsstruktur vieler Kulturbetriebe entgegen, die per Definition (zumeist) eine Gewinnerorientierung ausschließt. Vor dem Hintergrund einer zunehmend stärkeren Verflechtung des Kultur- und Kreativsektors bzw. auch der Entstehung „**hybrider**“ **Geschäftsmodelle** (mit sowohl „gewinnorientierten“ Bereichen als auch „künstlerischen“ Bereichen, die öffentlicher Förderung bedürfen, oder die durch die gewinnorientierten Bereiche gedeckt werden) sind auch die öffentlichen (Förder-) Strukturen zu hinterfragen und gegebenenfalls entsprechend anzupassen. Die klare Trennung zwischen „gewerblichen Unternehmen“ (etwa als Voraussetzung bei der Beantragung von awsgarantien) und dem nicht-gewinnorientierten „Kulturbereich“ (oftmals als Verein organisiert) ist dahingehend als Herausforderung zu sehen. Insbesondere, da im Rahmen des Garantiefonds auch eine Zwischenfinanzierung, etwa bis zum Erhalt einer öffentlichen Förderung, möglich sein soll – eine Nutzungsart des Garantiefonds, die etwa auch für Vereinsformen von Interesse wäre.

Die **einfache Abwicklung** für die AntragstellerInnen wurde als ein zentrales Element für den Erfolg des Instruments identifiziert. Gerade auch für jene Unternehmen und Organisationen, die die Haftung zur Überbrückung bis zur Auszahlung von Fördergeldern beantragen und bereits den erforderlichen administrativen Aufwand in die Beantragung von Fördermittel geleistet haben, soll eine übermäßige Belastung durch zusätzlichen administrativen Aufwand (für die Beantragung der Haftung aus dem Garantiefonds) so gering wie möglich gehalten werden.

Spezifische Herausforderungen werden auch in Hinblick auf den **Bankensektor** deutlich. Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen eine konservative Einstellung des österreichischen Bankensektors, welcher eher risikoavers agiert bzw. auch in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage und den Rahmenbedingungen (erhöhte Eigenkapitalvorschriften durch Basel II, III) die Kreditkonditionen weiter verschärft. Es gilt sicherzustellen, dass die Vorteile des Garantiefonds an die Kunden vollständig weitergegeben werden.

Basis für die **weitere Vorgehensweise** ist zunächst die **Klärung der Termini und Begrifflichkeiten**, insbesondere, was die Bezeichnung und Adressierung der Zielgruppe betrifft. Wie bereits angeführt, verlangen die Geschäftsmodelle und das Verlaufen der Grenzen von Kultur- und Kreativwirtschaft ein Umdenken und einen „kulturellen Wandel“ – sowohl was die FördergeberInnen bzw. die Strukturen betrifft als auch die Banken und Unternehmen / Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft selbst. Aus Sicht der AuftraggeberInnen bildet die vorliegende Studie eine unterstützende Basis und Entscheidungsgrundlage für die weiteren Schritte. Im Vorfeld ist die Involvierung aller relevanten Stakeholder sicherzustellen bzw. sind etwaige nationale rechtliche Anpassungen vorzunehmen und die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen.

Aus praktischer Sicht liegen die weiteren Schritte im Input (der aws) an den EIF und die Europäische Kommission, wobei insbesondere **rechtliche Vereinbarkeiten**, sowie spezifische österreichische Anliegen zu adressieren sind. Dies sollte parallel zu Fein-Konzeptionierung des Produkts erfolgen. Dabei ist folgender Zeitplan zu berücksichtigen: Der Garantiefonds soll ab dem Jahr 2016 operationell sein, wobei Schulungs- und Awarenessmaßnahmen bereits ab 2015 erfolgen. Ende 2014 wird voraussichtlich der Call der EU zu „capacity building“ erscheinen, während 2015 der Call für Pilotprojekte zum Garantiefonds herausgegeben werden wird.

Die **Erfahrungen und Expertise der aws**, sowohl, was die Bewerbung um EU/EIF-Mittel betrifft, als auch die die Expertise, welche die aws in den vergangenen Jahren im Bereich der Kreativwirtschaft (inkl. der Bewertung immaterieller Vermögenswerte) aufbauen konnte, stellt ein weiteres unterstützendes Element dar. Im Rahmen der ExpertInneninterviews der vorliegenden Studie bekundeten die BankenvertreterInnen positives Interesse am Garantiefonds. Einzelne Akteure in den Banken könnten damit als UnterstützerInnen und Multiplikatoren fungieren.

Die **gemeinsame Intention** der einzelnen Stakeholder und FördergeberInnen - die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft – wirkt unterstützend. Ein zentrales Anliegen, und gleichzeitig eine Herausforderung, sind dahingehend die **Zusammenarbeit und gemeinsame Beauftragung von Bundeskanzleramt (BKA), BMWFW unter Einbindung des BMF**.

7. Literatur

Caves, R. (2000): Creative industries – Contract between Art and Commerce, Cambridge MA: Harvard University Press.

Demos (2011): Risky Business – the lazy assumption that creative industries are inherently risky is harming Britain's path to grow, Demos.

Dörflinger, A. / Enichlmair, C. / Gavac, K. / Sheikh, S. / Philipp, T. (2012): Kreativwirtschaft Linz und Oberösterreich. Bereichs- und Potenzialanalyse. Im Auftrag der CREATIVE REGION LINZ UPPER AUSTRIA

IDEA Consult / ecorys NL (2013): Survey on access to finance for cultural and creative sectors. Evaluate the financial gap of different cultural and creative sectors to support the impact assessment of the creative Europe Programme.

ECIA (2014): Thematic Paper: Creative Industries, Access to Finance. Draft version (10.03.2014)

Eikhof, D. / Haunschild, A. (2006): Lifestyle meets market: bohemian entrepreneurs in creative industries, Creativity and Innovation Management, 15(3), pp.234-241

Europäische Kommission (2012): Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen. COM(2012) 537 final.

Europäische Union (2013): Verordnung Nr. 1295/2013 des europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2013 zur Einrichtung des Programms Kreatives Europa (2014-2020).

