

**K  
-  
A  
T**

# Österreichischer Kreativwirtschafts- bericht 2024



# Inhaltsverzeichnis

<b>VORWORT</b>	<b>3</b>
<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>11</b>
<b>DIE NEUE DEFINITION DER AUSTRIAN CREATIVE INDUSTRIES</b>	<b>13</b>
<b>KREATIVWIRTSCHAFTSDATENBLATT</b>	<b>17</b>
<u>Struktur der Creative Industries 2021</u>	<u>18</u>
<u>Rezente Entwicklung ab 2021</u>	<u>44</u>
<b>WIRTSCHAFTS BAROMETER DER CREATIVE INDUSTRIES</b>	<b>48</b>
<u>Die Creative Industries in den Jahren 2022 und 2023</u>	<u>49</u>
<u>Ausblick der Creative Industries 2024</u>	<u>52</u>
<b>SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>	<b>63</b>
<b>METHODIK</b>	<b>65</b>
<u>Hochrechnung der Strukturdaten für 2022</u>	<u>65</u>
<u>Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023</u>	<u>67</u>
<b>ANHANG</b>	<b>68</b>
<u>Datengrundlagen</u>	<u>68</u>
<u>Neuerungen in der amtlichen Statistik</u>	<u>68</u>
<u>Detailliertere Statistiken</u>	<u>71</u>
<b>IMPRESSUM</b>	<b>76</b>



Die Creative Industries sind mit rund 13% aller österreichischen Unternehmen ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für den Wirtschaftsstandort Österreich. Die 77.000 Unternehmen mit 200.000 Beschäftigten und erzielten im Jahr 2021 einen Umsatz von über € 28 Mrd Euro und einen Bruttobetriebsüberschuss von 3,7 Mrd. Euro. Das entspricht in der Bedeutung dieser Indikatoren rund 4 % der Gesamtwirtschaft. Mit der „Creative Innovation“ - Initiative im Rahmen der Kreativwirtschaftsstrategie für Österreich wollen wir die Creative Industries in ihrer Rolle als Innovationsakteure und Agentinnen des Wandels in der digitalen, ökologischen und gesellschaftlichen Transformation weiter empower und fördern.

Univ. Prof. Dr. Martin Kocher  
Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft



Die Creative Industries bieten enormes Potenzial für wirtschaftliches Wachstum und ermöglichen es Österreich und Europa, sich als führende Innovationsstandorte im globalen Wettbewerb zu positionieren. Durch die Integration von Kunst und kreativ-ökonomischen Ansätzen in Innovationssysteme, entstehen neue Konzepte und Handlungsoptionen. Die Kreativwirtschaft ist ein Motor der digitalen Transformation, die moderne Geschäftsmodelle und Start-ups hervorbringt, die auf neuesten Technologien basieren. Der Wettbewerb von morgen wird auf dem Feld der Kreativität entschieden. Dies gilt für die gesamte Wirtschaft, die mit kreativen Ansätzen neue Wege beschreiten kann.

Dr. Harald Mahrer

Präsident der Wirtschaftskammer Österreich



Die Akteurinnen und Akteure der Creative Industries sind darin geübt, Neues zu denken und damit Grenzen zu verschieben. Die Creative Industries bieten Möglichkeitsräume, die sie mit Ideen und innovativen Lösungen bespielen. Sie verbinden Leidenschaft, Mut und kreative Kraft und bilden damit einen enorm wichtigen Puzzlestein für Innovation am heimischen Wirtschaftsstandort. Denn die spezifischen Beiträge tragen dazu bei, Transformationsprozesse in Wirtschaft und Gesellschaft anzustoßen und damit zum Trampolin für neue Ideen zu werden.

**Mag. Mariana Kühnel, M.A.**

**Generalsekretär-Stellvertreterin der Wirtschaftskammer Österreich**





Das Ziel des nunmehr vorliegenden Kreativwirtschaftsbericht ist den wirtschaftlichen Status Quo der Creative Industries abzubilden und für die Zukunft auch Vergleiche mit anderen Ländern zu ermöglichen. Dank der Neuerungen in der Statistik wird die Kreativwirtschaft erstmals in allen Bereichen mit statistischen Daten unterlegt - sowohl was alle Bereiche/Branchen betrifft wie auch die kleinsten Unternehmen, jene mit weniger als € 10.000,- Jahresumsatz. Dies führt dazu, dass insbesondere die Unternehmenszahl mit 77.000 Selbständigen deutlich höher ist als in der Vergangenheit, zumal viele Kreativschaffende nebenberuflich selbständig sind.

Gerin Trautenberger, BA (hons), MSc  
Vorsitzender der Kreativwirtschaft Austria

# Zusammenfassung

Rd. 77.000 Unternehmen mit rd. 200.000 Beschäftigten sind den Creative Industries zuzuordnen; diese Unternehmen, die fast ausschließlich Kleinstbetriebe sind, überwiegend sogar Ein-Personen-Unternehmen, erwirtschaften rd. € 28,1 Mrd. Jahresumsatz. In Bezug auf die Gesamtwirtschaft liegt die direkte Bedeutung der Creative Industries, gemessen an der Anzahl der Unternehmen, bei 13 %. Bei weiteren zentralen Indikatoren wie Umsatzerlösen Bruttowertschöpfung und Bruttobetriebsüberschüssen beträgt der Anteil der Creative Industries rd. 4 % der Gesamtwirtschaft.

Die Vielfalt der Geschäftsmodelle und Unternehmenskonzepte in den Creative Industries ist sehr groß. Viele Personen arbeiten - teils auch als Einstieg in die Selbstständigkeit - nebenberuflich in diesen Branchen, aber erwerbswirtschaftlich mit eigenen Unternehmen; es gibt daher auch viele Unternehmen mit weniger als € 10.000,- Jahresumsatz.

Die wichtigsten Bereiche der Creative Industries sind der Kunstmarkt (26.400 Unternehmen) gefolgt von der Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie (24.500 Unternehmen); bezogen auf die Anzahl der Beschäftigten ist die Software- und Games-Industrie mit 48.200 Beschäftigten insgesamt die größte Branche gefolgt von den bereits genannten beiden Teilbereichen, der Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie (mit 47.800 Beschäftigten) bzw. dem Kunstmarkt (mit rd. 46.200).

Die Creative Industries weisen im Vergleich zur Gesamtwirtschaft eine kleinere durchschnittliche Betriebsgröße (3 gegenüber 6 Beschäftigte pro Unternehmen) und einen deutlich höheren Anteil an Ein-Personen-Unternehmen (75 % gegenüber 56 %) auf. Da die meisten Unternehmen der Creative Industries im Dienstleistungsbereich tätig sind (und daher der Wareneinsatz geringer ist), ist deren relativer Personalaufwand höher als in der Gesamtwirtschaft (23 % gegenüber 17 %).

Der Anteil der Frauen an der Gesamtbeschäftigung liegt bei 43 % (somit 2 %-Pkt. über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft), in den Branchen Buch- und Pressemarkt ist dieser mit 61 % ebenso wie in der Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie mit 50 % überdurchschnittlich.

Der hohe Anteil an Ein-Personen-Unternehmen erklärt auch, dass rd. zwei Drittel der Unternehmen, die Jahresumsätze bis zu € 50.000,- erwirtschaften. Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten ist in den Creative Industries mit 41 % ebenfalls deutlich höher als in der Gesamtwirtschaft (33 %).

Auf Basis einer Hochrechnung für 2022 zeigt sich auch bei den Creative Industries ein Wiedererstarken nach der COVID Pandemie, wenngleich in einem geringeren Ausmaß als in der Gesamtwirtschaft.

Ungeachtet der herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben die Creative Industries weiterhin als Treiber neuer Innovationsformen eine hohe wirtschaftspolitische Bedeutung. Durch ihren Ideenreichtum, Kreativität und Erfindergeist bringt sie als Early Adopter neue Technologien in alle Branchen.

Der aktuelle Wirtschaftsbarometer der Creative Industries offenbart eine signifikante Verschlechterung der konjunkturellen Lage im Vergleich zum Vorjahr und dem Frühjahr. Die Analyse zeigt, dass etwa die Hälfte der Unternehmen aus den Creative Industries über eine schwächere Auftragslage berichten, während 40% von einem Umsatzrückgang sprechen. Diese Entwicklung ist besonders bedenklich, da ein Preisauftrieb normalerweise zu einem Umsatzzanstieg führen sollte.

Für die nächsten 12 Monate prognostizieren die Unternehmen der Creative Industries und anderer Sektoren eine gedämpfte Konjunktur. Die Erwartungen hinsichtlich Beschäftigungswachstum sind zwar leicht positiv, jedoch bleibt die allgemeine Stimmung verhalten.

Die Investitionspläne der Creative Industries zeigen für 2024 einen Rückgang: Nur 60% der Unternehmen beabsichtigen zu investieren, hauptsächlich in Ersatz- und Neuinvestitionen, insbesondere in den Bereichen Digitalisierung und Innovation.

Hinsichtlich der Preispolitik planen 57% der Unternehmen der Creative Industries eine Preiserhöhung, während 38% ihre Preise stabil halten und 5% eine Preissenkung erwägen. Die Hauptgründe für diese Änderungen sind steigende Löhne, Gehälter sowie Energie- und Kraftstoffkosten.

Die größten Herausforderungen der Creative Industries sind Arbeitskosten (68%), Inflation (63%) sowie Energiepreise und Kosten für Rohstoffe (46%). Diese Herausforderungen sind im gesamten gewerblichen Bereich noch stärker ausgeprägt.

Zudem berichten zwei Drittel der Creative Industries Unternehmen von einem Anstieg des Zeitaufwands und der Kosten für bürokratische Aufgaben in den letzten fünf Jahren. Als Hauptmaßnahmen zur Verbesserung werden eine Reform des Steuerrechts und die Digitalisierung behördlicher Prozesse gefordert. Diese Trends entsprechen den Wahrnehmungen im gesamten gewerblichen Sektor, wobei hier der bürokratische Aufwand noch stärker zugenommen hat.

Die Studie unterstreicht die Dringlichkeit, auf diese Herausforderungen mit gezielten Maßnahmen zu reagieren, um die Resilienz und das Wachstum in den Creative Industries und darüber hinaus zu fördern.

# Die neue Definition der Austrian Creative Industries

Methodische Weiterentwicklungen und Erweiterungen des Erfassungsumfangs in wesentlichen Datengrundlagen der amtlichen Statistik - beginnend mit dem Berichtsjahr 2021 - wurden zum Anlass genommen, die bestehende Definition der Creative Industries kritisch zu überprüfen; ähnliche Vorhaben zeigen sich auch in anderen Ländern.

Im Zuge der Würdigung und Überarbeitung der Abgrenzung der Creative Industries wurden internationale Definitionen herangezogen (z.B. Deutschland, zumal hier seit vielen Jahren ebenso umfangreiche und detaillierte Analysen dieses Wirtschaftsbereichs erstellt werden).

Insgesamt sind die Änderungen - naturgemäß - vergleichsweise gering, was die einbezogenen Branchen(-gruppen) betrifft. Der Kern und das Wesen der Kreativwirtschaft bleiben natürlich unverändert bestehen: Die Unternehmen befassen sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kreativen Gütern und Dienstleistungen.

**Tabelle 1**  
Teilbereiche der Kreativwirtschaft bzw. Creative Industries

<b>Kreativwirtschaft bis 2023*</b>	<b>Creative Industries ab 2024</b>
Architektur	Architekturmarkt
Buch und Verlagswesen	Buch- und Pressemarkt
Markt für darstellende Kunst	Kunstmarkt
Filmwirtschaft	Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft
Musikwirtschaft	
Radio und TV	
Werbung	Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie
Design	
Software und Games	Software- und Games-Industrie
Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten	Sonstige

Anmerkung: \*vgl. 9. österreichischen Kreativwirtschaftsbericht (2021), "Schwerpunkt Digitale Transformation 2030"

Quelle: iföw auf Basis Statistik Austria.

## Ziele bei der Adaptierung der Definition

Bei der Anpassung der Definition waren folgende Aspekte wesentlich:

- internationale Vergleichbarkeit

Dieser Aspekt umfasst sowohl die branchenmäßige Vergleichbarkeit, also die Frage, welche Teilbereiche der Wirtschaft zu den Creative Industries zählen, als auch deren Zusammenfassung in Teilbereiche. Im Zuge der Überarbeitung war der Vergleich mit Deutschland von besonderer Bedeutung.

- einfachere Fortschreibung

Schließlich wurde besonderer Wert auf eine Abgrenzung gelegt, die eine kontinuierliche Aktualisierung und Fortschreibung in den kommenden Jahren erleichtert.

Es gibt daher auch keine Mehrfachzuordnung zu den unterschiedlichen Bereichen.

Somit ergibt sich folgende Definition der Creative Industries:

**Tabelle 2**  
**Definition der Creative Industries, nach Bereichen und ÖNACE**

<b>ÖNACE 2008</b>	<b>Bezeichnung</b>
<b>Architekturmarkt</b>	
7111	Architekturbüros
<b>Buch- und Pressemarkt</b>	
4761	EH - Bücher
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf
5811	Verlegen v. Büchern
5812	Verlegen v. Adressbüchern
5813	Verlegen v. Zeitungen
5814	Verlegen v. Zeitschriften
5819	Sonst. Verlagswesen (ohne Software)
6391	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros
<b>Kunstmarkt</b>	
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchsgüter
8552	Kulturunterricht
9001	Darstellende Kunst
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst
9003	Künstlerisches Schaffen
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen
9102	Museen
<b>Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft</b>	
3220	H.v. Musikinstrumenten
4759	EH - Musikinstrumente*
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik
5913	Filmverleih und -vertrieb
5914	Kinos
5920	Tonstudios und Musikverlage
6010	Hörfunkveranstalter
6020	Fernsehveranstalter
7722	Videotheken
<b>Werbewirtschaft, Industrial Design &amp; Fotografie</b>	
3212	H.v. Schmuck; Gold-/Silberschmiedewaren
7311	Werbeagenturen
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen
7410	Ateliers für Design
7420	Fotografie und Fotolabors
<b>Software- und Games-Industrie</b>	
5821	Verlegen v. Computerspielen
5829	Verlegen v. sonst. Software
6201	Programmierungstätigkeiten
6312	Webportale
<b>Sonstige</b>	
3211	H.v. Münzen
3213	H.v. Fantasieschmuck
7430	Übersetzen und Dolmetschen
9101	Bibliotheken und Archive
9103	Historische Stätten und Gebäude
9104	Botanische und zoologische Gärten

Anmerkung: \* siehe „Anmerkung zur Branche Einzelhandel mit Musikinstrumenten“  
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## Überblick der definitorischen Änderungen

Folgende branchenmäßige Unterschiede ergeben sich zur bisherigen Definition der Kreativwirtschaft:

Hinkünftig wird die Branche „Erbringung von IT-Beratungsdienstleistungen“ (ÖNACE 6202) nicht mehr zu den Creative Industries gezählt, da es sich überwiegend um (technische) Beratung betreffend Hard- und Software bzw. EDV-Sachverständige handelt.

Berücksichtigt werden jedoch die Branchen Herstellung von Münzen, Herstellung von Fantasieschmuck bzw. Webportale. Der sonstige Einzelhandel in Verkaufsräumen, der hinkünftig ebenfalls Teil der Creative Industries ist, umfasst auch die Kunstgalerien (neben weiteren Teilsegmenten).

**Tabelle 3**  
Änderung der in den Creative Industries einbezogenen Branchen

Zugang		Abgang	
ÖNACE	Bezeichnung	ÖNACE	Bezeichnung
3211	H.v. Münzen	6202	Erbringung v. IT-Beratungsleistungen
3213	H.v. Fantasieschmuck		
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen		
6312	Webportale		

Quelle: iföw auf Basis der Systematik der Wirtschaftstätigkeiten, ÖNACE 2008

Ebenso wurde die Definition der Teilbereiche angepasst: Statt bislang 10 Untergruppen und Teilbereiche werden hinkünftig 7 unterschieden; diese sind ebenfalls international (z.B. mit Deutschland) vergleichbar, wobei es in Deutschland mehr Teilbereiche gibt, die in Österreich zusammengefasst wurden.

### Anmerkung zur Branche Einzelhandel mit Musikinstrumenten

Der 4-Steller ÖNACE 4759 umfasst vor allem den Einzelhandel mit Möbeln (ÖNACE 47592); dies ist die mit Abstand größte Branche in dieser Branchengruppe; ebenso gehört der Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien (ÖNACE 47591) zu dieser Branche(ngruppe).

Auf Basis einer Sonderauswertung der Statistik Austria zeigt sich, dass

- rd. 8 % aller Unternehmen und
- rd. 2 % der weiteren Indikatoren (Beschäftigte, Umsatzerlöse, Bruttowertschöpfung, Betriebsüberschüsse etc.)

dem Einzelhandel mit Musikinstrumenten zuzurechnen sind. Diese Werte werden folglich zur Berücksichtigung des Einzelhandels mit Musikinstrumenten angesetzt werden.



# Kreativwirtschafts datenblatt



## Struktur der Creative Industries 2021

Die Creative Industries sind ein bedeutender Wirtschaftssektor - rd. 13 % aller Unternehmen sind diesen Branchen zuzuordnen; gemessen an den Beschäftigten sind insgesamt rd. 5,6 % in den Creative Industries tätig. Daran zeigt sich auch, dass die Unternehmen der Creative Industries im Durchschnitt kleiner sind als jene der anderen Branchen. Bei den meisten anderen zentralen Indikatoren (Umsatzerlöse und Bruttobetriebsüberschüsse) liegt die (direkte) Bedeutung der Creative Industries zwischen 3 und 4 %.

Knapp zwei Drittel der Unternehmen sind zwei Branchengruppen zuzuordnen: Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie (32 %) sowie Kunstmarkt (34 %); in diesen beiden Bereichen sind ebenso die meisten selbstständig Beschäftigten tätig, da es sich vielfach um Ein-Personen-Unternehmen (EPU) handelt.

**Tabelle 1**  
Anzahl der Unternehmen der Creative Industries nach Bereichen, 2021

	Anzahl der Unternehmen
Architekturmarkt	6.627
Buch- und Pressemarkt	2.171
Kunstmarkt	26.405
Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	5.382
Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	24.542
Software- und Games-Industrie	8.339
Sonstige	3.542
<b>Creative Industries insgesamt</b>	<b>77.008</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

Die rd. 77.000 Unternehmen der Creative Industries beschäftigen rd. 200.000 Beschäftigte (davon rd. 119.000 unselbstständig Beschäftigte) und erzielen im Jahr 2021 einen Umsatz von rd. € 28,1 Mrd.; der Bruttobetriebsüberschuss (dies entspricht weitergehend dem EBITDA, also dem Ergebnis von Abschreibung und Zinsen) beträgt rd. € 3,7 Mrd.

Die Bandbreite zwischen den einzelnen Teilbereichen der Creative Industries ist bei der Anzahl der Unternehmen bzw. den Beschäftigten insgesamt deutlich größer als bei den Umsatzerlösen. Insbesondere im Kunstmarkt zeigt sich eine hohe Unternehmens- bzw. Anzahl der (selbstständig) Beschäftigten, ähnlich wie bei Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie.

**Tabelle 2**  
**Struktur der Creative Industries nach Bereichen, 2021**

	Unter- nehmen	Beschäftigte gesamt	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in € 1 000	Bruttobetriebs- überschuss in € 1 000
Architekturmarkt	6.627	19.554	11.628	2.176.617	615.387
Buch- und Pressemarkt	2.171	18.442	16.112	3.560.005	298.528
Kunstmarkt	26.405	46.240	18.984	3.798.245	684.098
Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	5.382	14.168	8.678	2.044.052	233.458
Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	24.542	47.765	22.187	5.269.201	848.989
Software- und Games-Industrie	8.339	48.204	39.488	8.003.108	899.798
Sonstige	3.542	5.758	2.187	3.246.907	136.030
<b>Creative Industries insgesamt</b>	<b>77.008</b>	<b>200.131</b>	<b>119.264</b>	<b>28.098.135</b>	<b>3.716.288</b>
<b>Gesamtwirtschaft</b>	<b>589.615</b>	<b>3.590.035</b>	<b>2.974.179</b>	<b>893.997.700</b>	<b>100.566.461</b>
<b>Anteil in %</b>	<b>13,1</b>	<b>5,6</b>	<b>4,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,7</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

Sowohl Werbewirtschaft, Industrial Design and Fotografie als auch die Software- und Games-Industrie weisen die größten Anteile an der Bruttowertschöpfung (17 % bzw. 37 %) und dem Produktionswert (14 % bzw. 30 %) auf.

**Tabelle 3**  
**Bruttowertschöpfung und Produktionswert der Creative Industries, 2021**

ÖNACE 2008	Bruttowertschöpfung in 1 000 EUR	Produktionswert in 1 000 EUR
Architekturmarkt	1.203.602	1.747.711
Buch- und Pressemarkt	1.192.220	2.356.019
Kunstmarkt	1.379.539	2.235.537
Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	687.148	1.297.551
Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	1.744.757	2.894.703
Software- und Games-Industrie	3.797.372	5.826.119
Sonstige	231.243	3.163.851
<b>Creative Industries insgesamt</b>	<b>10.235.881</b>	<b>19.521.491</b>
<b>Gesamtwirtschaft</b>	<b>255.052.702</b>	<b>602.734.629</b>
<b>Anteil in %</b>	<b>4,0%</b>	<b>3,2%</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

Die Bedeutung der Bereiche Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie sowie Software- und Games-Industrie für die Creative Industries werden mit einem Blick auf die Beschäftigten, Umsätze und Bruttobetriebsüberschüsse deutlich.

