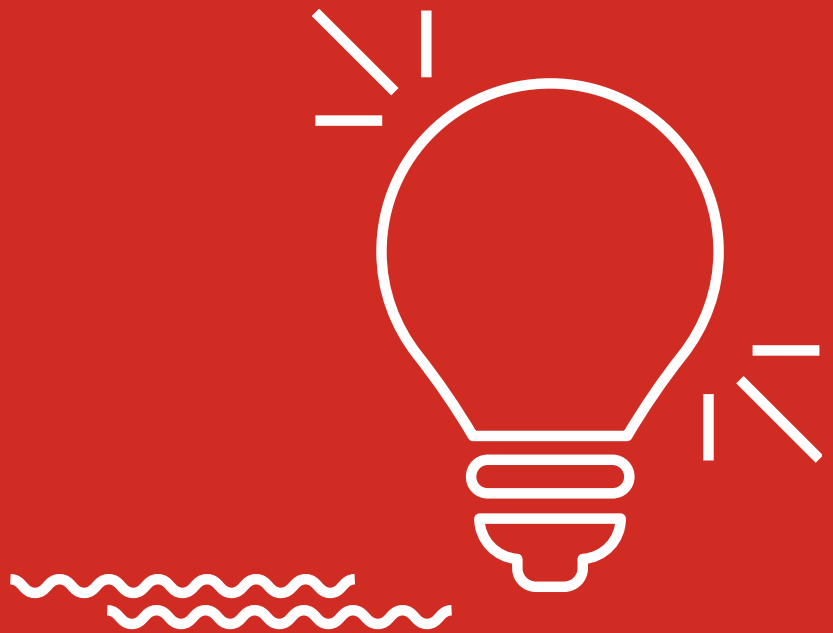


Österreichischer Kreativwirtschafts- bericht 2025



Inhaltsverzeichnis

VORWORT	3
ZUSAMMENFASSUNG	6
EXECUTIVE SUMMARY	8
DIE DEFINITION DER AUSTRIAN CREATIVE INDUSTRIES	10
KREATIVWIRTSCHAFTSDATENBLATT	14
Struktur der Creative Industries 2022.....	15
Rezente Entwicklung ab 2022	44
KREATIVWIRTSCHAFTSBAROMETER.....	48
Die Creative Industries in den Jahren ab 2023	49
Ausblick der Creative Industries 2025.....	54
SCHLUSSFOLGERUNGEN	63
METHODIK	65
Hochrechnung der Strukturdaten für 2023.....	65
Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.....	67
ANHANG.....	68
Datengrundlagen	68
Detaillierte Statistiken	69
Detaillierte Statistiken (Bundesländer)	74
IMPRESSUM	84

Vorwort



Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer
Bundesminister für Wirtschaft, Energie und
Tourismus



Mag. Elisabeth Zehetner
Staatssekretärin im Bundesministerium für
Wirtschaft, Energie und Tourismus

Innovation und Wirtschaftsfaktor

Die Kreativwirtschaft ist ein unverzichtbarer Innovations- und Wirtschaftsfaktor in Österreich. Mit über 76.000 Unternehmen, 208.000 Beschäftigten und einem Umsatz von 32,6 Milliarden Euro trägt sie nicht nur 3 % zum BIP bei, sondern fungiert als Impulsgeber für andere Branchen.

Kreativschaffende inspirieren mit frischen Ideen und neuen Ansätzen, die wesentlich zur ökologischen, digitalen und gesellschaftlichen Transformation beitragen.

Österreich kann durch die Stärke seiner Kreativwirtschaft nicht nur wirtschaftliches Wachstum sichern, sondern auch Innovationen vorantreiben, die unseren Standort nachhaltig stärken. Die Kreativwirtschaft ist damit nicht nur kreativ, sondern auch unverzichtbar für die Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes. Mit dem „Innovationsprogramm Kreativwirtschaft 2030“ sollen Kreativschaffende daher systematisch in die Zukunftsgestaltung eingebunden werden.



Dr. Harald Mahrer
Präsident der Wirtschaftskammer
Österreich

Transformation der Wirtschaft und Speedboote für Veränderung

Die Kreativwirtschaft ist die Trendsetterin unserer Wirtschaft. Ihre Unternehmen sind die „Speedboote“, die durch kreative Lösungen und innovative Geschäftsmodelle anderen Unternehmen helfen, die Transformation zu meistern. Mit 3 % Anteil am BIP und einem Umsatz von 32,6 Milliarden Euro ist die Kreativwirtschaft nicht nur ein starker Wirtschaftssektor, sondern auch ein Katalysator für Veränderung in der gesamten Wirtschaft.

Die Kreativwirtschaft inspiriert Unternehmen, Prozesse neu zu denken, Produkte nachhaltiger zu gestalten und sich digital zukunftsfähig aufzustellen. Besonders in der ökologischen und digitalen Transformation spielen kreative Akteure eine Schlüsselrolle. Die Wirtschaftskammer Österreich unterstützt die Kreativwirtschaft daher durch die Kreativwirtschaft Austria (KAT) in Österreich und mit der Außenwirtschaft Austria bei der Internationalisierung. Unsere Botschaft ist klar: Wir werden weiterhin alle notwendigen Rahmenbedingungen schaffen, damit die Kreativwirtschaft als Impulsgeber für die Wirtschaft der Zukunft wirken kann.



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

EU-Netzwerke und internationale Chancen

Die Kreativwirtschaft ist Österreichs Innovationsmotor und ein unverzichtbarer Bestandteil der europäischen Innovationslandschaft. Sie verbindet Kreativität und Unternehmertum, treibt nachhaltige Lösungen voran und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes. Doch um dieses enorme Potenzial voll auszuschöpfen, müssen wir die Kreativwirtschaft verstärkt in europäische Förderprogramme integrieren.

Deshalb wollen wir die österreichische Kultur- und Kreativsektoren mit voller Kraft in die neue EU-Innovationsgemeinschaft für den kreativen Sektor, das EIT Culture & Creativity einbeziehen. Mit dem Co-Location Center South East Alps (CLC SEA) in Wien, einer Tochtergesellschaft des EIT Culture & Creativity erhalten österreichischen Unternehmen Zugang zu Förderprogrammen, internationalen Kooperationen und Bildungsinitiativen. Österreichs Kreativwirtschaft hat das Potenzial, eine führende Rolle als Innovationsakteur einzunehmen. Lassen wir uns diese Chancen nicht entgehen - die Kreativwirtschaft ist der Schlüssel zu einer zukunftsfähigen, innovativen Wirtschaft.

Zusammenfassung

Rd. 76.000 Unternehmen mit über 208.000 Beschäftigten sind den Creative Industries zuzuordnen; diese Unternehmen, die fast ausschließlich Kleinstbetriebe sind, überwiegend sogar Ein-Personen-Unternehmen, erwirtschaften rd. € 32,6 Mrd. Jahresumsatz. Dies entspricht einer (auch inflationsbedingten) Steigerung von rd. 16 % gegenüber dem Vorjahr. 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 zwischen 3 % und 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; daher gibt es rd. 23.500 Unternehmen mit weniger als € 10.000,- Jahresumsatz.

Die wichtigsten Bereiche der Creative Industries sind der Kunstmarkt (24.400 Unternehmen) gefolgt vom Bereich Werbung (15.600 Unternehmen); bezogen auf die Anzahl der Beschäftigten ist die Software & Games mit 53.000 Beschäftigten insgesamt die größte Branche gefolgt von den bereits genannten beiden Teilbereichen, Kunstmarkt (mit 44.500 Beschäftigten) bzw. Werbung (mit rd. 37.500).

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 (74 % gegenüber 55 %) 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 16 %).

Der Anteil der Frauen an der Gesamtbeschäftigung liegt bei 43 % (somit 2 %-Pkt. über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft), in den Bereichen Buch- und Verlage ist dieser mit 61 % ebenso wie Design (57 %) und Werbung (51 %) überdurchschnittlich hoch, während die Musikwirtschaft (30 %) und Software & Games (27 %) die niedrigsten Anteile aufweisen.

Der Anteil selbstständig tätiger Frauen variiert stark zwischen den Branchen: Während er im Design (56 %), Buch & Verlag (44 %), Kunstmarkt (40 %) und Werbung (41 %) deutlich über dem Durchschnitt der Creative Industries (35 %) und der Gesamtwirtschaft (37 %) liegt, ist er in Architektur (18 %), Radio & TV (20 %) sowie Software & Games und der Musikwirtschaft (jeweils 9 %) weit unterdurchschnittlich.

Der hohe Anteil an Ein-Personen-Unternehmen erklärt auch, dass rd. zwei Drittel der Unternehmen 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 %).

Die Jahre 2023 (und 2024) sind in Österreich von einer Rezession geprägt. Die Entwicklung der Creative Industries verläuft - dies zeigt eine Hochrechnung - 2023 besser als in der Gesamtwirtschaft: Insgesamt war bei einem geringen Rückgang der Unternehmensanzahl ein Anstieg der Beschäftigten um 0,9 % zu beobachten (gegenüber 0,8 % in der Gesamtwirtschaft) bei sinkenden Umsätzen (3,5 % gegenüber 5,4 % in der Gesamtwirtschaft); exklusive der Branche Herstellung von Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen ergibt sich für die Creative Industries ein Umsatzanstieg im Jahr 2023 von 4,4 %.

Trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen bleiben die Creative Industries ein bedeutender wirtschaftspolitischer Faktor und fungieren als Innovationstreiber, der neue Technologien in verschiedenste Branchen einführt. Die aktuelle Sonderauswertung des Wirtschaftsbarometers der Creative Industries, basierend auf der halbjährlichen Konjunkturumfrage der Wirtschaftskammer Österreich, zeigt jedoch eine deutliche Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage im Vergleich zum Vorjahr und Frühjahr 2024.

Nahezu alle Indikatoren deuten auf eine anhaltende Konjunkturschwäche hin, wobei rund 44 % der Unternehmen von Umsatzrückgängen und 48 % von einer schwächeren Auftragslage berichten. Diese Entwicklung schlägt sich auch in negativen Saldowerten bei Kapazitätsauslastung und Beschäftigung nieder, wenngleich die Creative Industries im Vergleich zur gewerblichen Wirtschaft etwas besser abschneiden. Besonders bemerkenswert ist, dass ein Preisauftrieb nicht wie erwartet zu höheren Umsätzen geführt hat.

Für die kommenden zwölf Monate (Herbst 2024-Herbst 2025) bleibt der Ausblick gedämpft. Während die Creative Industries bei Beschäftigung und Auftragslage geringfügig optimistischer als die gewerbliche Wirtschaft sind, bleibt die allgemeine Konjunktureinschätzung zurückhaltend: 33 % der Unternehmen erwarten steigende Umsätze, während 34 % mit einem Rückgang rechnen. Auch die Investitionspläne spiegeln die Unsicherheiten wider: Knapp 4 von 10 Unternehmen planen keine Investitionen, 61 % der Creative Industries planen Investitionen, vor allem in Digitalisierung und Innovation, jedoch liegt der Fokus verstärkt auf Rationalisierungs- und Ersatzbedarf. Die größten Herausforderungen bleiben steigende Arbeitskosten (74 %), allgemeine Unsicherheit (66 %) und schwache Nachfrage (55 %).

Viele Unternehmen sehen die Senkung der Arbeits- und Lohnnebenkosten als essenziell für das zukünftige Wachstum der Creative Industries. Fast 90 % der Unternehmen sprechen sich für entsprechende Entlastungen aus. Ebenso werden steuerliche Reformen und die Erhöhung der Attraktivität von Vollzeitstätigkeiten als wesentliche Maßnahmen zur Unterstützung der Branche angesehen.

Executive Summary

Around 76.000 companies with over 208.000 employees are part of the Creative Industries; these companies, which are almost exclusively micro-enterprises, mostly even one-person companies, generate annual sales of around € 32,6 billion. This corresponds to an increase of around 16 % compared to the previous year (also due to inflation). In relation to the overall economy, the direct importance of the Creative Industries, measured in terms of the number of companies, is 13 %. For other key indicators such as sales revenue, gross value added and gross operating surpluses, the share of the Creative Industries is between 3 % and 4 % of the overall economy.

The variety of business models and company concepts in the Creative Industries is very large. Many people work in these sectors part-time - sometimes as a way to start their own business - but are commercially active in their own companies; therefore there are around 23.500 companies with an annual turnover of less than € 10.000,-.

The most important areas of the Creative Industries are the Art Market (24.400 companies) followed by the Advertising Sector (15.600 companies); in terms of the number of employees, Software & Games is the largest sector with 53.000 employees in total, followed by the two sub-sectors already mentioned, the Art Market (with 44.500 employees) and Advertising (with around 37.500).

The Creative Industries have a smaller average company size than the economy as a whole (3 versus 6 employees per company) and a significantly higher proportion of one-person companies (74 % versus 55 %). Since most companies in the Creative Industries operate in the service sector (and therefore the cost of goods is lower), their relative personnel costs are higher than in the economy as a whole (23 % versus 16 %).

The proportion of women in total employment is 43 % (2 percentage points above the average for the economy as a whole) and in the Book and Publishing Sectors this figure is above average at 61 %, as is Design (57 %) and Advertising (51 %), while the Music Industry (30 %) and Software & Games (27 %) have the lowest shares.

The proportion of self-employed women varies greatly between industries: while in Design (56 %), Book & Publishing (44 %), Art Market (40 %) and advertising (41 %) it is significantly above the average for the Creative Industries (35 %). and the overall economy (37 %), it is well below average in Architecture (18 %), Radio & TV (20 %) as well as Software & Games and the Music Industry (9% each).

The high proportion of one-person companies also explains why around two-thirds of companies generate annual sales of up to € 50.000,-. The proportion of part-time employees in the Creative Industries is also significantly higher at 41 % than in the economy as a whole (33 %).

The years 2023 (and 2024) will be marked by a recession in Austria. According to a projection, the development of the Creative Industries in 2023 is better than that of the economy as a whole: overall, with a slight decline in the number of companies, there was an increase in the number of employees of 0,9 % (compared to 0.8 % in the economy as a whole) and falling sales (3,5 % compared to 5,4% in the economy as a whole); excluding the industry production of coins, jewelry and similar products results in a 4,4 % increase in sales for the Creative Industries in 2023.

Despite difficult economic conditions, the Creative Industries remain an important economic policy factor and act as an innovation driver that introduces new technologies into a wide variety of industries. However, the current special evaluation of the economic barometer of the Creative Industries, based on the semi-annual economic survey of the Austrian Chamber of Commerce (WKO), shows a significant deterioration in the economic situation compared to the previous year and spring 2024.

Almost all indicators point to a continued economic weakness, with around 44 % of companies reporting a decline in sales and 48 % reporting a weaker order situation. This development is also reflected in negative balance values for capacity utilization and employment, although the Creative Industries are performing slightly better than the commercial economy. It is particularly noteworthy that price increases have not led to higher sales as expected.

The outlook for the next twelve months (autumn 2024-autumn 2025) remains subdued. While the Creative Industries are slightly more optimistic than the commercial economy regarding employment and order situation, the general economic assessment remains cautious: 33 % of companies expect increasing sales, while 34 % expect a decline. Investment plans also reflect the uncertainties: almost 4 out of 10 companies are not planning any investments, 61 % of the Creative Industries are planning investments, especially in digitization and innovation, but the focus is increasingly on rationalization and replacement needs.

The biggest challenges remain rising labor costs (74 %), general uncertainty (66 %) and weak demand (55 %).

Many companies see the reduction of labor and non-wage labor costs as essential for the future growth of the Creative Industries. Almost 90 % of companies are in favor of corresponding relief. Tax reforms and increasing the attractiveness of full-time jobs are also seen as essential measures to support the industry

Die Definition der Austrian Creative Industries

Im vorjährigen Kreativwirtschaftsbericht (2024) wurde die Definition der Creative Industries adaptiert. Diese Definition insgesamt verbleibt inhaltlich unverändert.

Durch die nunmehr wieder stärkere Differenzierung / Aufteilung auf mehrere Teilbereiche erfolgt eine Anpassung der Bezeichnungen bzw. des Wordings; es werden die in Österreich häufig verwendeten Begrifflichkeiten bzw. Branchenbezeichnungen verwendet; tlw. kommt es dadurch auch zu gewissen (sinnvollen) Verschiebungen zwischen einzelnen Teilbereichen (gegenüber 2023) wie bei der Fotografie.

Kreativwirtschaft bis 2023*	Creative Industries 2024	Creative Industries ab 2025
Architektur	Architektur	Architektur
Buch und Verlagswesen	Buch- und Pressemarkt	Buch & Verlage
Markt für darstellende Kunst	Kunstmarkt	Kunstmarkt
Filmwirtschaft	Film-, Musik- und Rundfunkwirtschaft	Film & Fotografie
Musikwirtschaft		Musikwirtschaft
Radio und TV		Radio & TV
Werbung	Werbewirtschaft, Industrial Design & Fotografie	Werbung
Design		Design
Software und Games	Software & Games	Software & Games
Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten	Sonstige	Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten

Tabelle 1
Teilbereiche der Kreativwirtschaft bzw. Creative Industries

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

Quelle: iföw auf Basis Statistik Austria.

Im Detail setzen sich die Creative Industries aus folgenden Branchen zusammen.

Tabelle 2
Definition der Creative Industries, nach Bereichen und ÖNACE

ÖNACE 2008	Bezeichnung
Architektur	
7111	Architekturbüros
Buch & Verlage	
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
Kunstmarkt	
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren
8552	Kulturunterricht
9001	Darstellende Kunst
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst
9003	Künstlerisches Schaffen
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen
Film & Fotografie	
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik
5913	Filmverleih und -vertrieb
5914	Kinos
7420	Fotografie und Fotolabors
Musikwirtschaft	
3220	H.v. Musikinstrumenten
4759	EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger
5920	Tonstudios und Musikverlage
Radio & TV	
6010	Hörfunkveranstalter
6020	Fernsehveranstalter
7722	Videotheken
Werbung	
7311	Werbeagenturen
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen
Design	
321	H.v. Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen
7410	Ateliers für Design
Software & Games	
582	Verlegen von Software
6201	Programmierungstätigkeiten
6312	Webportale
Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten	
7430	Übersetzen und Dolmetschen
9101	Bibliotheken und Archive
9103	Historische Stätten und Gebäude
9102	Museen
9104	Botanische und zoologische Gärten

Anmerkung: *siehe „Anmerkung zur Branche Einzelhandel mit Musikinstrumenten“ und „Anmerkung zum Teilbereich Design“.

Aufgrund der Geheimhaltungsbestimmung zum Statistikgesetz sind nicht mehr bei allen Indikatoren die Videotheken berücksichtigt (im Jahr 2022 gab es insgesamt 3 Unternehmen; die Umsätze bzw. anderen quantitativen Indikatoren liegen nicht vor).

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.

Anmerkung zum Bereich Design

Der Bereich Design besteht aus den Branchen Herstellung von Münzen, Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen (ÖNACE 321) sowie der Branche Ateliers für Design (ÖNACE 7410).

In der Branche Herstellung von Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen (ÖNACE 321) befindet sich ein einziges Großunternehmen, welches einen erheblichen Einfluss auf die Indikatoren bzw. deren Entwicklung der gesamten Gruppe und somit auch des Bereichs Design ausübt. Im Jahr 2023 kam es zu einem markanten Umsatzrückgang.

Auf Grund dessen ist im Jahr 2023 ein (nomineller) Umsatzrückgang in den Creative Industries in der Höhe von 3,5 % zu verzeichnen; im Durchschnitt aller anderen Branchen der Creative Industries ergibt sich für 2023 ein nominelles Umsatzwachstum von 4,4 %.

Tabelle 3
Anzahl der Unternehmen der Creative Industries im Bereich Design, 2021-2023

Bereich Design	2021	2022	2023
Anzahl der Unternehmen	3.838	3.879	3.894
Umsatzerlöse in 1 000 EUR	3.401.630	4.145.487	1.768.285
H.v. Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen (ÖNACE 321)			
Anzahl der Unternehmen	1.149	1.249	1.347
Umsatzerlöse in 1 000 EUR	3.140.190	3.871.763	1.452.593
Ateliers für Design (ÖNACE 7420)			
Anzahl der Unternehmen	2.689	2.630	2.547
Umsatzerlöse in 1 000 EUR	261.440	273.724	315.692

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2021 sowie 2022, Statistik Austria; sowie Hochrechnung durch das iföw 2023.

Kreativwirtschafts datenblatt



Struktur der Creative Industries 2022

Die Creative Industries repräsentieren einen zentralen Wirtschaftssektor, dem etwa 13 % aller Unternehmen zuzuordnen sind. Rund 5,5 % der Beschäftigten arbeiten in diesem Bereich - ein Anteil, der im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben ist. Der kleinere Durchschnittsbetrieb in den Creative Industries, verglichen mit anderen Branchen, spiegelt sich in den zentralen wirtschaftlichen Kennzahlen wider: Der direkte Beitrag zu Umsatzerlösen und Bruttobetriebsüberschüssen beträgt jeweils rund 3 %.

Knapp die Hälfte der Unternehmen ist zwei Branchengruppen zuzuordnen: Kunstmarkt (32 %) sowie Werbung (21 %); in diesen beiden Bereichen sind ebenso viele selbstständig Beschäftigten tätig, da es sich vielfach um Ein-Personen-Unternehmen (EPU) handelt.

	Anzahl der Unternehmen	(Vgl. zum Vorjahr in %)
Architektur	6.476	-2,3
Buch & Verlage	2.133	-1,8
Kunstmarkt	24.354	
Film & Fotografie	9.513	
Musikwirtschaft	1.813	
Radio & TV	125	
Werbung	15.588	
Design	3.879	
Software & Games	8.782	5,3
Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten*	2.972	
Creative Industries insgesamt	75.635	-1,8

Tabelle 1

Anzahl der Unternehmen der Creative Industries nach Bereichen, 2022 (Vergleich zum Vorjahr in %)

Anmerkung: *zwecks einfacherer Lesbarkeit wird dieser Bereich im Bericht als „Sonstige“ bezeichnet.
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Im Jahr 2022 umfassten die Creative Industries etwa 76.000 Unternehmen (-1,8 % im Vergleich zum Vorjahr). Diese beschäftigten rund 208.000 Personen (+3,8 %), davon 128.000 unselbstständig (+7,4 %). Der Umsatz belief sich auf 32,6 Milliarden Euro (+16,2 %), während der Bruttobetriebsüberschuss 3,9 Milliarden Euro (+4,1 %) erreichte. Die große Diskrepanz zwischen der Entwicklung von Umsatz und Rentabilität ist Ausdruck einer hohen Inflation (8,6 %), die zu einer deutlichen Niveauverschiebung der (Fix)Kosten geführt hat.

Der Kunstmarkt und die Werbewirtschaft zählen zu den größten Branchengruppen, wobei ein hoher Anteil an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) charakteristisch ist.

Die Bandbreite der Werte der Indikatoren 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 Werbung.