Europäische Kommission (2013): The EU explained: Celebrating Europe's cultural diversity. Culture and audiovisual. Luxembourg: Publications office of the European Union.

Friesenbichler, K. / Url, T. (2013): Standortfaktoren und Investitionspotential von Risikokapital in Österreich. In: WIFO-Monatsberichte 8/2013 23.8.2013, S.673-683

KEA (2010): Promoting investment in the cultural and creative sector: financing needs, trends and opportunities.

KEA (2006): The Economy of Culture in Europe, in Auftrag der Europäischen Union

KMU Forschung Austria / österreichische Kulturdokumentation (2013): Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht – Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor. Im Auftrag der kreativ wirtschaft austria der WKO.

Mayer, S. / Hölzl, K. / Robubi, A. / Enichlmair, C. / Marchart, J. (2011): Evaluierung des Haftungsinstrumentariums des BMWFJ auf Basis des KMU-

Förderungsgesetzes, das von der aws abgewickelt wird. Endbericht, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend.

Peacefulfish (2012) Taking the pulse of investors, traditional and alternative finance sources in financing the CI. Im Auftrag von C-I Factor, European Creative Industries Alliance.

Poppke, B. (2013): Finanzierung in der KKW, Unterlagen Workshop 4 Alternativen der Finanzierung - Von FFF über Mikrokredite zu Vouchern, Stuttgart 29.04.2013; RKW Kompetenzzentrum Kultur- & Kreativwirtschaft des Bundes.

Tooth, J. (2010): Mini-Study on the access to finance activities of the European Creative Industry Alliance. Report to the European Commission, DG Enterprise and Industry.

Voithofer, P. et al. 2010: Vierter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Studienfassung. Im Auftrag der creativ wirtschaft austria der WKO.

Wirtschaftskammer Österreich / Austria Wirtschaftsservice (2014): Strukturbefragung unter österreichischen Betrieben zum Thema Unternehmensfinanzierung. Bericht Pressekonferenz April 2014.

8. ANHANG

Liste NACE Definition

Die **Kreativwirtschaft** wird gemäß 4. Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht (vgl. ebda) folgendermaßen abgegrenzt:

„Kreativwirtschaft umfasst erwerbsorientierte Unternehmen, die sich mit der Schaffung, Produktion, (medialen) Distribution von kreativen und kulturellen Gütern und Dienstleistungen beschäftigen.“

Tabelle 2 Abgrenzung von Kultur- und Kreativwirtschaft nach ÖNACE 2008

Architektur

71110 Architekturbüros

Design

74100 Ateliers für Textil-, Schmuck-, Grafik- u.ä. Design

Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit

47591 Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien

47610 Einzelhandel mit Büchern

4763 Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern

47789 Kunsteinzelhandel als Teil (19 %) von „Sonstiger Einzelhandel a.n.g. in Verkaufsräumen (ohne Antiquitäten und Gebrauchsgüter)“

59200 Tonstudios; Herstellung von Hörfunkbeiträgen; Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien

85521 Tanzschulen

85529 Sonstiger Kulturunterricht

90010 Darstellende Kunst

90020 Erbringung von Dienstleistungen für die darstellende Kunst

90030 Künstlerisches und schriftstellerisches Schaffen

90040 Betrieb von Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen

63910 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros

74200 Fotografie und Fotolabors

74300 Übersetzen und Dolmetschen

77220 Videotheken

Software & Games

58210 Verlegen von Computerspielen

Verlage

58110 Verlegen von Büchern

58120 Verlegen von Adressbüchern und Verzeichnissen

58130 Verlegen von Zeitungen

58140 Verlegen von Zeitschriften

58190 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software)

Video & Film

59110 Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen

59120 Nachbearbeitung und sonstige Filmtechnik

59130 Filmverleih und -vertrieb (ohne Videotheken)

59140 Kinos

Werbung

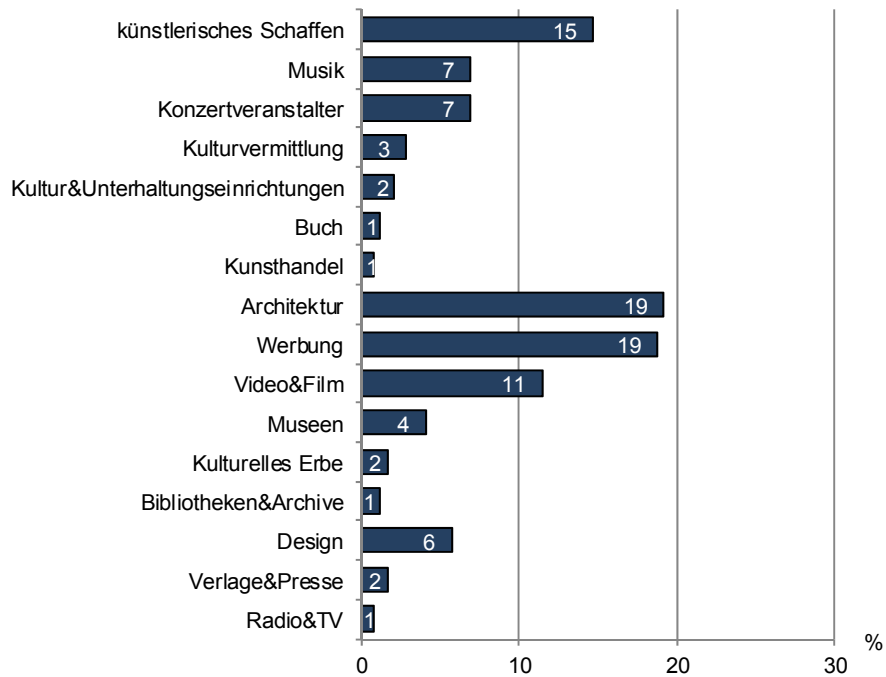
- 73111 Werbegestaltung
- 73112 Werbemittelverbreitung
- 73120 Vermarktung und Vermittlung von Werbezeiten und Werbeflächen

Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten*

- 91010 Bibliotheken und Archive
- 91020 Museen
- 91030 Betrieb von historischen Stätten und Gebäuden und ähnlichen Attraktionen
- 91040 Botanische und zoologische Gärten sowie Naturparks

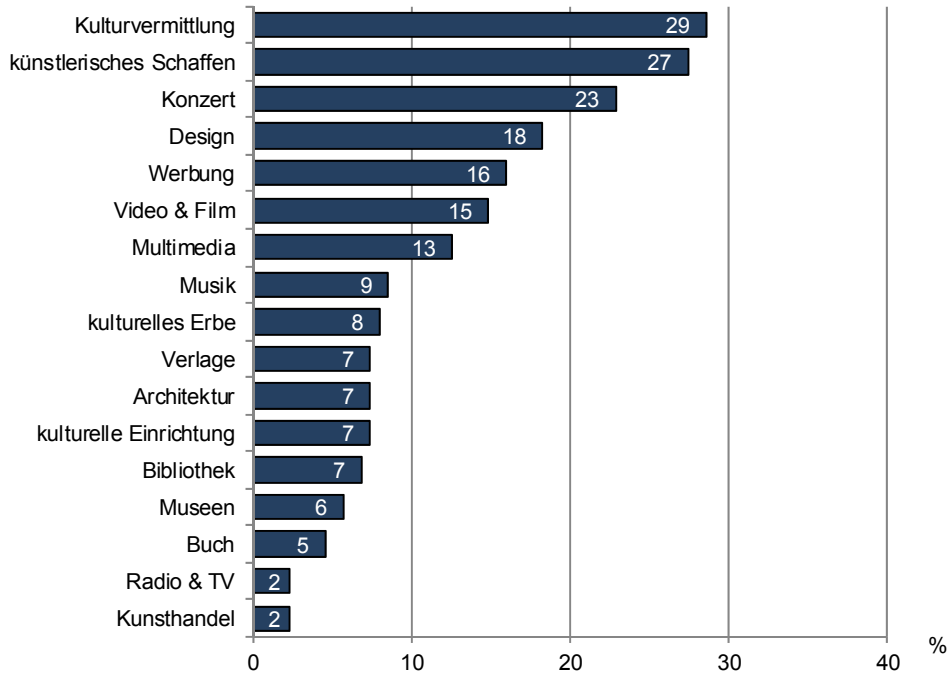
Beschreibung des Sample

Grafik 32 Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Subbereichen, in %



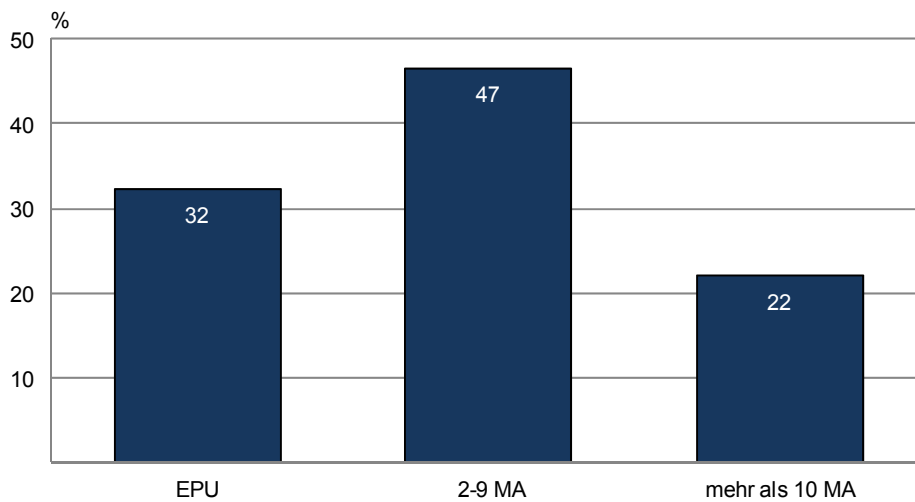
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=245

Grafik 33 Zweittätigkeit der befragten Unternehmen & Organisationen, nach Branchen, in %



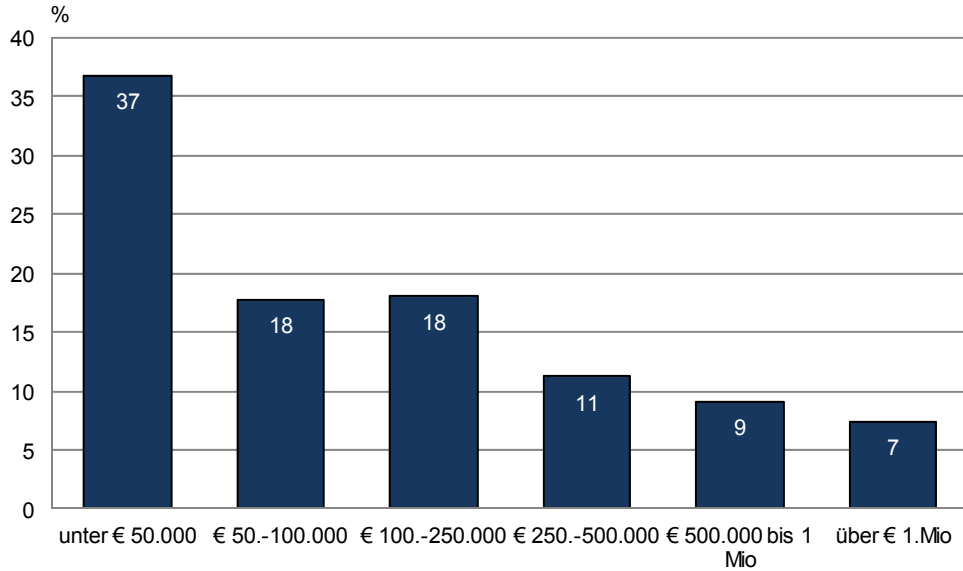
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=175

Grafik 34 Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Beschäftigtengrößenklasse, in %