**Tabelle 4**  
Struktur des Bereichs Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie, 2021

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Anzahl der Unternehmen	Beschäftigte insgesamt	Unselbständig Beschäftigte	Umsätze in 1.000 €	Bruttobetriebsüberschuss in € 1 000
<b>Werbewirtschaft, Industrial Design &amp; Fotografie</b>		<b>24.542</b>	<b>47.765</b>	<b>22.187</b>	<b>5.269.201</b>	<b>848.989</b>
3212	H.v. Schmuck; Gold-/Silberschmiedewaren	583	1.092	494	100.359	17.086
7311	Werbeagenturen	15.042	32.937	17.108	3.083.356	562.589
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	280	2.450	2.155	1.591.407	119.832
7410	Ateliers für Design	2.689	4.054	1.246	253.066	57.083
7420	Fotografie und Fotolabors	5.948	7.232	1.184	241.013	92.399
<b>in % der Creative Industries</b>		<b>31,9%</b>	<b>23,9%</b>	<b>18,6%</b>	<b>18,8%</b>	<b>22,8%</b>
<b>in % der Gesamtwirtschaft</b>		<b>4,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,8%</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

**Tabelle 5**  
Struktur des Bereichs Software- und Games-Industrie, 2021

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Anzahl der Unternehmen	Beschäftigte insgesamt	Unselbständig Beschäftigte	Umsätze in 1.000 €	Bruttobetriebsüberschuss in € 1 000
<b>Software- und Games-Industrie</b>		<b>8.339</b>	<b>48.204</b>	<b>39.488</b>	<b>8.003.108</b>	<b>899.798</b>
5821	Verlegen v. Computerspielen	11	76	68	144.606	17.138
5829	Verlegen v. sonst. Software	277	4.588	4.297	783.590	41.946
6201	Programmierungstätigkeiten	7.559	37.125	29.173	6.137.059	787.315
6312	Webportale	492	6.415	5.950	937.853	53.399
<b>in % der Creative Industries</b>		<b>10,8%</b>	<b>24,1%</b>	<b>33,1%</b>	<b>28,5%</b>	<b>24,2%</b>
<b>in % der Gesamtwirtschaft</b>		<b>1,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,3%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

Im Jahr 2021 wurden rd. 4.800 Unternehmen in den Creative Industries gegründet (d.s. rd. 6,3 %); zudem waren rd. 3.900 Schließungen (d.s. 5,1 %) zu verzeichnen. Diese Gründungs- und Schließungsquote entspricht weitgehend den Werten der Gesamtwirtschaft (6,0 % und 5,3 %).

**Tabelle 6**  
**Unternehmensdemografie der Creative Industries nach Bereichen, 2021**

	Unternehmens- neugründungen	Unternehmens- Neugründungen (in %)	Unternehmens- -schließungen*	Unternehmens- -schließungen* (in %)
Architekturmarkt	198	3,0	316	4,8
Buch- und Pressemarkt	94	4,3	82	3,8
Kunstmarkt	1.430	5,4	1.227	4,6
Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	369	6,9	244	4,5
Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	1.984	8,1	1.378	5,6
Software- und Games- Industrie	463	5,6	473	5,7
Sonstige	275	7,8	208	5,9
<b>Creative Industries insgesamt</b>	<b>4.813</b>	<b>6,3</b>	<b>3.928</b>	<b>5,1</b>

Anmerkung: \*vorläufig

Quelle: Leistungs- und Strukturerhebung 2021, Statistik Austria.

Die Anzahl der absoluten Insolvenzen ist, bezogen auf die Gesamtzahl der Unternehmen der Creative Industries, sehr gering; somit beträgt die Insolvenzquote gesamt ca. 2 Promille der Unternehmen.

**Tabelle 7**

**Anzahl der Insolvenzen in den Creative Industries insgesamt sowie die Anzahl der Gesamtinsolvenzen nach Bereichen (exkl. Sonstige), 2019 - 2022**

	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Eröffnete Insolvenzen	140	80	83	158	91,8	13,2
Nicht eröffnete Insolvenzverfahren (mangels kostendeckenden Vermögens)	100	54	40	75	87,7	-24,3
<b>Gesamtinsolvenzen</b>	<b>239</b>	<b>135</b>	<b>123</b>	<b>234</b>	<b>90,5</b>	<b>-2,4</b>
Architekturmarkt	16	15	9	16	77,8	0,0
Buch- und Pressemarkt	18	7	8	12	50,0	-33,3
Kunstmarkt	67	41	23	53	130,4	-20,9
davon: Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	23	15	10	30	206,2	27,2
Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	92	41	52	97	86,5	5,4
Software- und Games-Industrie	20	12	16	20	25,0	0,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: Kreditschutzverband 1870, iföw.

Die allermeisten Unternehmen der Creative Industries verfügen über eine einzige Arbeitsstätte. Im Buch- und Pressemarkt ergeben sich im Durchschnitt insgesamt 1,5 Arbeitsstätten je Unternehmen.

**Tabelle 8**  
**Die Arbeitsstätten der Creative Industries nach Bereichen, 2021**

	Anzahl der Unternehmen	Anzahl der Arbeitsstätten	Arbeitsstätten pro Unternehmen
Architekturmarkt	6.627	7.647	1,2
Buch- und Pressemarkt	2.171	3.239	1,5
Kunstmarkt	26.405	28.402	1,1
Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	5.382	6.056	1,1
Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	24.542	26.736	1,1
Software- und Games-Industrie	8.339	9.621	1,2
Sonstige	3.542	3.691	1,0
<b>Creative Industries insgesamt</b>	<b>77.008</b>	<b>85.392</b>	<b>1,1</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.



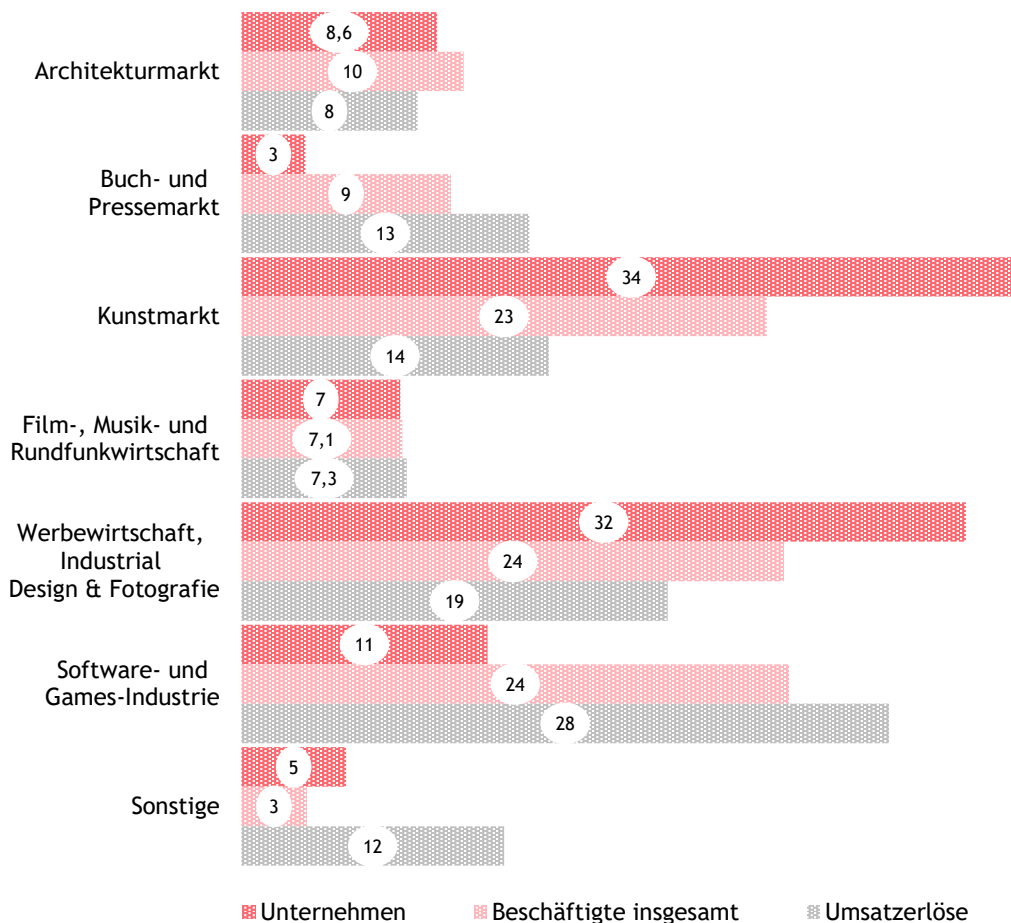
## Höchste durchschnittliche Betriebsgröße im Bereich der Software- und Games-Industrie

Wie zuvor dargelegt, sind die beiden - gemessen an der Unternehmenszahl - größten Sektoren überwiegend von Ein-Personen-Unternehmen (Kunstmarkt: 84 %; Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie: 78 %) gekennzeichnet; dementsprechend ist deren Anteil gemessen an den Umsätzen im Vergleich zur Software- und Games-Industrie geringer, wie aus der folgenden Grafik ersichtlich ist.

Die Sektoren Architekturmarkt sowie Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft weisen an den zentralen Indikatoren (Anzahl der Unternehmen, Anzahl der Beschäftigte, Umsatz) einen relativ konstanten Anteil auf, d.h., entsprechen diese von der Struktur weitgehend jener des Durchschnitts der Creative Industries.

Im Bereich Software- und Games-Industrie sowie Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie sind jeweils 24 % der Arbeitskräfte beschäftigt; ähnlich im Kunstmarkt, dessen Anteil 23 % beträgt.

**Grafik 1**  
Verteilung ausgewählter Indikatoren (I) der Creative Industries nach Bereichen in %, 2021

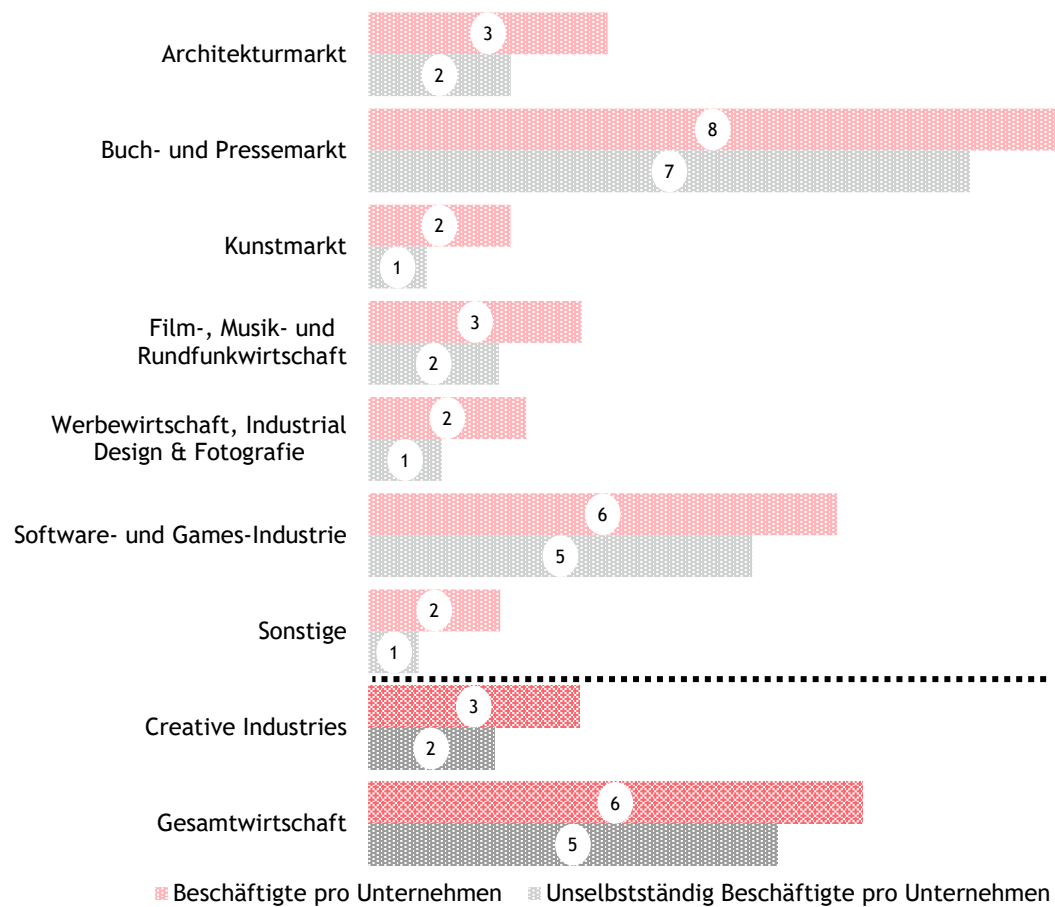


Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

Wiewohl der Unterschied zwischen Beschäftigten und unselbstständig Beschäftigten je Unternehmen (gerundet) i.d.R. eins ist, eben der/die (selbstständige) Unternehmer:in selbst, zeigt sich in den einzelnen Bereichen eine deutlich unterschiedliche Betriebsgröße.

Im Buch- und Pressemarkt ist die Betriebsgröße (gemessen an den Mitarbeiter:innen je Unternehmen) nicht nur mehr als doppelt so groß wie im Durchschnitt der Creative Industries, sondern liegt auch über der durchschnittlichen Betriebsgröße in der Gesamtwirtschaft.

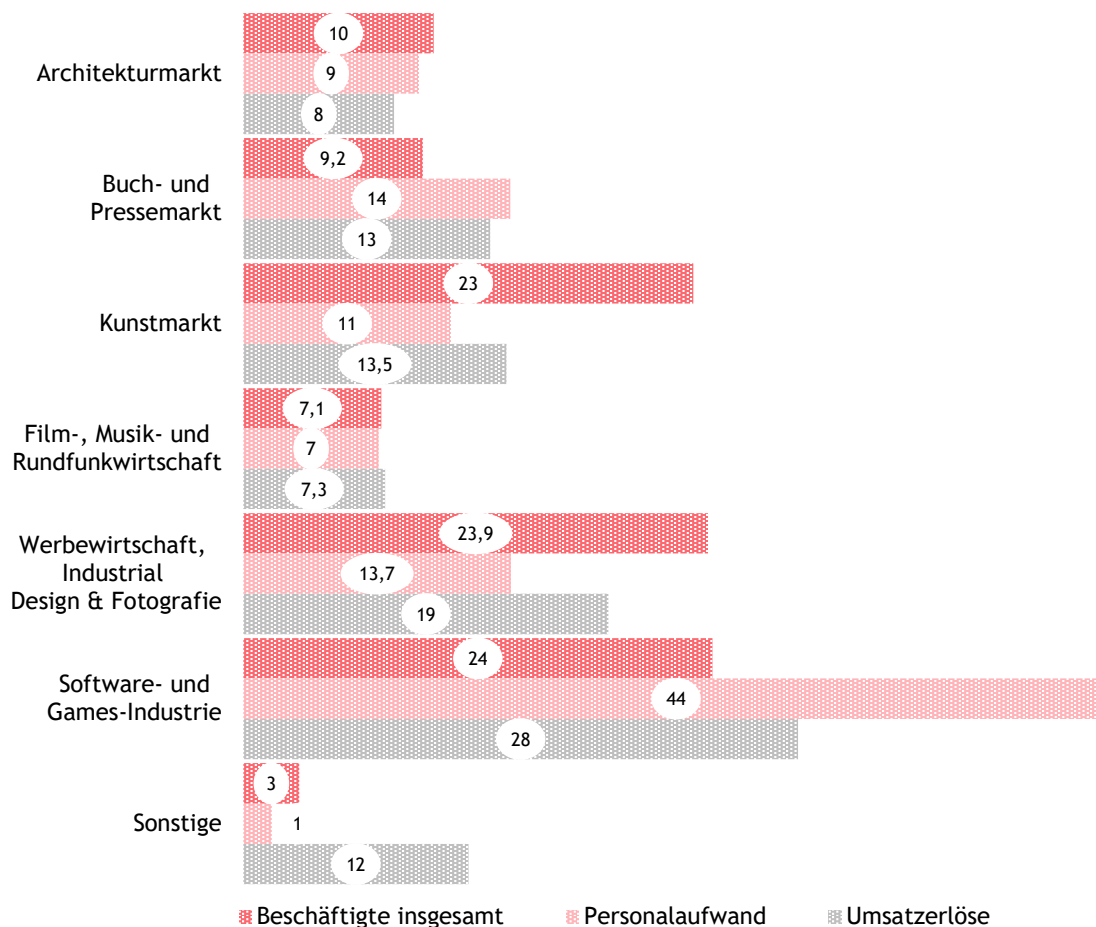
**Grafik 2**  
**Betriebsgrößen der Creative Industries nach Bereichen in %, 2021**



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
 Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

Auf den Bereich Software- und Games-Industrie entfallen 28 % des Gesamtumsatzes der Creative Industries bzw. 44 % der Personalkosten; rd. 24 % der Beschäftigten der Creative Industries sind diesem Bereich zuzuordnen. Somit weist die Software- und Games-Industrie einen hohen Rohertrag und im Vergleich deutlich überdurchschnittliche Bruttogehälter auf; dies ist auch eine Folge der Beschäftigtenstruktur (deutlich weniger Teilzeitbeschäftigte). Trotz des hohen Unternehmensanteils erwirtschaftet der Kunstmarkt relativ geringe Umsätze; dies ist unter anderem auf den hohen EPU-Anteil und großen Anteil an Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger € 10.000,- zurückzuführen.

**Grafik 3**  
Verteilung ausgewählter Indikatoren (II) der Creative Industries nach Bereichen in %, 2021

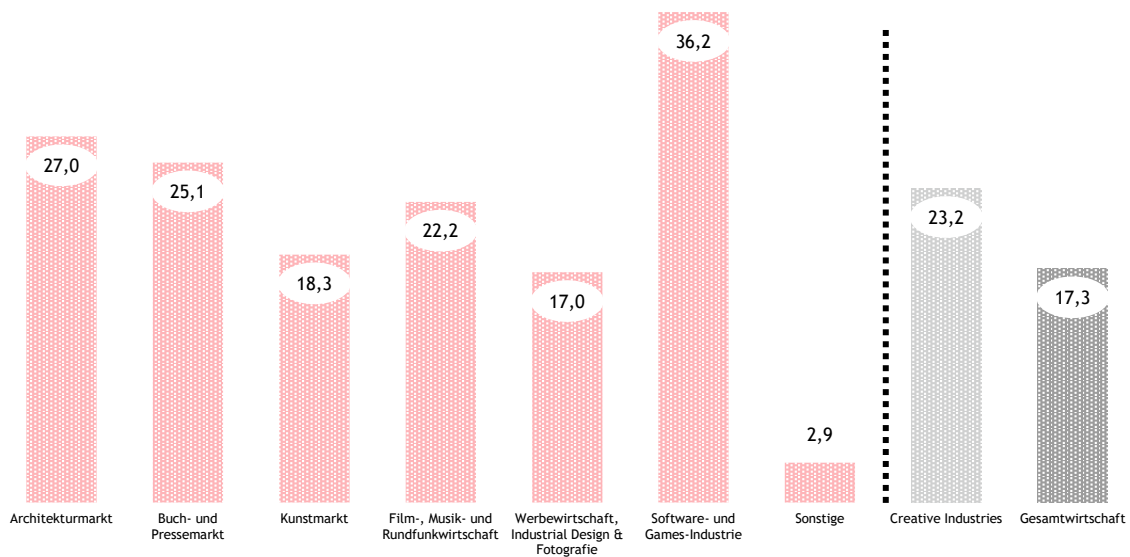


Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
Quelle: Leistungs- und Strukturerhebung 2021, Statistik Austria.

Die herausragende Bedeutung der Humanressourcen in den Creative Industries spiegelt sich auch in einem - im Vergleich zur Gesamtwirtschaft - überdurchschnittlich hohen Anteil der Personalaufwendungen am Gesamtumsatz wider (rd. 23 % versus rd. 17 %).

In einem besonderen Ausmaß zeigt sich dies mit einem Anteil von rd. 36 % bei der Software- und Games-Industrie; einen ebenfalls überdurchschnittlichen Anteil findet man mit 27 % im Architekturmarkt bzw. rd. 25 % im Buch- und Pressemarkt.

**Grafik 4**  
Personalaufwand (in % des Umsatzes) der Creative Industries nach Bereichen, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturerhebung 2021, Statistik Austria.

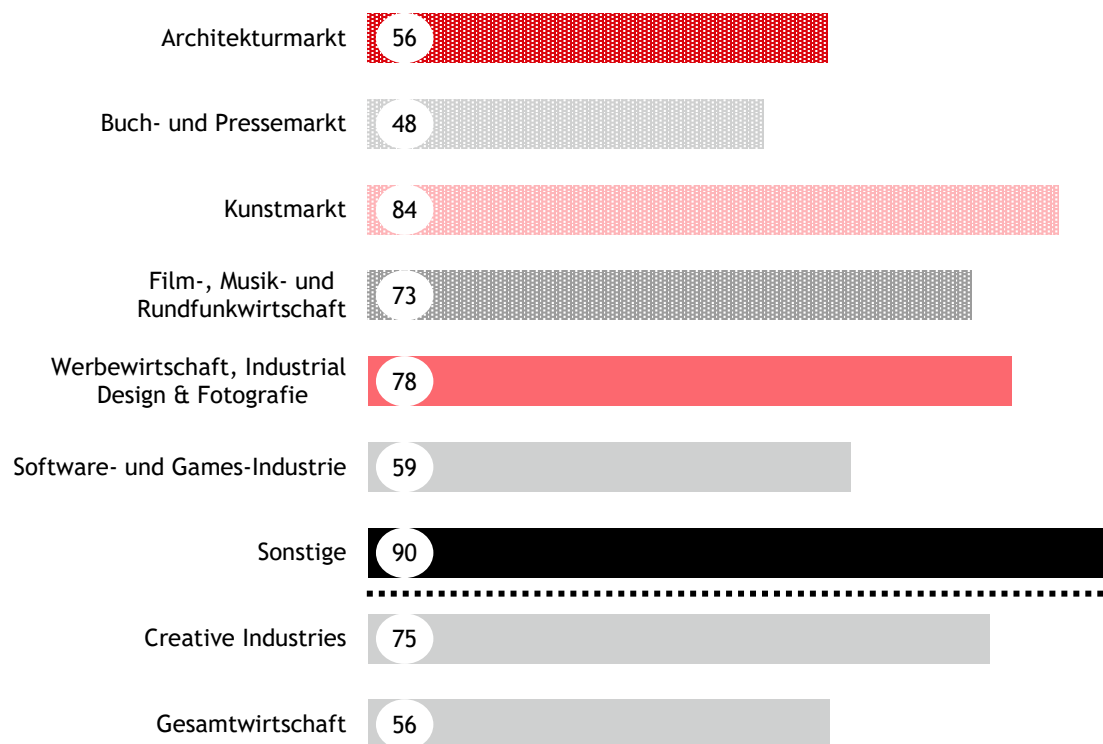
## 75 % der Unternehmen der Creative Industries sind EPU

Die Creative Industries sind und bleiben kleinstbetrieblich strukturiert, eine Domäne der EPU. Bei 75 % der Unternehmen handelt es sich um Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Dies bedeutet, dass in jenen Betrieben neben dem/der Unternehmer:in keine weiteren Personen dauerhaft beschäftigt sind. Dieser Anteil ist deutlich höher als in der Gesamtwirtschaft (mit 56 %).