Tabelle 2
Struktur der Creative Industries nach Bereichen, 2022 (Vergleich zu 2021 in %)

	Unter- nehmen	Beschäftigte gesamt	unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse in € 1 000	Bruttobetriebs- überschuss in € 1 000
Architektur	6.476	19.743	11.990	2.448.972	625.340
Buch & Verlage	2.133	18.739	16.430	3.449.474	212.266
Kunstmarkt	24.354	44.478	19.273	4.967.285	797.831
Film & Fotografie	9.513	16.992	7.158	1.709.396	248.392
Musikwirtschaft	1.813	3.459	1.703	372.975	48.221
Radio & TV	125	1.474	1.344	425.636	38.171
Werbung	15.588	37.451	20.899	5.099.420	680.817
Design	3.879	6.357	2.315	4.145.487	173.439
Software & Games	8.782	53.008	43.792	9.637.494	967.844
Sonstige	2.972	6.116	3.172	381.898	77.806
Creative Industries	75.635	207.817	128.076	32.638.037	3.870.127
(% zu 2021)	(-1,8)	(+3,8)	(+7,4)	(+16,2)	(+4,1)
Gesamtwirtschaft	583.947	3.751.038	3.135.187	1.068.619.848	116.893.793
(% zu 2021)	(-1,0)	(+4,5)	(+5,4)	(+19,5)	(+16,2)
Anteil in %	13,0	5,5	4,1	3,1	3,3
(%Pkt. zu 2021)	(-0,1)	(-0,1)	(+0,1)	(+0,0)	(-0,4)

Anmerkung: %Pkt. = Prozentpunkte.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Werbung, Design sowie Software & Games tragen mit 56 % zur Bruttowertschöpfung und mit 61 % zum Produktionswert der Creative Industries bei. Software & Games erzielen einen überdurchschnittlichen Umsatzanteil (30 %), der sich auch in der Beschäftigungsstruktur widerspiegelt (26 % der Beschäftigten).

Tabelle 3
Bruttowertschöpfung und Produktionswert der Creative Industries, 2022 (Vergleich zu 2021 in %)

ÖNACE 2008	Bruttowertschöpfung in 1 000 EUR	Produktionswert in 1 000 EUR
Architektur	1.277.271 (+6,1)	1.859.321 (+6,4)
Buch & Verlage	1.162.681 (-2,5)	2.300.807 (-2,3)
Kunstmarkt	1.550.219	2.496.341
Film & Fotografie	608.923	1.109.289
Musikwirtschaft	125.656	233.513
Radio & TV	123.104	282.959
Werbung	1.574.603	2.600.244
Design	283.193	4.113.238
Software & Games	4.437.598 (+16,9)	6.932.202 (+19,0)
Sonstige	197.569	335.118
Creative Industries insgesamt	11.340.817 (+10,8)	22.263.032 (+14,0)
Gesamtwirtschaft	286.600.181 (+12,4)	731.716.143 (+21,4)
Anteil in % (Vergleich zu 2021 in %Pkt.)	4,0 (+0,0)	3,0 (-0,2)

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Die Bedeutung der Bereiche Design und Werbung sowie Software & Games für die Creative Industries werden mit einem Blick auf die Beschäftigten, Umsätze und Bruttobetriebsüberschüsse deutlich.

Im Bereich Design sind die hohen Umsätze auf die Branche Herstellung von Münzen, Schmuck und ähnlichen Erzeugnissen zurückzuführen.

Tabelle 4
Struktur der Bereiche Design und Werbung, 2022

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Anzahl der Unternehmen	Beschäftigte insgesamt	Unselbstständig Beschäftigte	Umsätze in 1.000 €	Bruttobetriebsüberschuss in € 1 000
Design		3.879	6.357	2.315	4.145.487	173.439
321	H.v. Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen	1.249	2.352	1.066	3.871.763	116.417
7410	Ateliers für Design	2.630	4.005	1.249	273.724	57.022
Werbung		15.588	37.451	20.899	5.099.420	680.817
7311	Werbeagenturen	15.290	34.891	18.649	3.475.668	580.838
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	298	2.560	2.250	1.623.752	99.979
in % der Creative Industries		25,7	21,1	18,1	28,3	22,1
in % der Gesamtwirtschaft		3,3	1,2	0,7	0,9	0,7

Anmerkung: Aufgrund geänderter Datenverfügbarkeit (auf Branchenebene) ist ein Vergleich mit dem Vorjahr nicht sinnvoll möglich.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Tabelle 5
Struktur des Bereichs Software & Games, 2022 (Vergleich zu 2021 in %Pkt.)

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Anzahl der Unternehmen	Beschäftigte insgesamt	Unselbstständig Beschäftigte	Umsätze in 1.000 €	Bruttobetriebsüberschuss in € 1 000
Software & Games		8.782	53.008	43.792	9.637.494	967.844
582	Verlegen v. Software	321	5.408	5.091	1.683.389	117.071
6201	Programmierungstätigkeiten	7.944	40.741	32.321	6.848.704	630.348
6312	Webportale	517	6.859	6.380	1.105.401	220.425
in % der Creative Industries		11,6 (+0,8)	25,5 (+1,4)	34,2 (+1,1)	29,5 (+1,0)	25,0 (+0,8)
in % der Gesamtwirtschaft		1,5 (+0,1)	1,4 (+0,1)	1,4 (+0,1)	0,9 (+0,0)	0,8 (+0,1)

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Im Jahr 2021 wurden in den Creative Industries etwa 5.000 Unternehmen neu gegründet, was einem Anteil von rund 6,7 % entspricht. Gleichzeitig kam es zu etwa 4.200 Unternehmensschließungen, entsprechend einem Anteil von 5,6 %. Diese Gründungs- und Schließungsraten entsprechen in etwa den Durchschnittswerten der Gesamtwirtschaft, die bei 6,2 % und 5,9 % lagen.

Tabelle 6
Unternehmensdemografie der Creative Industries nach Bereichen, 2022 (Vergleich zu 2021 in %Pkt.)

	Unternehmens- neugründungen	Unternehmens- Neugründungen (in %)	Unternehmens- -schließungen*	Unternehmens- -schließungen* (in %)
Architektur	192	3,0 (+0,0)	305	4,7 (-0,1)
Buch & Verlage	81	3,8 (-0,5)	107	5,0 (+1,2)
Kunstmarkt	1.541	6,3	1.351	5,5
Film & Fotografie	798	8,4	452	4,8
Musikwirtschaft	118	6,5	85	4,7
Radio & TV	3	2,4	1	0,8
Werbung	1.185	7,6	964	6,2
Design	334	8,6	258	6,7
Software & Games	635	7,2 (+1,6)	485	5,5 (-0,2)
Sonstige	174	5,9	206	6,9
Creative Industries insgesamt	5.061	6,7 (+0,4)	4.214	5,6 (+0,5)

Anmerkung: Auf Grund unterschiedlicher statistischer Konzepte (z.B. Möglichkeit der Reaktivierung innerhalb von 2 Jahren - Statistik Unternehmensdemographie) können sich bei der Gegenüberstellung von Indikatoren dadurch Abweichungen ergeben.

*vorläufig

Quelle: Unternehmensdemografie 2022, Statistik Austria.

Die absolute Zahl der Insolvenzen ist im Verhältnis zur Gesamtzahl der Unternehmen in den Creative Industries äußerst niedrig. In der Gesamtwirtschaft sind die Insolvenzen gegenüber 2022 um +13,5 % und gegenüber 2019 um +8,5 % gestiegen.

Tabelle 7

Anzahl der Insolvenzen in den Creative Industries insgesamt sowie die Anzahl der Gesamtinsolvenzen nach Bereichen (exkl. Sonstige), 2019 - 2023

	2019	2020	2021	2022	2023	VÄ 22/23 in %	VÄ 19/23 in %
Eröffnete Insolvenzen	140	81	81	156	187	19,6	33,7
Nicht eröffnete Insolvenzverfahren (mangels kostendeckenden Vermögens)	98	53	39	71	81	14,1	-16,5
Gesamtinsolvenzen	237	133	119	228	268	17,9	13,1
davon:							
Architektur	16	15	9	16	14	-12,5	-12,5
Buch & Verlage	18	7	8	12	14	16,7	-22,2
Kunstmarkt	67	41	23	53	69	30,2	3,0
Film & Fotografie	17	12	7	28	29	3,6	70,6
Radio & TV	3	4	1	1	5	400,0	66,7
Werbung	80	36	45	86	83	-3,5	3,8
Design	7	2	6	4	3	-25,0	-57,1
Software & Games	20	12	16	20	27	35,0	35,0

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: Kreditschutzverband 1870, iföw.

Die meisten Unternehmen in den Creative Industries verfügen über eine einzige Arbeitsstätte aus. Im Bereich Buch & Verlage, zu dem insbesondere auch der Einzelhandel mit Büchern zählt, liegt die durchschnittliche Anzahl der Arbeitsstätten pro Unternehmen bei 1,5; in dieser Branche bestehen filialisierte (Einzelhandels)Unternehmen.

Tabelle 8
Die Arbeitsstätten der Creative Industries nach Bereichen, 2022 (Vergleich zu 2021 in %Pkt.)

	Anzahl der Unternehmen	Anzahl der Arbeitsstätten	Arbeitsstätten pro Unternehmen
Architektur	6.476	7.465	1,2 (+0,0)
Buch & Verlage	2.133	3.188	1,5 (+0,0)
Kunstmarkt	24.354	26.560	1,1
Film & Fotografie	9.513	10.193	1,1
Musikwirtschaft	1.813	2.054	1,1
Radio & TV	125	178	1,4
Werbung	15.588	17.316	1,1
Design	3.879	4.099	1,1
Software & Games	8.782	10.037	1,1 (-0,1)
Sonstige	2.972	3.103	1,0
Creative Industries insgesamt	75.635	85.392	1,1 (+0,0)

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Höchste durchschnittliche Betriebsgröße im Bereich der Software & Games

Wie zuvor dargelegt, sind die beiden - gemessen an der Unternehmenszahl - größten Bereiche überwiegend von Ein-Personen-Unternehmen (Film & Fotografie: 85 % Kunstmarkt und Design jeweils 83 %) gekennzeichnet; dementsprechend ist deren Anteil gemessen an den Umsätzen im Vergleich zur Software & Games geringer, wie aus der folgenden Grafik ersichtlich ist.

Die Bereiche Architektur, Musikwirtschaft sowie Radio und TV 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 & Games sind 26 % der Arbeitskräfte beschäftigt; im Kunstmarkt bzw. Werbung liegt der Anteil bei 21 % bzw. 18%.

Tabelle 9
Verteilung ausgewählter Indikatoren der Creative Industries nach Bereichen (in %), 2022

	Unternehmen	Umsatz	Personalaufwand	Beschäftigte
Architektur	8,6	7,5	8,7	9,5
Buch & Verlage	2,8	10,6	12,7	9,0
Kunstmarkt	32,2	15,2	10,1	21,4
Film & Fotografie	12,6	5,2	4,8	8,2
Musikwirtschaft	2,4	1,1	1,0	1,7
Radio & TV	0,2	1,3	1,1	0,7
Werbung	20,6	15,6	12,0	18,0
Design	5,1	12,7	1,5	3,1
Software & Games	11,6	29,5	46,4	25,5
Sonstige	3,9	1,2	1,6	2,9
in % der Gesamtwirtschaft	13,0	3,1	4,4	5,5

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

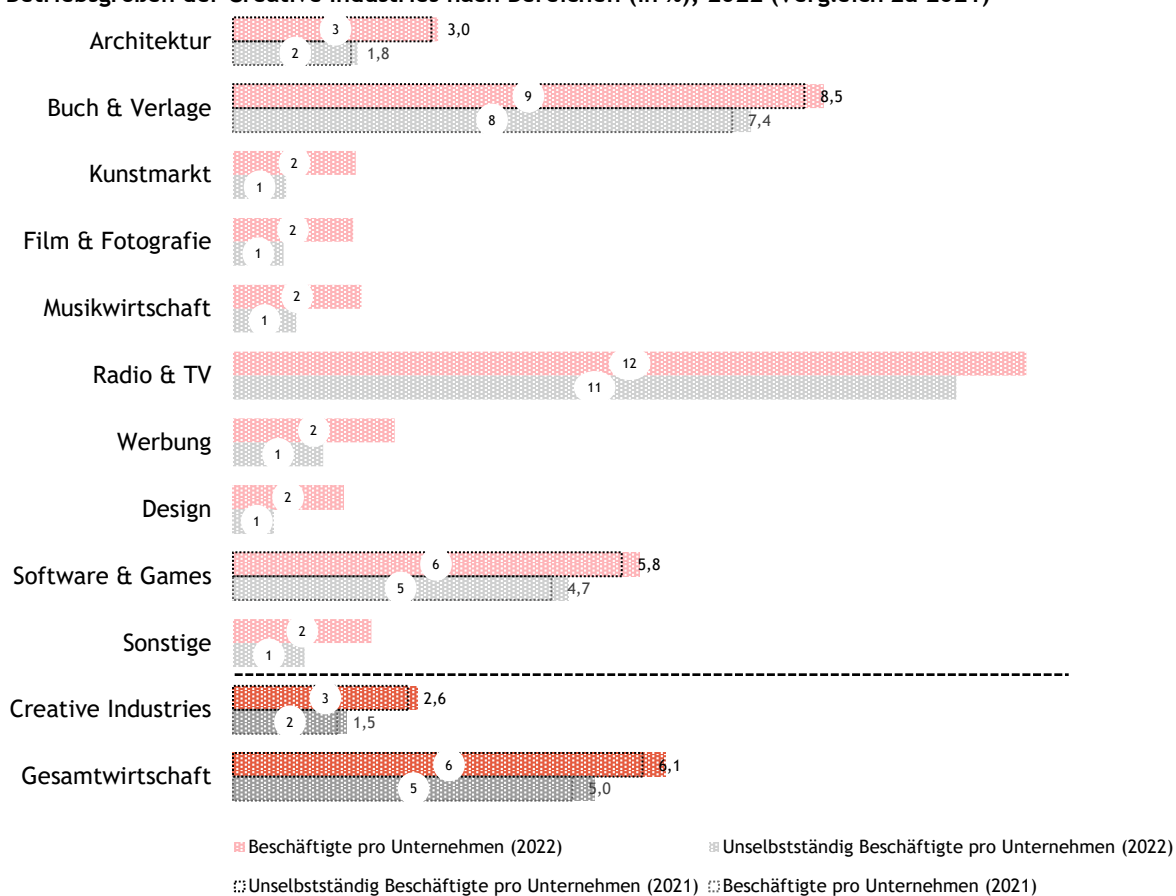
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Der Unterschied zwischen der Gesamtzahl der Beschäftigten und den unselbstständig Beschäftigten pro Unternehmen ist in der Regel eine einzige Person beträgt - nämlich der/die (selbstständige) Unternehmer:in selbst.

Die durchschnittliche Betriebsgröße variiert stark zwischen den Branchen. Während im Bereich Software & Games 26 % der Beschäftigten tätig sind, weisen Kunstmarkt und Werbung aufgrund der hohen Anzahl an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) deutlich kleinere Betriebsgrößen auf.

Grafik 1

Betriebsgrößen der Creative Industries nach Bereichen (in %), 2022 (Vergleich zu 2021)



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

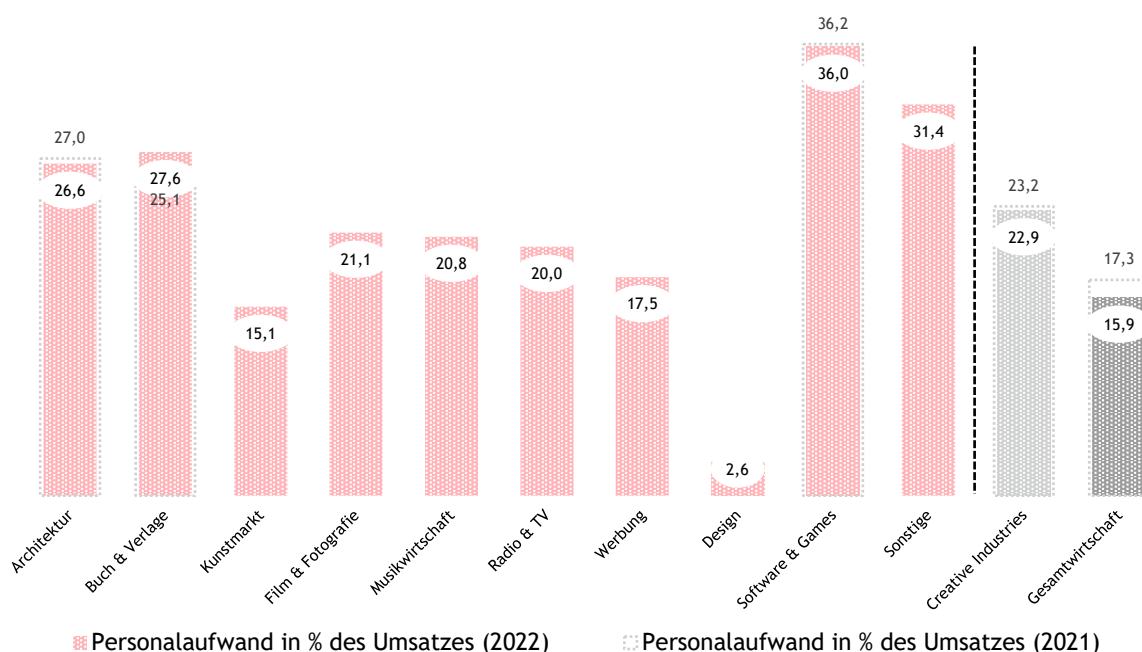
Divergente Personalkennzahlen innerhalb der Creative Industries

Auf den Bereich Software & Games entfallen 30 % des Gesamtumsatzes der Creative Industries bzw. 46 % der Personalkosten; rd. 26 % der Beschäftigten der Creative Industries sind diesem Bereich zuzuordnen. Somit weist Software & Games einen hohen Rohertrag und im Vergleich deutlich überdurchschnittliche Bruttogehälter auf; dies ist auch eine Folge der Beschäftigtenstruktur (deutlich weniger Teilzeitbeschäftigte). Trotz des hohen Unternehmensanteils (32 %) erwirtschaftet der Kunstmarkt relativ geringe Umsätze (15 %); dies ist unter anderem auf den hohen EPU-Anteil und großen Anteil an Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger € 10.000,- zurückzuführen.

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. 16 %).

In einem besonderen Ausmaß zeigt sich dies mit einem Anteil von rd. 36 % bei der Software & Games; einen ebenfalls überdurchschnittlichen Anteil findet man mit rd. 27 % im Architektur bzw. rd. 28 % bei Buch & Verlag.

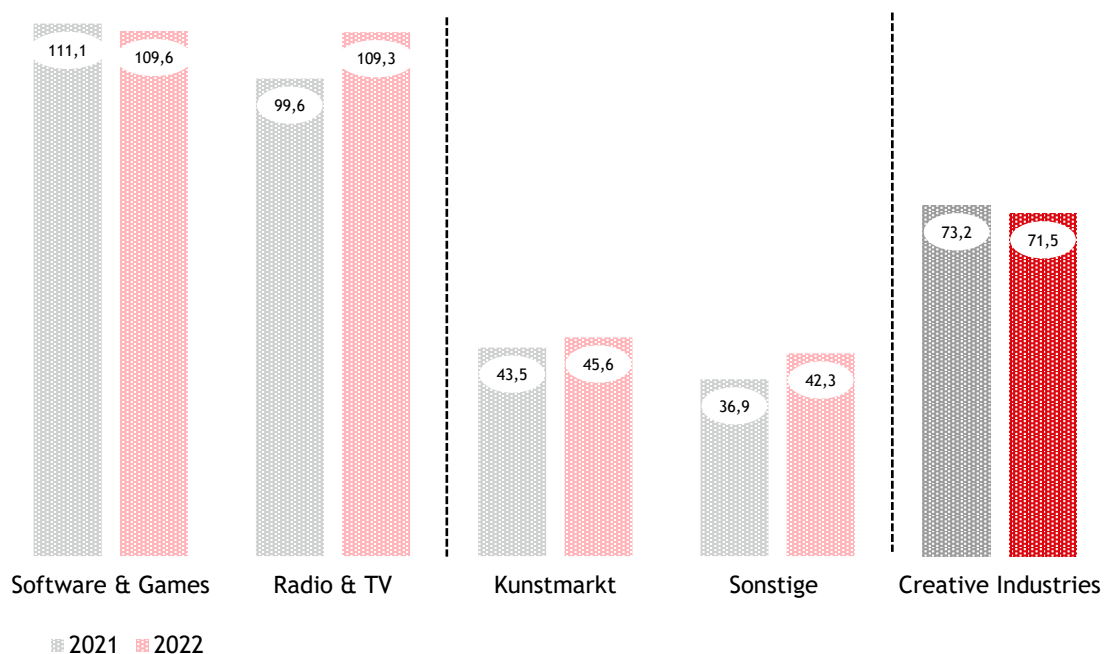
Grafik 2
Personalaufwand der Creative Industries nach Bereichen (in % des Umsatzes), 2022 (Vergleich zum Vorjahr)



Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

In der Gesamtwirtschaft lag die Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten 2022 bei rd. € 76.000,- pro Beschäftigten, was einem Wachstum von 7,5 % gegenüber 2021 entspricht. Die Bereiche Software & Games (109,4 %) sowie Radio & TV (103,1 %) erzielen eine höhere Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (pro Beschäftigten) als die österreichische Gesamtwirtschaft bzw. die Creative Industries, wobei Software & Games einen Rückgang gegenüber 2021 (-1,5 %Pkt.) verzeichnet, während die Wertschöpfung im Bereich Radio & TV stieg (+9,7 %Pkt.). Der Kunstmarkt zeigt eine moderate Steigerung von 43,5 % auf 45,6 %, bleibt aber vergleichsweise neben dem Bereich Sonstige jener mit der niedrigsten Wertschöpfung innerhalb der Creative Industries. Insgesamt ist die Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten (pro Beschäftigten) der Creative Industries leicht gesunken (-1,7 %Pkt.).

Grafik 3
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten pro Beschäftigten der Creative Industries (in % der BWS der Gesamtwirtschaft), 2022

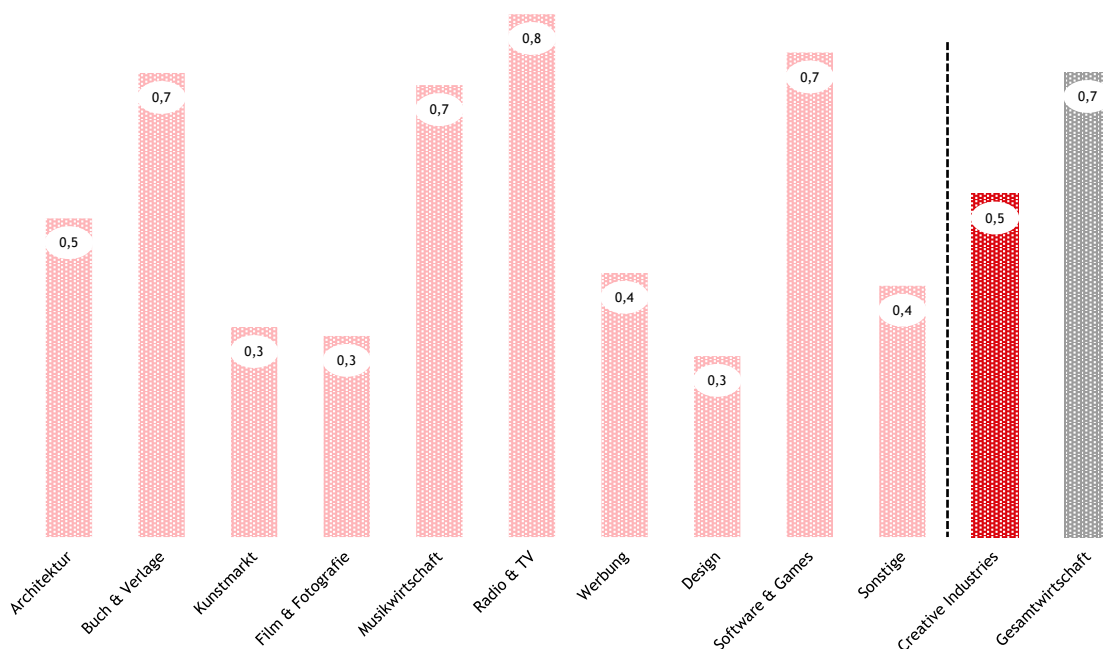


Quelle: Wirtschaftskennzahlen 2022, Statistik Austria.