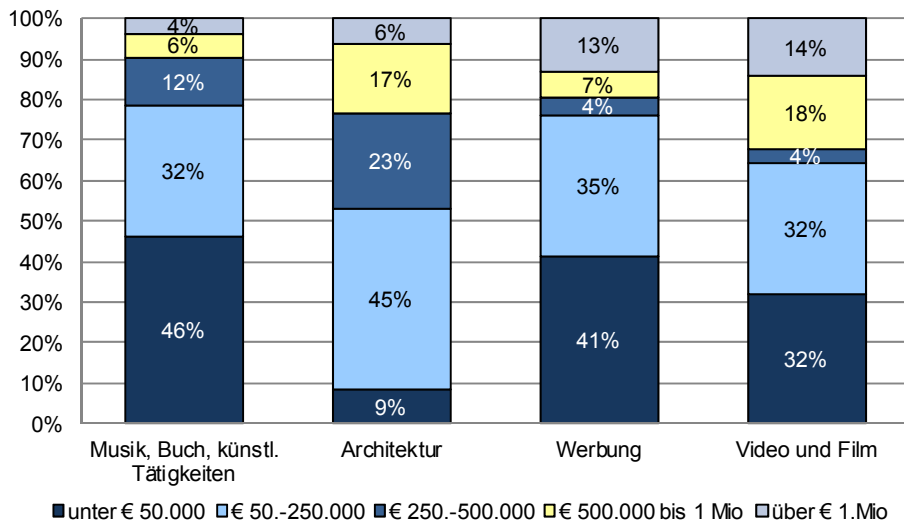
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=245

Grafik 35 Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Umsatzgrößenklassen, in %



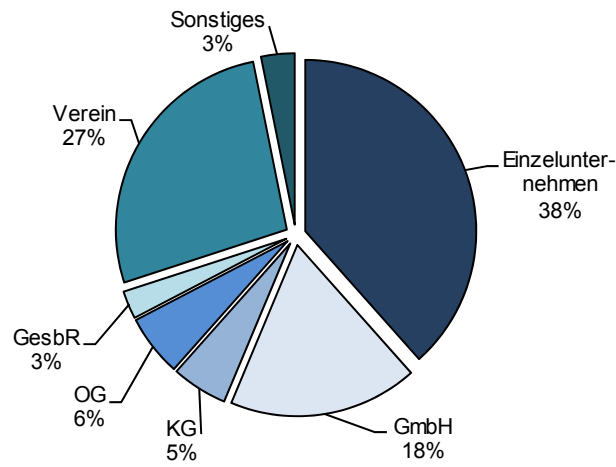
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=242

Grafik 36 Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Umsatzgrößenklasse und Branche, in %



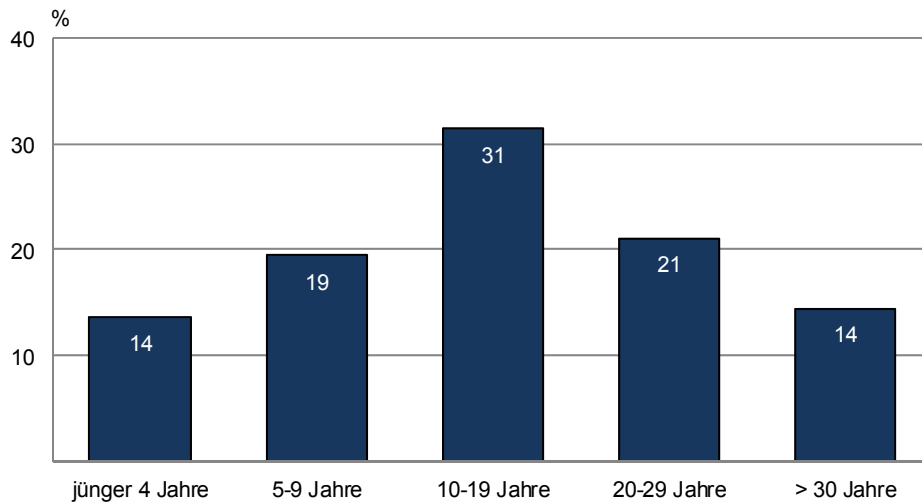
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=242

Grafik 37 Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Rechtsform, in %



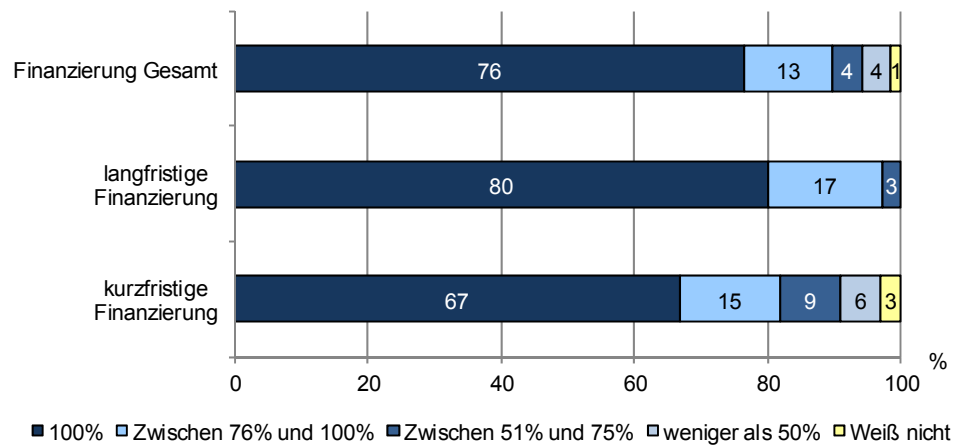
Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=190

Grafik 38 Befragte Unternehmen & Organisationen, nach Alter, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=243

Grafik 39 Höhe der zugesagten Kreditfinanzierung in % der beantragten Finanzierung der befragten Unternehmen und Organisationen nach Fristigkeit des Finanzierungsbedarfs, in %



Quelle: KMU Forschung Austria, Online-Befragung Frühjahr 2014, n=33 bis n=68

Fragebogen

A. ALLGEMEINE ANGABEN ZUM UNTERNEHMEN

1. Im welchem Bereich ist Ihr Unternehmen bzw. Ihre Organisation schwerpunktmäßig tätig bzw. führen Sie schwerpunktmäßig Projekte durch?