Am höchsten ist der EPU-Anteil im Kunstmarkt (84 %); einen überdurchschnittlichen Anteil weist auch der Bereich Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie aus (78 %).

Mit Ausnahme des Bereichs Buch- und Pressemarkt (48 %) liegen alle Bereiche der Creative Industries hinsichtlich des EPU-Anteils über bzw. auf dem Wert der Gesamtwirtschaft (56 %).

**Grafik 5**  
EPU-Anteil (in %) der Creative Industries nach Bereichen, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

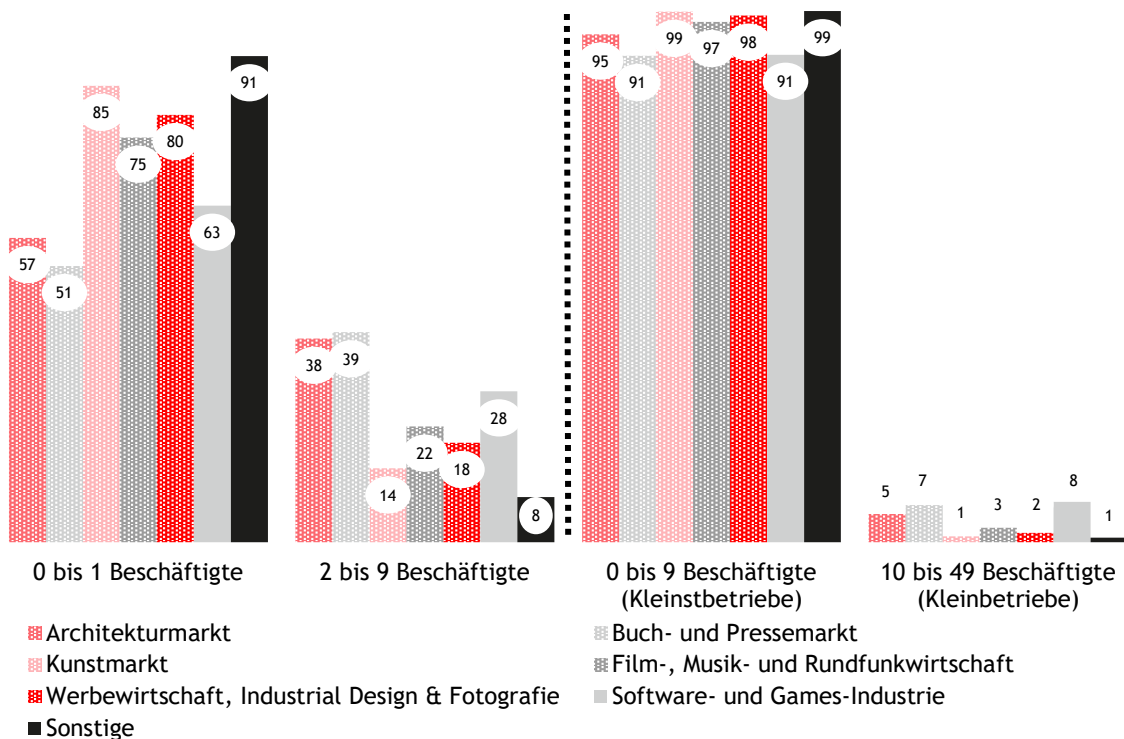
## Nur 3 % aller Unternehmen der Creative Industries haben mehr als 9 Beschäftigte

Die meisten Unternehmen der Creative Industries, die keine EPU sind, haben 2-9 Beschäftigte; gemäß der EU-Definition sind Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigte Kleinunternehmen.

97 % aller Unternehmen der Creative Industries haben weniger als 10 Beschäftigte; im Vergleich dazu entfallen in der Gesamtwirtschaft 7 % auf Kleinunternehmen (mit 10 - 49 Beschäftigte) bzw. 1 % auf Mittelunternehmen (50 - 249 Beschäftigte).

In den Bereichen Architekturmarkt, Buch- und Pressemarkt sowie Software- und Games-Industrie liegt der Anteil der Kleinbetriebe auf einem überdurchschnittlich hohen Niveau, zwischen 5 % und 8 %.

**Grafik 6**  
Beschäftigungsstruktur der Creative Industries in %, nach Beschäftigungsgrößenklassen, 2021



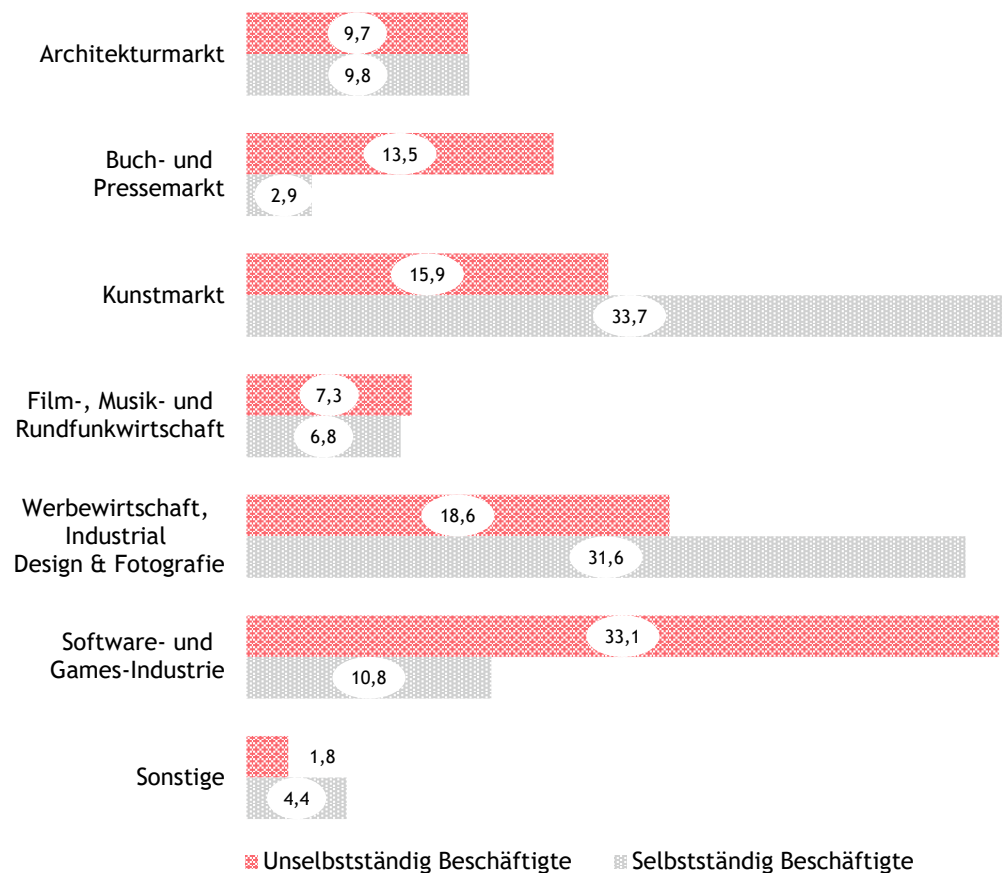
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## Knapp zwei Drittel der selbstständig Beschäftigten entfallen auf zwei Bereiche

Auf Grund des hohen EPU-Anteils einerseits und der Anzahl der Unternehmen je Bereich andererseits sind die meisten selbstständig Beschäftigten in den Bereichen Kunstmarkt sowie Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie tätig.

Grafik 7

Verteilung der selbstständig und unselbstständig Beschäftigten der Creative Industries nach Bereichen in %, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

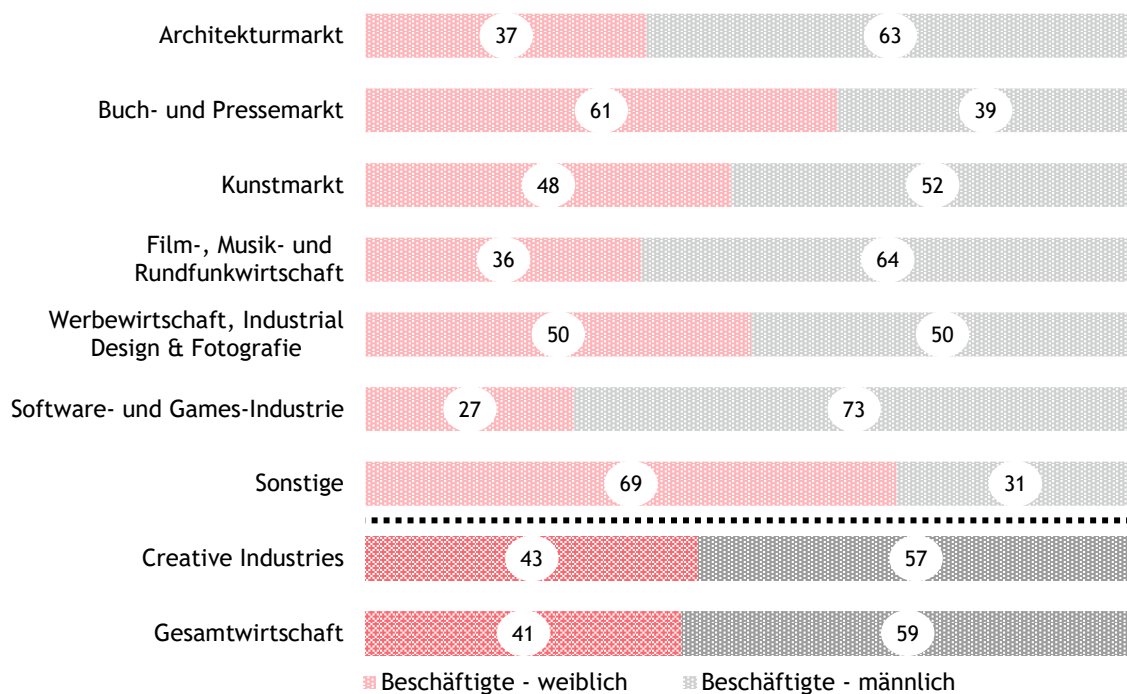
## Rd. 4 von 10 Beschäftigten sind Frauen

Der Frauenanteil der Beschäftigten liegt in den Creative Industries bei 43 % und somit um 2 %-Pkt. über der Gesamtwirtschaft.

Im Bereich Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie liegt der Frauenanteil exakt bei 50 % der Beschäftigten; andererseits gibt es einige Branchen mit einer deutlich unausgewogenen Geschlechterverteilung:

- Software- und Games-Industrie (73 % der Beschäftigten sind männlich)
- Buch- und Pressemarkt (61 % der Beschäftigten sind weiblich)

**Grafik 8**  
Beschäftigte der Creative Industries nach Geschlecht und Bereichen in %, 2021



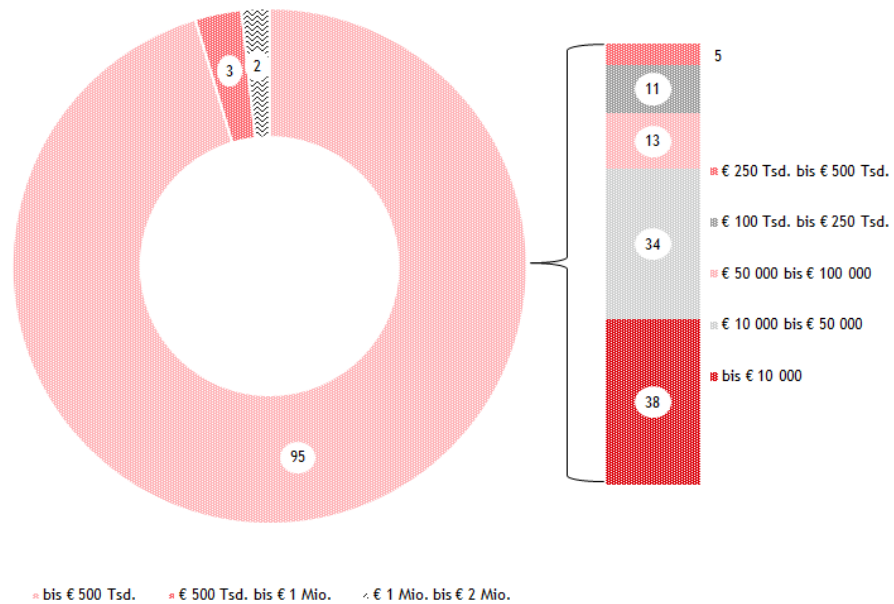
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.



## Knapp 68 % der Kleinstbetriebe der Creative Industries erwirtschaften bis zu € 50 000,- Jahresumsatz

95 % der Kleinstbetriebe der Creative Industries erwirtschaften bis zu € 500.000,- Umsatz im Jahr. Bei zwei Drittel der Unternehmen liegen die Jahresumsätze unter € 50.000,-.

**Grafik 9**  
Verteilung der Kleinstbetriebe der Creative Industries nach Umsatzgrößenklassen in %, 2021



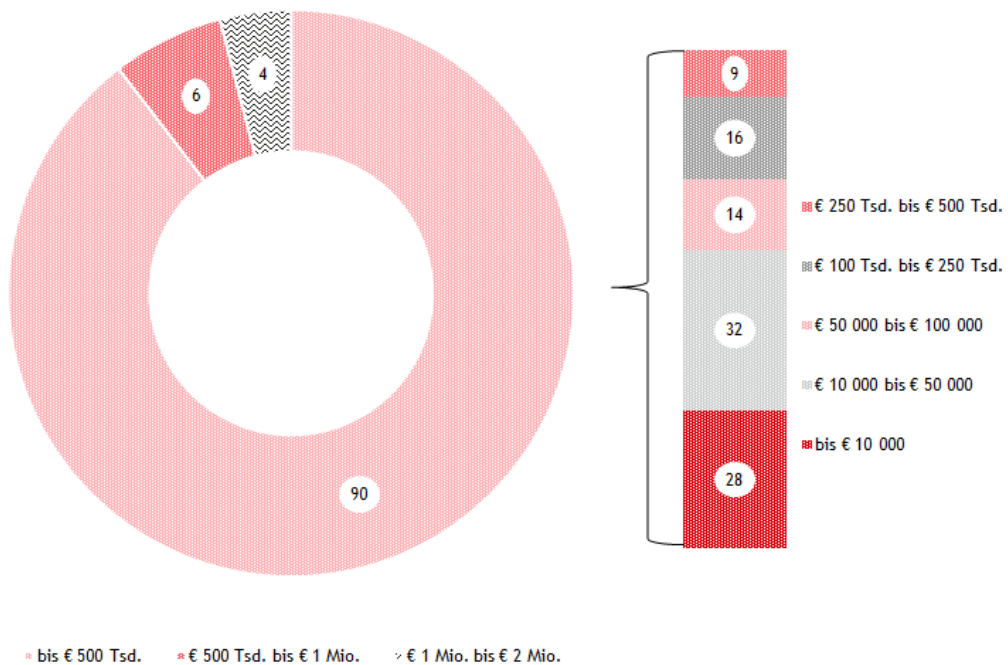
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## Gesamtwirtschaftlich erwerben rd. 54 % der Kleinstbetriebe bis zu € 50.000,- Jahresumsatz

In der Gesamtwirtschaft ist der Anteil der Kleinstunternehmen, die mehr als € 500.000,- Jahresumsatz erwirtschaften, deutlich höher (10 % statt 5 %); andererseits liegt der Anteil der Unternehmen mit weniger als € 10.000,- Jahresumsatz auf einem niedrigeren Niveau.

Grafik 10

Verteilung der Kleinstbetriebe der Gesamtwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen in %, 2021

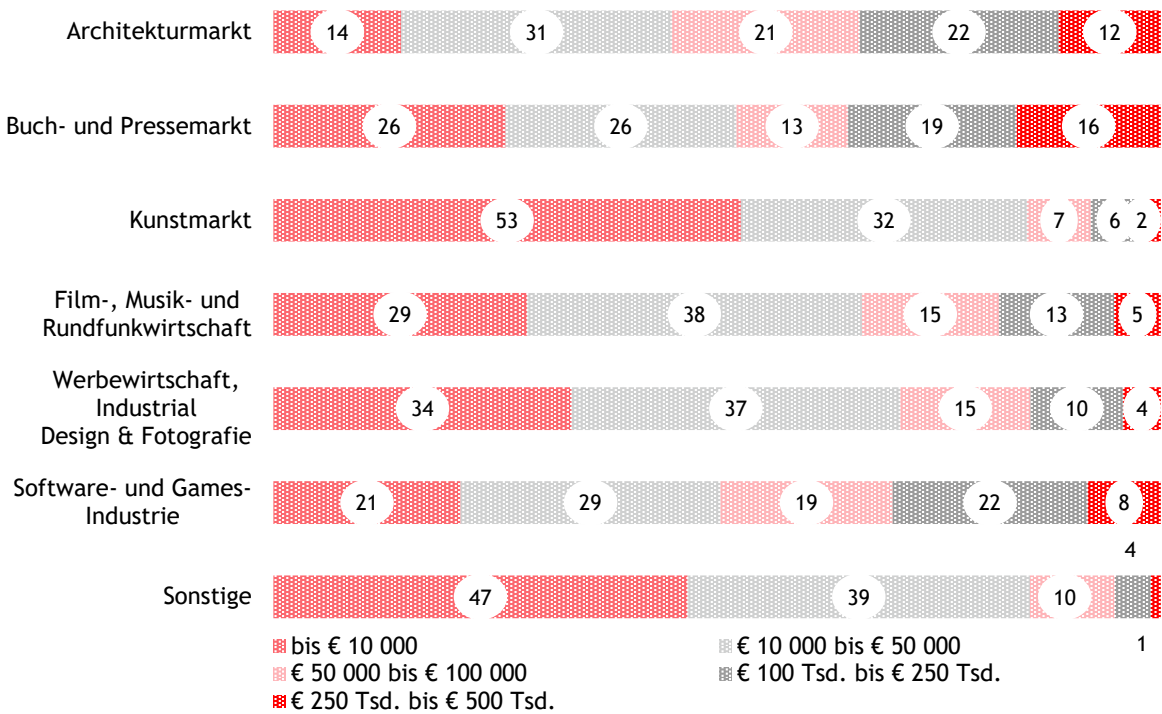


Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
Quelle: Leistungs- und Strukturerhebung 2021, Statistik Austria.

Die Verteilung der Unternehmen (mit bis zu € 500.000,- Jahresumsatz) der Creative Industries nach Bereichen und Umsatzgrößenklassen zeigt deren Unterschiede deutlich auf:

- Unternehmen mit geringen Umsätzen dominieren den Kunstmarkt, aber auch die Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie sowie Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft.
- Im Vergleich deutlich höhere Umsatzniveaus haben Unternehmen im Architekturmarkt, Buch- und Pressemarkt sowie in der Software- und Games-Industrie.

**Grafik 11**  
**Struktur der Kleinstbetriebe (bis € 500.000,- Jahresumsatz) der Creative Industries nach Bereichen in %, 2021**

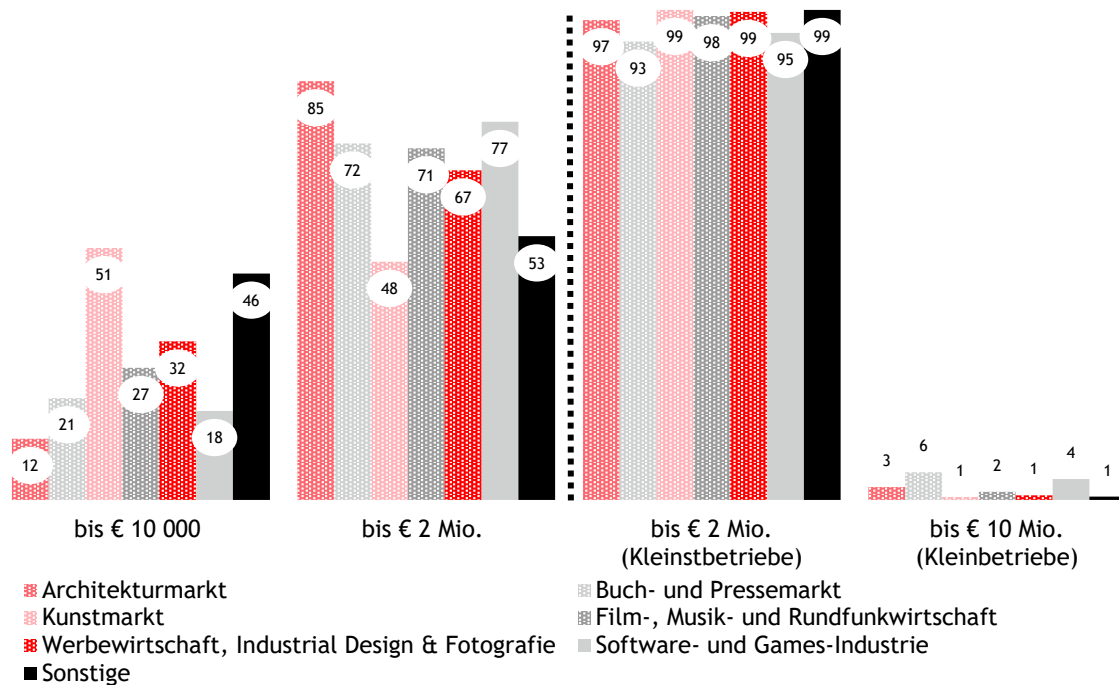


Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
 Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## Rd. die Hälfte der Unternehmen des Kunstmarkts erwirtschaftet im Jahr Umsätze unter € 10.000,-

51 % der Unternehmen des Kunstmarkts und 32 % des Bereichs Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie erwirtschafteten weniger als € 10.000,- Jahresumsatz. In vielen Fällen wird es sich um (junge) Unternehmen (nach der Unternehmensneugründung) bzw. selbstständige Tätigkeiten, die nebenberuflich ausgeübt werden, handeln.