Radio & TV weist mit 0,8 das höchste Vollzeitäquivalent je Beschäftigten aufweist, gefolgt von Software & Games, Buch & Verlage sowie Musikwirtschaft, die jeweils bei rd. 0,7 liegen, was einen höheren Anteil an Vollzeitbeschäftigten bedeutet, welcher teilweise jenen der Gesamtwirtschaft übersteigt. Im Gegensatz dazu zeigen Bereiche wie der Kunstmarkt, Design sowie Film & Fotografie mit jeweils rd. 0,3 geringere Vollzeitäquivalente je Beschäftigten.

Insgesamt liegt das Vollzeitäquivalent der Creative Industries bei 0,5 und damit unter dem Wert der Gesamtwirtschaft, der bei 0,7 liegt. Die Creative Industries sind somit insgesamt stärker von flexiblen oder nicht-vollzeit Arbeitsmodellen geprägt, mit deutlichen Unterschieden zwischen den einzelnen Teilbereichen.

Grafik 4
Vollzeitäquivalent je Beschäftigten in den Creative Industries, 2022



Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

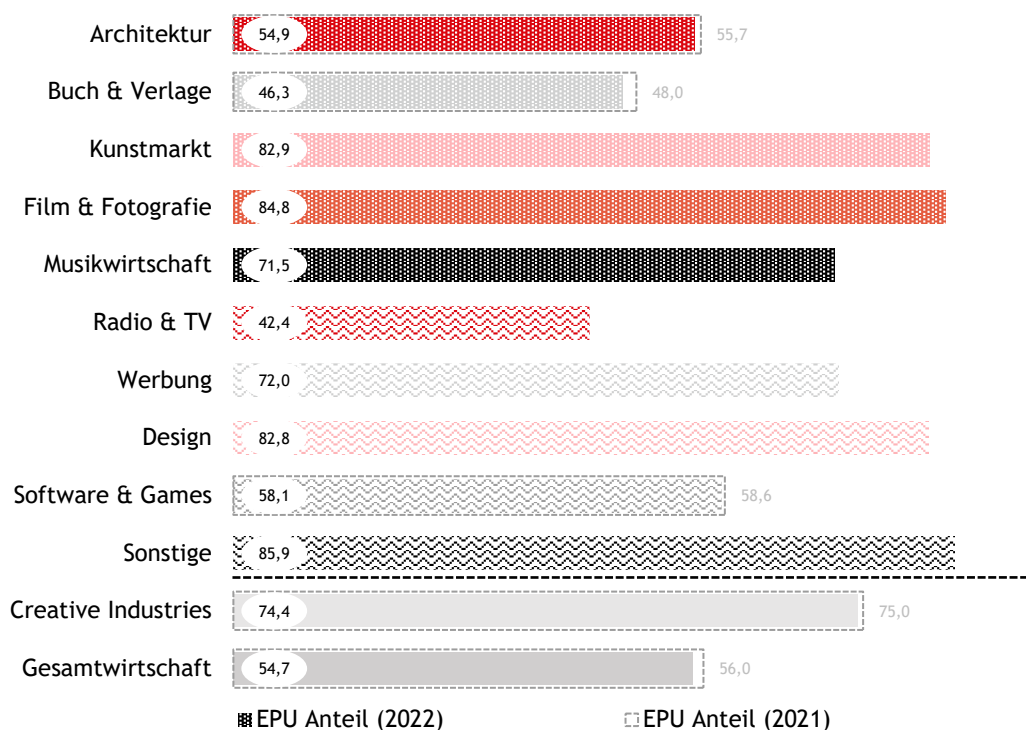
74 % der Unternehmen der Creative Industries sind EPU

Die Creative Industries zeichnet sich durch eine kleinstbetriebliche Struktur aus, wobei Ein-Personen-Unternehmen (EPU) eine zentrale Rolle spielen. Rund 74 % der Unternehmen in diesem Sektor sind EPUs, was bedeutet, dass sie ausschließlich von der Unternehmerin oder dem Unternehmer geführt werden, ohne dauerhafte Beschäftigung weiterer Personen.

Dieser Anteil übersteigt den Durchschnitt der Gesamtwirtschaft deutlich, wo der EPU-Anteil bei 55 % liegt. Besonders ausgeprägt ist diese Struktur in den Branchen Film & Fotografie, wo der EPU-Anteil bei 85 % liegt, sowie im Kunstmarkt mit 83 %.

In sieben von zehn Branchen der Creative Industries liegt der EPU-Anteil signifikant über jenem der Gesamtwirtschaft.

Grafik 5
EPU-Anteil der Creative Industries nach Bereichen (in %), 2022 (Vergleich zum Vorjahr)



Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

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

3 % der Unternehmen in den Creative Industries beschäftigen mehr als 9 Beschäftigte. Der Großteil der nicht als EPU geführten Unternehmen fällt in die Kategorie der Kleinstunternehmen mit 2 bis 9 Beschäftigten, entsprechend der EU-Definition für Betriebe mit weniger als 10 Mitarbeitenden. Insgesamt haben 97 % aller Unternehmen der Creative Industries weniger als 10 Beschäftigte. Zum Vergleich: In der Gesamtwirtschaft sind 7 % der Unternehmen als Kleinunternehmen (10-49 Beschäftigte) und 1 % als Mittel- und Großunternehmen (50+ Beschäftigte) klassifiziert.

Einige Teilbereiche der Creative Industries, wie Architektur, Buch & Verlag sowie Software & Games, weisen mit 5 % bis 7 % einen überdurchschnittlichen Anteil an Kleinunternehmen auf, während dieser Anteil im Bereich Radio & TV sogar 18 % erreicht.

Tabelle 10
Unternehmensstruktur der Creative Industries nach Beschäftigungsgrößenklassen (in %), 2022

	0 bis 9 Beschäftigte (Kleinstbetriebe)	10 bis 49 Beschäftigte (Kleinbetriebe)	ab 50 Beschäftigte (Mittel- und Großbetriebe)
Architektur	94,2	5,5	0,2
Buch & Verlage	90,1	7,4	2,6
Kunstmarkt	98,6	1,3	0,1
Film & Fotografie	98,7	1,2	0,1
Musikwirtschaft	97,8	1,9	0,3
Radio & TV	76,8	17,6	5,6
Werbung	97,1	2,6	0,3
Design	99,0	0,9	0,2
Software & Games	90,8	7,4	1,8
Sonstige	98,0	1,6	0,4
Creative Industries	96,7	2,8	0,5
Gesamtwirtschaft	91,6	7,0	1,3

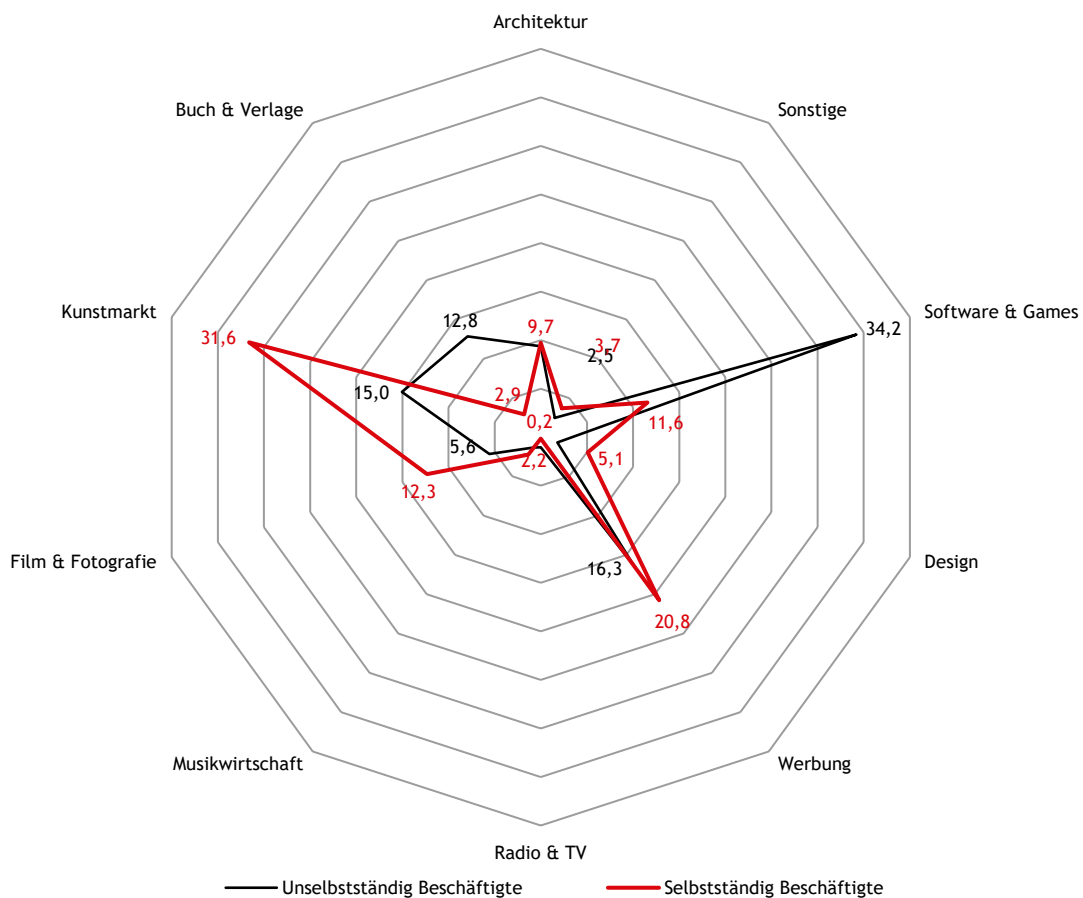
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Über die Hälfte der selbstständig Beschäftigten ist in zwei Bereichen tätig

Aufgrund des hohen Anteils an Ein-Personen-Unternehmen (EPU) sowie der hohen Anzahl der Unternehmen in den einzelnen Bereichen sind die meisten selbstständig Beschäftigten in den Bereichen Kunstmarkt (31,6 %) und Werbung (20,8 %) aktiv.

Der mit Abstand höchste Anteil (34,2 %) der unselbstständig Beschäftigten befindet sich im Bereich Software & Games.

Grafik 6
Verteilung der selbstständig und unselbstständig Beschäftigten der Creative Industries nach Bereichen (in %), 2022



Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

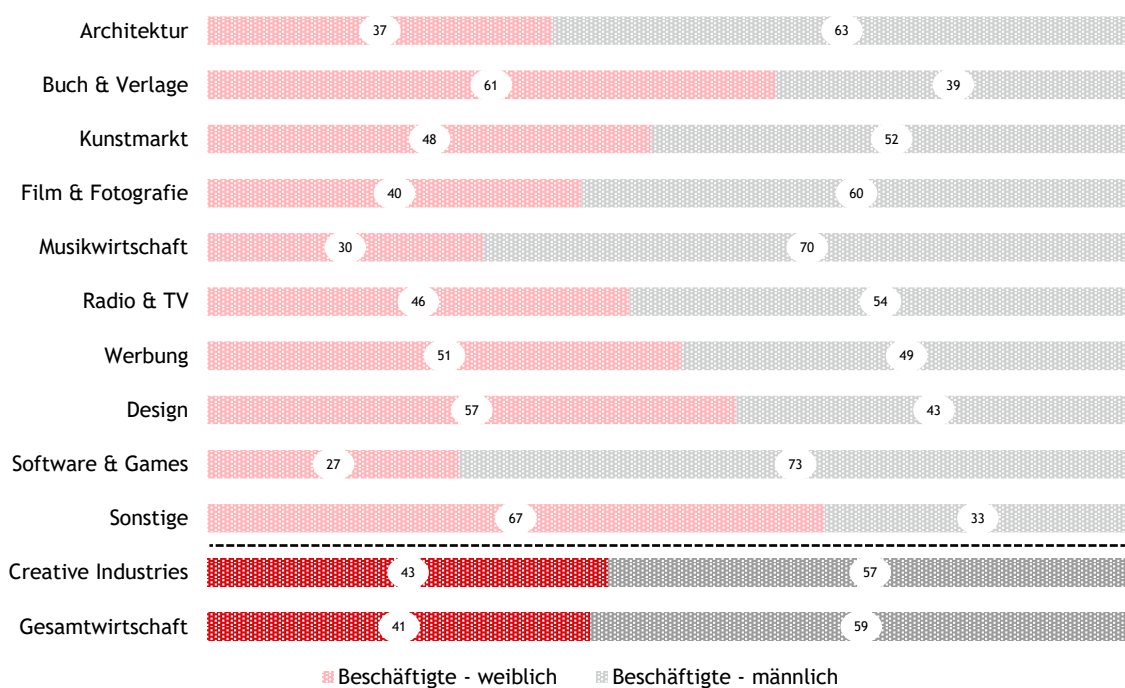
Rd. 4 von 10 Beschäftigten sind Frauen

Der Frauenanteil in den Creative Industries beträgt 43 % und liegt damit um 2 Prozentpunkte über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft. In der Branche Werbung ist das Geschlechterverhältnis nahezu ausgeglichen. Gleichzeitig zeigen einige Teilbereiche der Creative Industries eine stark unausgewogene Geschlechterverteilung:

- in Software & Games sind 73 % der Beschäftigten männlich
- im Bereich Buch & Verlag sind 61 % der Beschäftigten weiblich

Grafik 7

Beschäftigte der Creative Industries nach Geschlecht und Bereichen (in %), 2022



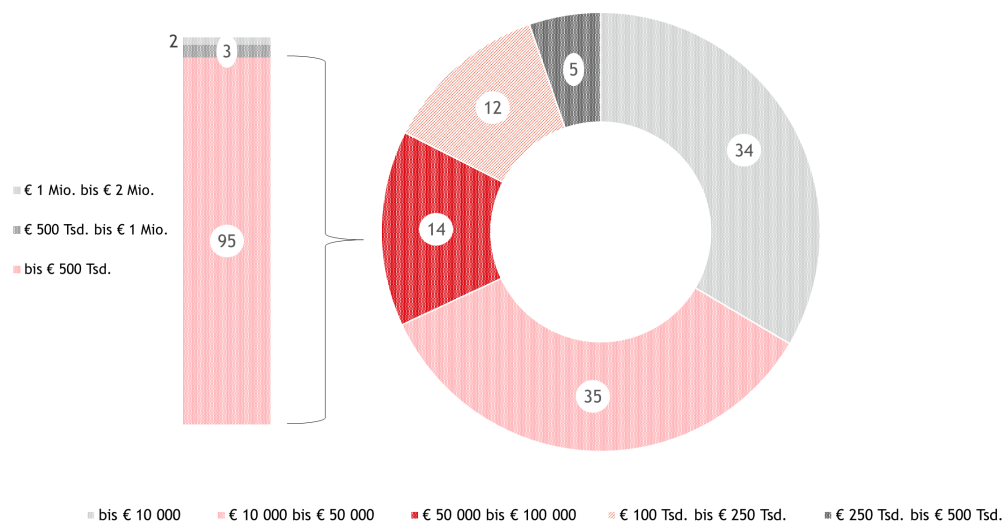
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Knapp 66 % der Kleinstbetriebe der Creative Industries erwirtschaften bis zu € 50 000,- Jahresumsatz

In den Creative Industries erzielen 95 % der Kleinstbetriebe einen Jahresumsatz von maximal € 500.000,-. Zwei Drittel dieser Unternehmen erwirtschaften Umsätze unter € 50.000,- pro Jahr.

Grafik 8

Verteilung der Kleinstbetriebe der Creative Industries nach Umsatzgrößenklassen in %, 2022

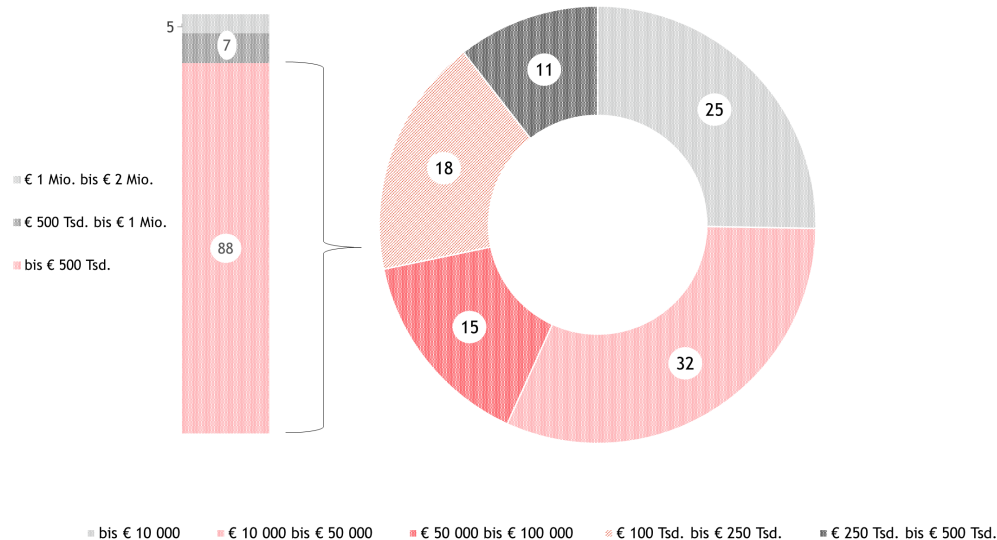


Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

In der Gesamtwirtschaft ist der Anteil der Kleinstunternehmen mit einem Jahresumsatz von über € 500.000,- deutlich höher als in den Creative Industries (12 % im Vergleich zu 5 %). Gleichzeitig ist der Anteil der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als € 10.000,- in der Gesamtwirtschaft geringer.

Grafik 9
Verteilung der Kleinstbetriebe der Gesamtwirtschaft nach Umsatzgrößenklassen in %, 2022

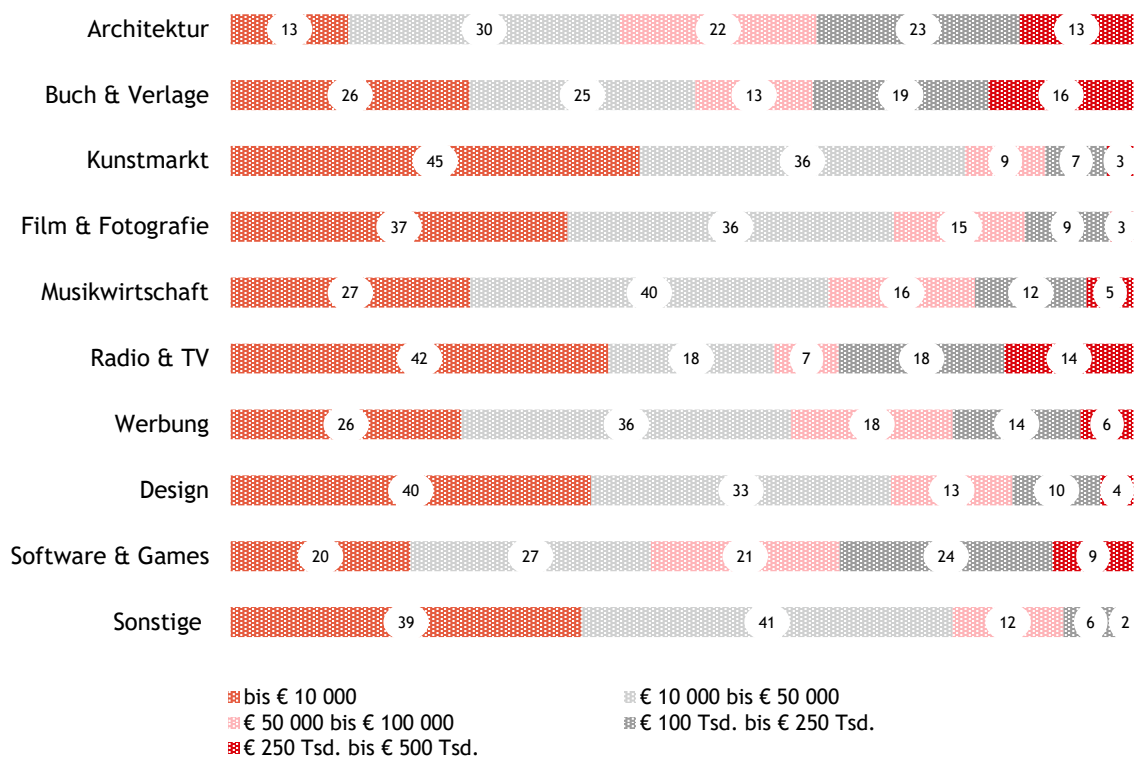


Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

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, Radio & TV, Design und Film & Fotografie.
- Im Vergleich deutlich höhere Umsatzniveaus haben Unternehmen im Architektur, Buch & Verlage sowie in der Software & Games.

Grafik 10
Struktur der Kleinstbetriebe (bis € 500.000,- Jahresumsatz) der Creative Industries nach Bereichen in %, 2022



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Viele Unternehmen der Creative Industries bleiben auch unter der Umsatzgrenze von € 10.000,-

Im Kunstmarkt, den Bereichen Fotografie & Film sowie im Design erwirtschaften zwischen 36 % bis 44 % der Kleinstbetriebe einen Jahresumsatz von weniger als € 10.000,-. Insbesondere im Bereich Design erwirtschaften fast 10 % nur bis zu € 1.000,-.

Exkurs zur Beschäftigung in der Alterspension

Während des Bezugs einer Alterspension in Österreich 2023 waren 15,9 % der 50- bis 74-Jährigen erwerbstätig, 12,2 % ohne Unterbrechung, 3,7 % nach einer Pause. 4,3 % arbeiteten unverändert weiter, 7,9 % reduzierten ihre Arbeitszeit. Besonders aktiv blieben Selbstständige (48,5 %), während nur 17,7 % der Unselbstständigen weiterarbeiteten, Frauen häufiger (21,9 %) als Männer (12,3 %).¹

Auch in den Creative Industries ist ein Teil der Selbstständigen im pensionsfähigen Alter (> 65 Jahre) weiterhin erwerbstätig, wenngleich deren Anteil mit rd. 23 % geringer als in der Gesamtwirtschaft mit 28 % ist.

Tabelle 11
Unternehmensstruktur der Creative Industries in %, nach Umsatzgrößenklassen, 2022

	bis € 2 Mio. (Kleinstbetriebe)	bis € 10 Mio. (Kleinbetriebe)	ab € 10 Mio. (Mittel- und Großbetriebe)
Architektur	96,7	3,0	0,3
Buch & Verlage	91,9	5,9	2,2
Kunstmarkt	98,9	0,9	0,2
Film & Fotografie	99,1	0,7	0,1
Musikwirtschaft	98,0	1,8	0,3
Radio & TV	86,4	9,6	4,0
Werbung	98,1	1,5	0,3
Design	99,3	0,6	0,1
Software & Games	94,1	4,4	1,5
Sonstige	99,1	0,8	0,1

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

¹ Vgl. Statistik Austria, Arbeitsmarkt im Fokus, 2024.