- Künstlerisches Schaffen (Darstellende Kunst, ArtistIn, MusikerIn, SchauspielerIn, KomponistIn, KunstmalerIn, SchriftstellerIn, JournalistIn, Bühnenbildner, Choreograph, etc)
- Kunsthandel
- Konzertveranstalter
- Betrieb von Kultur- & Unterhaltungseinrichtungen, zB. Konzerthaus, Oper, Theater
- Museen
- Bibliotheken & Archive
- Kulturelles Erbe
- Kulturvermittlung / -unterricht
- Architektur
- Design (Design von Bekleidung, Schmuck, Möbel, Fotos, Produkt- und Industriedesign, InnenarchitektIn...)
- Werbung (Werbegestaltung, Werbedesign, Werbegrafik)
- Musik (EH mit Musikinstrumenten, mit bespielten Tonträgern, Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien & Tonträger, Hörfunkprogrammerstellung, Tonstudios, Rundfunk- und Schallplattenstudio, Herstellung von Hörfunkbeiträgen, Musikverlag, Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien...)
- Buch (Einzelhandel mit Büchern, Übersetzungstätigkeit, Nachrichtenbüros)
- Verlage und Presse (Verlegen von Büchern und Zeitschriften, Kalenderverlag, Kunstverlag)
- Video & Film (Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen, Filmaufnahmestudio, selbstständige Kamerafrau/mann, Kinos, Filmverleih und -vertrieb, Videoprogrammieranbieter, Digitalisierung von Filmen, Herstellung von Spezialeffekten)
- Radio & TV (Fernseh- und Rundfunksendestation)
- Multimedia / Software (Multimediaproduktion, Programmieren von Computersoftware, Datenbanken, Herstellen und Verlegen von Computerspielen, Benutzersoftware, IT-Dienste, Softwareinstallation)

2. Gibt es weitere Bereiche, in dem ihr Unternehmen bzw. Ihre Organisation tätig ist bzw. Projekte durchführt? Wenn ja, bitte angeben [Mehrfachnennungen möglich]:

- Künstlerisches Schaffen (Darstellende Kunst, ArtistIn, MusikerIn, SchauspielerIn, KomponistIn, KunstmalerIn, SchriftstellerIn, JournalistIn, Bühnenbildner, Choreograph, etc)
- Kunsthandel

- Konzertveranstalter
- Betrieb von Kultur- & Unterhaltungseinrichtungen, zB. Konzerthaus, Oper, Theater
- Museen
- Bibliotheken & Archive
- Kulturelles Erbe
- Kulturvermittlung / -unterricht
- Architektur
- Design (Design von Bekleidung, Schmuck, Möbel, Fotos, Produkt- und Industriedesign, InnenarchitektIn...)
- Werbung (Werbegestaltung, Werbedesign, Werbegrafik)
- Musik (EH mit Musikinstrumenten, mit bespielten Tonträgern, Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien & Tonträger, Hörfunkprogrammerstellung, Tonstudios, Rundfunk- und Schallplattenstudio, Herstellung von Hörfunkbeiträgen, Musikverlag, Verlegen von bespielten Tonträgern und Musikalien...)
- Buch (Einzelhandel mit Büchern, Übersetzungstätigkeit, Nachrichtenbüros)
- Verlage und Presse (Verlegen von Büchern und Zeitschriften, Kalenderverlag, Kunstverlag)
- Video & Film (Herstellung von Filmen, Videofilmen und Fernsehprogrammen, Filmaufnahmestudio, selbstständige Kamerafrau/mann, Kinos , Filmverleih und -vertrieb, Videoprogrammieranbieter, Digitalisierung von Filmen, Herstellung von Spezialeffekten)
- Radio & TV (Fernseh- und Rundfunksendestation)
- Multimedia / Software (Multimediaproduktion, Programmieren von Computersoftware, Datenbanken, Herstellen und Verlegen von Computerspielen, Benutzersoftware, IT-Dienste, Softwareinstallation)

3. Wie würden Sie Ihre Organisation beschreiben?

- a. Sie ist ein Gewinn-orientiertes Unternehmen mit einer Rechtsform, mit oder ohne Angestellte (z. B. Einzelunternehmen, Kommanditgesellschaft, etc)
- b. Sie ist eine Nicht-Gewinn-orientierte Organisation (z. B. Verein, Stiftung)
- c. Sie ist ein staatliches Unternehmen (d.h. >50 % in staatlichem Eigentum)
- d. Ich bin selbstständig bzw. arbeite ich als „natürliche Person“, ohne Rechtsform
- e. Ich weiß es nicht
- f. Nichts zutreffendes, sondern...

4. (FILTER: bei F3 a, b, c) Welche Rechtsform hat Ihr Unternehmen bzw. Ihre Organisation?

- Einzelunternehmen
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- Kommanditgesellschaft (KG)
- Offene Gesellschaft (OG)
- GmbH & Co. KG
- Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GesbR)
- Aktiengesellschaft (AG)
- Verein
- Stiftung
- Sonstige, nämlich...

5. Im Unternehmen waren im Durchschnitt der letzten 12 Monate wie viele MitarbeiterInnen (einschließlich UnternehmerIn) beschäftigt?