**Grafik 12**  
Umsatzverteilung (in € 1 000) der Creative Industries in %, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturserhebung 2021, Statistik Austria.

## Die meisten Bereiche der Creative Industries zeigen eine überdurchschnittlich hohe EBITDA-Marge

Die Creative Industries erwirtschaften im Vergleich zur Gesamtwirtschaft eine um 2 %-Pkt. höhere Bruttobetriebsüberschuss-Marge (EBITDA-Marge); dies ergibt sich daraus, dass das Entgelt für selbstständige Unternehmer:innen nicht im Aufwand des Unternehmens inkludiert, sondern Teil des Ergebnisses ist (außer bei Kapitalgesellschaften).

Allen voran weist der Architekturmarkt eine mehr als doppelt so hohe EBITDA-Marge (28,3 %) wie die Creative Industries (13,2 %) aus.

**Grafik 13**  
EBITDA (in % des Umsatzes) der Creative Industries nach Bereichen, 2021



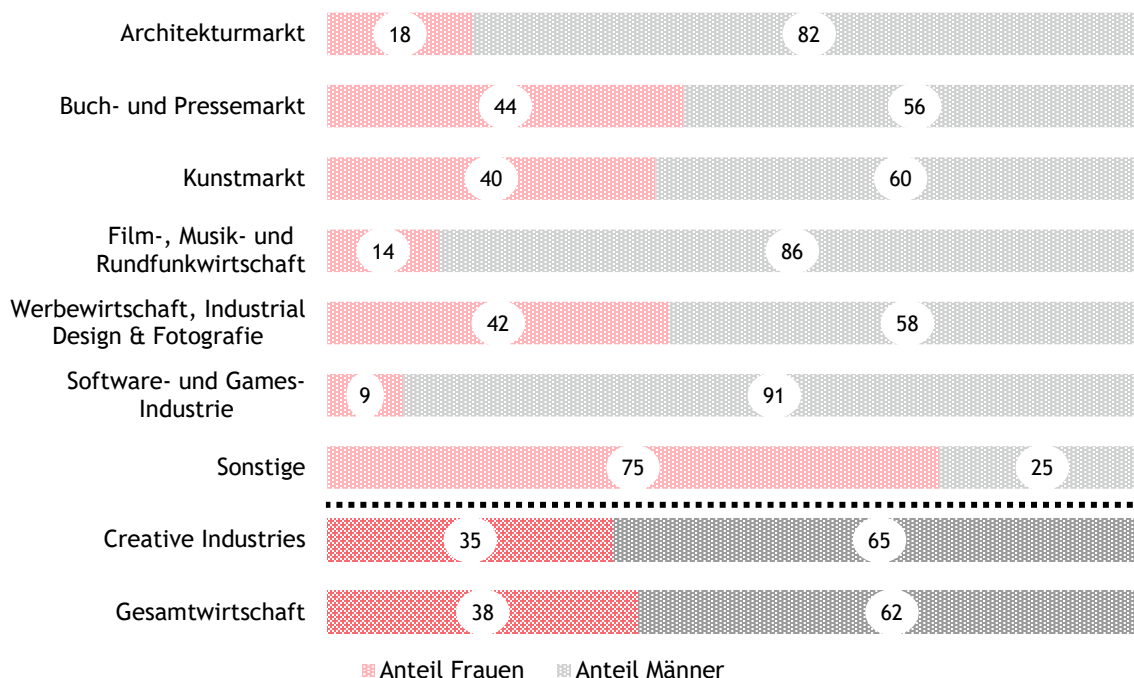
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## 4 von 7 Bereichen der Creative Industries weisen einen überdurchschnittlichen Anteil an selbständigen Frauen auf

Rd. ein Drittel der Firmen in dieser Branche wird von Frauen geleitet. Im Bereich Buch- und Pressemarkt wird ein Anteil von 44 % weiblichen Selbstständigen festgestellt. Auch in der Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie liegt der Anteil mit 42 % deutlich über dem Durchschnitt der weiblichen Selbstständigen in den Creative Industries, welcher bei 35 % liegt. Darüber hinaus liegt der Kunstmarkt mit einem Frauenanteil von 40 % über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt von 38 % der weiblichen Selbstständigen.

Allerdings gibt es auch Bereiche, in denen der Frauenanteil weit unterdurchschnittlich ausfällt. In den Creative Industries sind dies der Architekturmarkt (18 %), die Film-, Musik und Rundfunkwirtschaft (14 %) und die Software- und Games-Industrie mit einem Anteil von nur 9 %.

**Grafik 14**  
Selbstständige der Creative Industries nach Geschlecht und Bereichen in %, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

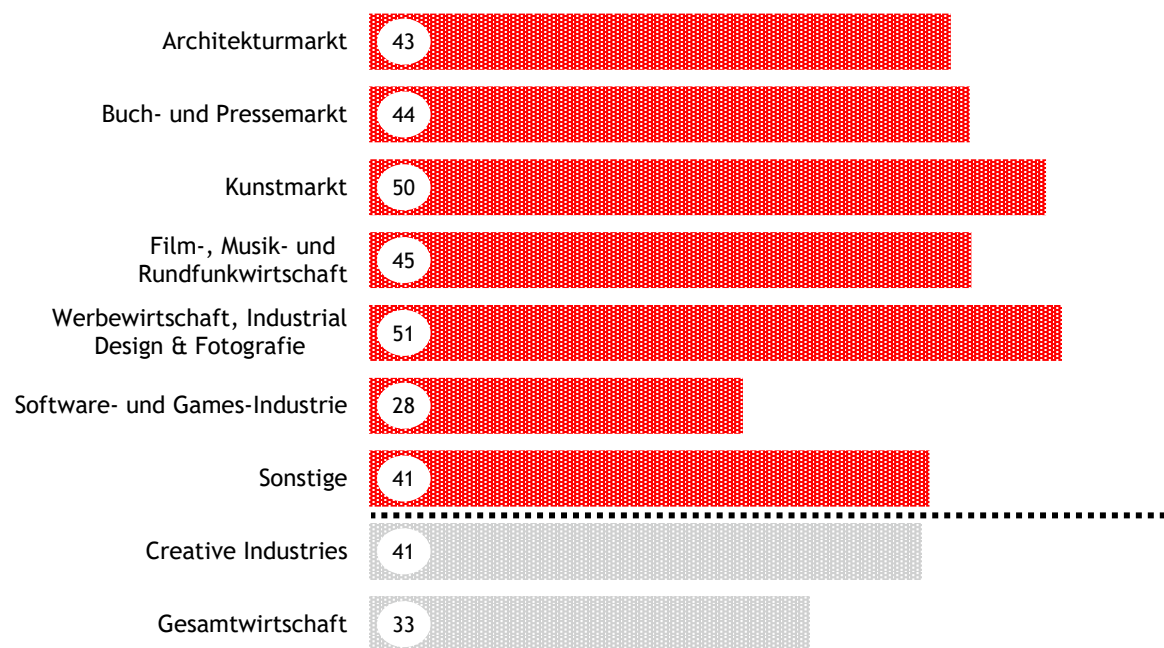
## Rd. 40 % der Beschäftigten der Creative Industries arbeiten in Teilzeit

Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten in den Creative Industries ist mit 41 % höher als in der Gesamtwirtschaft (33 %).

Den höchsten Anteil an Teilzeitbeschäftigten haben die Bereiche Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie (51 %) sowie der Kunstmarkt (50 %); im Gegensatz dazu sind in der Software- und Games-Industrie 28 % der Beschäftigten teilzeitbeschäftigt.

In allen Bereichen - mit Ausnahme der Software- und Games-Industrie - liegt der Anteil der Teilzeitbeschäftigten über dem Niveau der Gesamtwirtschaft.

**Grafik 15**  
Anteil der Teilzeitbeschäftigten der Creative Industries nach Bereichen in %, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## 37 % der kreativen Unternehmen haben ihren (Haupt)Sitz in Wien

Wien ist Hauptzentrum der Creative Industries - 37 % aller Creative Industries (gegenüber 24 % der Gesamtwirtschaft) Unternehmen in Österreich haben in der Hauptstadt ihren Firmensitz. Nach Wien folgen die Flächenbundesländer Niederösterreich (14 %), Oberösterreich (12 %) und Steiermark mit 11 %.

In Wien haben nicht nur die meisten Unternehmen der Creative Industries, sondern - erwartungsgemäß - auch die größeren Unternehmen ihren Firmensitz: Mehr als die Hälfte des Umsatzes wird von Wiener Unternehmen erwirtschaftet.

**Tabelle 9**  
Struktur der Creative Industries nach Bundesländern, 2021

	Unter- nehmen	Beschäftigte gesamt	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in € 1 000	Brutto- betriebsüberschuss in € 1 000
Burgenland	1.670	1.975	904	214.188	50.422
Kärnten	3.410	6.464	3.097	509.773	89.937
Niederösterreich	10.862	15.888	8.122	1.541.311	226.916
Oberösterreich	9.296	25.040	15.964	2.724.809	458.287
Salzburg	5.296	11.691	7.127	1.565.074	208.473
Steiermark	8.805	21.105	11.839	2.171.869	375.208
Tirol	6.304	13.615	6.996	1.218.405	230.671
Vorarlberg	2.771	4.179	1.923	373.460	81.874
Wien	28.595	78.791	49.143	12.001.442	1.497.244
<b>Creative Industries insgesamt</b>	<b>77.008</b>	<b>178.749</b>	<b>105.114</b>	<b>22.320.331</b>	<b>3.219.031</b>

Anmerkung: Durch die Zuordnung nach Bundesländern unterliegen manche Daten aller Indikatoren (exkl. Unternehmen) der Geheimhaltung, wodurch die entsprechenden Summen (Creative Industries insgesamt) abweichen. Die genauen Summen sind in Tabelle 2 ablesbar.

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

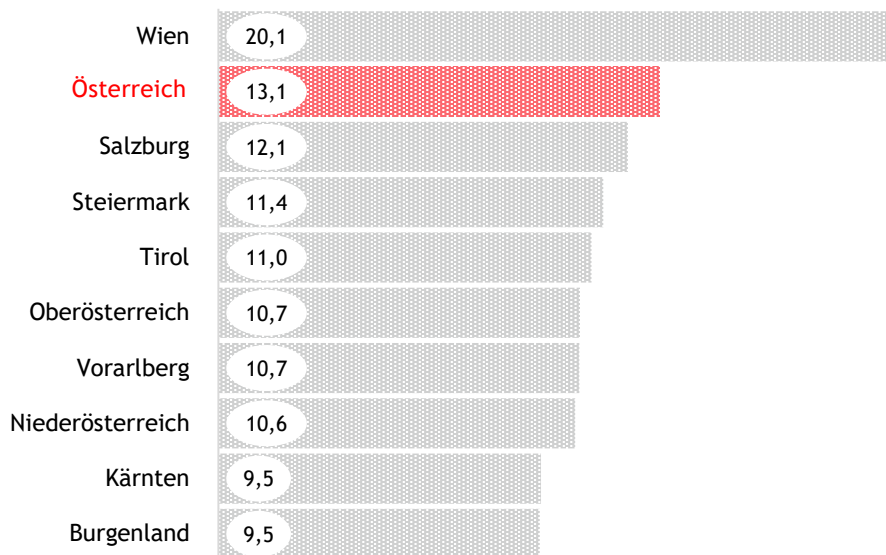


## Jedes fünfte Wiener Unternehmen zählt zu den Creative Industries - österreichweit fast jedes siebte

Die Bedeutung der Creative Industries für Wien kommt auch dadurch zum Ausdruck, dass jedes fünfte Wiener Unternehmen diesen Sektor zuzuordnen ist.

In allen anderen Bundesländern liegt der Wert zwischen 10 % und 12 %, wodurch sich im Gesamtdurchschnitt ein Wert von rd. 13 % ergibt.

**Grafik 16**  
Creative Industries Unternehmen in % der Gesamtwirtschaft nach Bundesländern, 2021



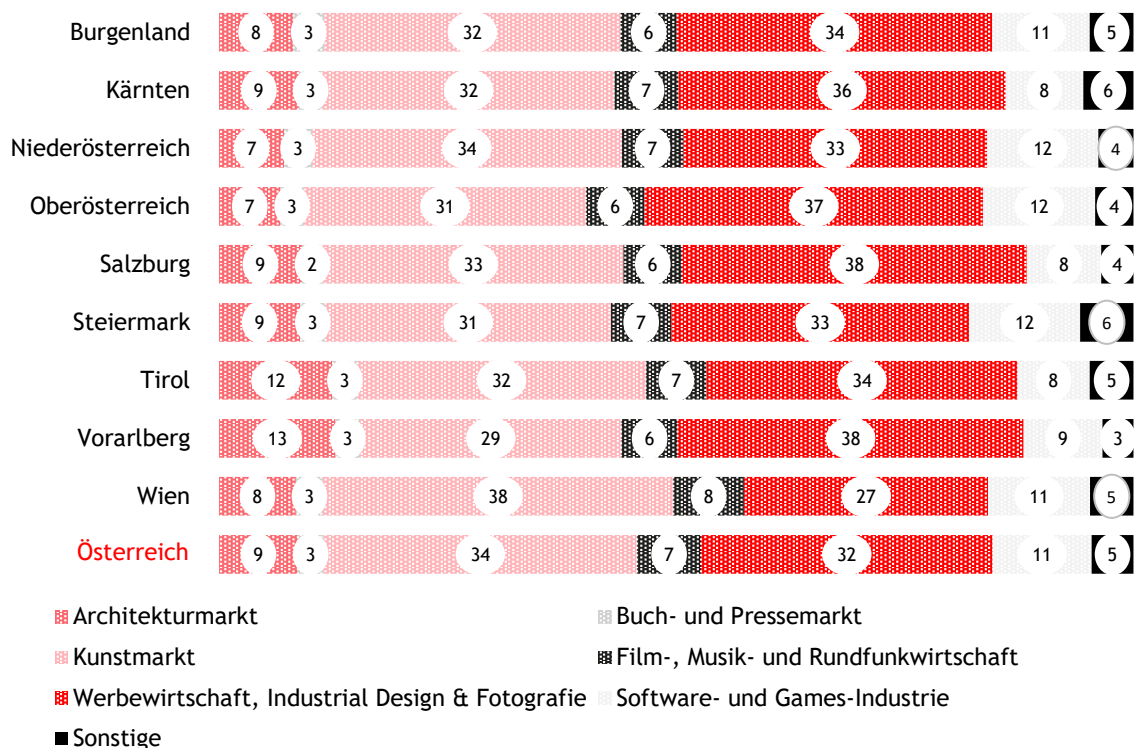
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## Der Architekturmarkt ist vor allem in den westlichen Bundesländern stark vertreten

Hinsichtlich der Verteilung der Unternehmen in den einzelnen Bereichen der Creative Industries zeigen sich deutliche Unterschiede.

- In den westlichen Bundesländern Tirol und Vorarlberg zeigt sich ein überdurchschnittlicher Anteil der Unternehmen im Architekturmarkt.
- Wien hat den geringsten Anteil der Unternehmen in der Werbewirtschaft, Industrial Design und Fotografie; deren Anteil liegt in allen anderen Bundesländern über dem Wert und dem Durchschnitt der Creative Industries insgesamt.

**Grafik 17**  
Creativ Industries Unternehmen im jeweiligen Bundesland nach Bereichen in %, 2021



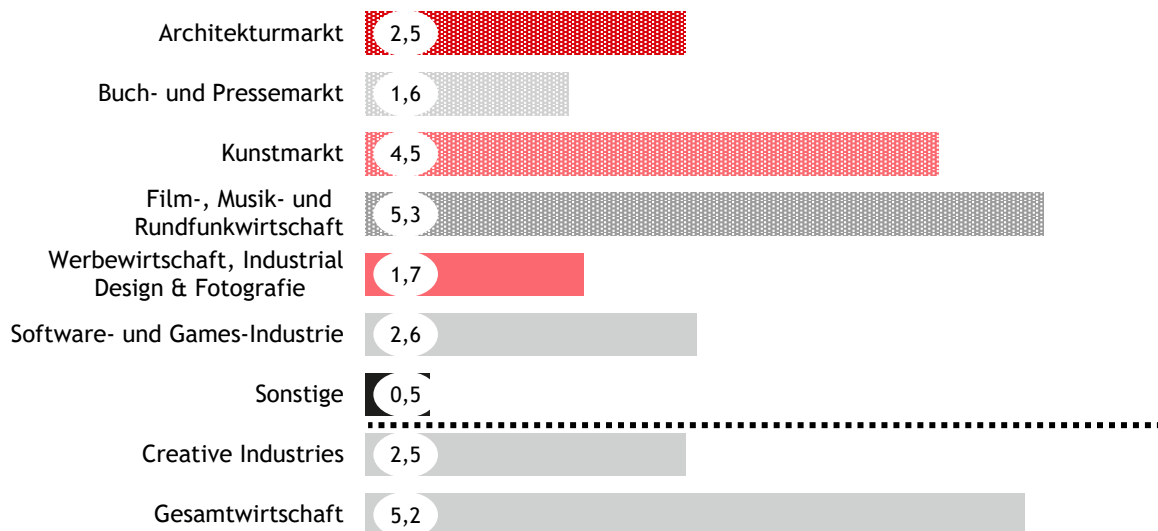
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.  
Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021 Statistik Austria.

## Niedrige Investitionsquote in den fast allen Bereichen der Creative Industries

Die Investitionsquote, definiert als Investitionen in Prozent des Umsatzes, liegt in den Creative Industries insgesamt deutlich unter jener der Gesamtwirtschaft (2,5 % versus 5,2 %). Zentrales Wesensmerkmal der Creative Industries sind die Humanressourcen, nicht jedoch Investitionen ins Anlagevermögen.

Die Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft weist mit 5,3 % eine im Vergleich überdurchschnittliche Investitionsquote auf. Die ebenfalls im Kunstmarkt mit 4,5 % hohe Investitionsquote ist eine Folge der sehr geringen Umsatzniveaus vieler Betriebe dieses Bereiches.

**Grafik 18**  
Investitionsquote (in % des Umsatzes) nach Bereichen, 2021



Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021 Statistik Austria.

## Rezente Entwicklung ab 2021

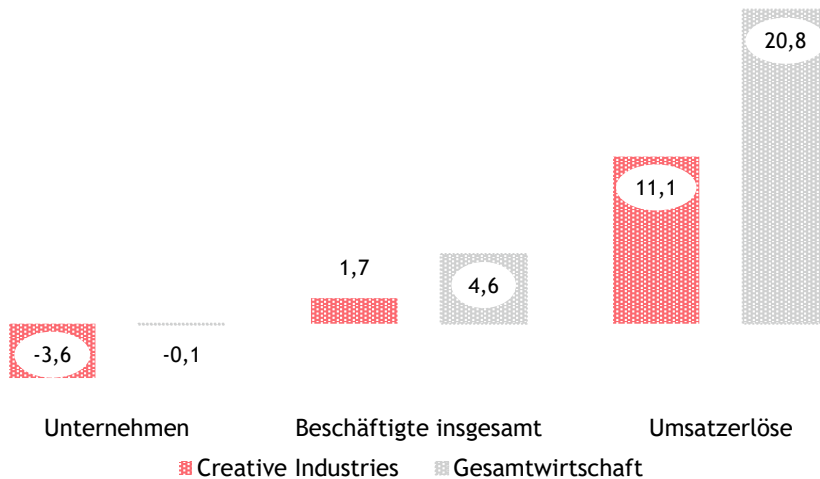
Teilbereiche der Creative Industries waren vor allem im Jahr 2020 stärker von der Pandemie betroffen als andere Sektoren der Gesamtwirtschaft. Das Jahr 2022 war wirtschaftlich teilweise noch geprägt von den Nachwirkungen der COVID Pandemie, auch Nachholeffekte waren zu beobachten.

Insgesamt zeigt sich jedoch, dass das wirtschaftliche Wiedererstarken in der Gesamtwirtschaft deutlich stärker ausgefallen ist als in den Creative Industries. Diese Wachstumsdifferenz zeigt sich besonders deutlich bei den Umsätzen (rd. 10 %-Pkt.), aber auch den insgesamt Beschäftigten (rd. 3 %-Pkt.).

Die Anzahl der Unternehmen bei den Creative Industries ist im Jahresvergleich deutlich - um rd. 3,6 % - gesunken.