Tabelle 12

Umsatzverteilung der Kleinstunternehmen mit Umsätzen mit weniger als € 10.000,- in den Creative Industries in %, nach Umsatzgrößenklassen, 2022

	bis 1 000 €	2 000 € - 5 000 €	6 000 € - 10 000 €
Architektur	 1,7	 5,0	 4,8
Buch & Verlage	 4,6	 9,7	 7,8
Kunstmarkt	 8,4	 19,8	 15,8
Film & Fotografie	 7,3	 18,0	 11,3
Musikwirtschaft	 4,7	 11,8	 8,4
Radio & TV	 8,3	 18,5	 11,1
Werbung	 4,4	 11,1	 8,8
Design	 9,5	 18,2	 11,2
Software & Games	 3,8	 8,1	 6,0
Sonstige	 6,9	 18,5	 12,7
Creative Industries	 6,1	 14,6	 11,0
Gesamtwirtschaft	 4,2	 9,3	 7,5

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

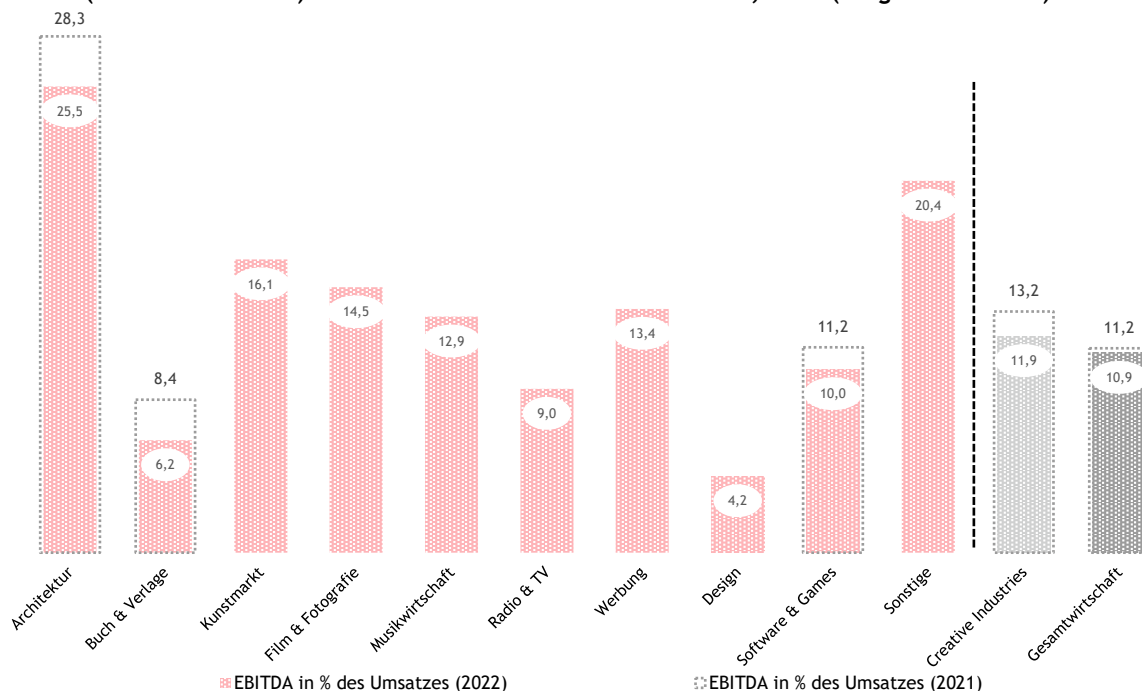
60% der Creative Industries Branchen zeigen eine überdurchschnittlich hohe EBITDA-Marge

Die Creative Industries erzielen im Vergleich zur Gesamtwirtschaft eine um 1 %-Pkt. höhere Bruttobetriebsüberschuss-Marge (EBITDA-Marge), obwohl sie im Vergleich zum Vorjahr um 1 %-Pkt. gesunken ist. Dieser Unterschied entsteht dadurch, dass das Entgelt für selbstständige Unternehmer:innen - mit Ausnahme von Kapitalgesellschaften - nicht als Aufwand des Unternehmens verbucht wird, sondern direkt das Betriebsergebnis erhöht.

Die Unternehmer:innen, die Unternehmen mit geringen Jahresumsätzen (unter € 10.000,- bzw. unter € 50.000,-) betreiben, benötigen auch weitere Einkommen zur Bestreitung des eigenen Lebensunterhalts.

Besonders hervorzuheben ist der Bereich Architektur, der mit einer EBITDA-Marge von 25,5 % mehr als doppelt so hoch liegt wie der Durchschnitt der Creative Industries (11,9 %), obwohl auch hier ein Rückgang um knapp 3 %-Pkt. im Jahresvergleich zu verzeichnen ist.

Grafik 11
EBITDA (in % des Umsatzes) der Creative Industries nach Bereichen, 2022 (Vergleich zu 2021)



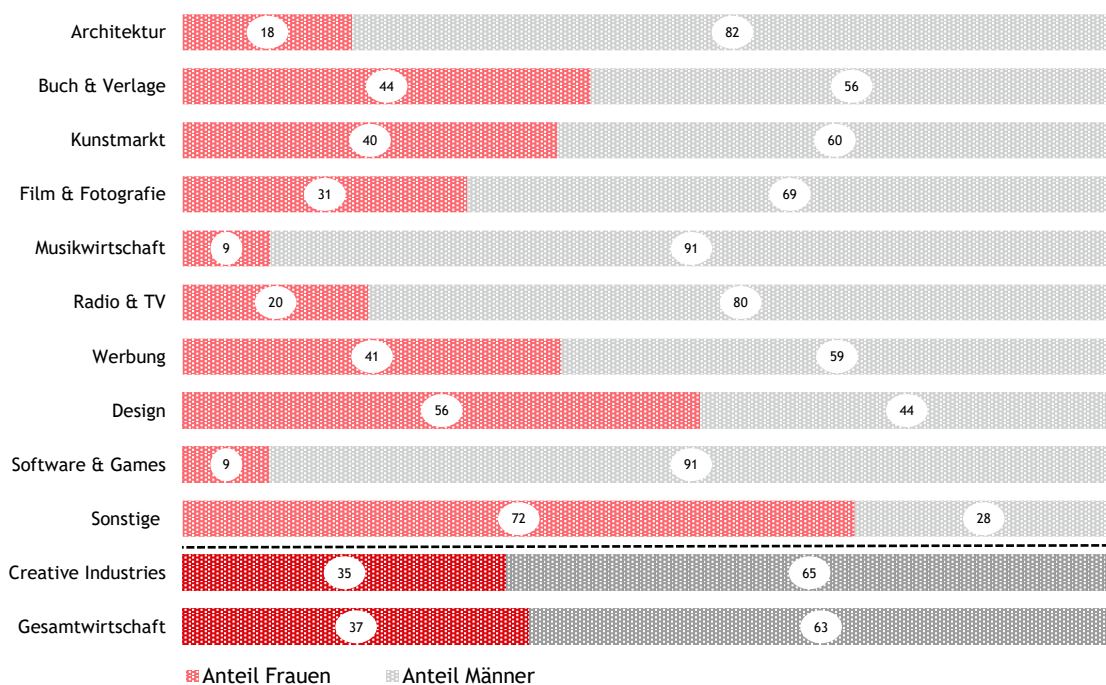
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Die Hälfte der Bereiche der Creative Industries weist einen überdurchschnittlichen Anteil an selbstständigen Frauen auf

Im Bereich Design liegt der Anteil der selbstständig tätigen Frauen bei 56 %, während er im Bereich Buch & Verlag 44 % beträgt. Auch im Kunstmarkt und in der Werbung ist der Anteil weiblicher Selbstständiger mit 40 % bzw. 41 % deutlich höher als der Durchschnitt in den Creative Industries (35 %) und in der Gesamtwirtschaft (37 %).

Gleichzeitig gibt es Branchen mit einem weit unterdurchschnittlichen Frauenanteil. In den Creative Industries zählen dazu Architektur mit 18 %, Radio & TV mit 20 % sowie Software & Games und die Musikwirtschaft, die jeweils nur 9 % weibliche Selbstständige aufweisen.

Grafik 12
Selbstständige der Creative Industries nach Geschlecht und Bereichen in %, 2022



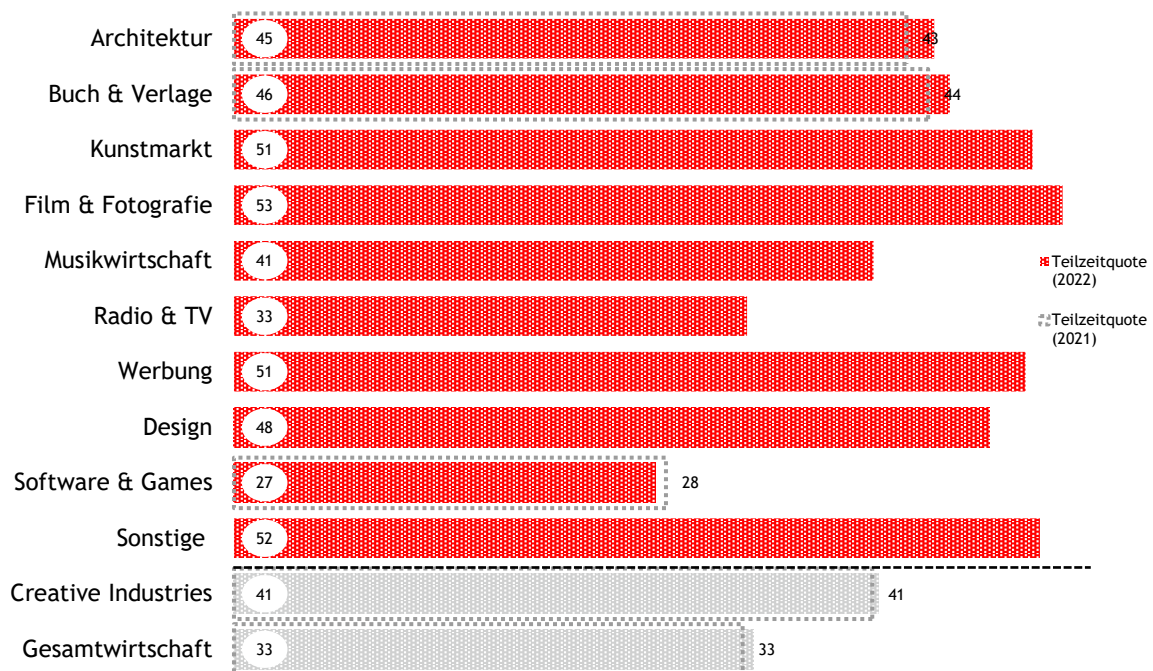
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

41 % der Beschäftigten der Creative Industries arbeiten in Teilzeit

Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten in den Creative Industries liegt mit 41 % deutlich über dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft (33 %). Besonders hohe Werte finden sich in den Bereichen Film & Fotografie (53 %) sowie Kunstmarkt und Werbung (jeweils 51 %). Im Gegensatz dazu ist der Anteil der Teilzeitbeschäftigten in der Branche Software & Games mit 27 % vergleichsweise niedrig. In nahezu allen Bereichen der Creative Industries - mit Ausnahme von Radio & TV sowie Software & Games - übersteigt der Anteil der Teilzeitbeschäftigten das Niveau der Gesamtwirtschaft deutlich.

Grafik 13

Anteil der Teilzeitbeschäftigten der Creative Industries nach Bereichen in %, 2022 (Vergleich zu 2021)



Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Große Unterschiede bei dem Anteil der geringfügig Beschäftigten nach Bereichen

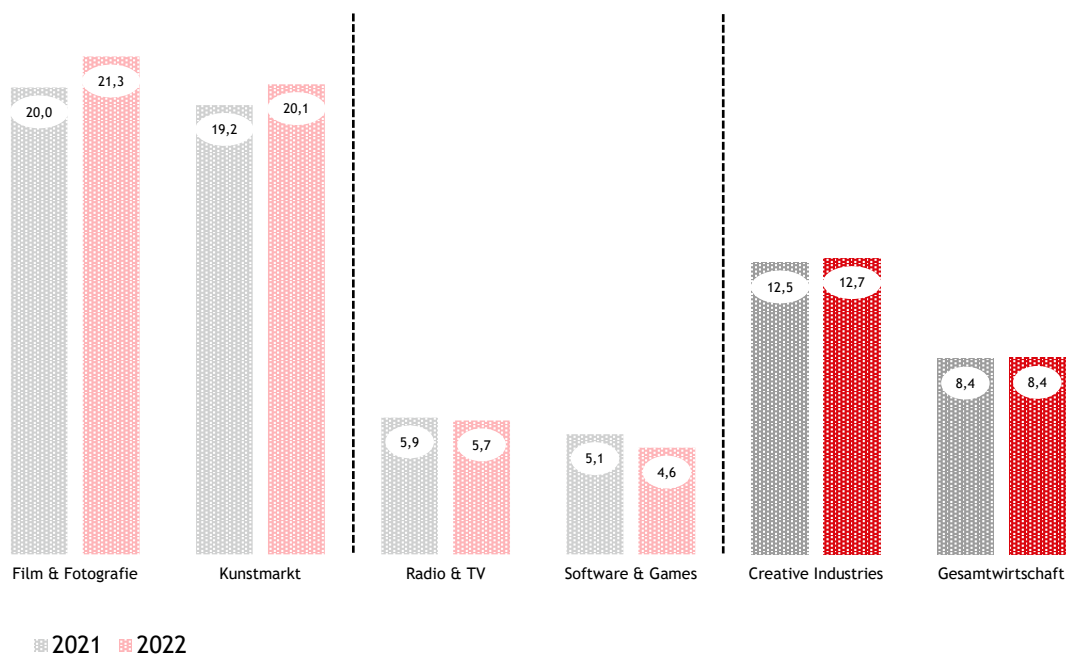
Der Film & Fotografie weist mit 21,3 % die höchste Geringfügigkeitsquote auf, gefolgt von Kunstmarkt mit 20,1 %. Diese Zahlen verdeutlichen, dass diese Bereiche innerhalb der Creative Industries häufig mit geringfügig Beschäftigten arbeiten.

Ein hoher Anteil an geringfügig Beschäftigten ist auch Ausdruck von Kleinstbetrieben mit niedrigen Umsätzen bzw. einem nur geringen nachgefragten Arbeitsvolumen (Stundenausmaß).

Im Gegensatz dazu sind die Quoten bei Radio & TV (5,7 %) sowie Software & Games (4,6 %) deutlich niedriger.

Die Creative Industries insgesamt erreichen eine Geringfügigkeitsquote von 12,7 %, was deutlich über dem Wert der Gesamtwirtschaft liegt, die bei 8,4 % liegt.

Grafik 14
Geringfügigkeitsquote der Creative Industries (in %), 2022



Quelle: Wirtschaftskennzahlen 2022, Statistik Austria.

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

Wien bildet das Zentrum der Creative Industries in Österreich: Rund 37 % aller Unternehmen dieser Branche (im Vergleich zu 24 % der Gesamtwirtschaft) haben ihren Firmensitz in der Hauptstadt. Nach Wien folgen die Bundesländer Niederösterreich mit 14 %, Oberösterreich mit 12 % und die Steiermark mit 11 %.

Dabei befinden sich in Wien nicht nur die meisten, sondern auch die größeren Unternehmen der Creative Industries. Die Hälfte des Gesamtumsatzes der Creative Industries wird von Wiener Unternehmen erwirtschaftet.

Tabelle 13
Verteilung der Creative Industries nach Bundesländern (in %), 2022

	Unternehmen	Beschäftigte	Unselbstständig Beschäftigte	Umsatzerlöse	Bruttobetriebsüberschuss
Burgenland	2,2	1,4	1,2	1,2	1,9
Kärnten	4,5	3,4	2,7	2,3	2,6
Niederösterreich	14,3	11,2	9,7	7,9	10,6
Oberösterreich	12,2	13,5	14,2	12,9	14,8
Salzburg	6,8	7,5	7,9	8,2	7,9
Steiermark	11,4	11,2	10,8	8,6	8,9
Tirol	8,2	7,3	6,9	6,0	7,0
Vorarlberg	3,6	2,7	2,4	2,5	3,3
Wien	36,8	41,8	44,3	50,4	43,0

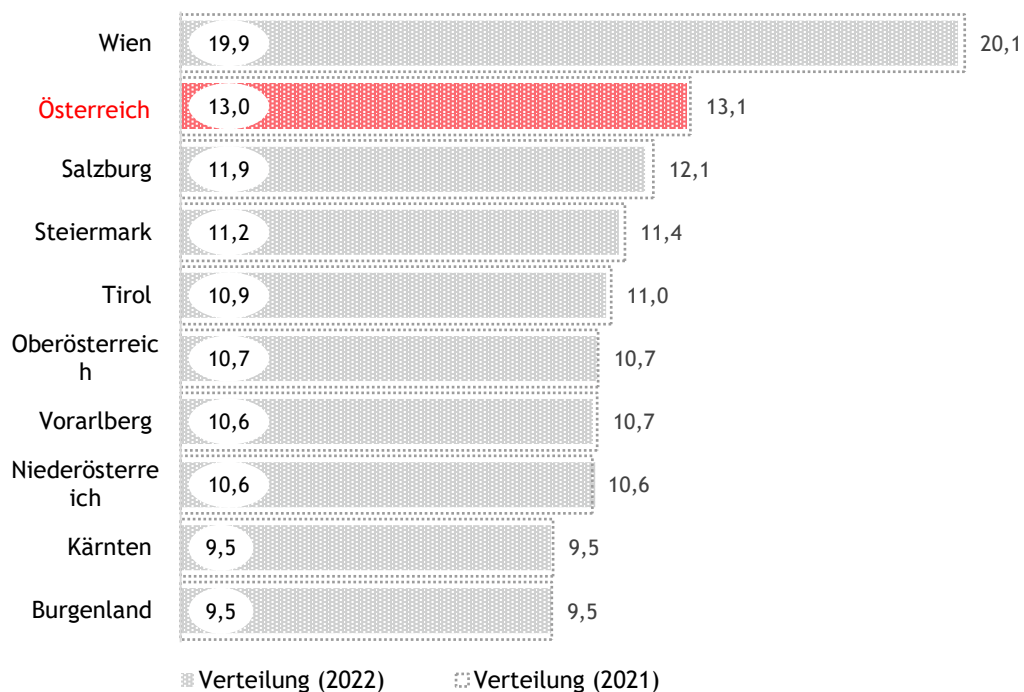
Anmerkung: Aufgrund unterschiedlicher Auswirkung derselben Geheimhaltungsbestimmung von Statistik Austria ist ein Vorausjahresvergleich nicht sinnvoll darstellbar.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

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

Die Creative Industries nehmen in Wien eine zentrale Rolle ein, da jedes fünfte Unternehmen diesem Bereich zugeordnet wird. In den übrigen Bundesländern liegt der Anteil der Creative Industries-Unternehmen zwischen 10 % und 12 %, was zu einem österreichweiten Durchschnitt von rund 13 % führt.

Grafik 15
Creative Industries Unternehmen in % der Gesamtwirtschaft nach Bundesländern, 2022 (Vergleich zu 2021)



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria.

Der Kunstmarkt ist am stärksten in Wien 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 Architektur.
- Wien hat den geringsten Anteil der Unternehmen im Bereich Werbung; dieser Anteil liegt in allen anderen Bundesländern über dem Wert und dem Durchschnitt der Creative Industries insgesamt.

Tabelle 14
Creativ Industries Unternehmen im jeweiligen Bundesland nach Bereichen (in %), 2022

	Burgen- land	Kärnten	Nieder- österreich	Ober- österreich	Salz- burg	Steier- mark	Tirol	Vorarl- berg	Wien	Öster- reich
Architektur	8	9	7	7	9	9	13	13	8	9
Buch & Verlage	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
Kunstmarkt	30	30	32	29	31	30	30	27	36	32
Film & Fotografie	12	14	14	14	13	13	13	12	11	13
Musikwirtschaft	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2
Radio & TV	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Werbung	23	23	21	23	26	20	22	24	18	21
Design	5	5	5	5	5	6	4	7	5	5
Software & Games	11	9	13	13	9	12	9	10	12	12
Sonstige	4	4	3	3	3	5	4	3	5	4

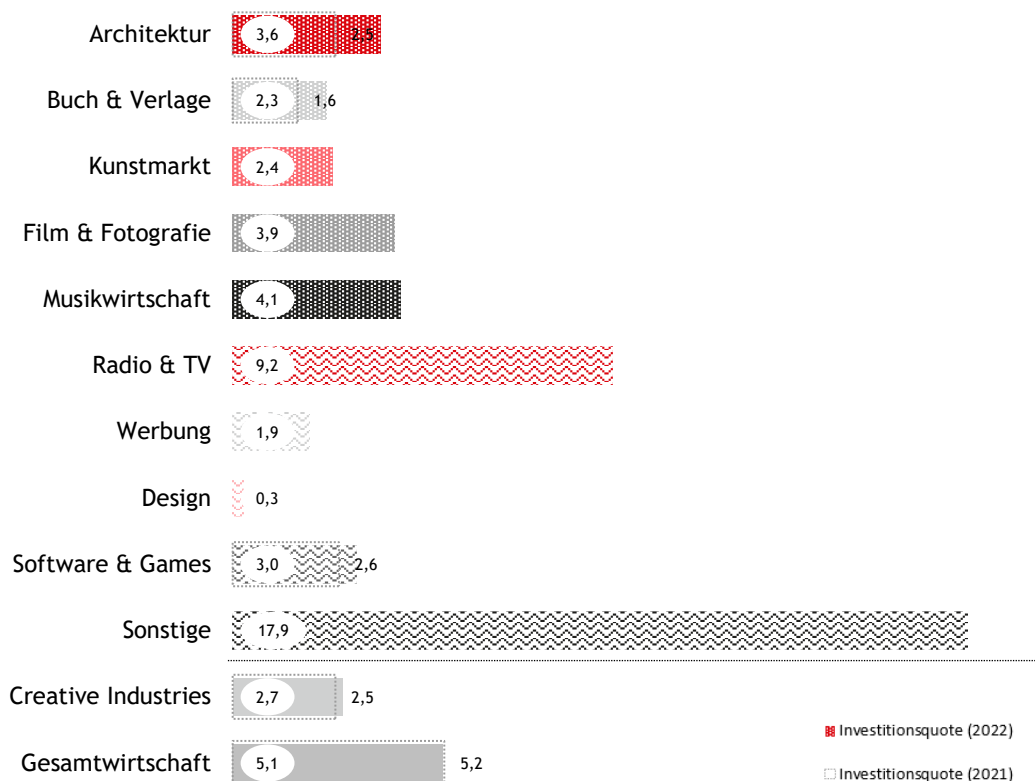
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria.