(Bitte Textfelder einfügen: Zahlen von 0 bis 9999 erlauben)

- ... Vollzeitbeschäftigte
- ... Teilzeitbeschäftigte
- ... Lehrlinge
- ... freie MitarbeiterInnen (z. B. mit Werkvertrag, auf Honorarnotenbasis, etc)

6. Bitte geben Sie die Postleitzahl (PLZ) des Ortes an, in dem sich der (Haupt-)Standort Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation befindet

(Dropdown-Menü der PLZ inkl. Ortsname nach Bundesländern sortiert)

7. Wann wurde Ihr Unternehmen/ihre Organisation gegründet?

- vor weniger als 12 Monaten
- vor 1 – 3 Jahren
- vor 4 – 10 Jahren
- vor 10 oder mehr Jahren

8. In welchem Stadium befindet sich Ihr Unternehmen/Ihre Organisation im Moment?

- Gründungsphase
- Wachstumsphase
- Phase der Stabilität bzw. Stagnation (Reifephase)
- Konsolidierungs- bzw. Schrumpfungsphase
- Phase kurz vor der Schließung

9. Wie hoch war Ihr Gesamtumsatz 2013 in etwa (Jahresumsatz netto in €)?

- Unter € 10.000
- € 10.000 bis unter € 50.000
- € 50.000 bis unter € 100.000
- € 100.000 bis unter € 250.000
- € 250.000 bis unter € 500.000
- € 500.000 bis unter € 1 Mio.
- € 1 Mio. bis unter € 5 Mio.
- € 5 Mio und mehr

10. Ihr Unternehmen/Ihre Organisation hat 2013:

- Gewinne erwirtschaftet
- Kostendeckend gewirtschaftet (z. B. NPO's, Vereine)
- Verluste eingefahren

11. Führen Sie Auslandsaktivitäten durch?

- Ja
- Nein

Wenn ja, wie viel % ihres Gesamtumsatzes Ihres Unternehmens/ Ihrer Organisation entfielen 2013 auf diese Aktivitäten?

- ... %

12. Hat Ihre Organisation/Ihr Unternehmen in den nächsten drei Jahren (also 2014 – 2016) Auslandsaktivitäten geplant?

- ja, wir möchten (weiterhin) Exporte bzw. Projekte im Ausland durchführen
- nein, wir möchten für 2014-2016 keine Auslandsaktivitäten durchführen

13. Wie haben sich die folgenden Indikatoren in Ihrem Unternehmen/ in ihrer Organisation in den letzten 3 Jahren per anno entwickelt?

	1 stark gestiegen (mehr als 5%)	2 leicht ge- stiegen (bis 5%)	3 gleich ge- blieben	4 leicht gesunken (bis – 5 %)	5 stark gesunken (mehr als -5 %)
Beschäftigtenzahl in Summe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Davon fix Angestellte		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Davon freie Mitarbeitende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umsatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investitionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

a. Die jährliche Entwicklung dieser Kenngrößen würden Sie für Ihr Unternehmen / Ihre Organisation beschreiben als:**Anzahl der Beschäftigte**

- Eher volatil, mit starken (projektbezogenen) Schwankungen
- Eher kontinuierliche, stabile Entwicklungsverläufe
- Beides, je nachdem
- Weiß nicht

Höhe des Umsatzes

- Eher volatil, mit starken (projektbezogenen) Schwankungen
- Eher kontinuierliche, stabile Entwicklungsverläufe
- Beides, je nachdem
- Weiß nicht

**B. ANGABEN ZUR FINANZIERUNGSSITUATION UND ZUM
FINANZIERUNGSBEDARF**

**14. Schätzen Sie bitte den relativen Anteil der folgenden
Finanzierungsarten an der finanziellen Struktur Ihres Unternehmens/
Ihrer Organisation ab (Referenzjahr 2013):**

	0%	1–25 %	26– 50 %	51 – 75 %	>75 %
Eigenes Kapital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kredite von Finanzierungs- institute (kurz- & langfristige Kredite sowie Überzie- hungsrahmen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere Kredite, Darlehen (z. B. von anderen Unter- nehmen, von der Familie, Bekannte)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förderungen der öffentli- chen Hand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zuwendungen von Private oder Organisationen (z. B. Spenden, Sponsor Gelder, Mäzenen, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equity Capital von Venture Capital/Equity Funds	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crowdfunding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**15. Hatten Sie in den letzten 3 Jahren in Ihrem Unternehmen/Ihrer
Organisation Finanzierungsbedarf?
(Mehrfachnennungen möglich)**

- ja, kurzfristigen Finanzierungsbedarf für weniger als 12 Monate
- ja, mittelfristigen Finanzierungsbedarf für 1 bis 3 Jahre
- ja, langfristigen Finanzierungsbedarf für 3 Jahre und mehr
- nein --> weiter mit F19

(F16 und F17 für jede Fristigkeit abgefragt)

16. Wofür hatten Sie einen Finanzierungsbedarf?***(Mehrfachnennungen möglich)***

- Als Überbrückungsdarlehen, zur Zwischenfinanzierung
- Zum Kauf von Ausstattung für die künstlerische oder kreative Tätigkeit (z. B. xxx)
- Zur (Ko-)Finanzierung eines spezifischen künstlerischen/kreativen Projekts
- Zur (Ko-)Finanzierung von geistigen Eigentumsrechte
- Zur (Ko-)Finanzierung von Vertriebs- und Marketingaktivitäten
- Zur (Ko-)Finanzierung von Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- Zur (Ko-)Finanzierung von Auslandsaktivitäten/Exporte
- Zur (Ko-)Finanzierung von Immobilien und/oder Sachanlagen (wie z. B. Investitionen in Maschinen und Produktionsanlagen)
- Zur (Ko-)Finanzierung von Personalaufwand oder Management der Organisation
- Sonstiges, bitte angeben

17. Wie hoch war Ihr entsprechender Finanzierungsbedarf?

- € 5.000 – € 15.000
- € 15.000 – € 30.000
- € 30.000 – € 100.000
- € 100.000 – € 200.000
- € 200.000 – € 500.000
- € 500.000 - € 2,5 Mio
- € 2,5 Mio – € 7,5 Mio
- Über € 7,5 Mio

18. Wie haben Sie den Finanzierungsbedarf gedeckt? Geben Sie bitte die 3 wichtigsten Finanzierungsformen an.

- Kontokorrent-/ Betriebsmittelkredit bzw. Überziehungsrahmen
- Mittelfristiger Bankkredit (2-4 Jahre)
- Langfristiger Bankkredit (ab 5 Jahre)
- Lieferantenkredit
- Leasing
- Factoring (Verkauf von Forderungen)
- Bankkredite mit staatlicher Haftungsübernahme
- Sonstige staatliche Finanzierungsförderungen
- Laufende Gewinne (Cash Flow)
- Zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital (stille Gesellschafter, Kapitalerhöhung etc.)
- Zuwendungen von privaten Organisationen (Stiftungen, etc.; Finanzierung durch Sponsoring, Spenden, etc)
- Zuwendungen von Privatpersonen (Familie, Bekannte)
- Crowdfunding Plattform
- Andere Finanzierungsmöglichkeiten, nämlich...
- Gar nicht
- Weiß nicht

19. Haben Sie in den letzten 3 Jahren für Ihr Unternehmen einen Kreditantrag für eine kurzfristige Finanzierung (< 1 Jahr) bei einem (oder mehreren) Finanzierungsinstitut eingereicht?