**Grafik 19**

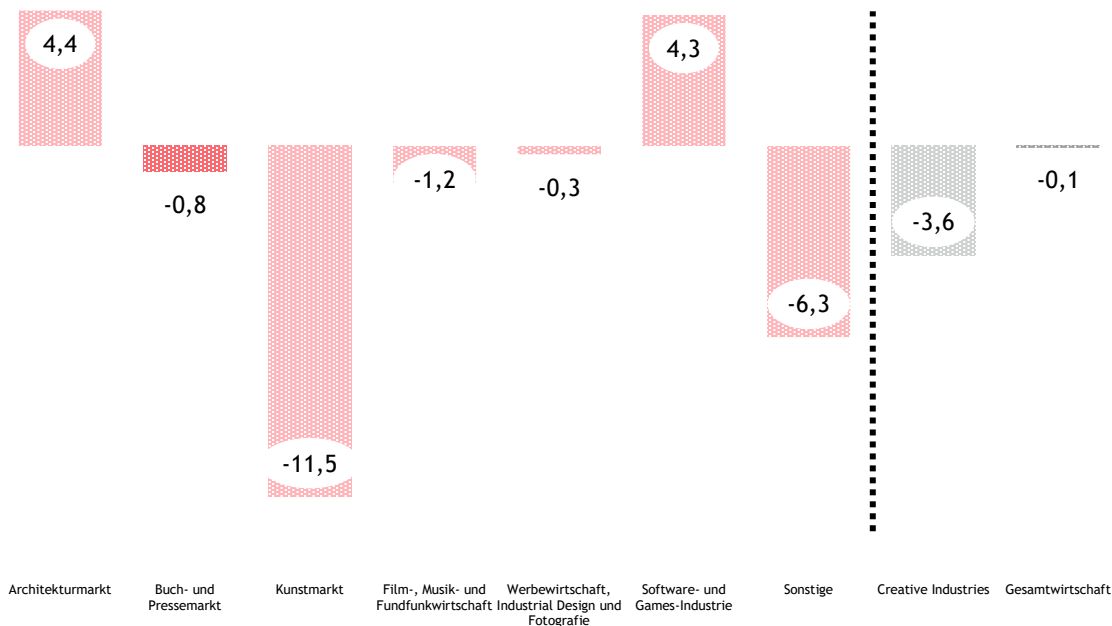
Entwicklung der Creative Industries und Gesamtwirtschaft (in % gegenüber dem Vorjahr), 2022 (vorl.)



Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturerhebung 2022 Statistik Austria.

Innerhalb der Teilbereiche der Creative Industries zeigt sich eine erhebliche Divergenz - deutliche Rückgänge zeigen sich insbesondere im Kunstmarkt (mit mehr als 10 %).

**Grafik 20**  
**Entwicklung der Anzahl der Unternehmen der Creative Industries (in % gegenüber dem Vorjahr) nach Bereichen, 2022**



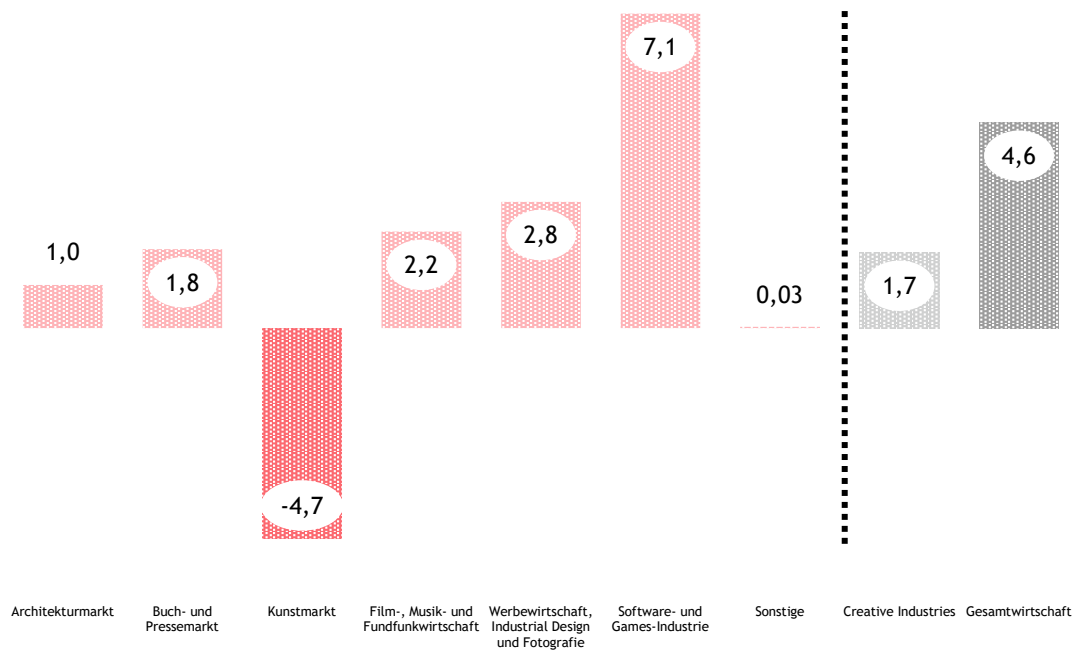
Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturhebung 2022 Statistik Austria.

## Starke Veränderung der Beschäftigten in den Bereichen Kunstmarkt und Software- und Games-Industrie

Während die Creative Industries mit + 1,7 % eine moderate Entwicklung im Vergleich zur Gesamtwirtschaft (+ 4,6 %) aufweisen, steigt die Anzahl der Beschäftigten im Bereich Software- und Games-Industrie kräftig (rd. + 7 %). Eine gegenteilige Entwicklung ist im Kunstmarkt mit einem Beschäftigtenrückgang von rd. - 5 % zu beobachten.

Grafik 21

Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten der Creative Industries (in % ggü. dem Vorjahr) nach Bereichen, 2022



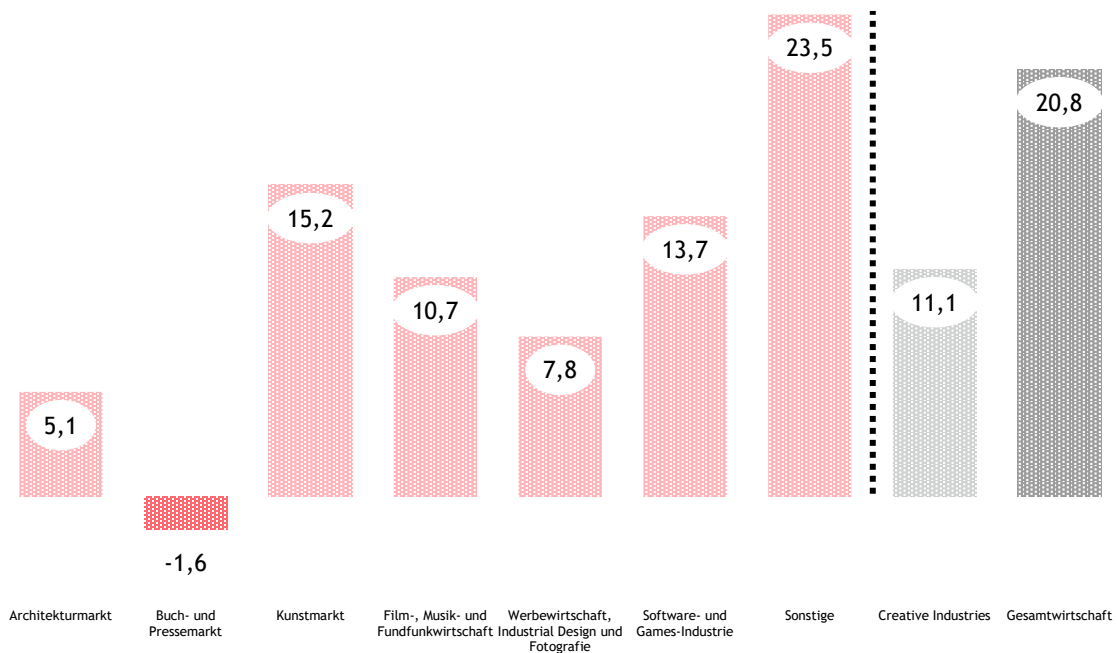
Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturhebung 2022 Statistik Austria.

## Mit Ausnahme der Software- und Games-Industrie weisen die Bereiche der Creative Industries eine moderate Umsatzentwicklung auf

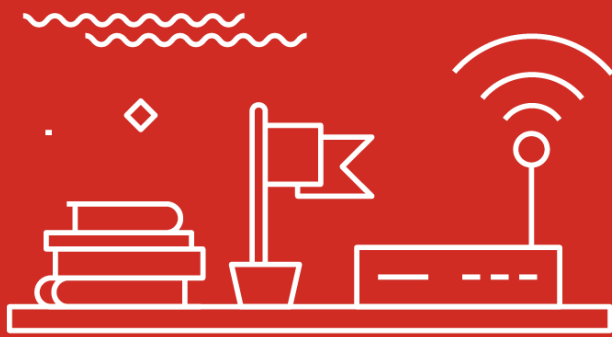
Wie auch schon bei der Unternehmensanzahl zeigt die Software- und Games-Industrie ein starkes Wachstum (rd. + 14 %). Trotz des Rückgangs der Anzahl der Unternehmen des Kunstmarktes, kann dieser Bereich ein Umsatzwachstum von rd. + 15 % verzeichnen, welches somit auch über jenem der Creative Industries (rd. + 11 %) liegt. Einen Umsatzrückgang von - 1,6 % weist der Bereich Buch- und Pressemarkt aus.

Grafik 22

Entwicklung der Umsatzerlöse der Creative Industries (in % ggü. dem Vorjahr) nach Bereichen, 2022

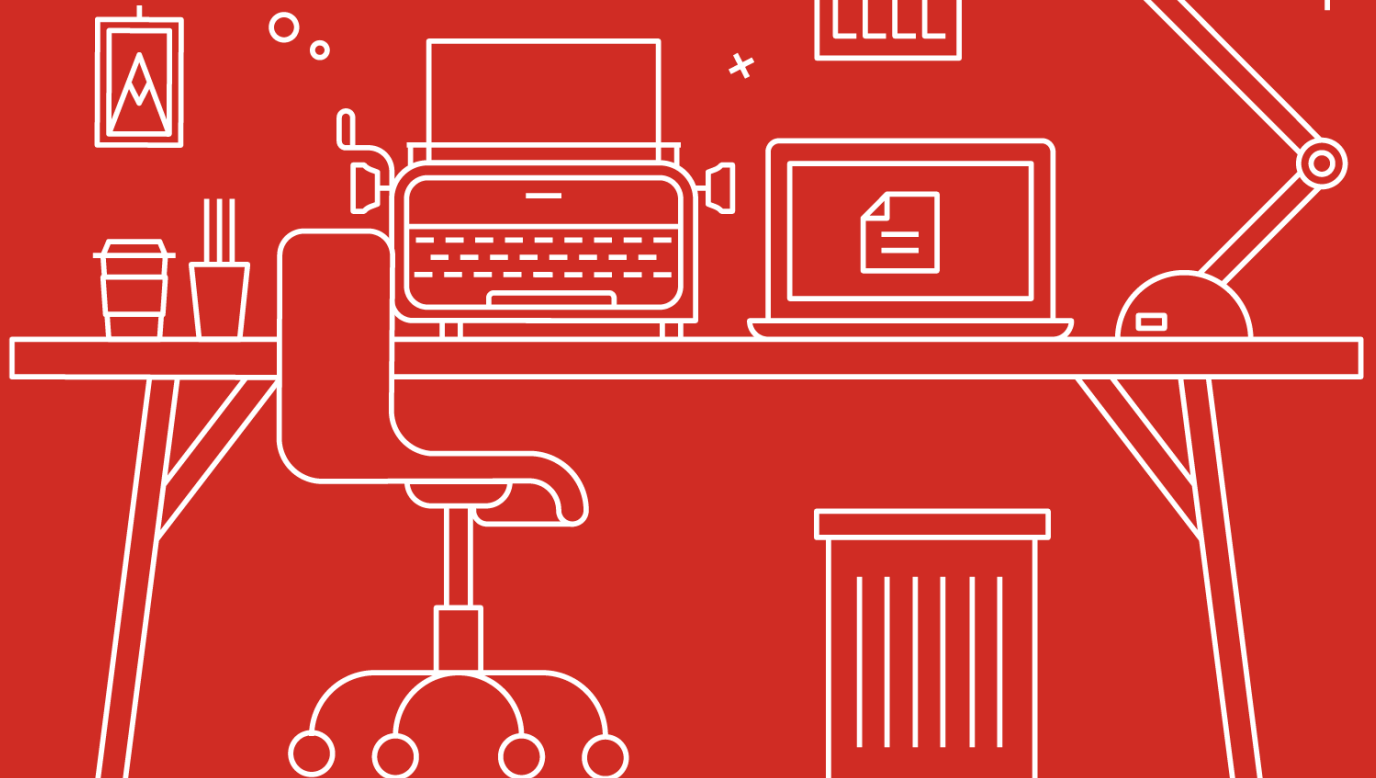


Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturerhebung 2022 Statistik Austria.



# Wirtschafts barometer der Creative Industries

Winter 2023/24





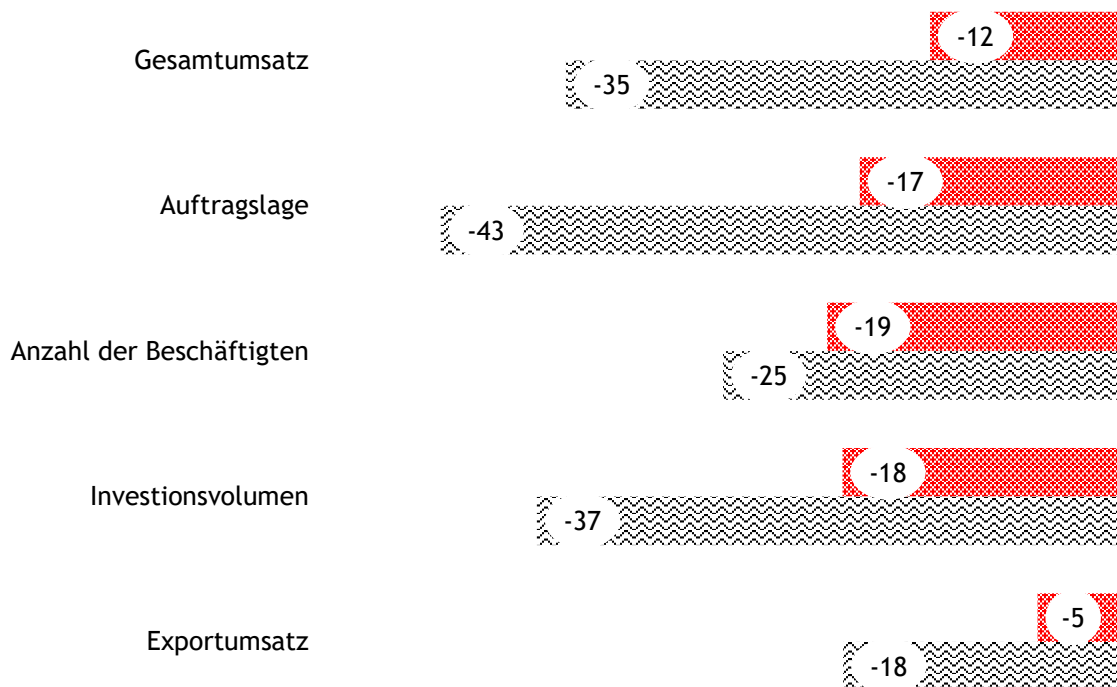
## Die Creative Industries in den Jahren 2022 und 2023

Die folgenden Ausführungen basieren auf dem Wirtschaftsbarometer der *Creative Industries*. Dieser stellt eine *Sonderauswertung des* Wirtschaftsbarometers, der halbjährlichen Konjunkturumfrage der Wirtschaftskammer Österreich (erstellt von der *Abteilung für Wirtschaftspolitik*) dar.

Im Vergleich zu den früheren Erhebungswellen im Winter 2022/23 bzw. Frühjahr 2023 zeigt sich, dass sich die Konjunktorentwicklung massiv verschlechtert hat. Wenngleich in unterschiedlichem Ausmaß zeigt sich dies bei allen Indikatoren. Besonders deutlich ist die Verschlechterung zum Vorjahr, aber auch seit dem Frühjahr ist eine weitere Eintrübung der Konjunktorentwicklung feststellbar.

Die Auftragslage hat sich bei vielen Betrieben getrübt, viele Betriebe berichten über gesunkene Umsätze. Dies führt auch zu Rückgängen bei der Beschäftigung bzw. den Investitionen.

**Grafik 1**  
Vergleich der Einschätzungen der Unternehmen der Creative Industries gemessen an der Saldendifferenz in %-Pkt.



■ Veränderung Frühjahr 2023 zu Winter 2023/24 in %-Pkt.

▨ Veränderung Winter 2022/23 zu Winter 2023/24 in %-Pkt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Konjunkturschwäche prägt das Jahr 2023 - sowohl in den Creative Industries als auch der gewerblichen Wirtschaft

Die Unternehmen der Creative Industries schätzen ihre Entwicklung in den letzten zwölf Monaten hinsichtlich Gesamtumsatzes, Auftragslage, Kapazitätsauslastung, Investitionsvolumen und Beschäftigung deutlich negativ ein. Im Vergleich zur gewerblichen Wirtschaft zeigt sich bei den meisten Indikatoren, dass die Konjunkturschwäche bzw. tlw. die Rezession in der gewerblichen Wirtschaft stärker ausgeprägt ist.

Ein Blick auf die einzelnen Ergebnisse zeigt, dass 34 % der Creative Industrie angeben, mit einer Umsatzsteigerung zu rechnen. Für 28 % kam es zu keiner Umsatzänderung, während für 38 % die Umsätze sanken. Der Saldo beträgt somit -4 %-Pkt., jener der gewerblichen Wirtschaft -7 %-Pkt.

Ähnliche Einschätzung zu den Entwicklungen der vergangenen 12 Monate zeigen sich auch bei der Auftragslage (wenngleich auch deutlich negativer (-24 %-Pkt.)) und der Kapazitätsauslastung (-7 %-Pkt.). In der gewerblichen Wirtschaft haben viele Unternehmen eine schwächere Auftragslage (-30 %-Pkt.) und Kapazitätsauslastung (-27 %-Pkt.).

Ein Vergleich zeigt, dass trotz der geringeren Auftragslage die Einschätzungen zu den Umsätzen (Gesamt-, Export- und Inlandsumsatz) der Unternehmen der Creative Industries (bislang) moderat ausfallen.

Sowohl bei der Anzahl der Beschäftigten als auch dem Investitionsvolumen wird das vergangene Wirtschaftsjahr von Unternehmen beider Wirtschaftsbereiche ähnlich beurteilt: 23 % (29 %) der Unternehmen der Creative Industries (gewerblichen Wirtschaft) gehen von einem Rückgang der Beschäftigten bzw. 31 % (34 %) einer Verringerung des Investitionsvolumens aus.

Während 14 % bzw. 11 % der Creative Industries Betriebe über eine Erhöhung der Beschäftigungsanzahl bzw. des Investitionsvolumens berichten, gibt rd. ein Viertel bzw. ein Fünftel der Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft in den gleichen Bereichen eine positive Entwicklung an.

**Tabelle 1**

**Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung in den vergangenen zwölf Monaten (2023),  
Anteil der Unternehmen in %**

	Creative Industries				Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)			
	+	-	=	Saldo in %-Pkt.	+	-	=	Saldo in %-Pkt.
Gesamtumsatz	34	38	28	-4	35	42	24	-7
Auftragslage	24	49	27	-24	20	50	30	-30
Kapazitäts- auslastung	27	35	38	-7	20	47	33	-27
Anzahl der Beschäftigten	14	23	63	-9	24	29	48	-5
Investitions- volumen	11	31	58	-19	19	34	48	-15
Preise	68	2	30	66	61	13	26	47
Exportumsatz	33	25	42	8	31	45	24	-13
Inlandsumsatz	34	33	33	2	21	50	29	-29

+ (gestiegen), - (gesunken), = (gleich geblieben);

Saldo: Anteil der Unternehmen mit positiven abzüglich negativen Einschätzungen (%-Pkt.)

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Ausblick der Creative Industries 2024

Die Einschätzung für die kommenden zwölf Monate (2024) fällt sowohl in den Creative Industries als auch in der gewerblichen Wirtschaft (exklusive Creative Industries) zunehmend negativ aus.

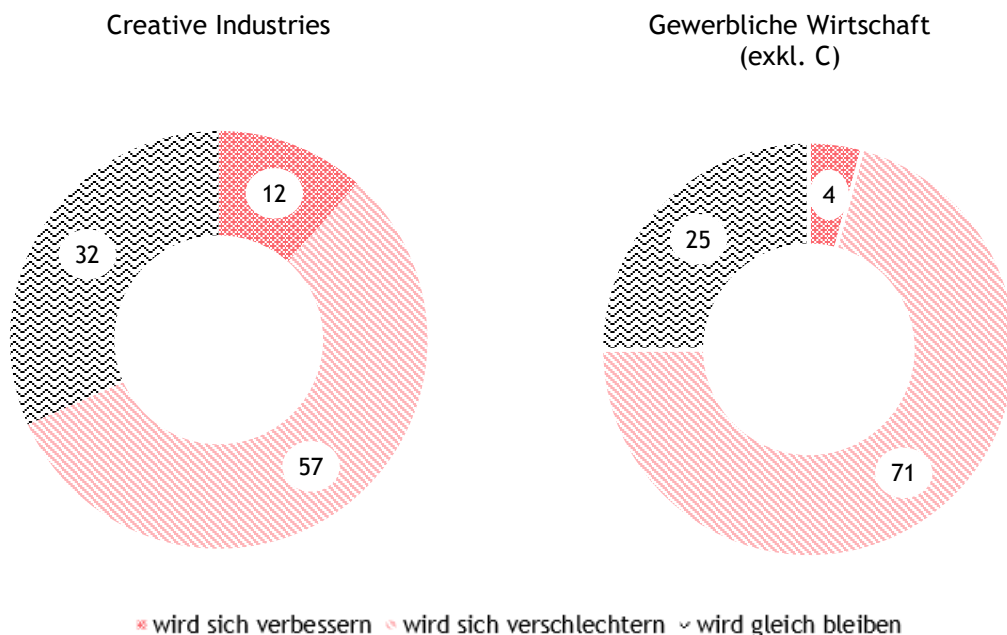
Bei Einschätzungen zur Anzahl der Beschäftigten, Umsatz-, Auftrags- und Investitionsvolumenentwicklung ist die gewerbliche Wirtschaft jedoch etwas zuversichtlicher als die Creative Industries. Die Erwartungen in Hinblick auf die Auftragslage sowie das Investitionsvolumen sind negativ, jedoch besser als im nicht-kreativen Bereich. Arbeitskosten, Inflation sowie die Preise von Energie, Rohstoffen und Vorleistungen werden mehrheitlich als die derzeit größten Herausforderungen der Creative Industries eingeschätzt.