Niedrige Investitionsquote in fast allen Bereichen der Creative Industries

In den Creative Industries beträgt die Investitionsquote, gemessen als Anteil der Investitionen am Umsatz 2,7 % und liegt damit deutlich unter dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft von 5,1 %. Dies unterstreicht den Schwerpunkt der Branche auf Humanressourcen anstelle von Investitionen in Sachanlagen.

Der Bereich Radio & TV liegt mit einer Investitionsquote von 9,2 % deutlich über dem Branchendurchschnitt. Auch die Musikwirtschaft weist mit 4,1 % eine vergleichsweise hohe Investitionsquote auf, was jedoch auf die niedrigen Umsatzniveaus vieler Unternehmen in diesem Segment zurückzuführen ist.

Grafik 16
Investitionsquote nach Bereichen (in % des Umsatzes), 2022 (Vergleich zu 2021)



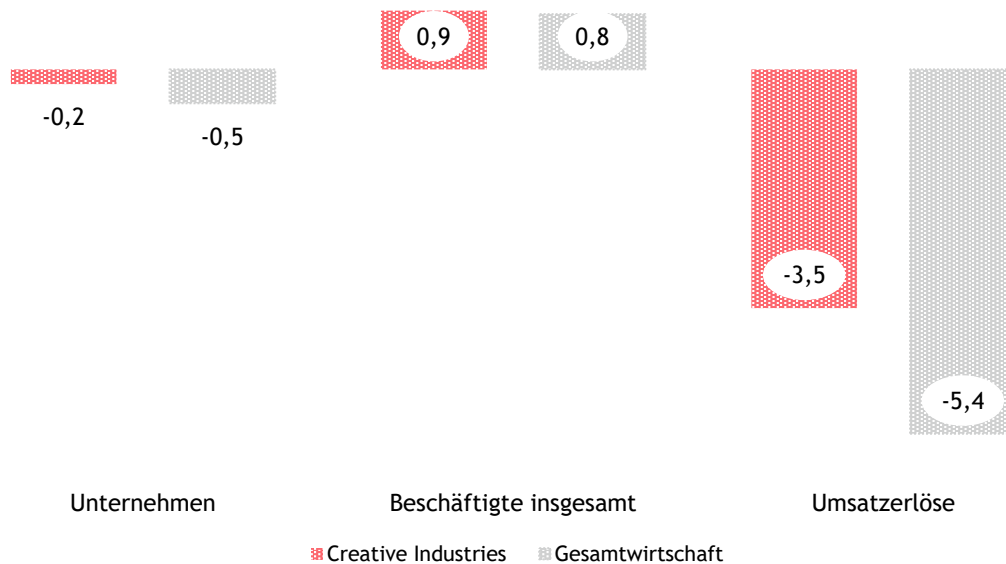
Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria.

Rezente Entwicklung ab 2022

Während die Entwicklungen bezüglich Unternehmen und Anzahl der Beschäftigten sowohl in den Creative Industries als auch der Gesamtwirtschaft moderat ausfällt sind deutliche Umsatzeinbrüche zu beobachten. Hierbei sind jene der Gesamtwirtschaft (-5,4 %) höher als in den Creative Industries (-3,5 %).

Grafik 17

Entwicklung der Creative Industries und Gesamtwirtschaft (in % ggü. 2022), 2023 (vorl.)



Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturstatistik 2023 Statistik Austria.

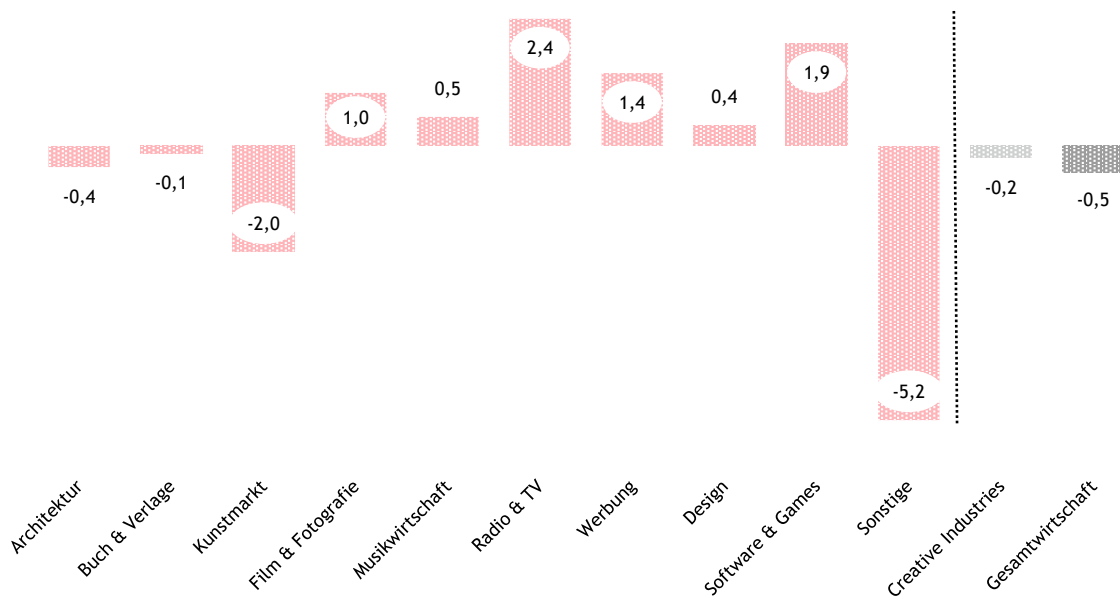
Moderate Veränderung in der Unternehmensanzahl; in vielen Branchen positiver als in der Gesamtwirtschaft

Im Gesamtkontext weisen die Creative Industries einen leichten Rückgang von -0,2 % auf, wobei die Gesamtwirtschaft eine ähnliche Veränderung von -0,5 % verzeichnet.

Im Gegensatz dazu weisen einige Teilbereiche der Creative Industries Zuwächse bei den Unternehmenszahlen, wie Radio & TV (+2,4 %), Werbung (+1,4 %) und Software & Games (+1,9 %) auf.

Negative Entwicklungen sind im Kunstmarkt (-2,0 %) und Film & Fotografie (-1,0 %) zu beobachten. Die Bereiche Architektur, Buch & Verlage sowie Design zeigen nur geringe Veränderungen verglichen mit dem Vorjahr.

Grafik 18
Entwicklung der Anzahl der Unternehmen der Creative Industries nach Bereichen (in % ggü. 2022), 2023 (vorl.)

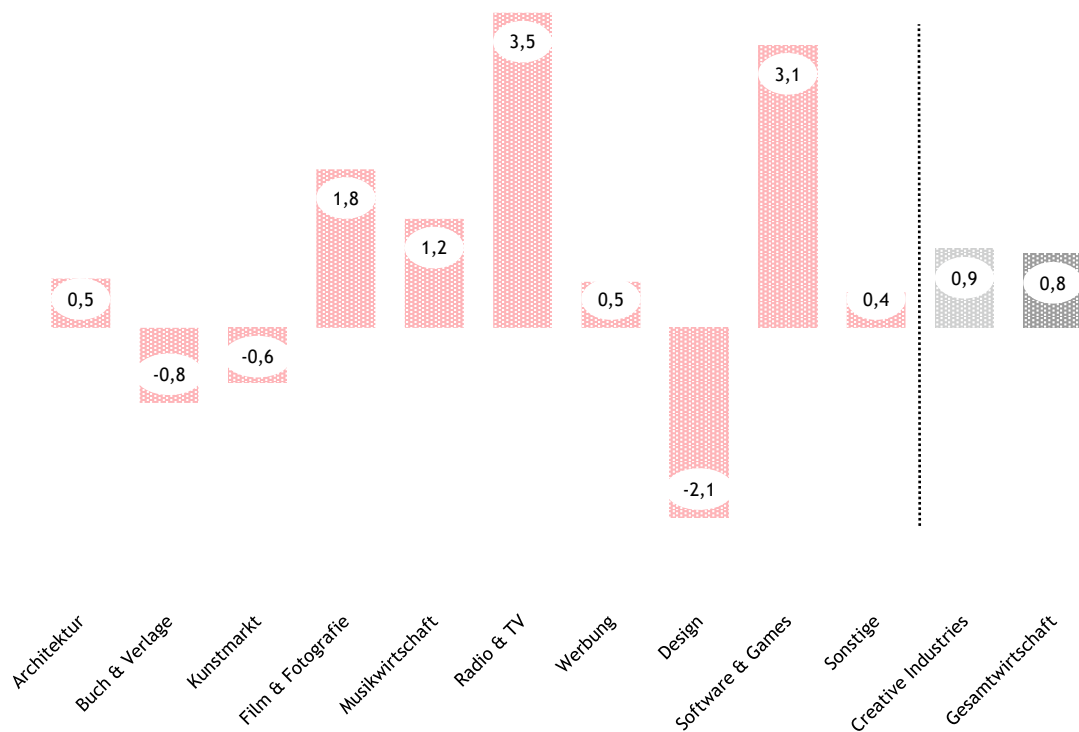


Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturstatistik 2023 Statistik Austria.

Überdurchschnittliches Beschäftigungswachstum in einigen der Creative Industries Bereiche

Während die Creative Industries und Gesamtwirtschaft ein ähnliches Beschäftigungswachstum aufweisen, steigt die Anzahl der Beschäftigten im Bereich Radio & TV (+3,5 %) sowie Software & Games (+3,1 %) stark überdurchschnittlich. Im Bereich Design ist ein Rückgang von 2,1 % zu beobachten.

Grafik 19
Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten der Creative Industries nach Bereichen (in % ggü. 2022), 2023 (vorl.)



Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturstatistik 2023 Statistik Austria.

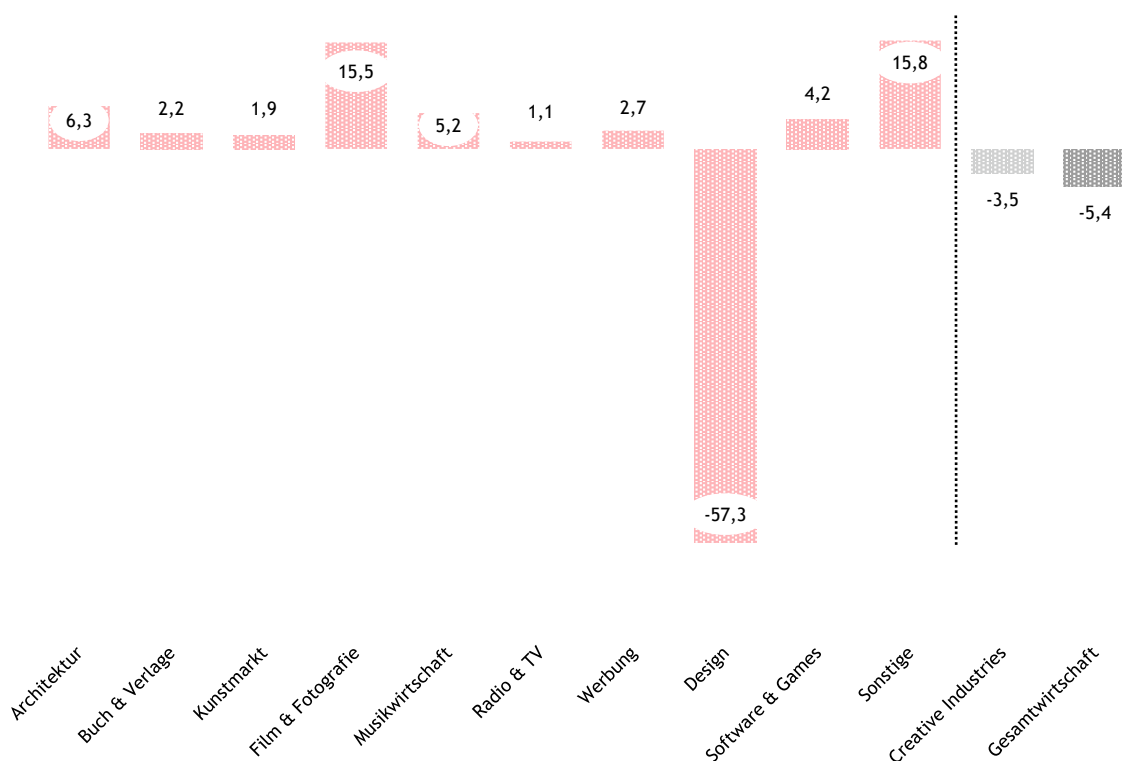
Starke Umsatzveränderungen in Film & Fotografie sowie Design

Bis auf Design steigen die nominellen Umsatzerlöse aller Bereiche über dem Niveau der Gesamtwirtschaft an. Insbesondere Architektur (+6,3 %) und Film & Fotografie (+15,5 %) verzeichnen ein starkes Wachstum.

Wie bereits angeführt, ist der Umsatzrückgang im Bereich Design auf die Branche Herstellung von Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen (ÖNACE 321) zurückzuführen - ohne diese Branche beträgt das Umsatzwachstum in diesem Bereich x %.

Grafik 20

Entwicklung der Umsatzerlöse der Creative Industries nach Bereichen (in % ggü. 2022), 2023 (vorl.)



Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturstatistik 2023 Statistik Austria.

Kreativwirtschafts- barometer



Die Creative Industries in den Jahren ab 2023

Die vom WIFO veröffentlichte Konjunkturprognose zeigt deutlich die wirtschaftlichen Herausforderungen, mit denen Österreich in den kommenden Jahren konfrontiert ist. Während das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2023 mit einem Rückgang von 1 % eine Rezession signalisiert, wird für 2024 ein weiteres Minus von 0,9 % prognostiziert. Dies markiert zwei Rezessionsjahre bzw. acht Rezessionsquartale in Folge, was die aktuelle Wirtschaftslage zur längsten Rezessionsphase seit 1945 macht.

Für 2025 wird ein Anstieg des realen BIP in der Höhe von 0,6 % erwartet.

Tabelle 1
Hauptergebnisse der kurzfristigen WIFO-Prognose für Österreich

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Bruttoinlandsprodukt, nominal	-3,9	+6,8	+10,3	+5,6	+3,6	+2,5	+3,4
Bruttoinlandsprodukt, real	-6,3	+4,8	+5,3	-1,0	-0,9	+0,6	+1,2
Verbraucherpreise	+1,4	+2,8	+8,6	+7,8	+3,0	+2,3	+2,0
Private Konsumausgaben, real	-7,6	+4,8	+4,9	-0,5	-0,3	+0,8	+1,5
Bruttoanlageinvestitionen, real	-5,3	+6,0	+0,4	-3,2	-2,9	-0,4	+1,6
Unselbstständig aktiv Beschäftigte	-2,0	+2,5	+3,0	+1,2	+0,2	+0,4	+0,9
Arbeitslosenquote	9,9	8,0	6,3	6,4	7,0	7,4	7,0
Sparquote der privaten Haushalte (in % des verfügbaren Einkommens)	13,2	10,9	8,2	8,1	10,9	11,6	11,7
Exporte, real	-10,5	+9,5	+10,0	-0,4	-2,9	+1,4	+2,3
Importe, real	-9,6	+14,1	+7,1	-4,6	-2,5	+1,7	+2,3

Quelle: WIFO, kurzfristige Prognose 2025 und 2026 (Dezember 2024).

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben naturgemäß auch Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung der Creative Industries.

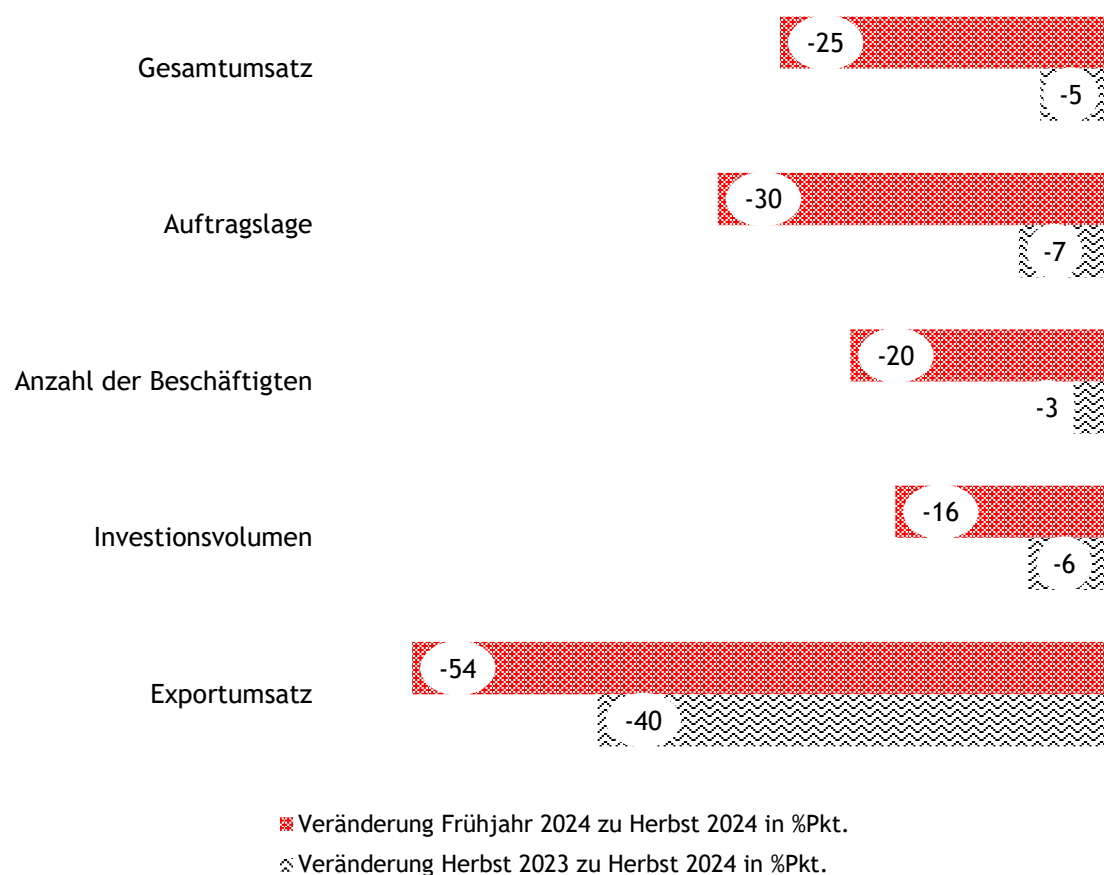
Die folgenden Ausführungen basieren auf dem Wirtschaftsbarometer der *Creative Industries*. Dieser stellt eine *Sonderauswertung des* Wirtschaftsbarometers, der halbjährlichen

Konjunkturumfrage der Wirtschaftskammer Österreich (erstellt von der *Abteilung für Wirtschaftspolitik*) dar.

Im Vergleich zu den vorherigen Erhebungswellen im Herbst 2023/24 und Frühjahr 2024 wird deutlich, dass sich die Konjunkturlage erheblich verschlechtert hat. Diese negative Entwicklung zeigt sich, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß, bei sämtlichen Indikatoren. Besonders ausgeprägt ist die Verschlechterung im Vergleich zum Frühjahr, aber auch gegenüber dem Vorjahr ist eine weitere Eintrübung der wirtschaftlichen Entwicklung erkennbar.

Viele Betriebe verzeichnen eine schwächere Auftragslage und berichten von rückläufigen Umsätzen. Dies hat auch negative Auswirkungen auf die Beschäftigungssituation sowie auf Investitionstätigkeiten.

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



Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

2024 ist geprägt von einer Konjunkturschwäche - sowohl in den Creative Industries als auch in der gewerblichen Wirtschaft

Die Unternehmen der Creative Industries bewerten ihre Entwicklung in den vergangenen zwölf Monaten in Bezug auf Gesamtumsatz, Auftragslage, Kapazitätsauslastung, Investitionsvolumen und Beschäftigung überwiegend negativ. Im Vergleich zur gewerblichen Wirtschaft zeigt sich jedoch, dass die Konjunkturschwäche bzw. teilweise Rezession dort meist stärker ausgeprägt ist.

Ein detaillierter Blick auf die Ergebnisse zeigt, dass 34 % der Unternehmen der Creative Industries mit einer Umsatzsteigerung rechnen, während 22 % keine Veränderung und 44 % einen Rückgang der Umsätze verzeichnen. Dies ergibt einen Saldo von -9 %-Pkt., verglichen mit -15 %-Pkt. in der gewerblichen Wirtschaft.

Ähnlich negativ fällt die Einschätzung zur Auftragslage aus, die in den Creative Industries mit einem Saldo von -31 %-Pkt. bewertet wird. Dies liegt zwar deutlich unter dem Wert der gewerblichen Wirtschaft (-38 %-Pkt.), zeigt aber ebenfalls eine erhebliche Schwäche. Auch bei der Kapazitätsauslastung (-24 %-Pkt.) zeigt sich ein negatives Bild, wenngleich weniger ausgeprägt als bei der gewerblichen Wirtschaft (-28 %-Pkt.).

Hinsichtlich Beschäftigung und Investitionsvolumen wird das vergangene Wirtschaftsjahr von beiden Wirtschaftsbereichen ähnlich beurteilt: 30 % der Unternehmen der Creative Industries und 32 % der gewerblichen Wirtschaft berichten von einem Rückgang bei der Beschäftigung. Beim Investitionsvolumen geben 42 % der Creative Industries und 38 % der gewerblichen Wirtschaft eine Verringerung an.

Positivere Entwicklungen zeigen sich hingegen bei einem kleineren Anteil der Betriebe: 18 % der Creative Industries melden eine Erhöhung der Beschäftigungszahlen, während dies in der gewerblichen Wirtschaft 14 % sind. Im Bereich des Investitionsvolumens berichten 17 % der Creative Industries von Zuwächsen, verglichen mit 22 % der Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft.

Tabelle 2

**Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung in den vergangenen zwölf Monaten (2024),
Anteil der Unternehmen in %**

	Creative Industries				Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)			
	+	-	=	Saldo in %-Pkt.	+	-	=	Saldo in %-Pkt.
Gesamtumsatz	34	44	22	-9	31	45	24	-15
Auftragslage	17	48	34	-31	15	53	32	-38
Kapazitäts- auslastung	20	45	35	-24	14	42	44	-28
Anzahl der Beschäftigten	18	30	52	-12	14	32	53	-18
Investitions- volumen	17	42	42	-25	22	38	40	-16
Preise	57	5	38	52	47	24	29	23
Exportumsatz	8	39	52	-31	18	45	37	-26
Inlandsumsatz	30	29	41	1	25	52	23	-26

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

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

Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Ausblick der Creative Industries 2025

Die Einschätzung für die kommenden zwölf Monate (2025) fällt sowohl in den Creative Industries als auch in der gewerblichen Wirtschaft (exklusive Creative Industries) zunehmend negativ aus.