- ja (Wenn ja weiter mit F 19.1.)
- nein (weiter mit F20)

19.1. Bei welche(r) Bank(en)? (Mehrfachnennungen möglich)

- Erste Bank und Sparkassensektor
- Raiffeisensektor
- HypoOÖ
- Hypo
- UniCredit/Bank Austria
- Volksbankengruppe
- Oberbank AG
- BAWAG PSK
- BTV
- Sonstige (freies Feld)

19.2. Wurde/n der Antrag/die Anträge genehmigt?

- Ja, alle Anträge (weiter mit F 19.3.)
- Ja, einige der Anträge (weiter mit F 19.3.)
- Nein (weiter mit F19.4.)

19.2.1. [FILTER]In welcher Höhe haben Sie die Finanzierung zugesagt bekommen?

- Ja, in Höhe von 100 % der beantragten Summe
- Ja, zwischen 76 % und 100 % der beantragten Summe
- Ja, zwischen 51 % und 75 % der beantragten Summe
- Ja, in Höhe von weniger als 50 % der beantragten Summe
- Ja, aber ich weiss nicht in welcher Höhe

19.3. Welche Sicherheiten wurden dafür gefordert? (Mehrfachnennungen möglich)

- Lebensversicherung
- private Bankguthaben, Wertpapiere und andere Finanzanlagen
- Sicherungsübereignungen (darunter zum Beispiel Maschinen und Anlagen, Firmenwagen, Warenlager, Büro- und Ladeneinrichtung)
- Immaterielle Vermögenswerte (z. Patente, Software, Markenrechte, etc)
- Abtretung von Forderungen aus Lieferung und Leistungen
- private Immobilien/Hypotheken auf Grund und Boden
- öffentliche Bürgschaften
- private Bürgschaften
- andere, und zwar....

**19.4. (FILTER F 19.2. „ja“/„ja, einige“) Entsprech die Bankfinanzierung
Ihren Vorstellungen hinsichtlich...****19.5 a der Höhe des Betrages:**

- Ja, jedes Mal
- Ja, einige Male
- Nein
 - a. [wenn nein, warum nicht?]

19.5b der Laufzeit:

- Ja, jedes Mal
- Ja, einige Male
- Nein
 - a. [wenn nein, warum nicht?]

19.5c der weiteren Konditionen (Zinsen, Gebühren):

- Ja, jedes Mal
- Ja, einige Male
- Nein
 - a. [wenn nein, warum nicht?]

**19.4.1. (FILTER F 19.2. „Ja, einige“ und „nein“) Welche Gründe wurden Ihnen
von Seiten der Bank bei einer teilweisen oder vollständigen Abweisung
Ihres Kreditantrags genannt? (Mehrfachnennung möglich)**

- Keine ausreichenden Sicherheiten
- Zu risikoreiches Projekt
- Unzufriedenheit bzw. Zweifel über Entwicklung Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation
- Unzufrieden mit den zur Verfügung gestellten Informationen (z. B. Finanzierungsplan, Business Plan)
- Es wurden keine Gründe genannt
- Es wurden andere Gründe genannt, nämlich...

**20. Haben Sie in den letzten 3 Jahren für Ihr Unternehmen einen
Kreditantrag für eine langfristige Finanzierung (> 1 Jahr) bei einem (oder
mehreren) Finanzierungsinstitut(en) eingereicht?**

- ja (Wenn ja weiter mit F 20.1.)
- nein weiter mit F21

20.1. Bei welche(r) Bank(en)? (Mehrfachnennungen möglich)

- Erste Bank und Sparkassensektor
- Raiffeisensektor
- Hypo OÖ
- Hypo
- UniCredit/Bank Austria
- Volksbankengruppe
- Oberbank AG
- BAWAG PSK
- BTV
- Sonstige (freies Feld)

20.2. Wurde/n der Antrag/die Anträge genehmigt?

- Ja, alle Anträge
- Ja, einige der Anträge
- Nein *weiter F 20.6.*

20.3. In welcher Höhe haben Sie die Finanzierung zugesagt bekommen?

- Ja, in Höhe von 100 % der beantragten Summe
- Ja, zwischen 76 % und 100 % der beantragten Summe
- Ja, zwischen 51 % und 75 % der beantragten Summe
- Ja, in Höhe von weniger als 50 % der beantragten Summe
- Ja, aber ich weiss nicht in welcher Höhe

**20.4. Welche Sicherheiten wurden dafür gefordert?
*(Mehrfachnennungen möglich)***

- Lebensversicherung
- private Bankguthaben, Wertpapiere und andere Finanzanlagen
- Sicherungsübereignungen (darunter zum Beispiel Maschinen und Anlagen, Firmenwagen, Warenlager, Büro- und Ladeneinrichtung)
- Immaterielle Vermögenswerte (z. Patente, Software, Markenrechte, etc)
- Abtretung von Forderungen aus Lieferung und Leistungen
- private Immobilien/Hypotheken auf Grund und Boden
- öffentliche Bürgschaften
- private Bürgschaften
- andere, und zwar....

**20.4.1. (FILTER F 20.2. „ja“/„ja, einige“) Entsprach die Bankfinanzierung
Ihren Vorstellungen hinsichtlich...**

20.5.a der Höhe des Betrages:

- Ja, jedes Mal
- Ja, einige Male
- Nein
- a. [wenn nein, warum nicht?]