### 57 % der Creative Industries Unternehmen erwarten eine Verschlechterung des allgemeinen Wirtschaftsklimas 2024

Es zeigt sich ein eindeutiges Bild, dass sich nach der deutlichen Mehrheit der Unternehmen das allgemeine Wirtschaftsklima 2024 verschlechtern wird. Die Unternehmen der Creative Industries sind im Hinblick auf die Entwicklung des allgemeinen Wirtschaftsklimas für 2024 dennoch etwas weniger pessimistisch als jene Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft (57 % versus 71 %). Mit einer Verbesserung rechnen 12 % der Unternehmen der Creative Industries sowie 4 % der Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft.

#### Grafik 2

Erwartete Entwicklung des allgemeinen Wirtschaftsklimas in den kommenden zwölf Monaten (2024) aus Unternehmenssicht, Anteil der Unternehmen in %



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Starke Betroffenheit durch den Konjunkturabschwung im Jahr 2024

Die Einschätzung der Entwicklung des eigenen Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten (2024) fällt für die Creative Industries schlecht aus: 14 % der Unternehmen gehen von einer Steigerung, hingegen 41 % von einem Rückgang der Gesamtumsätze aus. Dies entspricht einem negativen Saldo von -27 %-Pkt. Von den Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft rechnen 20 % mit dynamischen Umsätzen und 44 % mit rückläufigen Umsätzen (Saldo -24 %-Pkt.).

23 % der Unternehmen der Creative Industries erwarten eine Steigerung der Beschäftigtenzahl, 19 % eine Reduzierung der Mitarbeiterzahl. Wenngleich auch nur 15 % der gewerblichen Wirtschaft mit einer Erhöhung rechnen, erwarten 49 % keine Veränderung der Beschäftigtenanzahl.

Bei der Entwicklung von Investitionsvolumen und Auftragslage teilen beide Wirtschaftsbereiche ähnliche Einschätzungen: 16 % (C) bzw. 18 % (G) gehen von einer Erhöhung der Auftragslage aus, 13 % beider Bereiche von einer positiven Entwicklung des Investitionsvolumens. Während 37 % der Unternehmen der Creative Industries von einer Verringerung des Investitionsvolumens bzw. einer Verschlechterung der Auftragslage ausgehen, rechnen 47 % bzw. 45 % der gewerblichen Wirtschaft mit einer negativen Entwicklung der beiden Wirtschaftsindikatoren.

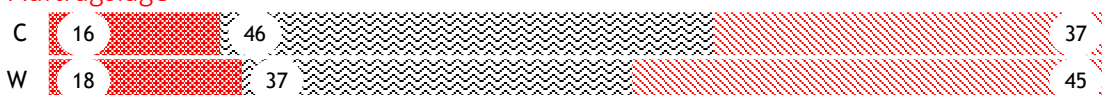
### Grafik 3

Einschätzung der Entwicklung ausgewählter Wirtschaftsindikatoren in den kommenden zwölf Monaten (2024), Anteil der Unternehmen in %

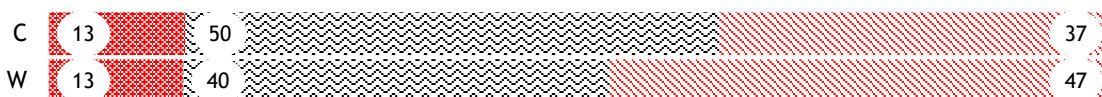
#### Gesamtumsatz



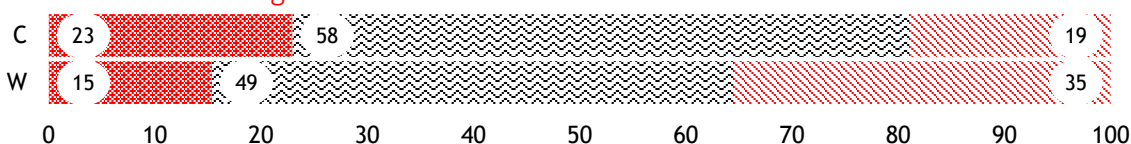
#### Auftragslage



#### Investitionsvolumen



#### Anzahl der Beschäftigten



■ wird steigen    □ wird gleich bleiben    ▨ wird sinken

C: Creative Industries; W: Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

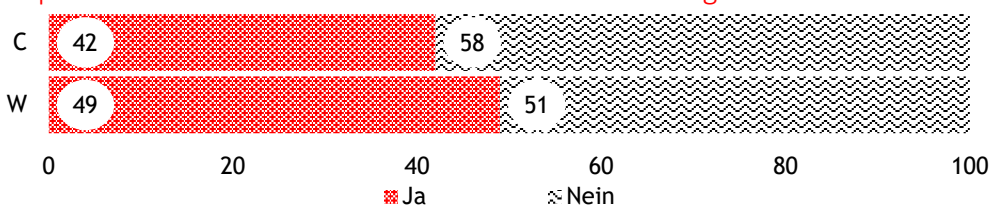
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## 19 % der Creative Industries erwarten Steigerungen im Exportumsatz

42 % der Creative Industries und 49 % der gewerblichen Wirtschaft exportieren Waren bzw. Dienstleistungen ins Ausland. 19 % der exportierenden Unternehmen der Creative Industries erwarten im Jahr 2024 steigende Exportumsätze, die Hälfte geht von gleichbleibenden Exportumsätzen aus, 31 % rechnen mit einem Rückgang. Bei der gewerblichen Wirtschaft rechnen mehr Unternehmen mit Zuwächsen (27 %), wengleich auch ein höherer Anteil der Unternehmen von Rückgängen (41 %) ausgeht.

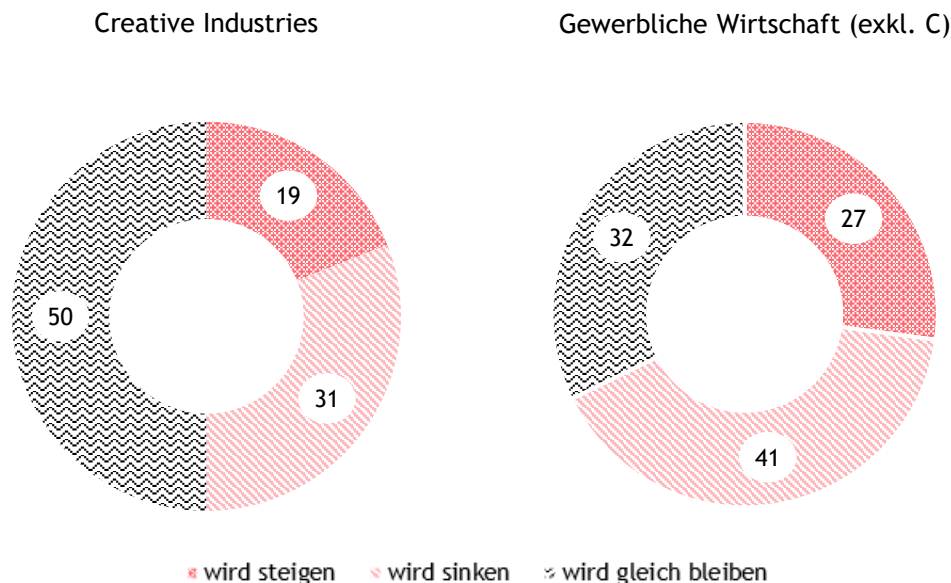
**Grafik 4**  
Anteil der exportierenden Unternehmen (2024),  
Anteil der Unternehmen in %

Exportiert Ihr Unternehmen Waren bzw. Dienstleistungen ins Ausland?



C: Creative Industries; W: Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)  
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

**Grafik 5**  
Erwartete Entwicklung des Exportumsatzes in den kommenden zwölf Monaten (2024),  
Anteil der Unternehmen in %



Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

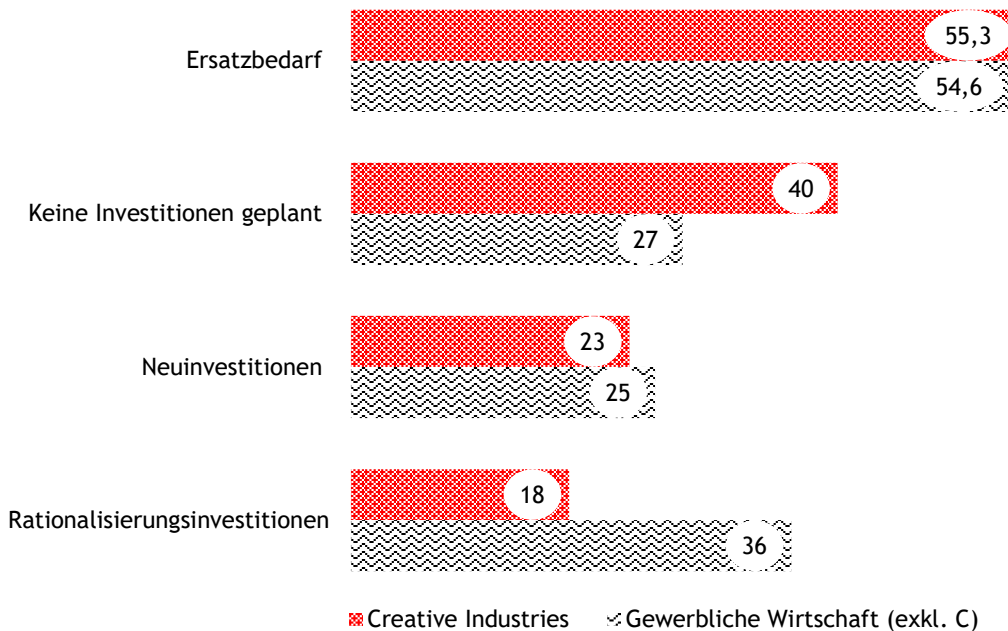
## Ersatzinvestitionen sind im Jahr 2024 das Hauptmotiv für Investitionen

Insgesamt planen 60 % der Creative Industries und 73 % der gewerblichen Wirtschaft im kommenden Jahr Investitionen zu tätigen:

Rd. 55 % der befragten Unternehmen der Creative Industries und gewerblichen Wirtschaft geben als Hauptmotiv für eine Investition im kommenden Jahr einen Ersatzbedarf an. Rd. ein Viertel der Unternehmen planen Neuinvestitionen vorzunehmen.

Deutlich häufiger werden in der gewerblichen Wirtschaft Rationalisierungsinvestitionen durchgeführt - dies ist ein Motiv bei 36 % der Investitionen (gegenüber 18 % bei den Creative Industries).

**Grafik 6**  
Hauptmotive für Investitionen in den kommenden zwölf Monaten (2024),  
Anteil der Unternehmen in %



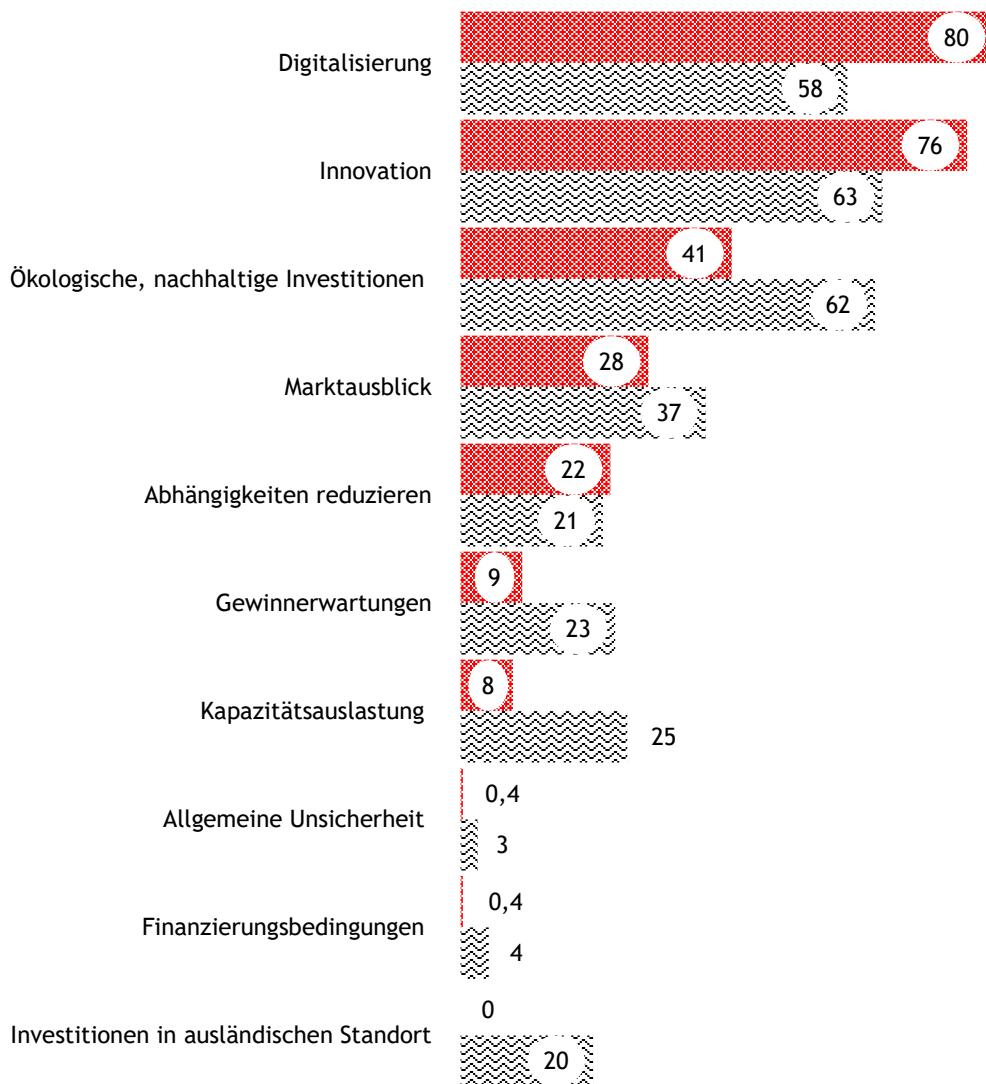
Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Digitalisierung und Innovation als Treiber von Neuinvestitionen

80 % der Betriebe der Creative Industries, die künftig Neuinvestitionen tätigen wollen, geben als Grund dafür Digitalisierung, 76 % Innovation an. Etwas anders gelagert sind die Investitionsgründe für Neuinvestitionen in der gewerblichen Wirtschaft insgesamt: Innovation (63 %) vor ökologischen und nachhaltigen Investitionen (62 %). Mit 58 % sind Neuinvestitionen rund um Digitalisierungsvorhaben seltener als in den Creative Industries.

**Grafik 7**  
Gründe für künftige Neuinvestitionen,  
Anteil der Unternehmen in %



■ Creative Industries    ▨ Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)

Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023



## **Löhne und Gehälter sowie Kosten für Energie und Kraftstoffe sind die wichtigsten Gründe für eine Preisänderung im Jahr 2024**

57 % der Creative Industries Unternehmen planen ihre Preise in den kommenden zwölf Monaten zu erhöhen. Bei 38 % werden diese voraussichtlich gleichbleiben und bei 5 % sinken.

Damit liegt angesichts des starken Preisauftriebs eine zurückhaltende Preisplanung vor, der Ausdruck der schwachen Konjunkturentwicklung ist.

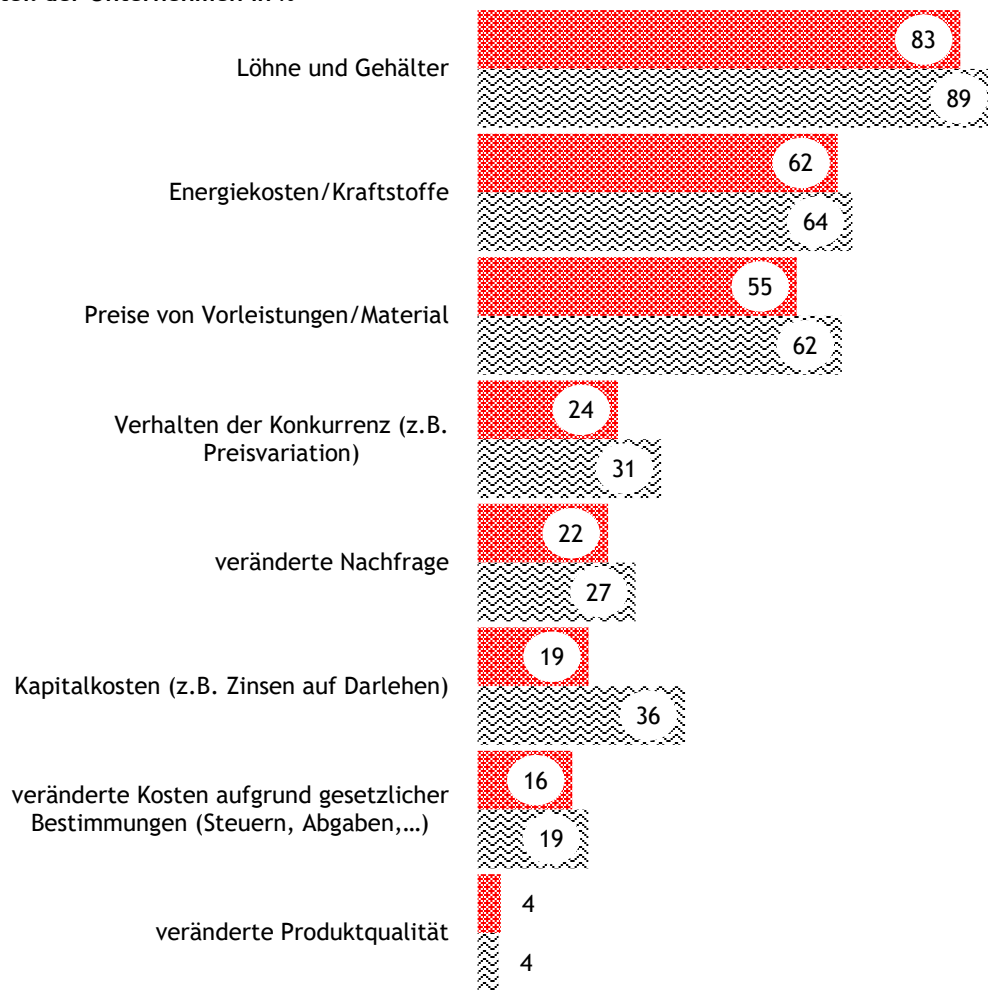
Die Hauptgründe für Preisänderungen sind vor allem Löhne und Gehälter (83 %) sowie Kosten für Energie und Kraftstoffe (62 %). 55 % werden ihre Preise auf Grund von steigenden Preisen von Vorleistungen/Material ändern.

In der gewerblichen Wirtschaft liegt der Anteil der Unternehmen mit geplanten Preiserhöhungen bei 42 %; hier ist die Zurückhaltung für häufig notwendige Preiserhöhungen sogar noch größer als in den Creative Industries: 15 % der Unternehmen gehen sogar von sinkenden (Verkaufs)Preisen aus.

Ähnlich wie bei den Creative Industries sind Löhne und Gehälter (89 %), Kosten für Energie/Kraftstoffe (64 %) sowie Preise für Vorleistungen/Material (62 %) die häufigsten Gründe für Preiserhöhungen.

Deutlich häufiger als in den Creative Industries sind die gestiegenen Kapitalkosten in der gewerblichen Wirtschaft ein maßgeblicher Grund; dies als Folge der höheren Kapitalintensität in der gewerblichen Wirtschaft.

**Grafik 8**  
**Gründe für eine erwartete Preisänderung im Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten (2024),**  
**Anteil der Unternehmen in %**



■ Creative Industries    ▨ Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)

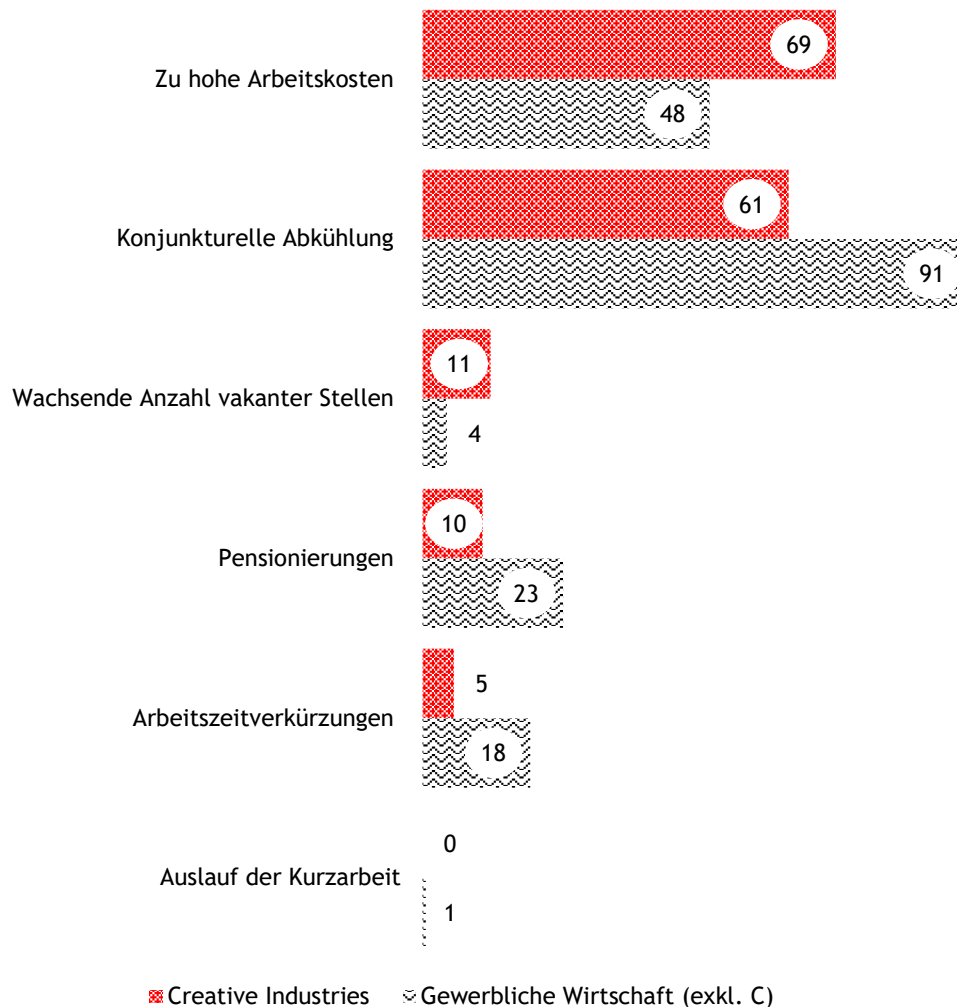
Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Zu hohe Arbeitskosten und die konjunkturelle Abkühlung werden als primäre Ursachen für den Rückgang der Beschäftigten im eigenen Unternehmen gesehen

Die Unternehmen der Creative Industries und gewerblichen Wirtschaft sehen die zu hohen Arbeitskosten (69 %, 48 %) und die konjunkturelle Abkühlung (61 %, 91%) als die primären Gründe für den Rückgang der Beschäftigten.