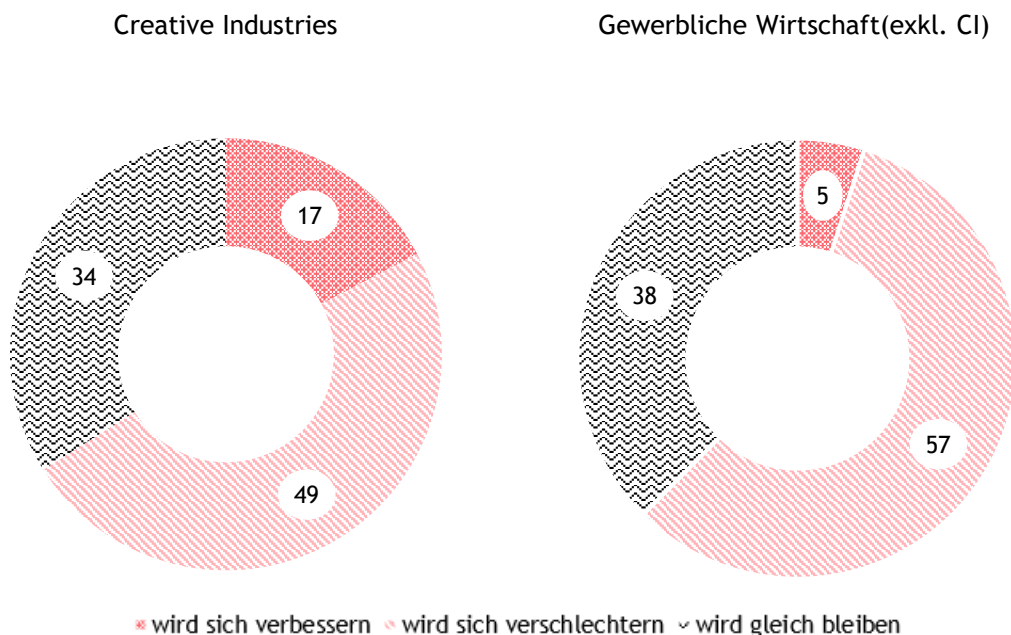
Die Creative Industries zeigen sich in ihrer Einschätzung zur Entwicklung von Beschäftigtenzahl, Umsatz, Auftragslage und Investitionsvolumen etwas optimistischer als die gewerbliche Wirtschaft. Zwar bleiben die Erwartungen hinsichtlich Auftragsentwicklung negativ, jedoch fallen sie weniger pessimistisch aus als im nicht-kreativen Bereich. Als größte Herausforderungen sehen die Creative Industries überwiegend steigende Arbeitskosten, allgemeine Unsicherheiten und eine schwache Nachfrage.

Wirtschaftsklima 2025: Creative Industries weniger pessimistisch als gewerbliche Wirtschaft

Die Mehrheit der Unternehmen erwartet eine Verschlechterung des allgemeinen Wirtschaftsklimas im Jahr 2025. Allerdings zeigen sich die Creative Industries etwas weniger pessimistisch als die gewerbliche Wirtschaft: Während 49 % der Betriebe der Creative Industries von einer Verschlechterung ausgehen, liegt dieser Anteil in der gewerblichen Wirtschaft bei 57 %. Eine Verbesserung erwarten 17 % der Unternehmen aus den Creative Industries, während dies nur 5 % der Betriebe in der gewerblichen Wirtschaft angeben.

Grafik 2

Erwartete Entwicklung des allgemeinen Wirtschaftsklimas in den kommenden zwölf Monaten (2025) aus Unternehmenssicht, Anteil der Unternehmen in %



Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Ausblick 2025

Creative Industries zeigen moderaten Optimismus im Vergleich zur gewerblichen Wirtschaft

Die Einschätzungen zur Entwicklung des eigenen Unternehmens im Jahr 2025 fallen bei den Creative Industries moderat aus. 33 % der Unternehmen erwarten eine Umsatzsteigerung, während 34 % mit einem Rückgang rechnen, was zu einem leicht negativen Saldo von -1 %-Pkt. führt. Im Vergleich dazu zeigt sich die gewerbliche Wirtschaft deutlich pessimistischer: Nur 19 % gehen von steigenden Umsätzen aus, während 39 % einen Rückgang erwarten (Saldo -19 %-Pkt.).

Im Bereich Beschäftigung erwarten 16 % der Creative Industries eine Erhöhung der Mitarbeiterzahl, während 20 % mit einer Reduzierung rechnen. Auch in der gewerblichen Wirtschaft rechnen 20 % mit einem Anstieg der Beschäftigten, wobei jedoch 48 % von einer unveränderten Personalsituation ausgehen. Optimistischer sind die Creative Industries bei der Auftragslage: 28 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung, verglichen mit 14 % in der gewerblichen Wirtschaft. Gleichzeitig erwarten 30 % der Creative Industries und 43 % der gewerblichen Wirtschaft eine Verschlechterung.

Beim Investitionsvolumen sind die Erwartungen in beiden Bereichen ähnlich: 14 % der Creative Industries und 13 % der gewerblichen Wirtschaft erwarten und planen eine Steigerung. Dagegen gehen 36 % der Creative Industries und 47 % der gewerblichen Wirtschaft von einer Verringerung des Investitionsvolumens aus.

Grafik 3
Einschätzung der Entwicklung ausgewählter Wirtschaftsindikatoren in den kommenden zwölf Monaten (2025), Anteil der Unternehmen in %

Gesamtumsatz



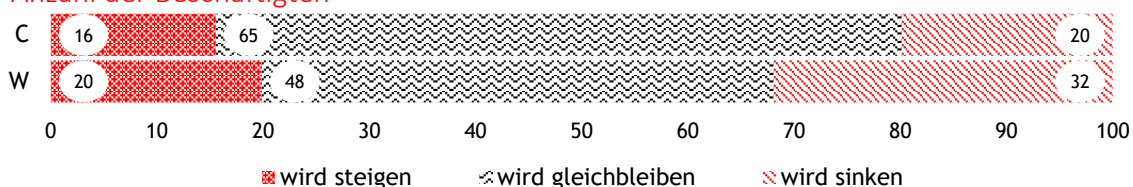
Auftragslage



Investitionsvolumen



Anzahl der Beschäftigten



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

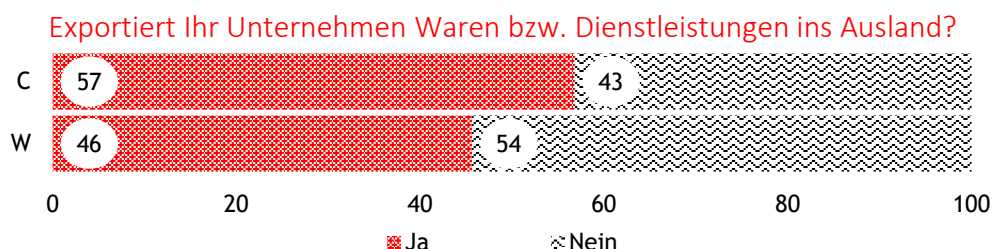
Anmerkung: Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

46 % der Creative Industries erwarten Steigerungen im Exportumsatz

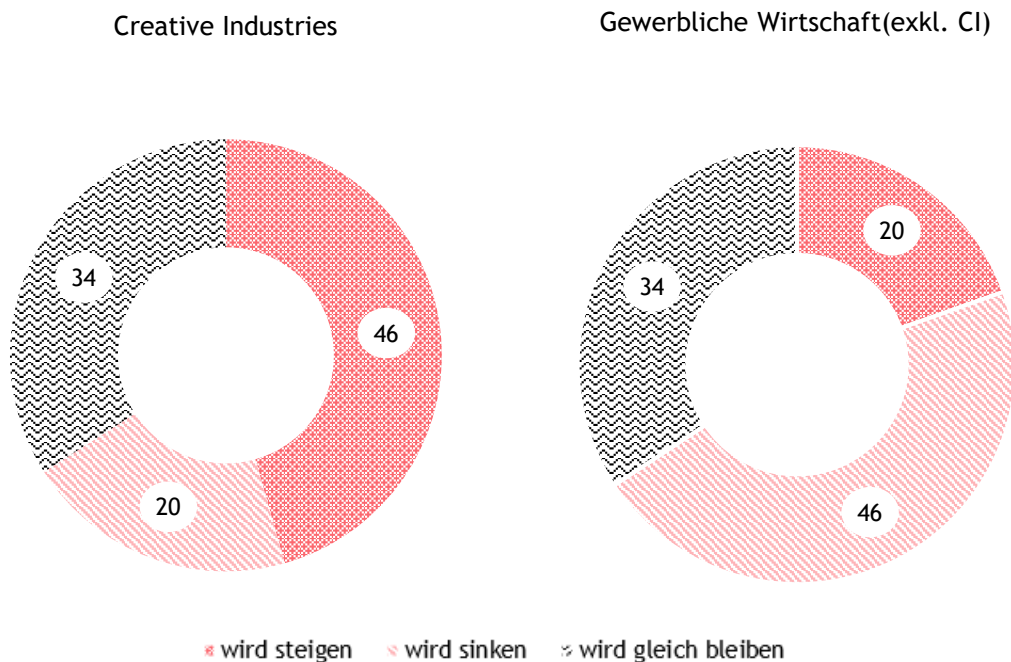
57 % der Unternehmen aus den Creative Industries und 46 % der Betriebe der gewerblichen Wirtschaft exportieren Waren oder Dienstleistungen ins Ausland. Von den exportierenden Unternehmen der Creative Industries erwarten 46 % im Jahr 2024 steigende Exportumsätze, ein Drittel rechnet mit gleichbleibenden Umsätzen, und 20 % gehen von einem Rückgang aus. Im Vergleich dazu zeigen sich die Prognosen in der gewerblichen Wirtschaft zurückhaltender: Nur 20 % erwarten einen Anstieg der Exportumsätze, während 46 % mit einem Rückgang rechnen.

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



C: Creative Industries; W: Gewerbliche Wirtschaft (exkl. C)
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Grafik 5
Erwartete Entwicklung des Exportumsatzes in den kommenden zwölf Monaten (2025),
Anteil der Unternehmen in %



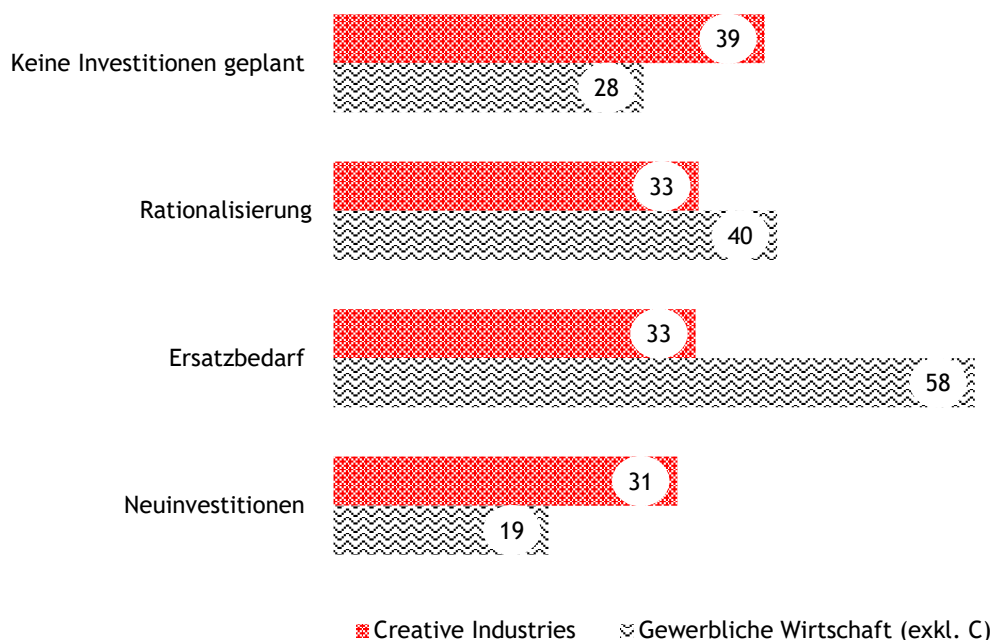
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Rationalisierung sowie Ersatzinvestitionen sind im Jahr 2025 das Hauptmotiv für Investitionen

61 % der Creative Industries und 72 % der Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft planen, im kommenden Jahr Investitionen zu tätigen.

Ein Drittel der Unternehmen aus den Creative Industries nennt Rationalisierung und Ersatzbedarf als Hauptgründe für geplante Investitionen. In der gewerblichen Wirtschaft hingegen geben 58 % der Betriebe Ersatzbedarf und 40 % Rationalisierung als primäres Motiv für Neuinvestitionen an.

Grafik 6
Hauptmotive für Investitionen in den kommenden zwölf Monaten (2025),
Anteil der Unternehmen in %



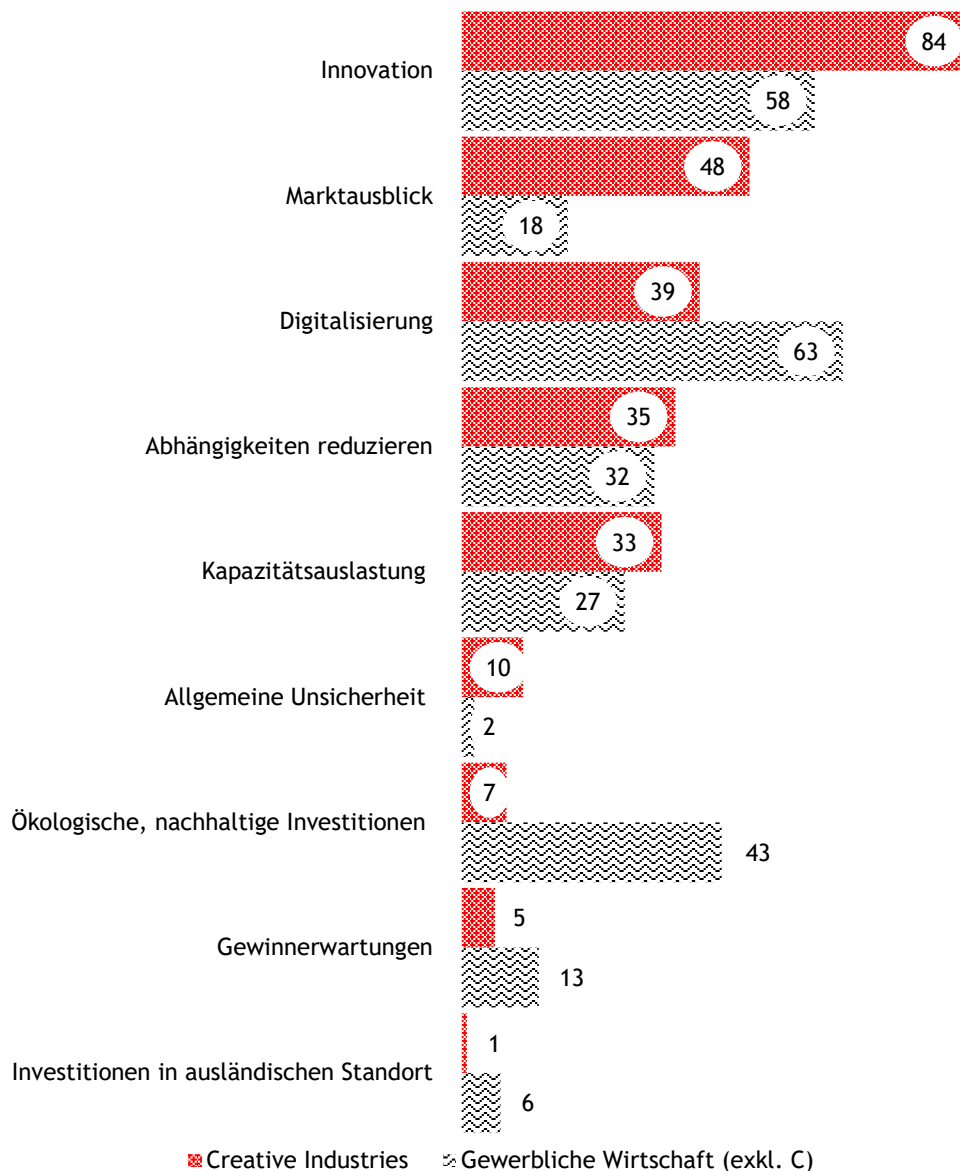
Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Innovation als Treiber von Neuinvestitionen in den Creative Industries; gewerbliche Wirtschaft setzt auf Digitalisierung

Von den Betrieben der Creative Industries, die Neuinvestitionen planen, nennen 84 % die Digitalisierung und 48 % den Marktausblick als zentrale Gründe. In der gewerblichen Wirtschaft hingegen stehen Digitalisierung (63 %) und Innovation (58 %) als Hauptmotive im Vordergrund.

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



Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024

Löhne und Gehälter sowie Preise von Vorleistungen und Material sind die wichtigsten Gründe für eine Preisänderung im Jahr 2025

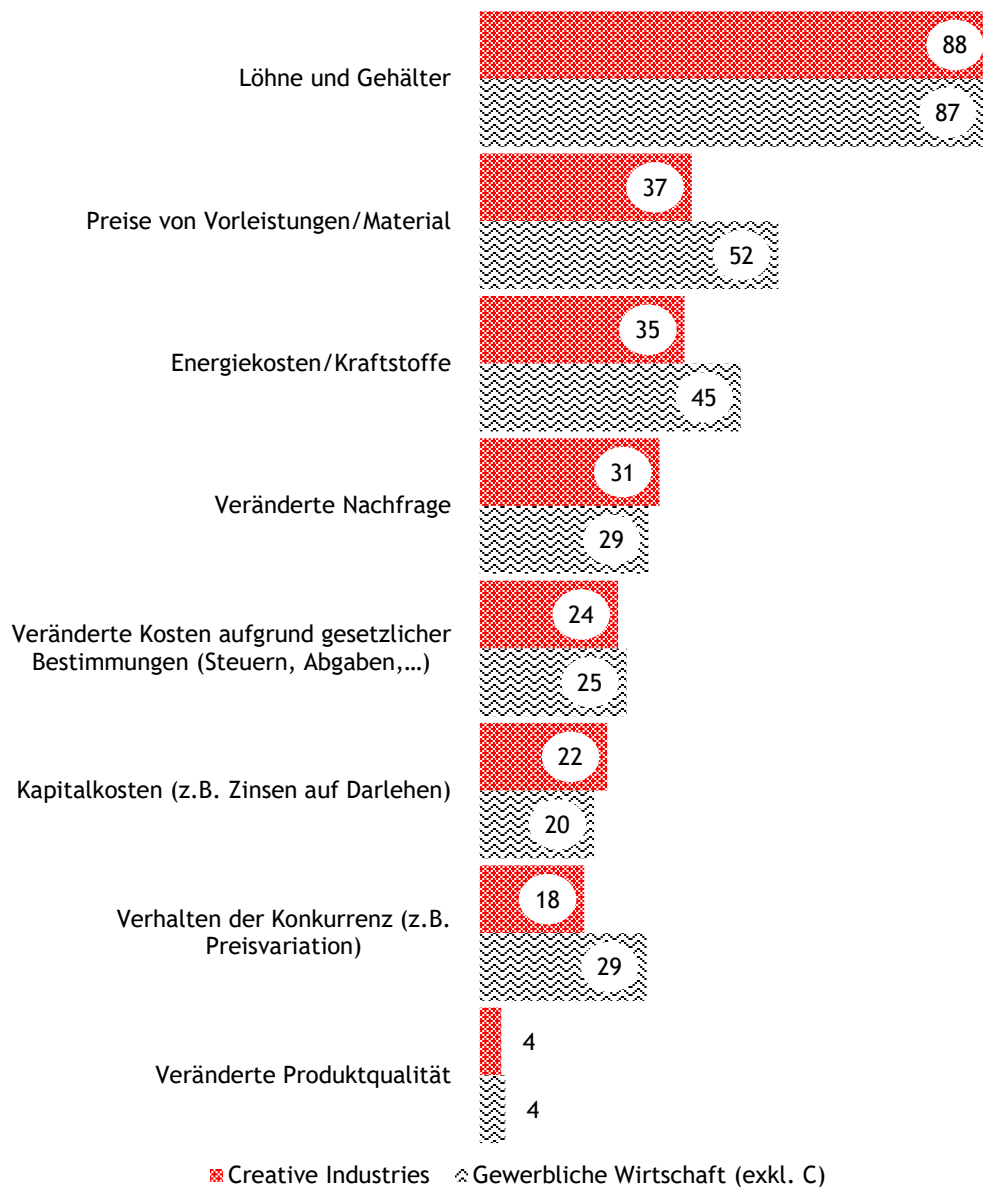
47 % der Unternehmen aus den Creative Industries planen, ihre Preise in den nächsten zwölf Monaten zu erhöhen. Ebenso viele rechnen mit stabilen Preisen, während 6 % von sinkenden Preisen ausgehen. Hauptfaktoren für Preisänderungen sind gestiegene Löhne und Gehälter (88 %), höhere Preise für Vorleistungen und Material (37 %) sowie Energie- und Kraftstoffkosten (35 %).

In der gewerblichen Wirtschaft liegt der Anteil der Unternehmen mit geplanten Preiserhöhungen bei 37 %. Gleichzeitig erwarten hier 19 % sinkende Verkaufspreise, was auf eine noch größere Zurückhaltung bei Preisanpassungen hinweist.

Die Gründe für Preiserhöhungen ähneln denen der Creative Industries: Löhne und Gehälter (87 %), Preise für Vorleistungen und Material (52 %) sowie Energie- und Kraftstoffkosten (45 %) sind die häufigsten Treiber. Allerdings spielt in der gewerblichen Wirtschaft das Verhalten der Konkurrenz eine deutlich größere Rolle bei der Preisgestaltung.

Grafik 8

Gründe für eine erwartete Preisänderung im Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten (2025), Anteil der Unternehmen in %



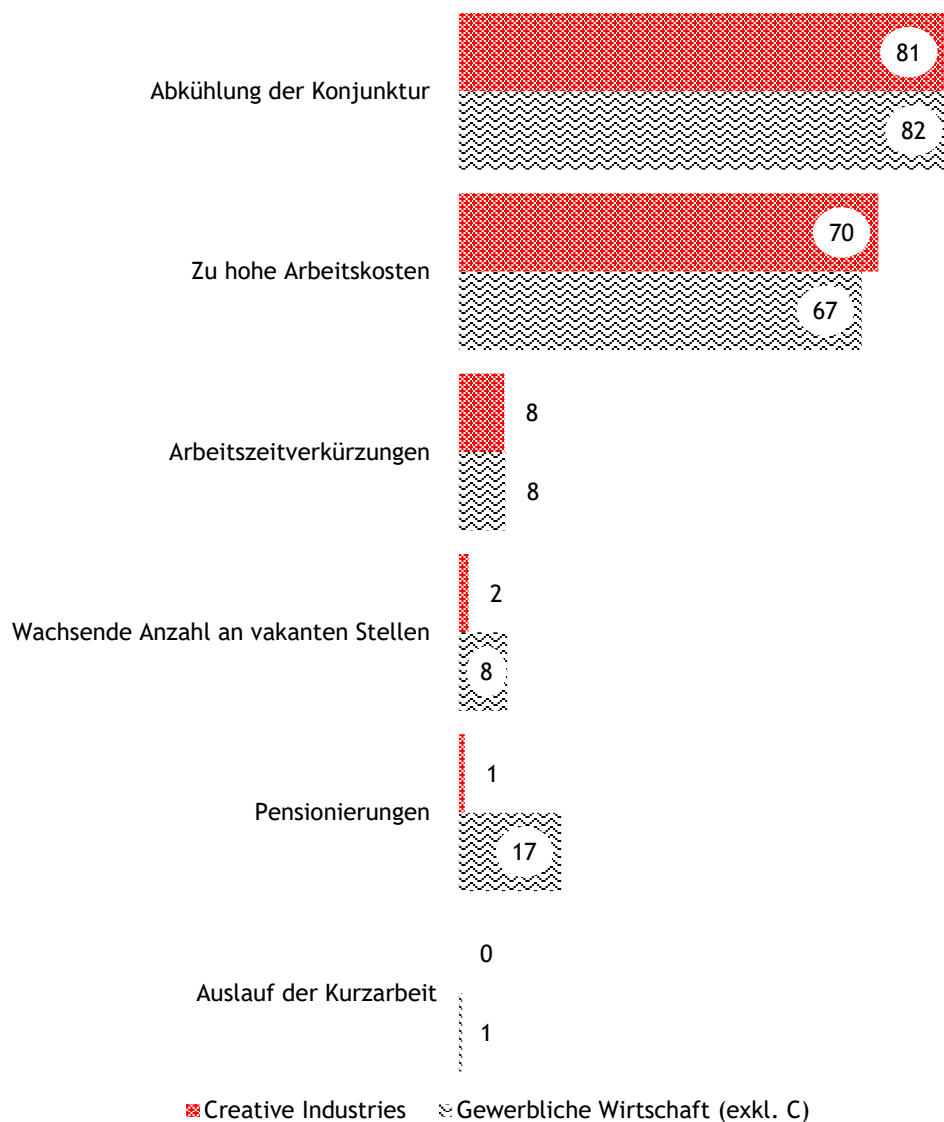
Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Konjunkturelle Abkühlung und zu hohe Arbeitskosten als primäre Ursachen für den Rückgang der Beschäftigten im eigenen Unternehmen

Sowohl die Unternehmen der Creative Industries als auch der gewerblichen Wirtschaft nennen die konjunkturelle Abkühlung (81 % bzw. 82 %) und die hohen Arbeitskosten (70 % bzw. 67 %) als Hauptursachen für den Rückgang der Beschäftigten.