20.5.b der Laufzeit:

- Ja, jedes Mal
- Ja, einige Male
- Nein
- b. [wenn nein, warum nicht?]

20.5.c der weiteren Konditionen (Zinsen, Gebühren):

- Ja, jedes Mal
- Ja, einige Male
- Nein
- a. [wenn nein, warum nicht?]

20.4.2. **(FILTER F 20.2. „Ja, einige“ und „nein“) Welche Gründe wurden Ihnen von Seiten der Bank bei einer teilweisen oder vollständigen Abweisung Ihres Kreditantrags genannt? (Mehrfachnennung möglich)**

- Keine ausreichenden Sicherheiten
- Zu risikoreiches Projekt
- Unzufriedenheit bzw. Zweifel über Entwicklung Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation
- Unzufrieden über die zu Verfügung gestellten Informationen (z. B. Finanzierungsplan, Business Plan)
- Es wurden keine Gründe genannt
- Es wurden andere Gründe genannt, nämlich...

21. **(FILTER: Falls F15 „ja“ und F 19 „nein“ und F20 „nein“): Warum haben Sie bei Ihrer Bank kein Kredit angefragt? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Ausreichend andere öffentliche Finanzierer
- Ausreichend andere private Finanzierer
- Annahme, dass der Antrag ohnehin abgewiesen wird
- Zu kompliziert / zu aufwendig hinsichtlich Zeitressource
- Zu wenige Sicherheiten
- Unzureichende kurzfristige Rückzahlungs-Kapazitäten
- Zu hohe Zinsen
- Zu wenig Verständnis von Seiten des Geldgebers für meine Tätigkeit
- Der Geldgeber sieht mein Unternehmen /Organisation nicht als seine Zielgruppe
- Andere Gründe..
- Weiß nicht

22. **Haben Sie voraussichtlich in den nächsten 3 Jahren in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation Finanzierungsbedarf? (Mehrfachnennungen möglich)**

- ja, kurzfristigen Finanzierungsbedarf für weniger als 12 Monate
- ja, mittelfristigen Finanzierungsbedarf für 1 bis 3 Jahre
- ja, langfristigen Finanzierungsbedarf für 3 Jahre und mehr
- nein --> weiter mit F26

(F 23 bis F 24 für jede Fristigkeit abgefragt)

23. **Wofür haben Sie einen Finanzierungsbedarf? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Als Überbrückungsdarlehen, zur Zwischenfinanzierung
- Zum Kauf von Ausstattung für die künstlerische oder kreative Tätigkeit (z. B. xxx)
- Zur (Ko-)Finanzierung eines spezifischen künstlerischen/kreativen Projekts
- Zur (Ko-)Finanzierung von geistigen Eigentumsrechte
- Zur (Ko-)Finanzierung von Vertriebs- und Marketingaktivitäten
- Zur (Ko-)Finanzierung von Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

- Zur (Ko-)Finanzierung von Auslandsaktivitäten/Exporte
- Zur (Ko-)Finanzierung von Immobilien und/oder Sachanlagen (wie z. B. Investitionen in Maschinen und Produktionsanlagen)
- Zur (Ko-)Finanzierung von Personalaufwand oder Management der Organisation
- Sonstiges, bitte angeben

24. Wie hoch ist Ihr Finanzierungsbedarf?

- € 5.000 – € 15.000
- € 15.000 – € 30.000
- € 30.000 – € 100.000
- € 100.000 – € 200.000
- € 200.000 – € 500.000
- € 500.000 - € 2.5 Mio
- € 2,5 Mio – € 7,5 Mio
- Über € 7,5 Mio

25. Wie planen Sie den Finanzierungsbedarf zu decken? Geben Sie bitte die 3 wichtigsten Finanzierungsformen an.

- Kontokorrent-/ Betriebsmittelkredit bzw. Überziehungsrahmen
- Mittelfristiger Bankkredit (2-4 Jahre)
- Langfristiger Bankkredit (ab 5 Jahre)
- Lieferantenkredit
- Leasing
- Factoring (Verkauf von Forderungen)
- Staatliche Finanzierungsförderungen/Haftungsübernahmen
- Laufende Gewinne (Cash Flow)
- Zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital (stille Gesellschafter, Kapitalerhöhung etc.)
- Zuwendungen von privaten Organisationen (Stiftungen, etc.; Finanzierung durch Sponsoring, Spenden, etc)
- Zuwendungen von Privatpersonen (Familie, Bekannte)
- Crowdfunding Plattform
- Andere Finanzierungsmöglichkeiten, nämlich...
- Gar nicht
- Weiß nicht

26. Falls Sie keinen Zugang zu anderen Finanzierungsformen hätten, wie würden Sie ihr Interesse einstufen einen Bankkredit zu beantragen bzw. Zugang zu einem Bankkredit zu bekommen?

- Sehr hoch
- Eher Hoch
- Eher niedrig
- Sehr niedrig
- Weiss nicht

27. Nachfolgend finden Sie eine Reihe von möglichen Förderarten und – formen. Bitte beurteilen Sie deren Bedeutung für Ihr Unternehmen / Ihrer Organisation sowie deren Angebot in Österreich.

Bitte in jeder Zeile das Zutreffende ankreuzen.

Förderung durch ...	Bedeutung für Ihr Unternehmen				Angebot					
	Sehr wichtig	völlig unwichtig	sehr gut	sehr schlecht	weiß nicht					
Zuschüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zinsbegünstigte Darlehen (wie z. B. erp Kredit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haftungen & Garantien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wettbewerbe („Calls“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Steuerliche Begünstigungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereitstellung / Vermittlung von Risikokapital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Information / Beratung / Partnervermittlung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges (bitte eintragen):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Falls es eine staatliche Garantie für Bankkredite speziell für Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft gäbe, würden Sie diese in Anspruch nehmen?

- Ja, weil
- Nein, weil ...
- Weiss nicht

