



KAPITEL 1

# Die Kreativ- wirtschaft



## INHALT

- 1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung..... 2**
- 2. Schwerpunkt Musik und Film..... 4**
- 3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft - Stolpersteine überwinden ..... 8**
- 4. Förderungen für kreative Unternehmen..... 12**

## **EINLEITUNG**

In Österreich gehören fast 40.000 Unternehmen der Kreativwirtschaft an und rund 140.000 Menschen arbeiten in kreativen Berufen. In den folgenden Kapiteln behandeln wir die Bandbreite der kreativen Berufe, deren kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung sowie die Arbeitsrealitäten der Kreativen.

# **1. Kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung**

## **KREATIVWIRTSCHAFT: VON ARCHITEKTUR BIS WERBUNG**

Kreative produzieren Musik und Filme, entwerfen CD-Cover und Filmplakate, designen Produkte, schreiben Bücher, kreieren Werbekampagnen, gestalten Musik- und Fernseh-Programme, programmieren Apps und planen Häuser, Parks und Stadtteile. Kreative haben also ein breites Betätigungsfeld, sie kreieren Produkte für unsere Freizeitbeschäftigung und machen die Wirtschaftswelt bunter. Die Kreativen stehen sinnbildlich für Innovation und Weiterentwicklung. Denn Kreativleistungen spielen auch für Branchen außerhalb des Kernbereichs der Kreativwirtschaft eine große Rolle. So gebe es beispielsweise ohne Musik keine MP3-Player, ohne Filme keine Kinos etc. Musik, Design oder Werbung können auch dazu beitragen, ein Produkt attraktiver zu gestalten und seine Vermarktung zu fördern. Neue Software und innovative Apps können Geschäftsprozesse verbessern und neue Angebote schaffen. Dadurch eröffnen sie neue Märkte und Wachstumsmöglichkeiten und leisten einen wichtigen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Wirtschaft.

Die Kreativwirtschaft ist in den vergangenen Jahren verstärkt in den Fokus der Politik gerückt. Denn Europa möchte den Anschluss an die USA nicht verlieren, die seit zehn Jahren massiv in die Kreativwirtschaft investieren. Die EU hat mit „CREATIVE EUROPE“ ein Programm ins Leben gerufen, das den transnationalen Austausch der Kreativen erleichtern soll. Dafür werden bis 2020 1,5 Milliarden Euro zur Verfügung gestellt.<sup>1</sup> In ganz Europa arbeiten 8,5 Millionen Menschen in kreativen Berufen. Sie erwirtschaften knapp fünf Prozent des Bruttoinlandprodukts der EU.<sup>2</sup>

## **WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER KREATIVWIRTSCHAFT**

Laut österreichischem Kreativwirtschaftsbericht<sup>3</sup> zählen Architektur, Design, Musik, Buch & künstlerische Tätigkeit, Radio & TV, Software & Games, Verlage, Video & Film und Werbung zum Kernbereich der Kreativwirtschaft.

Die Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Teil der österreichischen Gesamtwirtschaft, denn jedes zehnte Unternehmen gehört der Kreativwirtschaft an, das sind mehr als 39.000 Unternehmen. Insgesamt sind in den Kreativunternehmen rund 140.000 Personen tätig. Die österreichische Kreativwirtschaft erzielte im Jahr 2012 Umsätze von rund 20,3 Milliarden Euro, das bedeutet einen Umsatzanteil an der Gesamtwirtschaft von 2,7%. Die Bruttowertschöpfung der Kreativwirtschaftsunternehmen macht fast 8 Milliarden Euro aus und entspricht einem Anteil von 3,6% der Bruttowertschöpfung der Gesamtwirtschaft. Die große Bedeutung der Kreativwirtschaft zeigt sich auch darin, dass diese etwa 12% aller Dienstleistungsunternehmen stellt.

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/index_en.htm)

<sup>2</sup> <http://www.bka.gv.at/site/8131/default.aspx>

<sup>3</sup> Sechster österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien 2015

Die beliebteste Unternehmensform der Kreativen ist mit 66% das Ein-Personen-Unternehmen (EPU); der Anteil ist fast doppelt so hoch wie in der Gesamtwirtschaft (38%).<sup>4</sup> Drei Viertel jener Kreativen, die sich für diese Unternehmensform entschieden haben, nennen dafür als Gründe Selbstverwirklichung, Unabhängigkeit und eine flexible Zeiteinteilung. Die meisten sind in den Bereichen Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit, Design sowie Video und Film zu finden. In den Bereichen Radio und TV sowie Verlage dominieren von der Anzahl her die ArbeitgeberInnenbetriebe.