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



Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

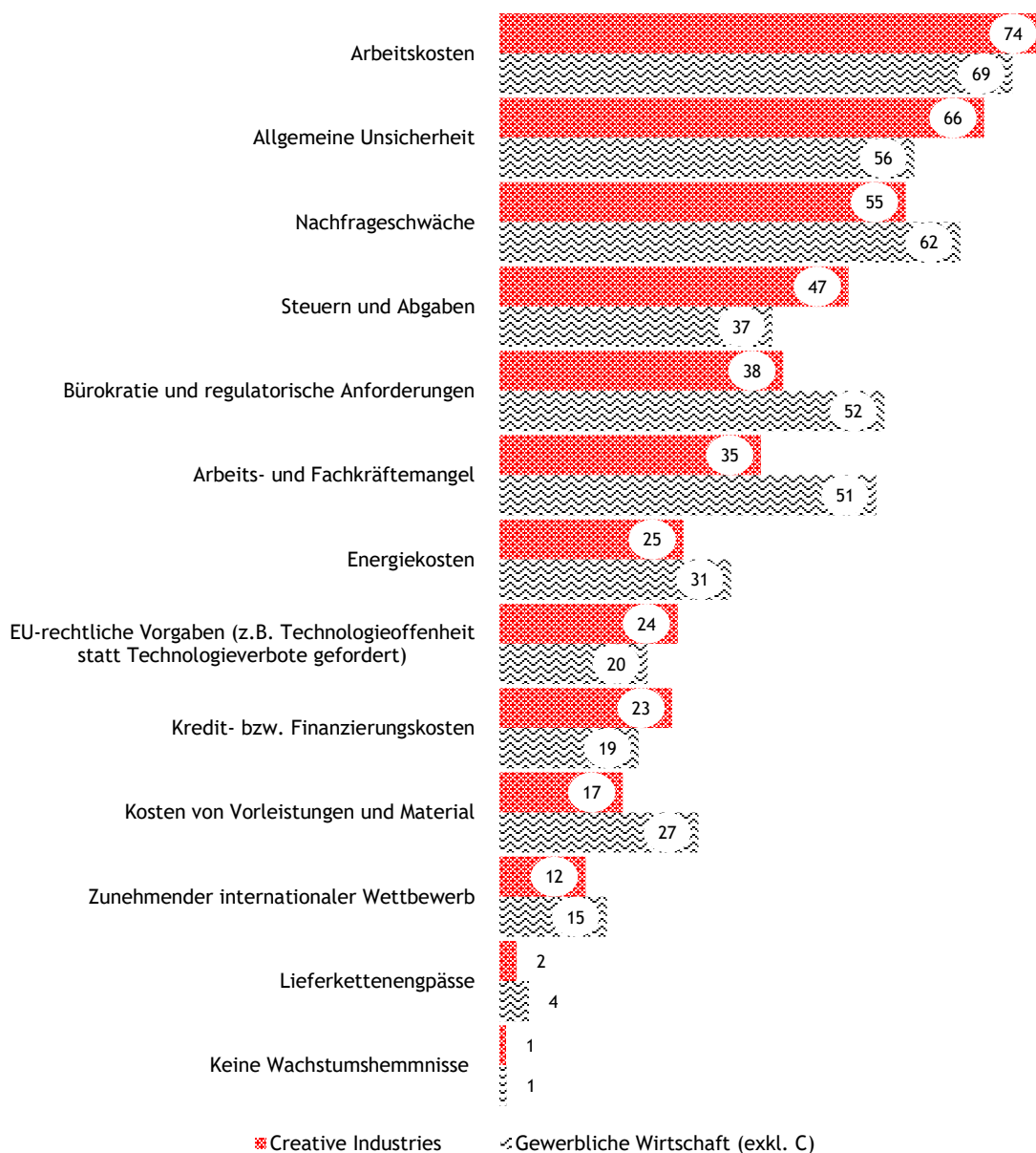
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Arbeitskosten und allgemeine Unsicherheit als größte Wachstumshemmnisse der Creative Industries

Die größten Herausforderungen, sowohl für die Creative Industries als auch für die gewerbliche Wirtschaft, liegen in steigenden Kosten, allgemeiner Unsicherheit und einer schwachen Nachfrage.

Zusätzlich beeinflussen Bürokratie sowie der Mangel an Arbeits- und Fachkräften die Unternehmen, insbesondere vor dem Hintergrund der konjunkturellen Abkühlung. Aufgrund der oft größeren Betriebsstrukturen hat der Fachkräftemangel in der gewerblichen Wirtschaft jedoch eine noch größere Relevanz als in den Creative Industries.

Grafik 10
Größte Wachstumshemmnisse für 2025,
Anteil der Unternehmen in %

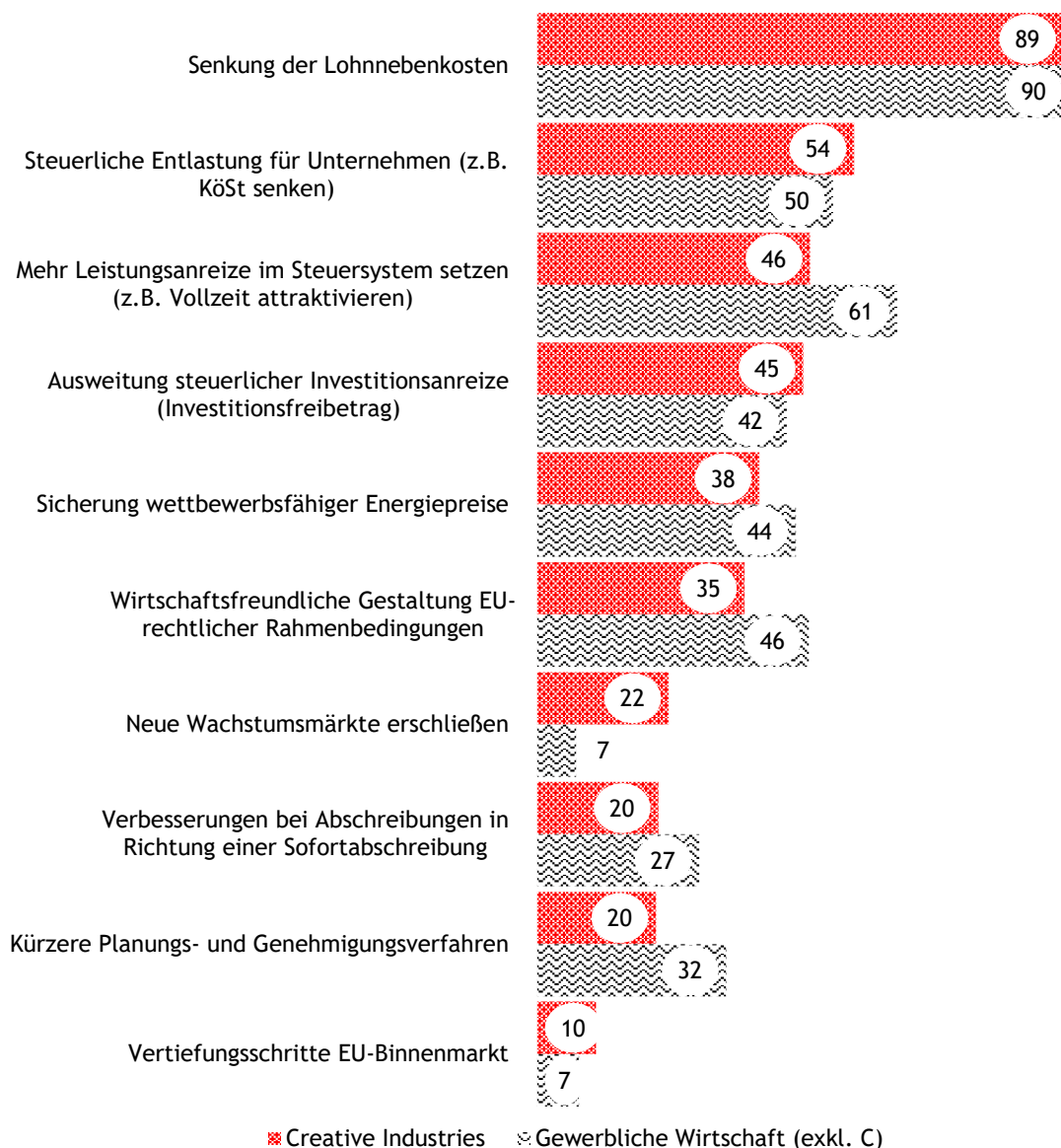


Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.
Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Größtes Wachstumspotenzial wird in einer Senkung der Lohnnebenkosten gesehen

89 % der Unternehmen der Creative Industries und 90 % der gewerblichen Wirtschaft halten eine Senkung der Lohnkosten für wichtig. Eine steuerliche Entlastung der Unternehmen hat für 54 % der Creative Industries und 50 % der gewerblichen Wirtschaft einen sehr hohen Stellenwert. Während 61 % der gewerblichen Wirtschaft die Anreizsetzung im Steuersystem, wie etwa die Förderung der Attraktivität von Vollzeitbeschäftigung, als wichtig erachten, liegt dieser Anteil in den Creative Industries bei 46 %.

Grafik 11
Maßnahmen zum Ankurbeln des wirtschaftlichen Wachstums (2025),
Anteil der Unternehmen in %



Anmerkung: Mehrfachantworten erlaubt.

Quelle: WKO, Wirtschaftsbarometer der Creative Industries 2024.

Schlussfolgerungen

Im Jahr 2022 entwickelten sich die Creative Industries in einigen Bereichen im Vergleich zum Vorjahr weniger dynamischer als die Gesamtwirtschaft. Besonders deutlich zeigt sich der Unterschied bei den Umsatzerlösen, wo die Gesamtwirtschaft ein Plus von 19,5 % verzeichnete, während die Creative Industries mit +16,2 % etwas hinterherblieben. Bei den unselbstständig Beschäftigten hingegen fiel das Wachstum der Creative Industries mit +7,4 % deutlich stärker aus als in der Gesamtwirtschaft mit +5,4 %.

Etwa drei Viertel der Unternehmen, und damit ein deutlich höherer Anteil als in der Gesamtwirtschaft, sind Ein-Personen-Unternehmen. Auch der Anteil der Teilzeitbeschäftigten liegt über dem Durchschnitt.

Der Anteil an Neugründungen und Schließungen entspricht mit rd. 7 % bzw. 6 % jener der Gesamtwirtschaft.

Der Wirtschaftsbarometer der Creative Industries Herbst 2024/2025 zeigt eine Verschlechterung der konjunkturellen Lage gegenüber dem Vorjahr sowie dem Frühjahr 2024. Diese negative Entwicklung betrifft nahezu alle Indikatoren, ist jedoch Faktoren wie Umsätzen und der Auftragslage stärker ausgeprägt als bei der Anzahl der Beschäftigten: 44 % und 48% der Unternehmen der Creative Industries berichtet von einer Umsatzentwicklung und schwächeren Auftragslage während „nur“ ein Drittel der Unternehmen einen Beschäftigungsrückgang verzeichnet.

Für die nächsten zwölf Monate sind die Unternehmen der Creative Industries, ebenso wie die der gewerblichen Wirtschaft, wenig zuversichtlich. Alle wesentlichen Indikatoren spiegeln eine negative Erwartungshaltung wider, wobei der Pessimismus bei den Umsatz- und Beschäftigungserwartungen mit -1 %-Punkt bzw. -4 %-Punkten etwas geringer ausfällt.

61 % der befragten Creative Industries planen für 2025 Investitionen. Die Hauptgründe liegen in Ersatzinvestitionen, gefolgt von Rationalisierungsmaßnahmen. Die geplanten Neuinvestitionen konzentrieren sich vor allem auf die Bereiche Innovation und Marktausblick, die somit als zentrale Treiber für Wettbewerbsfähigkeit gesehen werden.

47 % der Creative Industries planen, ihre Preise im Jahr 2025 zu erhöhen, während 6 % mit sinkenden Preisen rechnen und 47 % von stabilen Preisen ausgehen. Die wichtigsten Treiber für Preisänderungen sind gestiegene Löhne und Gehälter (88 %) sowie die Kosten für Kraftstoffe, Vorleistungen und Energie.

Die größten Herausforderungen für die Creative Industries bleiben die hohen Arbeitskosten, allgemeinen Unsicherheiten und eine schwache Nachfrage. Zusätzlich belasten Bürokratie und der Mangel an Arbeits- und Fachkräften die Unternehmen. In der gewerblichen Wirtschaft ist der

Fachkräftemangel aufgrund der oft größeren Betriebs- und Kostenstrukturen eine noch größere Herausforderung als in den Creative Industries.

89 % der Unternehmen der Creative Industries und 90 % der gewerblichen Wirtschaft sehen in der Senkung der Lohnnebenkosten das größte Potenzial für wirtschaftliches Wachstum. Eine steuerliche Entlastung hat für 54 % der Creative Industries und 50 % der gewerblichen Wirtschaft hohe Priorität. Während 61 % der Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft die Anreizsetzung im Steuersystem, wie etwa die Förderung der Attraktivität von Vollzeitbeschäftigung, als wichtige Maßnahme sehen, ist dies für 46 % der Creative Industries von Bedeutung.

Methodik

Im Rahmen der gegenständlichen Analyse wurden mehrere Methoden angewendet:

- Datenrecherche und -analysen sowie Sonderauswertungen von Statistik Austria und KSV von 1870 (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 2023

Wie letztes Jahr erfolgt eine Hochrechnung der Daten für das Folgejahr, sohin 2023 (für 2023 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 2022. Für das Jahr 2023 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.

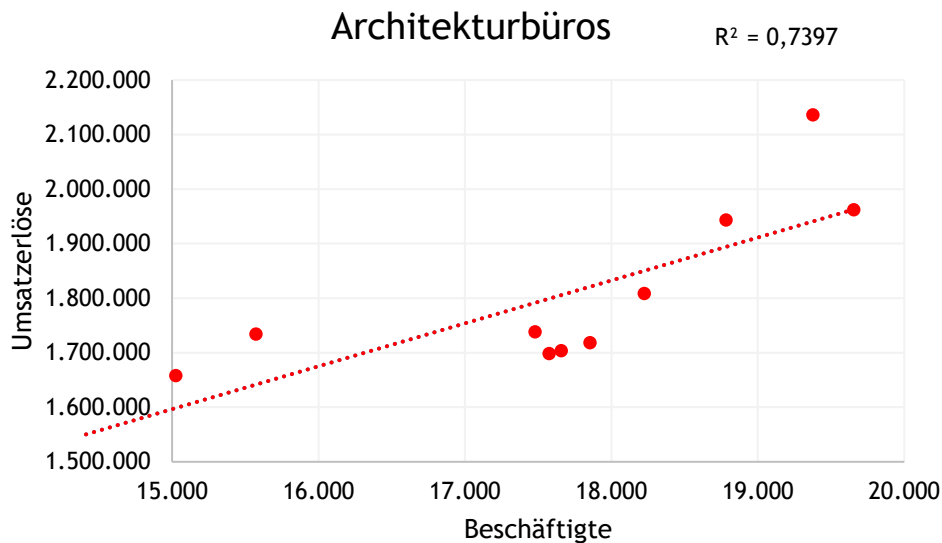
Hierfür verfügbar sind die, mit deutlich geringerer Nachlaufzeit verfügbaren, Beschäftigungsdaten aus der AMIS-Datenbank, welche als Basis für die Fortschreibung bzw. Anpassung der ÖNACE 4-Steller-Werte Verwendung finden.

Für die Fortschreibung dieser Werte auf 2023 wird, wie bereits im Vorjahr, folgendes Vorgehen gewählt:

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 2023



Quelle: iföw Hochrechnung auf Basis der vorläufigen Leistungs- und Strukturstatistik 2023 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 vollständigen 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).
4. In einem letzten Schritt werden die berechneten 4-Steller-Werte auf die tatsächlichen 3-Steller-Werte für 2023 abgestimmt. Dafür werden mittels RAS-Algorithmus die Werte 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 2024

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 rd. 2.200 Unternehmen; davon sind rd. 330 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 (letztverfügbares Jahr 2022, vorläufige Leistungs- und Strukturstatistik 2023)
- Unternehmensdemografie (letzt verfügbares Jahr 2022)
- Arbeitsmarkt im Fokus - Einflussfaktoren auf die Erwerbsbeteiligung bei Pensionsbezug <https://www.statistik.at/services/tools/services/publikationen/detail/2029>

Wirtschaftskammer Österreich

- Gründungsstatistik (letzt verfügbares Jahr 2023)
- Mitgliederstatistik (letzt verfügbares Jahre 2023)

Arbeitsmarktinformationssystem (AMIS Datenbank): Beschäftigungsdaten

Insolvenzstatistik des KSV: Aktive Unternehmen, angemeldete und eröffnete Insolvenzen, Jahresdaten, Stichtag Ende Dezember 2023

Bundeskammer und Länderkammern der Ziviltechniker:innen: Mitgliederstatistik

WIFO kurzfristige Prognose: Rezession in Österreich hält sich hartnäckig, Prognose für 2024 und 2025 (Oktober 2024)

Detailliertere Statistiken

Tabelle 1
Ausgewählte Wirtschaftsindikatoren der Creative Industries nach Bereichen und ÖNACE, 2022

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Anzahl Unternehmen	Beschäftigte insgesamt	Unselbständig Beschäftigte	Umsätze (in 1.000 €)	Bruttobetriebsüberschuss in € 1 000
Architektur		6.476	19.743	11.990	2.448.972	625.340
7111	Architekturbüros	6.476	19.743	11.990	2.448.972	625.340
Buch & Verlage		2.133	18.739	16.430	3.449.474	212.266
4761	EH - Bücher	423	2.849	2.394	419.317	18.381
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf	378	3.502	3.100	506.429	50.430
5811	Verlegen v. Büchern	480	2.455	1.936	375.021	40.752
5812	Verlegen v. Adressbüchern	8	341	336	83.282	15.735
5813	Verlegen v. Zeitungen	140	4.836	4.677	1.298.114	35.339
5814	Verlegen v. Zeitschriften	376	2.919	2.487	509.369	34.277
5819	Sonst. Verlagswesen (ohne Software)	204	523	308	65.558	7.203
6391	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	124	1.314	1.192	192.384	10.149
Kunstmarkt		24.354	44.478	19.273	4.967.285	797.831
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen	2.735	13.235	10.283	3.067.822	211.285
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren	1.186	3.140	1.899	417.204	46.022
8552	Kulturunterricht	1.273	2.289	963	88.355	27.577
9001	Darstellende Kunst	7.403	10.339	2.515	368.901	128.132
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst	2.413	4.275	1.861	619.955	266.374
9003	Künstlerisches Schaffen	9.141	10.018	763	288.696	124.289
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen	203	1.182	989	116.352	-5.848
Film & Fotografie		9.513	16.992	7.158	1.709.396	248.392
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen	3.189	7.400	4.023	1.190.181	124.857
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik	171	243	66	14.764	3.713
5913	Filmverleih und -vertrieb	65	191	126	53.296	122
5914	Kinos	85	1.798	1.699	174.649	18.022
7420	Fotografie und Fotolabors	6.003	7.360	1.244	276.506	101.678
Musikwirtschaft		1.813	3.459	1.703	372.975	48.221
3220	H.v. Musikinstrumenten	275	951	671	90.873	18.759
4759	EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände	220	571	511	111.214	8.126
4763	EH - Beseelte Ton- und Bildträger	83	149	63	13.547	3.267
5920	Tonstudios und Musikverlage	1.235	1.788	458	157.341	18.069
Radio & TV		125	1.474	1.344	425.636	38.171
6010	Hörfunkveranstalter	48	599	539	91.278	10.081
6020	Fernsehveranstalter	74	875	805	334.358	28.090
7722*	Videotheken	3	G	G	G	G
Werbung		15.588	37.451	20.899	5.099.420	680.817
7311	Werbeagenturen	15.290	34.891	18.649	3.475.668	580.838
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	298	2.560	2.250	1.623.752	99.979
Design		3.879	6.357	2.315	4.145.487	173.439
321	H.v. Münzen, Schmuck u.ä. Erzeugnissen	1.249	2.352	1.066	3.871.763	116.417
7410	Ateliers für Design	2.630	4.005	1.249	273.724	57.022
Software & Games		8.782	53.008	43.792	9.637.494	967.844
582	Verlegen von Software	321	5.408	5.091	1.683.389	117.071
6201	Programmierungstätigkeiten	7.944	40.741	32.321	6.848.704	630.348
6312	Webportale	517	6.859	6.380	1.105.401	220.425
Sonstige (Bibliotheken, Museen sowie botanische und zoologische Gärten)		2.972	6.116	3.172	381.898	77.806
7430	Übersetzen und Dolmetschen	2.715	3.279	537	135.931	47.826
9101	Bibliotheken und Archive	39	154	117	16.085	4.276
9103	Historische Stätten und Gebäude	122	103	94	7.525	1.582
9102	Museen	155	1.472	1.360	115.023	10.297
9104	Botanische und zoologische Gärten	51	1.108	1.064	107.334	13.825
Creative Industries		75.635	207.817	128.076	32.638.037	3.870.127

Anmerkung: *aufgrund der Geheimhaltung sind keine Indikatoren neben der Anzahl an Unternehmen verfügbar. Als Anhaltspunkt wurde im Vorjahr (2021) ein Umsatz je Unternehmen von rd. € 110.000,- erwirtschaftet.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria

Tabelle 2

Bruttowertschöpfung und Produktionswert der Creative Industries (im Detail) nach Bereichen und ÖNACE, 2022

ÖNACE 2008	Bezeichnung	Bruttowertschöpfung in 1 000 EUR	Produktionswert in 1 000 EUR
Architektur		1.277.271	1.859.321
7111	Architekturbüros	1.277.271	1.859.321
Buch & Verlage		1.162.681	2.300.807
4761	EH - Bücher	96.690	169.705
4762	EH - Zeitschriften und Bürobedarf	156.969	261.347
5811	Verlegen v. Büchern	147.380	278.608
5812	Verlegen v. Adressbüchern	42.708	59.644
5813	Verlegen v. Zeitungen	388.551	966.299
5814	Verlegen v. Zeitschriften	185.120	360.377
5819	Sonst. Verlagswesen (ohne Software)	22.148	43.456
6391	Korrespondenz- und Nachrichtenbüros	123.115	161.371
Kunstmarkt		1.550.219	2.496.341
4778	Sonst. EH in Verkaufsräumen	627.867	995.143
4779	EH - Antiquitäten und Gebrauchtwaren	117.109	202.909
8552	Kulturunterricht	55.744	87.345
9001	Darstellende Kunst	231.167	390.045
9002	Dienstleist. für die darstellende Kunst	335.081	491.581
9003	Künstlerisches Schaffen	142.569	257.097
9004	Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen	40.682	72.221
Film & Fotografie		608.923	1.109.289
5911	H.v. Filmen und Fernsehprogrammen	402.607	667.854
5912	Nachbearbeitung und sonst. Filmtechnik	6.932	13.116
5913	Filmverleih und -vertrieb	9.221	26.516
5914	Kinos	56.028	141.356
7420	Fotografie und Fotolabors	134.135	260.447
Musikwirtschaft		125.656	233.513
3220	H.v. Musikinstrumenten	52.984	88.061
4759	EH - Möbel und Einrichtungsgegenstände	29.579	50.870
4763	EH - Bespielte Ton- und Bildträger	4.716	6.773
5920	Tonstudios und Musikverlage	38.377	87.809
Radio & TV		123.104	282.959
6010	Hörfunkveranstalter	42.474	74.433
6020	Fernsehveranstalter	80.630	208.526
7722*	Videotheken	G	G
Werbung		1.574.603	2.600.244
7311	Werbeagenturen	1.322.449	2.179.692
7312	Vermittlung v. Werbezeiten/-flächen	252.154	420.552
Design		283.193	4.113.238
321	H.v. Münzen, Schmuck Erzeugnissen	171.608	3.892.697
7410	Ateliers für Design	111.585	220.541
Software & Games		4.437.598	6.932.202
582	Verlegen von Software	586.461	1.016.182
6201	Programmierungstätigkeiten	3.198.087	4.940.591
6312	Webportale	653.050	975.429
Sonstige (Bibliotheken, Museen und botanische + zoologische Gärten)		197.569	335.118
7430	Übersetzen und Dolmetschen	64.846	94.970
9101	Bibliotheken und Archive	8.887	14.778
9103	Historische Stätten und Gebäude	4.656	6.832
9102	Museen	62.108	112.583
9104	Botanische und zoologische Gärten	57.072	105.955
Creative Industries		11.340.817	22.263.032

Anmerkung: *aufgrund der Geheimhaltung sind keine entsprechenden Indikatoren verfügbar.