**Grafik 9**  
Gründe für den Rückgang der Beschäftigten im Unternehmen,  
Anteil der Unternehmen in %



Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

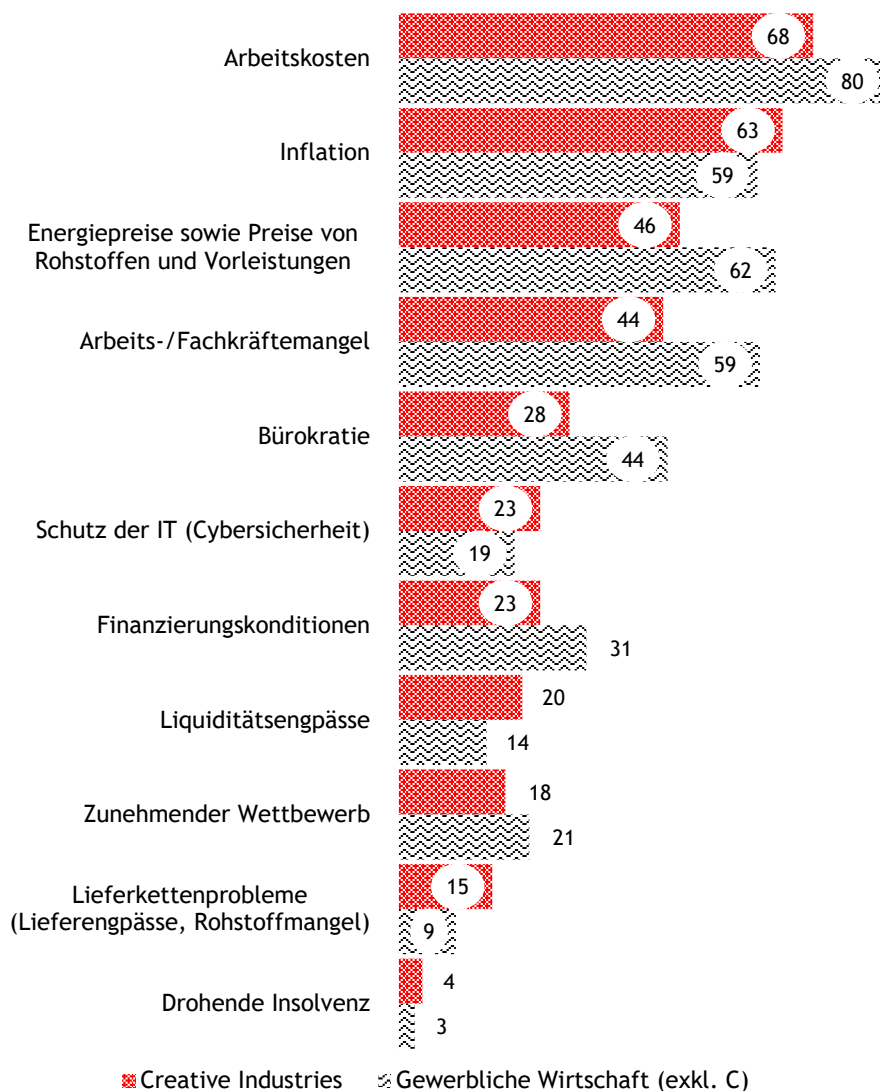
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Kostenfaktoren als größte Herausforderungen

Die zentralen Herausforderungen sind - sowohl in den Creative Industries wie auch in der gewerblichen Wirtschaft - die (hohe) Steigerung der Kosten. Darunter können die Faktoren Arbeitskosten, Inflation sowie Preise von Energie, Rohstoffen und Vorleistungen zusammengefasst werden.

Der Arbeits- und Fachkräftemangel folgt an Position 4 - auch vor dem Hintergrund der Konjunkturabkühlung. Auf Grund der unterschiedlichen Betriebsgröße der Unternehmen ist dieses zentrale Thema in der gewerblichen Wirtschaft bedeutsamer als in den Creative Industries.

**Grafik 10**  
Größte Herausforderungen für 2024,  
Anteil der Unternehmen in %



Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Zeit und Geld für steigende Bürokratie

In puncto Zeitaufwand sind 66 % der Creative Industries und 87 % der gewerblichen Wirtschaft der Auffassung, dass der bürokratische Aufwand gestiegen sei. Auch der durch die Bürokratisierung entstehende Kostenaufwand hat laut 62 % (C) bzw. 86 % (W) in den letzten fünf Jahre zugenommen.

**Tabelle 2**  
Einschätzung der Entwicklung des Bürokratisierungsaufwands in den vergangenen fünf Jahren, Anteil der Unternehmen in %

	Zeit		Kosten	
	C	W	C	W
Ist gestiegen	66	87	62	86
Ist gesunken	2	0	1	0
Ist gleich geblieben	32	13	37	13
Saldo in %-Pkt.	64	86	61	86

C: Creative Industries; W: Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)

Saldo: Anteil der Unternehmen mit positiven abzüglich negativen Einschätzungen (%-Pkt.)

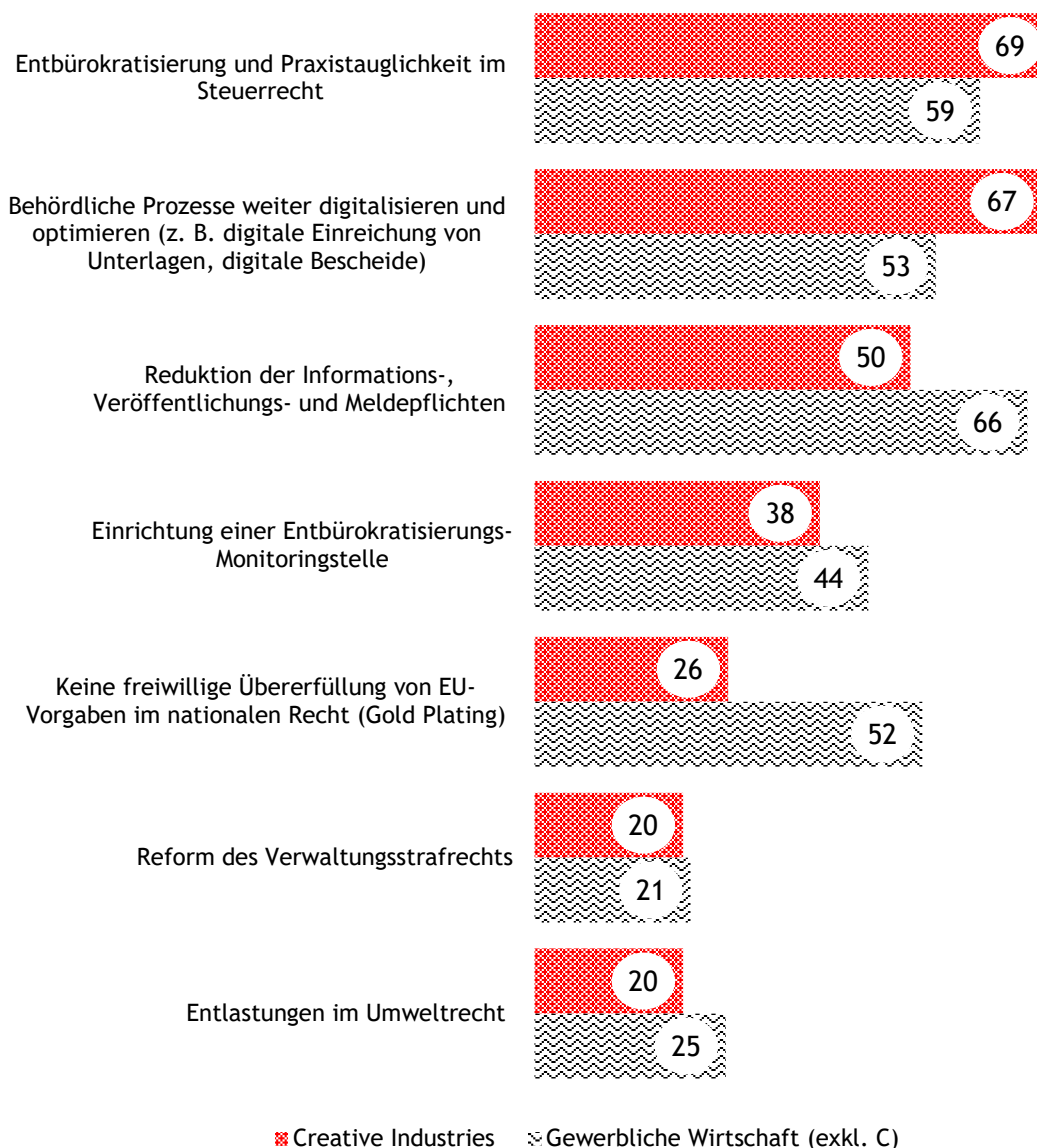
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

## Wichtigste Reformaspekte: Entbürokratisierung und Praxistauglichkeit des Steuerrechts

69 % der Creative Industries Unternehmen geben an, dass eine Vereinfachung in der Anwendung des Steuerrechts wichtig wäre. Für 67 % hat die weitere Digitalisierung und Optimierung von behördlichen Prozessen in puncto Entbürokratisierung einen sehr hohen Stellenwert. Die gewerbliche Wirtschaft sieht mit 66 % (50 % der Creative Industries) die größte Priorität in der Reduktion von Informations-, Veröffentlichungs- und Meldepflichten.

**Grafik 11**  
Maßnahmen der Bürokratiereduktion, die in der aktuellen Situation prioritär haben (2024), Anteil der Unternehmen in %



Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.  
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023

# Schlussfolgerungen

Im Jahr 2022 fiel das wirtschaftliche Wiedererstarren in der Gesamtwirtschaft deutlich stärker aus als in den Creative Industries. Diese Wachstumsdifferenz zeigt sich besonders deutlich bei den Umsätzen (rd. 10 %-Pkt.), aber auch bei den Beschäftigten insgesamt (rd. 3 %-Pkt.).

Wie nun - dank der Neuerungen in der amtlichen Statistik - offenkundig wurde, gibt es viele Unternehmer:innen in den Creative Industries, die an der erwerbswirtschaftlichen Tätigkeit in diesen Branchen sehr interessiert sind und diese auch ausüben, aber Umsatzniveaus aus dieser selbstständigen Tätigkeit erzielen, die nicht ausreichen, den persönlichen Lebensunterhalt ausschließlich durch diese Tätigkeit zu decken.

Rd.  $\frac{3}{4}$  der Unternehmen, damit ein deutlich höherer Anteil als in der Gesamtwirtschaft sind Ein-Personen-Unternehmen; auch die Quote der Teilzeitbeschäftigten ist überdurchschnittlich hoch.

Der Anteil an Neugründungen und Schließungen entspricht mit rd. 6 % bzw. 5 % jener der Gesamtwirtschaft.

Bei all der Heterogenität der Branchen der Creative Industries zeigt sich, dass die Software- und Games-Industrie von einer deutlichen Dynamik geprägt ist; das auch im Vergleich zur Umsatzentwicklung überproportionales Beschäftigungswachstum könnte als Indiz für ein weiteres Wachstum gesehen werden.

Der Wirtschaftsbarometer der Creative Industries Winter 2023/2024 zeigt, dass sich die konjunkturelle Lage vor allem gegenüber dem Vorjahr, aber auch gegenüber dem Frühjahr deutlich verschlechtert hat. Dies zeigt sich bei den vorlaufenden Indikatoren (wie der Einschätzung der Auftragslage) stärker als beim Umsatz: Knapp die Hälfte der Unternehmen der Creative Industries berichten über eine schwächere Auftragslage, beim Umsatz sind dies „nur“ 4 von 10; auch dieser Wert ist Ausdruck einer äußerst schwierigen Situation; schon allein durch den Preisauftrieb sollte der Umsatz gestiegen sein.

Für die nächsten 12 Monate sind die Unternehmen der Creative Industries sowie anderer Branchen wenig zuversichtlich und dies bei allen wesentlichen Indikatoren: Saldiert sind nur die Erwartung auf Beschäftigungszuwachs bei Unternehmen der Creative Industries leicht positiv.

60 % der befragten Creative Industries Unternehmen - damit deutlich weniger als im Vorjahr - planen im Jahr 2024 Investitionen. Hauptmotive für Investitionen sind insbesondere Ersatzinvestitionen, gefolgt von Neuinvestitionen. Die meisten Unternehmen planen die Neuinvestitionen in den Bereichen Digitalisierung und Innovation zu tätigen.

57 % der Creative Industries Unternehmen planen, ihre Preise im Jahr 2024 zu erhöhen. Bei 38 % werden diese voraussichtlich gleichbleiben, bei 5 % sinken. Die Hauptgründe für Preisänderungen sind Löhne und Gehälter sowie die Kosten für Energie und Kraftstoffe. Auch an den -

zurückhaltenden - Planungen betreffend der Entwicklung der Verkaufspreise zeigt sich die schwierige Konjunktursituation in den Creative Industries.

Die größten Herausforderungen der Creative Industries Betriebe sind derzeit die Arbeitskosten (68 % der Unternehmen), die Inflation (63 %) sowie die Energiepreise und die Preise von Rohstoffen und Vorleistungen (46 %). Sowohl Arbeitskosten (80 %) als auch Energiepreise (62 %) werden im Bereich der gesamten gewerblichen Wirtschaft häufiger als Problematik gesehen - auch angesichts anderer Größenstruktur der Unternehmen bzw. Kostenstruktur.

Zwei Drittel der Creative Industries Unternehmen empfinden, dass der für bürokratische Aufgaben entstehende Zeitaufwand in den letzten fünf Jahren gestiegen ist - ebenso wie die damit verbundenen Kosten. Als geforderte Verbesserungsmaßnahmen werden die Prioritäten vor allem im Bereich des Steuerrechts (69 %) und der Digitalisierung behördlicher Prozesse (67 %) gesehen. In der gewerblichen Wirtschaft sind 87 % bzw. 86% der Unternehmen der Meinung, dass der bürokratische Zeit- und Kostenaufwand in den letzten fünf Jahren zugenommen hat. Die wichtigsten Maßnahmen werden hierbei in der Reduktion der Informations-, Veröffentlichungs- und Meldepflichten, gefolgt vom Steuerrecht gesehen.



# Methodik

Im Rahmen der gegenständlichen Analyse wurden mehrere Methoden angewendet:

Literaturrecherche (im Hinblick auf die Überarbeitung der Definition der Creative Industries)

Datenrecherche und -analysen sowie Sonderauswertungen (für das Datenblatt der Creative Industries)

Sonderauswertung der Konjunktur-Befragung von Unternehmen für den Wirtschaftsbarometer Austria der Abteilung für Wirtschaftspolitik der WKÖ (für den Wirtschaftsbarometer der Creative Industries) (bereitgestellt durch die Wirtschaftskammer Österreich)

## Hochrechnung der Strukturdaten für 2022

Erstmals erfolgt eine Hochrechnung der Daten für das Folgejahr, sohin 2022 (für 2022 liegen von der amtlichen Statistik vorläufige Daten, wenngleich in einem deutlich geringeren Detaillierungsgrad vor).

Der letzte, im erforderlichen Disaggregationsgrad vollständige Datensatz zur Abbildung der Creative Industries bezieht sich auf das Jahr 2021. Für das Jahr 2022 werden von der Statistik Austria bereits vorläufige Werte publiziert, diese Tabelle ist jedoch insoweit unvollständig, als

- an Werten ausschließlich die Zahl der Unternehmen, der Beschäftigten und der Umsatzerlöse angeführt und
- ÖNACE 4-Steller nicht ausgewiesen werden.

Für alle in den Creative Industries inkludierten Sektoren auf ÖNACE 2- und 3-Steller-Ebene können diese Werte übernommen werden. Für Werte auf 4-Steller-Ebene hingegen müssen die entsprechenden Werte approximiert werden.

Hingegen verfügbar sind die, mit deutlich geringerer Nachlaufzeit verfügbaren, Beschäftigungsdaten aus der AMIS-Datenbank, welche als Basis für die Fortschreibung bzw. Anpassung der ÖNACE 4-Steller-Werte Verwendung finden.

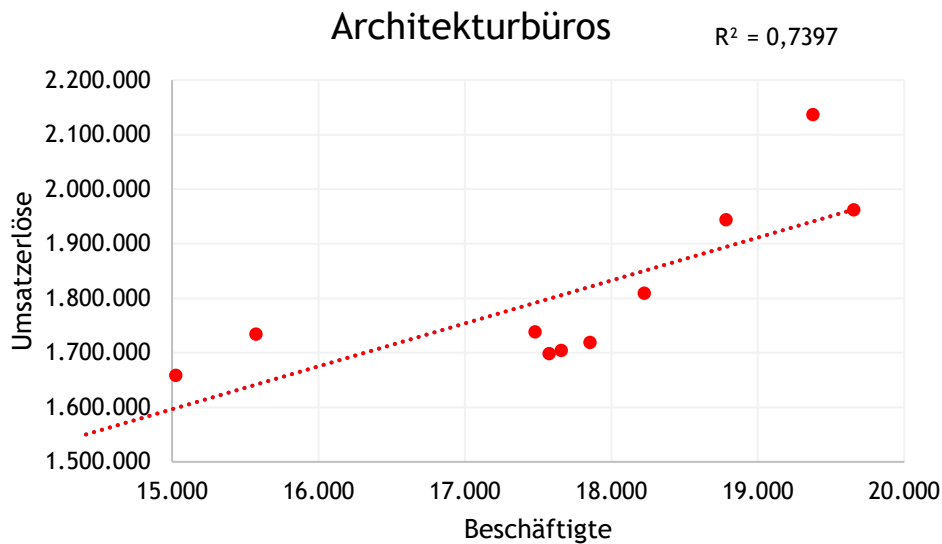
Für die Fortschreibung dieser Werte auf 2022 wird folgendes Vorgehen gewählt, wobei auch die Neuerungen der amtlichen Statistik im Jahr 2021 berücksichtigt werden (ein Vergleich des Jahres 2021 unmittelbar mit den Vorjahren ist ja aus den genannten Gründen nicht möglich):

1. Im ersten Schritt wird, auf Basis der Zeitreihe von 2008 bis 2020, für jeden der genannten ÖNACE 4-Steller eine Korrelation zwischen der Zahl der Beschäftigten und den Umsatzerlösen sowie der Zahl der Unternehmen berechnet. Die Korrelation gibt folglich Richtung und Stärke

des Zusammenhangs zwischen Beschäftigung und Zahl der Unternehmen auf der einen, sowie Beschäftigung und Umsatzerlösen auf der anderen Seite an.

Dies wird exemplarisch für Architekturbüros dargestellt:

**Grafik 1**  
Darstellung der Methodik zur Hochrechnung der Strukturdaten 2022



Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturhebung 2022 Statistik Austria.

2. Mittels bivariater linearer Regression lässt sich in weiterer Folge eine Gleichung erstellen, welche die Vorhersage einer Variablen (Zahl der Unternehmen und Umsatzerlöse) auf Basis einer anderen Variablen (Beschäftigungsdaten) ermöglicht.

Für das Beispiel der Architekturbüros wäre dies:  $y = 78,684x + 416235$

3. Mit Ausnahme einer Korrelation von +/-1, welche einen vollständige positiven bzw. negativen Zusammenhang zwischen zwei Variablen widerspiegelt, sind derartige Fortschreibungen stets nur Schätzungen auf Basis eines Modells (sohin ungenau sowie in gewisser Weise fehlerbehaftet).

In einem weiteren Schritt werden die berechneten Werte daher nochmals mittels RAS-Algorithmus derart angepasst, dass die Randsummen (die jeweils übergeordneten ÖNACE 3-Steller-Werte als Summe der zugeordneten ÖNACE 4-Steller) sowohl für die Zahl der Unternehmen, die Zahl der Beschäftigten als auch Umsatzerlöse exakt erreicht werden.

## **Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2023**

Die Wirtschaftskammer Österreich führt eine halbjährliche Konjunkturumfrage bei Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft durch, den Wirtschaftsbarometer; diese Primärerhebung wird online mit einem standardisierten Fragebogen durchgeführt.

Die realisierte Stichprobe umfasst rund 2.600 Unternehmen; davon sind rd. 300 Unternehmen der Creative Industries zuzuordnen.

# Anhang

## Datengrundlagen

Auf Basis der Abgrenzung der Creative Industries nach ÖNACE 2008 werden im Bericht ausschließlich die Daten und Auswertungen nach dieser Branchensystematik verwendet; die weiteren Datengrundlagen nach anderen wirtschaftsstatistischen Gliederungen finden sich im Datenanhang.