	2012	Anteil der Gesamtwirtschaft in Prozent	Veränderungen zu 2010 in Prozent
Unternehmen	39.021	10,4	1,6
Beschäftigte gesamt	139.505	4,3	7,0
unselbständige Beschäftigte	100.395	3,4	7,8
Umsatzerlöse in Millionen Euro	20.303	2,7	11,4
Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Millionen Euro	7.937	3,6	13,4

## MEHR UMSATZ ALS IM TOURISMUS

Ein Vergleich der Kreativwirtschaft mit anderen Branchen zeigt die große Bedeutung dieses Sektors für die gesamte österreichische Wirtschaft. Im Tourismus gibt es zwar mehr Unternehmen und Beschäftigte, die Kreativwirtschaft erzielt jedoch mehr Umsatz und Bruttowertschöpfung als der Tourismus. Die Bereiche Kfz-Wirtschaft, Maschinenbau sowie Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln liegen bei Beschäftigung und Wertschöpfung deutlich hinter der Kreativwirtschaft.<sup>5</sup>

### Abschätzung des Anteils ausgewählter Bereiche in der Gesamtwirtschaft\* in Prozent, 2008

	Unternehmen	Beschäftigte	Umsatzerlöse	Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten
Kreativwirtschaft	10,0	4,0	2,6	3,5
Beherbergung & Gastronomie	12,4	8,1	2,0	3,3
Kfz-Wirtschaft	2,5	2,4	3,7	1,7
Hoch- und Tiefbau	1,4	3,1	2,9	3,6
Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln	1,0	2,1	1,9	1,6
Maschinenbau	0,4	2,3	2,7	3,0

\* exklusive Land- und Forstwirtschaft (genauer Abschnitte B bis S der ÖNACE 2008).  
Quellen: KMU FORSCHUNG AUSTRIA – Statistik Austria.

<sup>4</sup> Zahlen aus dem sechsten österreichischen Kreativwirtschaftsbericht, S. 27f

<sup>5</sup> Vierter österreichischer Kreativwirtschaftsbericht, Wien 2010, S. 44f

## 2. Schwerpunkt Musik und Film

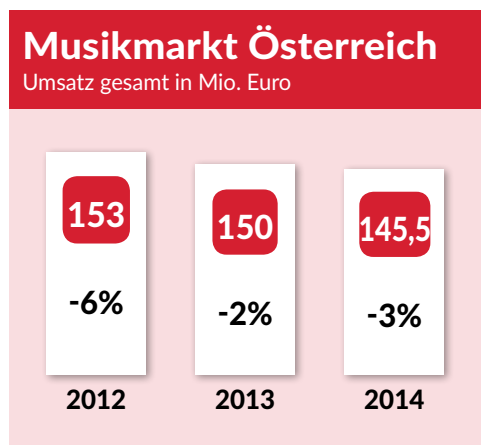
Werfen wir nun einen Blick auf die Musik- und Filmbranche, zwei Kernbereiche der Kreativwirtschaft, die auch in unserem täglichen Leben eine große Rolle spielen. Schon früh am Morgen klingelt die Wecker-Melodie am Smartphone, während des Frühstücks läuft Musik im Radio, am Weg zur Schule oder zur Arbeit laden wir uns schnell die neuesten Hits aufs Handy, sehen uns Videos im Internet an, lesen den neuesten Tratsch über Pop- und Filmstars in der Zeitung und gehen am Abend auf ein Konzert oder ins Kino oder genießen einen gemütlichen DVD-Abend.

85% der ÖsterreicherInnen bezeichnen Musik als unverzichtbaren Teil ihres Lebens, jede(r) Zweite ist sogar musikalisch aktiv. Die mit Abstand wichtigste Funktion von Musik ist der Erholungswert. Für mehr als die Hälfte ist es sehr wichtig, dass sie sich zu Musik entspannen können. Auch ansprechende Texte und die Möglichkeit, zur Musik seine Gefühle auszuleben, werden positiv bewertet. Der Wunsch nach Ausdruck der Persönlichkeit ist vor allem bei unter Dreißigjährigen besonders wichtig. Und dass Musik mit Freunden verbindet, ist umso wichtiger, je jünger man ist.<sup>6</sup>