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022, Statistik Austria

Tabelle 3

Unternehmensneugründungen nach Fachgruppen (Schwerpunktzuordnung¹), 2019 bis 2023

	2019	2020	2021	2022	2023	VÄ 22/23 in %	VÄ 19/23 in %
Kunsthandwerke	733	822	1.010	977	1.139	16,6	55,4
Berufsfotografie	820	747	782	824	814	-1,2	-0,7
Film- und Musikwirtschaft	455	427	504	517	520	0,6	14,3
Papier- und Spielwarenhandel	49	43	68	64	49	-23,4	0,0
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	89	111	98	95	111	16,8	24,7
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	93	52	32 ²	59	67	13,6	-28,0
Werbung und Marktkommunikation	2.053	2.343	2.484	2.365	2.606	10,2	26,9
Unternehmensberatung, Buchhaltung und Informationstechnologie	2.626	2.766	3.049	3.129	3.192	2,0	21,6
Buch- und Medienwirtschaft	64	97	99	89	69	-22,5	7,8
Insgesamt	6.982	7.408	8.416	8.119	8.567	5,5	22,7

¹ Näherungsweise Schwerpunktzuordnung der Neugründungen anhand von ähnlichen Berechtigungsstrukturen bereits bestehender Unternehmen mit bekanntem Tätigkeitsschwerpunkt

² 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 2024

Tabelle 4

Anzahl der aktiven Fachgruppenmitglieder in Fachgruppen,
die größtenteils den Creative Industries zugerechnet werden können, 2019 bis 2023

Fachgruppen	Aktive Fachgruppenmitgliedschaften						VÄ 22/23 in %	VÄ 19/23 in %
	2019	2020	2021	2022	2023			
Kunsthandwerke	7.411	7.883	8.759	9.315	10.029	7,7	35,3	
Berufsfotografie	8.872	9.140	9.506	9.805	10.055	2,5	13,3	
Film- und Musikwirtschaft	5.426	5.620	6.032	6.303	6.525	3,5	20,3	
Papier- und Spielwarenhandel	2.523	2.459	2.453	2.396	2.288	-4,5	-9,3	
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	3.106	3.090	3.132	3.139	3.126	-0,4	0,6	
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	2.223	2.180	2.146	2.129	2.097	-1,5	-5,7	
Werbung und Marktkommunikation	26.110	27.395	28.958	29.825	30.948	3,8	18,5	
Unternehmens-beratung, Buchhaltung und Informations-technologie	50.631	52.699	55.388	57.595	59.457	3,2	17,4	
Buch- und Medienwirtschaft	2.875	2.894	2.938	2.906	2.877	-1,0	0,1	
Telekommunikations- und Rundfunk-unternehmungen	1.141	1.162	1.156	1.212	1.191	-1,7	4,4	
Insgesamt	110.318	114.522	120.468	124.625	128.593	3,2	16,6	

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik, Anzahl der Fachgruppenmitglieder, Stand Februar 2024

Tabelle 5

Anzahl der ruhenden Fachgruppenmitglieder in Fachgruppen,
die größtenteils den Creative Industries zugerechnet werden können, 2019 bis 2023

Fachgruppen	Ruhende Fachgruppenmitgliedschaften						
	2019	2020	2021	2022	2023	VÄ 22/23 in %	VÄ 19/23 in %
Kunsthandwerke	1.291	1.437	1.433	1.432	1.467	2,4	13,6
Berufsfotografie	908	1.084	1.089	1.097	1.127	2,7	24,1
Film- und Musikwirtschaft	903	962	915	903	907	0,4	0,4
Papier- und Spielwarenhandel	363	347	316	288	272	-5,6	-25,1
Juwelen-, Uhren-, Kunst-, Antiquitäten- und Briefmarkenhandel	385	399	371	333	310	-6,9	-19,5
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	388	441	416	408	378	-7,4	-2,6
Werbung und Marktkommunikation	4.577	4.769	4.584	4.530	4.465	-1,4	-2,4
Unternehmens-beratung, Buchhaltung und Informations- technologie	15.556	15.873	15.710	15.573	15.513	-0,4	-0,3
Buch- und Medienwirtschaft	338	330	308	310	300	-3,2	-11,2
Telekommunikations- und Rundfunk-unternehmungen	32	31	29	25	40	60,0	25,0
Insgesamt	24.741	25.673	25.171	24.899	24.779	-0,5	0,2

Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Mitgliederstatistik, Anzahl der Fachgruppenmitglieder, Stand Februar 2024

Tabelle 6

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

	2019	2020	2021	2022	2023	VÄ 22/23 in %	VÄ 19/23 in %
Ausübende Mitglieder	4.299	4.393	4.502	4.580	4.633	1,2	7,8
Ruhende Mitglieder	1.364	1.379	1.439	1.462	1.540	5,3	12,9

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.

Detailliertere Statistiken (Bundesländer)

Bedingt durch die abermals stärkere Differenzierung in die Teilbereiche (siehe Seite 15 - Definition der Austria Creative Industries) sind auf Bundeslandebene tlw. keine Daten verfügbar (dies auch aufgrund der Geheimhaltungsbestimmung zum Statistikgesetz). Dies kommt in den folgenden Tabellen durch die fehlenden Werte zum Ausdruck.

Klarstellend sein angeführt, dass - bei fehlenden Werten - eine Summierung der einzelnen Indikatoren (mit Ausnahme der Unternehmenszahl) auf Bundeslandebene zu nicht korrekten Ergebnissen führen würde. Auch kann die Standortverlegung eines (bezogen auf die Branche in dem jeweiligen Bundesland größeren) Unternehmens kann zu den deutlichen Veränderungen der Indikatoren führen.

Creative Industries im Burgenland

Aufgrund der eben genannten Sonderfälle ist im Burgenland kein Vergleich zum Vorjahr möglich.

Tabelle 1
Struktur der Creative Industries im Burgenland, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	135	132		323		184		27.662
Buch & Verlage	57	49	108	88	69	59	12.335	9.524
Kunstmarkt	539	492	760	691	258	231	47.065	54.700
Film & Fotografie	210	208	246	183	37	23	8.678	4.962
Musikwirtschaft	43	46	49	5	18	3	3.988	936
Radio & TV	1	3						
Werbung	366	391		707		313		52.006
Design	72	80	95	43	20	7	2.962	711
Software & Games	178	190	681	774	504	578	137.968	160.311
Sonstige	69	74	71		5		1.655	

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Kärnten

In Kärnten verzeichnet der Bereich Architektur einen Rückgang (-7 %) der Beschäftigten während im Bereich Werbung ein Beschäftigtenwachstum von 1,4 % zu beobachten ist.

Der Bereich Software & Games kann bei der Anzahl der Unternehmen (+9 %) sowie Beschäftigten (+11 %) und Umsatzerlösen (+12,7 %) positive Entwicklungen verzeichnen.

Tabelle 2
Struktur der Creative Industries in Kärnten, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	297	295	854	798	501	456	82.837	81.528
Buch & Verlage	89	89	248	231	180	174	18.007	23.719
Kunstmarkt	1.080	1.010	1.610	1.682	577	616	133.764	172.799
Film & Fotografie	467	467	628	629	157	156	30.220	32.279
Musikwirtschaft	91	92	164	168	82	86	12.088	13.697
Radio & TV	9	8						
Werbung	770	777	1.403	1.422	607	605	106.661	114.937
Design	156	169	218	249	61	73	11.406	14.172
Software & Games	289	315	1.192	1.325	889	983	107.740	121.396
Sonstige	162	148	185	201	46	72	7.435	9.951

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Niederösterreich

Während sowohl Anzahl an Unternehmen (-5 %) als auch Beschäftigte (-1 %) zurückgehen, erfährt der Kunstmarkt eine 7 %ige Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr.

Tabelle 3
Struktur der Creative Industries in Niederösterreich, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	773	791		2.255		1.361		232.234
Buch & Verlage	331	319	3.093	3.040	2.757	2.709	553.583	437.210
Kunstmarkt	3.657	3.486	5.608	5.558	1.824	1.951	325.001	390.749
Film & Fotografie	1.457	1.491	1.809	1.907	323	376	76.791	90.640
Musikwirtschaft	263	260	390	396	319	331	54.851	58.297
Radio & TV	19	13	23		11		954	
Werbung	2.196	2.222		3.846		1.532		281.157
Design	517	539	668	230	135	29	26.152	5.314
Software & Games	1.319	1.360	3.843	4.382	2.499	2.964	477.890	541.639
Sonstige	330	327	580	280	267	255	28.010	18.019

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Oberösterreich

Der Bereich Architektur zeigt neben einem Beschäftigungswachstum (+4 %) auch kräftige Zuwächse in den Umsatzerlösen (+23 %) bei nahezu unveränderter Unternehmensanzahl. Auch Software & Games kann zeigt starke Umsatzentwicklungen (+15 %). Beim Kunstmarkt und dem Bereich Werbung findet sich ein ungefähr 1 %iges Umsatzwachstum.

Tabelle 4
Struktur der Creative Industries im Oberösterreich, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	625	628	1.987	2.066	1.223	1.302	210.490	259.670
Buch & Verlage	235	224	2.325	1.392	2.087	1.219	357.864	216.458
Kunstmarkt	2.852	2.699	6.015	6.052	3.031	3.217	566.093	714.365
Film & Fotografie	1.340	1.337	1.911	1.885	542	535	95.842	101.526
Musikwirtschaft	222	222	476	447	269	258	54.652	56.529
Radio & TV	18	19	163		142		24.658	
Werbung	2.086	2.086	4.356	4.394	2.136	2.177	427.332	458.174
Design	483	506	387	786	172	255	21.437	60.019
Software & Games	1.139	1.233	9.087	10.458	7.876	9.141	1.148.547	1.676.560
Sonstige	296	284	145	458	129	187	11.556	30.432

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Salzburg

In Salzburg erfuhr der Kunstmarkt trotz rückläufiger Unternehmens- bzw. Beschäftigtenanzahl ein 17 %iges Umsatzwachstum.

Tabelle 5
Struktur der Creative Industries im Salzburg, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	479	465		1.330		788		200.691
Buch & Verlage	124	113	692	690	580	595	95.565	97.694
Kunstmarkt	1.728	1.582	3.171	3.122	1.369	1.479	278.593	325.791
Film & Fotografie	674	677	2.278	2.365	1.600	1.676	591.438	646.293
Musikwirtschaft	117	123	181	70	76	36	11.128	7.386
Radio & TV	4	6		32		27		1.489
Werbung	1.324	1.337	2.688	2.851	1.308	1.440	223.668	269.697
Design	259	267	116	615	13	341	3.897	52.802
Software & Games	432	444	2.579	3.162	2.159	2.711	359.665	489.938
Sonstige	155	143	31	401	23	268	1.485	14.129

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Steiermark

Sowohl Software & Games als auch der Bereich Werbung können eine positive Entwicklung aller Indikatoren, allen voran der Umsatzerlöse (+ 16 % und + 18 %) ausweisen.

Die Musikwirtschaft blickt hingegen auf eine negative Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten (-17 %) und Umsatzeinbrüche von -31 % zurück.

Tabelle 6
Struktur der Creative Industries im Steiermark, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	781	745	2.458	2.483	1.512	1.585	224.514	273.722
Buch & Verlage	242	241	1.516	1.762	1.251	1.495	289.493	291.103
Kunstmarkt	2.734	2.557	4.483	4.489	1.586	1.775	289.753	436.374
Film & Fotografie	1.129	1.133	1.465	1.723	313	536	55.563	78.472
Musikwirtschaft	224	226	413	342	187	117	34.320	23.859
Radio & TV	11	9	59		48		3.884	
Werbung	1.713	1.769	3.199	3.423	1.403	1.539	249.284	294.388
Design	461	481	719	741	244	237	54.652	43.248
Software & Games	1.069	1.076	6.359	6.456	5.200	5.276	955.284	1.105.137
Sonstige	441	400	556	521	125	131	20.727	24.118

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Tirol

Die Bereiche Architektur, Werbung und allen voran Software & Games können positive Entwicklungen aller Indikatoren verzeichnen.

Der Kunstmarkt und die Musikwirtschaft weisen einen Rückgang der Anzahl von Unternehmen und Beschäftigten auf, können jedoch gleichzeitig Umsatzwachstüme präsentieren (+25 % bzw. +7 %).

Tabelle 7
Struktur der Creative Industries im Tirol, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	783	776	2.607	2.654	1.676	1.715	284.973	333.419
Buch & Verlage	168	169	1.070	1.106	889	929	212.486	221.994
Kunstmarkt	1.974	1.841	3.288	3.228	1.182	1.260	218.421	273.886
Film & Fotografie	812	815	1.204	1.249	390	431	52.819	67.184
Musikwirtschaft	153	149	245	224	99	81	22.300	23.809
Radio & TV	11	13	81	83	72	70	6.806	7.492
Werbung	1.368	1.384	2.923	3.052	1.482	1.585	232.951	271.193
Design	269	264	489	236	207	109	31.999	16.849
Software & Games	498	535	1.832	2.634	1.310	2.064	260.753	446.475
Sonstige	268	248	354	102	97	92	10.506	6.188

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Vorarlberg

Aufgrund der Sonderfälle ist in Vorarlberg zum Vorjahr kein Vergleich möglich.

Tabelle 8
Struktur der Creative Industries im Vorarlberg, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	353	347		1.075		654		172.672
Buch & Verlage	74	77	118	333	71	259	16.861	83.633
Kunstmarkt	786	747	1.286	1.297	539	585	121.051	155.815
Film & Fotografie	328	327	407	259	85	35	21.799	9.483
Musikwirtschaft	56	54	12	11	9	8	2.191	2.220
Radio & TV	5	5						
Werbung	659	649	1.132	1.155	458	475	80.430	90.256
Design	189	184	271	65	80	21	14.726	3.178
Software & Games	239	267	921	1.114	680	842	116.992	150.996
Sonstige	82	73	94		17		2.196	

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Creative Industries in Wien

Film & Fotografie, Musikwirtschaft, Werbung sowie Software & Games weisen positive Entwicklungen, insbesondere bei den Umsätzen (+16 %, +16 %, +7 % bzw. +14 %) auf.

Die Bereiche Architektur und Kunstmarkt können auch positive Umsatzentwicklungen verzeichnen wenngleich Rückgänge in der Anzahl der Unternehmen (-4 % bzw. -9 %) zu beobachten sind.

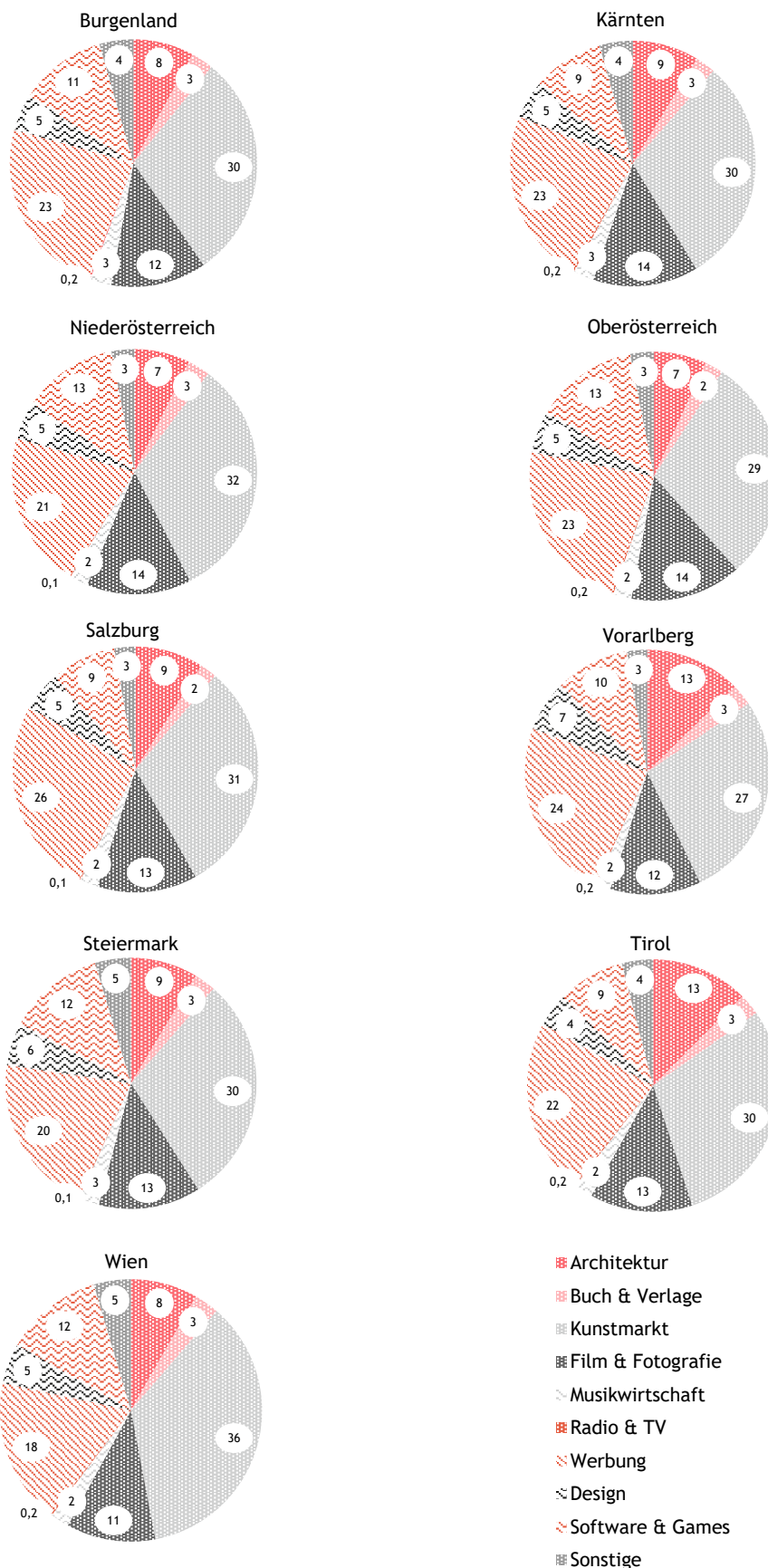
Tabelle 9
Struktur der Creative Industries im Wien, 2022 (Vergleich zu 2021)

	Unternehmen		Beschäftigte		Unselbstständige Beschäftigte		Umsätze in 1.000 €	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Architektur	2.401	2.297	6.646	6.759	3.734	3.945	807.436	867.374
Buch & Verlage	851	852	5.662	5.738	4.819	4.880	955.630	940.881
Kunstmarkt	10.903	9.940	18.185	17.731	7.127	7.646	1.683.963	2.313.396
Film & Fotografie	2.994	3.058	6.174	6.387	3.081	3.200	560.275	649.998
Musikwirtschaft	625	642	1.236	1.283	607	625	135.746	156.813
Radio & TV	48	49	918	926	862	871	360.705	362.232
Werbung	4.840	4.973	14.892	16.176	9.786	10.889	2.941.719	3.157.349
Design	1.432	1.389	2.536	2.442	1.040	990	3.137.569	3.893.268
Software & Games	3.176	3.362	20.899	22.533	17.649	19.085	4.322.889	4.909.138
Sonstige	1.325	1.275	2.192	2.368	896	1.094	96.062	151.778

Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Grafik 1-9

Verteilung der Branchen der Creative Industries (in %) in den einzelnen Bundesländern, 2022



Quelle: Leistungs- und Strukturstatistik 2022 Statistik Austria

Impressum

Medieninhaberin, Herausgeberin und Verlegerin

Kreativwirtschaft Austria

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

www.kreativwirtschaft.at/offenlegung

Der Österreichische Kreativwirtschaftsbericht 2025 ist eine Maßnahme der Kreativwirtschaft Austria im Rahmen des Innovationsprogramm Kreativwirtschaft 2030 des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Arbeit in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Österreich, finanziert aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Arbeit.

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 2024/25“

Sonderauswertung des Wirtschaftsbarometers der Abteilung für Wirtschaftspolitik, Wirtschaftskammer Österreich

Peter Voithofer, Felix Baumgartner

Fotocredits

Zehetner © BKA Andy Wenzel, Hattmannsdorfer © BKA Andy Wenzel, Mahrer © WKÖ 1 NBc, Kühnel © WKÖ Studeny, Trautenberger © KAT, Alexander Wieselthaler stills and emotions

© 2025 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.