Ergänzend zu den verfügbaren Auswertungen auf Basis der amtlichen Statistik wurden im Zuge der Arbeiten noch Sonderauswertungen dazu herangezogen, beispielhaft für detailliertere Umsatzgrößenklassen.

Im engeren Sinn wurde auf folgende Datenbanken zurückgegriffen:

Statistik Austria

- Leistungs- und Strukturstatistik samt Wirtschaftskennzahlen und Sonderauswertungen (letzter verfügbares Jahr 2021)
- Unternehmensdemografie (letzter verfügbares Jahr 2021)

Wirtschaftskammer Österreich

- Gründungsstatistik (letzter verfügbares Jahr 2022)
- Mitgliederstatistik (letzter verfügbares Jahre 2022)

Arbeitsmarktinformationssystem (AMIS Datenbank): Beschäftigungsdaten

Insolvenzstatistik des KSV: Aktive Unternehmen, angemeldete und eröffnete Insolvenzen, Jahresdaten, Stichtag Ende Dezember 2022

Bundeskammer und Länderkammern der Ziviltechniker:innen: Mitgliederstatistik

## Neuerungen in der amtlichen Statistik

Eine weitere Neuerung des österreichischen Kreativwirtschaftsberichts ist die erweiterte Datengrundlage in der amtlichen Statistik.

Die neuesten Änderungen im Bereich der Unternehmensstatistik in Österreich basieren auf der europäischen Verordnung (EU) 2019/2152. Jene zielt darauf ab, Unternehmensdaten effizienter und genauer zu erfassen und wurde mit der Leistungs- und Strukturserhebung (LSE) für das Berichtsjahr 2021 implementiert. Die Leistungs- und Strukturstatistik-Verordnung 2022,

veröffentlicht im BGBl. II Nr. 305/2022, stellt nun die rechtliche Grundlage für die Datenerfassung durch Statistik Austria dar. Zentrale Neuerungen sind:

Die Änderungen in der Methodik, wie statistische Unternehmen erfasst werden. Statistik Austria nimmt eine Zusammenfassung mehrerer rechtlicher Einheiten zu einer statistischen Einheit vor, basierend auf deren Entscheidungsfreiheit. Dies führt zu einer Reduzierung der erfassten Unternehmen um etwa 29.000.

Eine weitere wichtige Neuerung ist die Einbeziehung von Unternehmen mit einem Jahresumsatz unter € 10.000,-. Diese Änderung resultiert in einem Anstieg von rund 66.000 Unternehmen (plus 11 %) in der marktorientierten Wirtschaft (ÖNACE 2008 Sektoren B-N+S95).

Außerdem gibt es eine Erweiterung um neue Branchen, die zuvor aufgrund von Abgrenzungsschwierigkeiten zwischen privaten und öffentlichen Bereichen nicht in der amtlichen Statistik erfasst wurden. Dazu gehören Beteiligungsgesellschaften, Treuhand- und sonstige Fonds, einschließlich Stiftungen, der Bereich Erziehung und Unterricht, das Gesundheits- und Sozialwesen, Kunst, Unterhaltung und Erholung sowie sonstige Dienstleistungen. Besonders für die Creative Industries ist die Aufnahme der Branche „Kunst, Unterhaltung und Erholung“ und die damit verbundene Erhöhung der Unternehmensanzahl von etwa 21.000 von Bedeutung.

Dies führt zu einer deutlichen Veränderung der Anzahl der Unternehmen, wobei die Veränderung der übrigen Indikatoren nur geringe Auswirkungen mit sich bringt. Konkret führen die Neuerungen in der amtlichen Statistik zu einer Verdoppelung der Unternehmen der Creative Industries. Klar ist, dass somit keine direkten Vergleiche zu den Jahren vor 2021 gezogen werden können.

Die signifikante Erhöhung der Unternehmensanzahl der Creative Industries ist auf die folgenden Neuerungen der amtlichen Statistik zurückzuführen:

- Berücksichtigung der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als € 10.000,-: + 25.493 Unternehmen
- Berücksichtigung von Unternehmen, die in „neu erfassten“ Branchen tätig sind: + 22.580 Unternehmen (dies beinhaltet auch jene neu zugeordneten Unternehmen mit < € 10.000,- Jahresumsatz (11.791 Unternehmen))

**Tabelle 1**  
**Auswirkung der Umstellung in der amtlichen Statistik auf die Unternehmensanzahl der Creative Industries, 2021**

ÖNACE 2008	Bezeichnung	< € 10 000 Jahresumsatz	Neu erfasste Branchen	< € 10 000 Jahresumsatz + neu erfasst
<b>Architekturmarkt</b>		<b>759</b>		
7111	Architekturbüros	759		
<b>Buch- und Pressemarkt</b>		<b>423</b>		
4761	EH - Bücher	57		
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf	48		
5811	Verlegen v. Büchern	111		
5812	Verlegen v. Adressbüchern	2		
5813	Verlegen v. Zeitungen	27		
5814	Verlegen v. Zeitschriften	46		
5819	Sonst. Verlagswesen (ohne Software)	83		
6391	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	49		
<b>Kunstmarkt</b>		<b>12.406</b>	<b>22.470</b>	<b>11.765</b>
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen	426		
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren	215		
8552	Kulturunterricht	759	1.372	759
9001	Darstellende Kunst	4.921	8.243	4.921
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst	871	2.442	871
9003	Künstlerisches Schaffen	5.027	10.042	5.027
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen	144	219	144
9102	Museen	43	152	43
<b>Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft</b>		<b>1.546</b>		
3220	H.v. Musikinstrumenten	51		
4759	EH - Musikinstrumente	226		
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger	16		
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen	771		
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik	51		
5913	Filmverleih und -vertrieb	11		
5914	Kinos	6		
5920	Tonstudios und Musikverlage	379		
6010	Hörfunkveranstalter	7		
6020	Fernsehveranstalter	27		
7722	Videotheken	1		
<b>Werbewirtschaft, Industrial Design &amp; Fotografie</b>		<b>7.414</b>		
3212	H.v. Schmuck; Gold- /Silberschmiedewaren	198		
7311	Werbeagenturen	3.734		
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	65		
7410	Ateliers für Design	822		
7420	Fotografie und Fotolabors	2.595		
<b>Software- und Games-Industrie</b>		<b>1.407</b>		
5821	Verlegen v. Computerspielen	2		
5829	Verlegen v. sonst. Software	34		
6201	Programmierungstätigkeiten	1.267		
6312	Webportale	104		
<b>Sonstige</b>		<b>1.538</b>	<b>110</b>	<b>26</b>
3211	H.v. Münzen und Fantasieschmuck			
3213	Übersetzen und Dolmetschen	399		
7430	Bibliotheken und Archive	1.113		
9101	Historische Stätten und Gebäude	16	43	16
9103	Botanische und zoologische Gärten	3	11	3
9104		7	56	7
<b>Summe</b>		<b>25.493</b>	<b>22.580</b>	<b>11.791</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021, Statistik Austria.

## Detailliertere Statistiken

**Tabelle 1**  
Ausgewählte Wirtschaftsindikatoren der Creative Industries nach Bereichen und ÖNACE, 2021

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Anzahl der Unternehmen	Beschäftigte insgesamt	Unselbständig Beschäftigte	Umsätze (in 1.000 €)	Bruttobetriebsüberschuss in € 1 000
<b>Architekturmarkt</b>		<b>6.627</b>	<b>19.554</b>	<b>11.628</b>	<b>2.176.617</b>	<b>615.387</b>
7111	Architekturbüros	6.627	19.554	11.628	2.176.617	615.387
<b>Buch- und Pressemarkt</b>		<b>2.171</b>	<b>18.442</b>	<b>16.112</b>	<b>3.560.005</b>	<b>298.528</b>
4761	EH - Bücher	435	4.914	4.449	826.276	47.233
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf	391	1.536	1.125	194.143	16.049
5811	Verlegen v. Büchern	456	2.325	1.837	372.338	45.732
5812	Verlegen v. Adressbüchern	11	387	377	82.901	16.772
5813	Verlegen v. Zeitungen	143	4.636	4.472	1.328.427	93.695
5814	Verlegen v. Zeitschriften	392	2.871	2.434	515.123	59.035
5819	Sonst. Verlagswesen (ohne Software)	215	543	316	63.918	7.622
6391	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	128	1.230	1.102	176.879	12.390
<b>Kunstmarkt</b>		<b>26.405</b>	<b>46.240</b>	<b>18.984</b>	<b>3.798.245</b>	<b>684.098</b>
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen	2.731	12.811	9.867	2.304.689	162.025
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren	1.204	3.073	1.809	376.587	44.946
8552	Kulturunterricht	1.372	2.326	901	56.212	13.463
9001	Darstellende Kunst	8.243	11.063	2.362	263.719	100.907
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst	2.442	3.867	1.430	385.108	207.049
9003	Künstlerisches Schaffen	10.042	10.968	804	263.354	162.341
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen	219	1.022	813	93.607	-1.180
9102	Museen	152	1.110	998	54.969	-5.453
<b>Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft</b>		<b>5.382</b>	<b>14.168</b>	<b>8.678</b>	<b>2.044.052</b>	<b>233.458</b>
3220	H.v. Musikinstrumenten	290	953	659	87.893	17.625
4759	EH - Musikinstrumente	223	579	518	109.016	8.343
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger	85	230	137	31.437	2.409
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen	3.144	7.274	3.987	1.115.778	144.860
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik	166	239	65	15.121	4.399
5913	Filmverleih und -vertrieb	68	188	120	41.347	-293
5914	Kinos	85	1.517	1.425	94.432	17.786
5920	Tonstudios und Musikverlage	1.195	1.735	452	126.252	13.996
6010	Hörfunkveranstalter	45	583	527	90.747	16.097
6020	Fernsehveranstalter	76	865	788	331.473	7.715
7722	Videotheken	5	5	0	556	521
<b>Werbewirtschaft, Industrial Design &amp; Fotografie</b>		<b>24.542</b>	<b>47.765</b>	<b>22.187</b>	<b>5.269.201</b>	<b>848.989</b>
3212	H.v. Schmuck; Gold-/Silberschmiedewaren	583	1.092	494	100.359	17.086
7311	Werbeagenturen	15.042	32.937	17.108	3.083.356	562.589
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	280	2.450	2.155	1.591.407	119.832
7410	Ateliers für Design	2.689	4.054	1.246	253.066	57.083
7420	Fotografie und Fotolabors	5.948	7.232	1.184	241.013	92.399
<b>Software- und Games-Industrie</b>		<b>8.339</b>	<b>48.204</b>	<b>39.488</b>	<b>8.003.108</b>	<b>899.798</b>
5821	Verlegen v. Computerspielen	11	76	68	144.606	17.138
5829	Verlegen v. sonst. Software	277	4.588	4.297	783.590	41.946
6201	Programmierungstätigkeiten	7.559	37.125	29.173	6.137.059	787.315
6312	Webportale	492	6.415	5.950	937.853	53.399
<b>Sonstige</b>		<b>3.542</b>	<b>5.758</b>	<b>2.187</b>	<b>3.246.907</b>	<b>136.030</b>
3211 + 3213	H.v. Münzen und Fantasieschmuck	566	1.203	625	3.025.677	80.734
7430	Übersetzen und Dolmetschen	2.866	3.413	521	125.212	41.383
9101	Bibliotheken und Archive	43	95	52	15.432	7.986
9103	Historische Stätten und Gebäude	11	96	88	7.373	645
9104	Botanische und zoologische Gärten	56	951	901	73.213	5.282
<b>Summe</b>		<b>77.008</b>	<b>200.131</b>	<b>119.264</b>	<b>28.098.135</b>	<b>3.716.288</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturerhebung 2021 Statistik Austria

**Tabelle 2**  
**Bruttowertschöpfung und Produktionswert der Creative Industries (im Detail) nach Bereichen und ÖNACE, 2021**

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Bruttowertschöpfung in 1 000 EUR	Produktionswert in 1 000 EUR
<b>Architekturmarkt</b>		<b>1.203.602</b>	<b>1.747.711</b>
7111	Architekturbüros	1.203.602	1.747.711
<b>Buch- und Pressemarkt</b>		<b>1.192.220</b>	<b>2.356.019</b>
4761	EH - Bücher	196.221	353.826
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf	50.396	82.257
5811	Verlegen v. Büchern	144.093	269.350
5812	Verlegen v. Adressbüchern	46.235	58.497
5813	Verlegen v. Zeitungen	415.663	1.016.376
5814	Verlegen v. Zeitschriften	204.047	383.827
5819	Sonst. Verlagswesen (ohne Software)	23.141	41.432
6391	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	112.424	150.454
<b>Kunstmarkt</b>		<b>1.379.539</b>	<b>2.235.537</b>
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen	535.019	875.823
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchsgüter	110.853	184.279
8552	Kulturunterricht	35.085	59.733
9001	Darstellende Kunst	193.543	318.029
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst	257.917	383.653
9003	Künstlerisches Schaffen	180.031	288.577
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen	37.849	66.096
9102	Museen	29.242	59.347
<b>Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft</b>		<b>687.148</b>	<b>1.297.551</b>
3220	H.v. Musikinstrumenten	50.227	81.440
4759	EH - Musikinstrumente	29.159	48.361
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger	6.956	13.737
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen	403.185	651.400
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik	7.438	13.214
5913	Filmverleih und -vertrieb	9.021	23.668
5914	Kinos	47.569	100.202
5920	Tonstudios und Musikverlage	30.658	76.721
6010	Hörfunkveranstalter	45.573	79.672
6020	Fernsehveranstalter	56.841	208.514
7722	Videotheken	521	622
<b>Werbewirtschaft, Industrial Design &amp; Fotografie</b>		<b>1.744.757</b>	<b>2.894.703</b>
3212	H.v. Schmuck; Gold- /Silberschmiedewaren	33.631	92.900
7311	Werbeagenturen	1.221.374	1.951.525
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	261.217	400.179
7410	Ateliers für Design	107.474	220.760
7420	Fotografie und Fotolabors	121.061	229.339
<b>Software- und Games- Industrie</b>		<b>3.797.372</b>	<b>5.826.119</b>
5821	Verlegen v. Computerspielen	24.956	36.671
5829	Verlegen v. sonst. Software	411.583	606.562
6201	Programmierungstätigkeiten	2.928.202	4.382.294
6312	Webportale	432.631	800.592
<b>Sonstige</b>		<b>231.243</b>	<b>3.163.851</b>
3211 + 3213	H.v. Münzen und Fantasieschmuck	120.535	2.988.242
7430	Übersetzen und Dolmetschen	57.059	78.671
9101	Bibliotheken und Archive	9.925	15.916
9103	Historische Stätten und Gebäude	3.603	6.046
9104	Botanische und zoologische Gärten	40.121	74.976
<b>Summe</b>		<b>10.235.881</b>	<b>19.521.491</b>

Quelle: Leistungs- und Strukturhebung 2021 Statistik Austria



**Tabelle 3**  
**Unternehmensneugründungen nach Fachgruppen (Schwerpunktzuordnung<sup>1</sup>), 2019 - 2022**

	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Kunsthandwerke	733	822	1.010	977	-3,3	33,3
Berufsfotografie	820	747	782	824	5,4	0,5
Film- und Musikwirtschaft	455	427	504	517	2,6	13,6
Papier- und Spielwarenhandel	49	43	68	64	-5,9	30,6
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	89	111	98	95	-3,1	6,7
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	93	52	32 <sup>2</sup>	59	84,4	-36,6
Werbung und Marktkommunikation	2.053	2.343	2.484	2.365	-4,8	15,2
Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie	2.626	2.766	3.049	3.129	2,6	19,2
Buch- und Medienwirtschaft	64	97	99	89	-10,1	39,1
<b>Insgesamt</b>	<b>6.982</b>	<b>7.408</b>	<b>8.416</b>	<b>8.119</b>	<b>-3,5</b>	<b>16,3</b>

<sup>1</sup> Näherungsweise Schwerpunktzuordnung der Neugründungen anhand von ähnlichen Berechtigungsstrukturen bereits bestehender Unternehmen mit bekanntem Tätigkeitsschwerpunkt  
<sup>2</sup> Schätzung; Daten nach Schwerpunktzuordnung sind nicht verfügbar, da es weniger als 35 Neugründungen in diesem Bereich gab.  
Keine Daten separat für Telekommunikations- und Rundfunkunternehmen verfügbar  
Quelle: WKÖ, Gründungsstatistik, Stand Juli 2023

**Tabelle 4**  
**Anzahl der Fachgruppenmitglieder in Fachgruppen,**  
**die größtenteils den Creative Industries zugerechnet werden können, 2019 bis 2022**

Fachgruppen	Aktive Fachgruppenmitgliedschaften					
	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Kunsthandwerke	7.411	7.883	8.759	9.315	6,3	25,7
Berufsfotografie	8.872	9.140	9.506	9.805	3,1	10,5
Film- und Musikwirtschaft	5.426	5.620	6.032	6.303	4,5	16,2
Papier- und Spielwarenhandel	2.523	2.459	2.453	2.396	-2,3	-5,0
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	3.106	3.090	3.132	3.139	0,2	1,1
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	2.223	2.180	2.146	2.129	-0,8	-4,2
Werbung und Marktkommunikation	26.110	27.395	28.958	29.825	3,0	14,2
Unternehmens- beratung, Buchhaltung und Informations- technologie	50.631	52.699	55.388	57.595	4,0	13,8
Buch- und Medienwirtschaft	2.875	2.894	2.938	2.906	-1,1	1,1
Telekommunikations- und Rundfunk- unternehmen	1.141	1.162	1.156	1.212	4,8	6,2
<b>Insgesamt</b>	<b>110.318</b>	<b>114.522</b>	<b>120.468</b>	<b>124.625</b>	<b>3,5</b>	<b>13,0</b>

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik, Anzahl der Fachgruppenmitglieder, Stand Februar 2023

**Tabelle 5**  
**Anzahl der ruhenden Fachgruppenmitglieder in Fachgruppen,**  
**die größtenteils den Creative Industries zugerechnet werden können, 2019 bis 2022**

Fachgruppen	Ruhende Fachgruppenmitgliedschaften					
	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Kunsthandwerke	1.291	1.437	1.433	1.432	-0,1	10,9
Berufsfotografie	908	1.084	1.089	1.097	0,7	20,8
Film- und Musikwirtschaft	903	962	915	903	-1,3	0,0
Papier- und Spielwarenhandel	363	347	316	288	-8,9	-20,7
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	385	399	371	333	-10,2	-13,5
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	388	441	416	408	-1,9	5,2
Werbung und Marktkommunikation	4.577	4.769	4.584	4.530	-1,2	-1,0
Unternehmens- beratung, Buchhaltung und Informations- technologie	15.556	15.873	15.710	15.573	-0,9	0,1
Buch- und Medienwirtschaft	338	330	308	310	0,6	-8,3
Telekommunikations- und Rundfunk- unternehmungen	32	31	29	25	-13,8	-21,9
<b>Insgesamt</b>	<b>24.741</b>	<b>25.673</b>	<b>25.171</b>	<b>24.899</b>	<b>-1,1</b>	<b>0,6</b>

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik, Anzahl der Fachgruppenmitglieder, Stand Februar 2023

**Tabelle 6**  
**Architektinnen und Architekten: Ausübende und ruhende Mitglieder**  
**(natürliche Personen und Gesellschaften)**

	2019	2020	2021	2022	VÄ 21/22 in %	VÄ 19/22 in %
Ausübende Mitglieder	4.299	4.393	4.502	4.580	1,7	6,5
Ruhende Mitglieder	1.364	1.379	1.439	1.462	1,6	7,2

Unterschiede zur Zahl der Unternehmen der Creative Industries Architektur (siehe vorne) ergeben sich dadurch, dass dieser breiter gefasst ist und etwa auch planende Baumeister, Landschafts- und Städteplanung etc. inkludiert.

Quelle: Bundeskammer der Ziviltechniker:innen: Statistik Mitglieder, Stand jeweils 31.12.

# Impressum

## **Medieninhaberin, Herausgeberin und Verlegerin**

Kreativwirtschaft Austria, Wirtschaftskammer Österreich

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

kreativwirtschaft@wko.at

+43 (0) 5 90 900 4000

[www.kreativwirtschaft.at/offenlegung](http://www.kreativwirtschaft.at/offenlegung)

## **Kreativwirtschaft Austria**

Die Kreativwirtschaft Austria, kurz KAT, bietet umfangreiche Serviceleistungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Kreativen und ihre branchenübergreifende Vernetzung. Die Kreativwirtschaft Austria vertritt in Österreich und der Europäischen Union als Teil der Wirtschaftskammer die Interessen der Kreativwirtschaft und setzt sich für die Sichtbarkeit Creative Industries basierter Leistungen ein. Die KAT ist Umsetzungspartnerin des BMAW im Rahmen der Creative Industries - Strategie für Österreich.

## **Unterstützt von**

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Wirtschaftskammer Österreich

## **Projektleitung und Redaktion**

Kreativwirtschaft Austria, Michaela Gutmann

## **Verfasserinnen und Verfasser „Kreativwirtschaftsdatenblatt“**

Institut für Österreichs Wirtschaft (iföw)

Peter Voithofer (Projektleitung), Anna Kleissner, Felix Baumgartner

## **Verfasserinnen und Verfasser „Wirtschaftsbarometer der Creative Industries - Winter 2023/24“**

Sonderauswertung des Wirtschaftsbarometers der Abteilung für Wirtschaftspolitik, Wirtschaftskammer Österreich

Peter Voithofer, Felix Baumgartner

© 2024 Kreativwirtschaft Austria

Verlags- und Herstellungsort Wien

Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung und Kontrolle ohne Gewähr. Eine etwaige Haftung der Herausgeberin und der Verfasserinnen und Verfasser ist ausgeschlossen.

**K** Kreativwirtschaft  
**A** Austria  
**T**



 Bundesministerium  
Arbeit und Wirtschaft