### DIE UMSATZENTWICKLUNG DES MUSIKMARKTS IN ÖSTERREICH

Was geben nun die österreichischen Musikfans für CDs, Vinyl-Schallplatten, Musik-DVDs, Downloads und Streaming-Abos aus? Im Jahr 2014 waren es insgesamt 145,5 Millionen Euro.<sup>7</sup> Darin enthalten sind auch die Umsätze mit Merchandising-Produkten wie z.B. Künstler-T-Shirts

sowie Lizenzentnahmen, die Künstler und Labels erhalten, wenn ihre Musik im Radio, im TV, in Diskotheken oder in Filmen und Werbespots gespielt wird. Das ist im Vergleich zum Jahr 2013 zwar ein Umsatzrückgang von drei Prozent, die Musikbranche hat aber auch schon schlimmere Zeiten erlebt. Seit dem Einsetzen der digitalen Revolution rund um die Jahrtausendwende hat der Musikmarkt nahezu 50% Umsatz eingebüßt. Mittlerweile hat sich die Situation aufgrund der Umsatzzuwächse bei Download-Shops und Streaming-Abos wieder etwas entspannt und die Online-Verkäufe können die Rückgänge bei den CDs beinahe kompensieren.



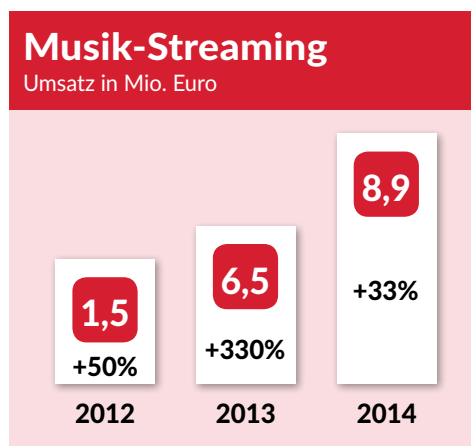
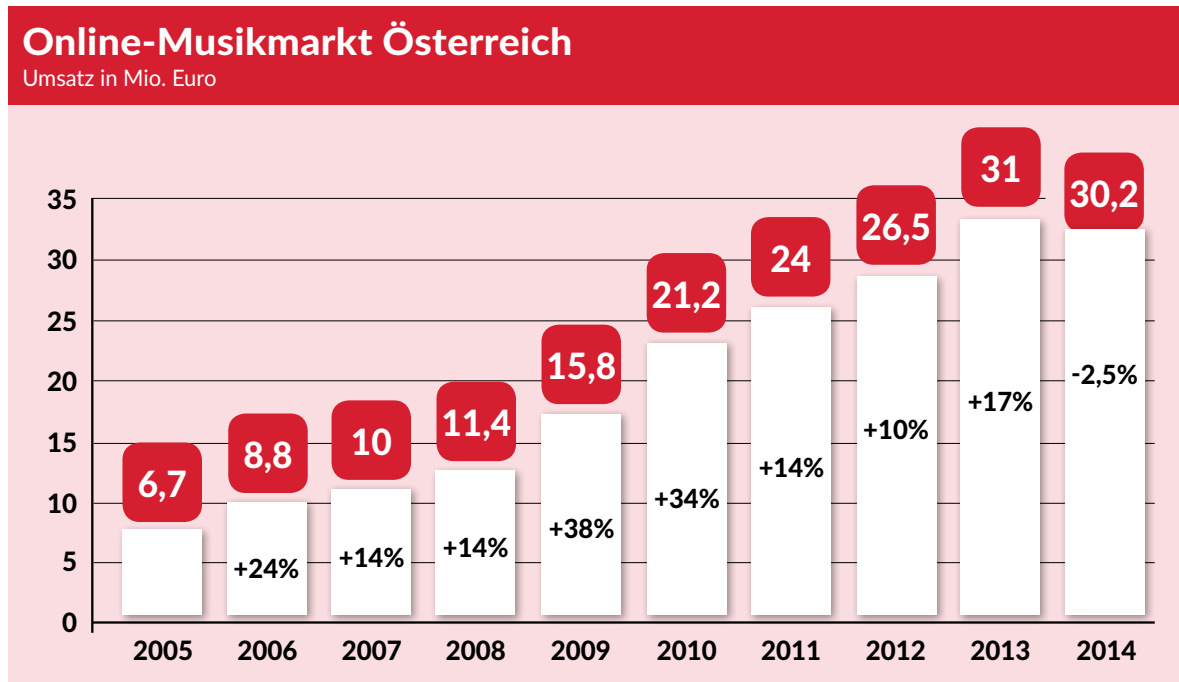
### ONLINE-MUSIKMARKT: DOWNLOADS UND STREAMING

Der gesamte Online-Musikmarkt – also Downloads von Alben und Songs sowie Streaming-Abos – erreichten 2014 ein Volumen von 30,2 Millionen Euro. Die Downloads erlitten nach zehn Jahren

<sup>6</sup> Studie „Wozu Musik? Musikalische Verhaltensweisen, Vorlieben und Einstellungen der Österreicher/innen“, Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, Wien 2010

<sup>7</sup> „Österreichischer Musikmarkt 2014“ (IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft), Wien 2015

kontinuierlichen Wachstums erstmals einen Dämpfer. Der Umsatz ging um 12% auf knapp 21 Millionen Euro zurück. Einer der Gründe ist wohl die wachsende Beliebtheit von Streaming-Diensten wie Spotify, Deezer oder Juke.<sup>8</sup> Denn hier steigen die Umsätze seit einigen Jahren rasant, in 2014 um 33% auf fast neun Millionen Euro.

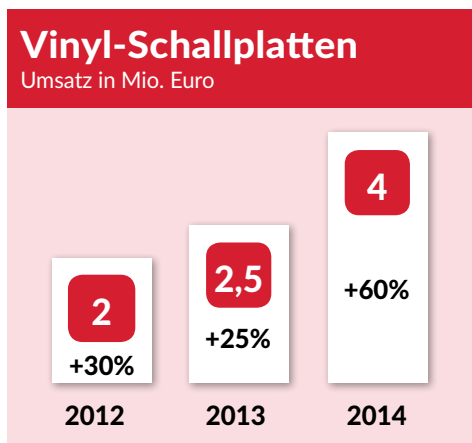


## VINYLSCHALLPLATTEN SIND WIEDER „IN“

Ein interessantes Detail am Musikmarkt ist die Tatsache, dass gerade die gute alte Schallplatte für bemerkenswerte Umsatzzuwächse sorgt. Vier Millionen Euro wurden 2014 für Vinyl-Schallplatten in Österreich ausgegeben, das ist eine Steigerung von 60% im Vergleich zum Jahr davor. Dieser positive Trend hält schon über einen längeren Zeitraum an. Innerhalb der letzten drei Jahre hat sich der Vinyl-Umsatz verdoppelt. Die Schallplatte ist offenbar wieder zu einem trendigen Lifestyle-Produkt

<sup>8</sup> Eine Auflistung der wichtigsten Downloadshops und Streaming-Dienste findet sich hier: <http://www.ifpi.at/?section=inhalt&inhaltsid=29>

geworden, wohl auch als Gegenteil zur Digitalisierung. Denn Musikfans schätzen an Vinyl-Schallplatten genau jene Eigenschaften, die der Download eines Musikfiles nicht bieten kann: ein Produkt zum Anfassen, einen unverwechselbaren Klang, ein großes Format mit aufwendiger Covergestaltung.



## DIE UMSATZENTWICKLUNG DES FILMMARKTS IN ÖSTERREICH

Die Umsätze aus Blu-Ray und DVD erreichten 2013 insgesamt ein Volumen von 14,3 Millionen Einheiten und von 187,3 Millionen Euro Umsatz. Das sind im Vergleich zum Jahr davor nahezu konstante Werte. 2010 wurde allerdings noch ein Umsatz von 196,3 Millionen Euro erreicht. Innerhalb des Bild/Tonträgermarkts entwickeln sich die Formate Blu-Ray und DVD unterschiedlich. Während es bei Blu-Ray ein Umsatzplus von 13% gibt, ist der (noch wesentlich größere) DVD-Markt um vier Prozent zurückgegangen.<sup>9</sup> Film-Streamingdienste wie Netflix stehen in Österreich noch am Beginn ihrer Entwicklung und werden in Zukunft eine größere Rolle spielen.

Blu-Ray-Verkauf		
Jahr	Stück in Mio.	Umsatz in Mio. Euro
2010	1,7	29,2
2011	2,2	37,4
2012	2,7	44,9
2013	3,2	50,8

Filmwirtschaftsbericht 2014, S.64

DVD-Verkauf		
Jahr	Stück in Mio.	Umsatz in Mio. Euro
2010	13,1	167,1
2011	12,6	153,3
2012	11,8	142,6
2013	11,1	136,5

Filmwirtschaftsbericht 2014, S.65

Die beliebtesten DVD-Genres der ÖsterreicherInnen sind Komödie, Unterhaltung und Action, die gemeinsam rund die Hälfte aller verkauften Titel ausmachen. Bei Blu-Ray liegt Action klar vor Komödie und Thriller.

<sup>9</sup> Filmwirtschaftsbericht 2014 (Österreichisches Filminstitut), Wien 2014



Ein Blick auf die Umsätze und Besucherzahlen im Kino zeigt folgendes Bild: 15,2 Millionen BesucherInnen zählten die österreichischen Kinos im Jahr 2013. Insgesamt wurde ein „Box Office“ – also die Einnahmen, die ein Kinofilm während seiner Spielzeit in den Kinos erwirtschaftet – von 125,6 Millionen Euro eingespielt.

<b>Kinobesuche</b>				
<b>Jahr</b>	<b>Besuche</b>	<b>% Veränderung zum Vorjahr</b>	<b>Anzahl Filme</b>	<b>Box Office</b>
2010	16.450.648	-9,0%	425	127.857.318
2011	15.752.844	-4,2%	364	124.323.885
2012	16.400.802	4,1%	413	131.868.358
2013	15.176.581	-7,5%	400	125.635.829

### 3. Arbeiten in der Kreativwirtschaft – Stolpersteine überwinden

Kreativ arbeiten bedeutet meist selbständig und projektbezogen zu arbeiten. Mit allen Vor- und Nachteilen. Selbstmanagement, Eigenmotivation, ein starkes Netzwerk und soziale Fähigkeiten spielen eine wichtige Rolle. Auch so manche Stolpersteine – wie einen soliden Businessplan schreiben, Buchhaltung führen etc. – sind zu überwinden.

Den einen „Arbeitgeber auf Lebenszeit“ gibt es heute nur noch selten. Dies zeugt nicht nur von großem Vertrauen in die eigenen Qualifikationen, sondern auch von einer massiv veränderten Arbeitswelt. Während in der Generation der Babyboomer (Jahrgänge 1955 bis 1965) noch sehr viele den einen, passenden Job für ihr gesamtes Berufsleben hatten, ist die Sache heute vielschichtiger. Junge Kreative suchen sich ihre Arbeitgeber anhand eines für sie passenden Gesamtpakets aus, das sich aus Faktoren wie Gehalt, Zeiteinteilung, Entwicklungsmöglichkeiten, aber auch persönlicher Sympathie zur Branche und dem vermittelten Arbeitsklima zusammensetzt. In einer Umfrage der GfK Austria gaben mehr als ein Drittel (35%) der Befragten zwischen 18 und 30 Jahren an, dass sie bereits drei oder mehr Arbeitgeber hatten.<sup>10</sup> Kreative arbeiten überwiegend (zu 63%) als Ein-Personen-Unternehmer. Dieser Anteil ist fast doppelt so hoch wie in allen anderen Branchen.

Viktor Frankl, Erfinder der Logotherapie und der Existenzanalyse und selbst ein kreativer Mensch, beschreibt so seinen täglichen Spagat. „Ein kreativer Mensch ist primitiver und kultivierter, destruktiver und konstruktiver, sehr viel verrückter und sehr viel vernünftiger als der Durchschnittsmensch.“ Kreativunternehmer haben immer wieder Balanceakte zu bewältigen: Sie müssen gleichzeitig hochgeistige Leistungen vollbringen und diese auch verkaufen können, Altes zerstören und Neues erschaffen, unberechenbar spinnen und mit Kalkül rechnen können. Die Bedingungen in schillernden Branchen wie Musik, Film, Design, Journalismus, Architektur oder Multimedia sind jedoch nicht immer rosig. So zu arbeiten, wie man leben will, ist die stärkste Motivation. Der sinnierende Lebenskünstler, der eine Leinwand bekleckst, oder der romantische Dichter sind Fragmente aus den vergangenen Jahrhunderten. Die größte Aufgabe für kreative Unternehmer liegt darin, mit ihrer Leidenschaft in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld ihren Lebensunterhalt zu verdienen.

#### **VON DER IDEE ZUM UNTERNEHMEN – DER BUSINESSPLAN**

Eine gute Idee bedeutet noch lange nicht, automatisch Erfolg zu haben. Oft werden zwar Ideen am Fließband produziert, es mangelt aber an der konkreten Umsetzung in Produkte und Dienstleistungen bzw. finden diese keine Abnehmer. Daher ist es ratsam, einen Businessplan zu erarbeiten, der alle Schritte enthält, die zur Umsetzung der Geschäftsidee geplant sind. Der Businessplan kann gemeinsam mit Experten erstellt werden, die ihre Kompetenzen in den Bereichen Marketing, Finanzierung, Fördermittel, Versicherung, Buchhaltung, Standortwahl, Rechtsform etc. weitergeben. Auf diese Angebote sollte ein Unternehmensgründer unbedingt zurückgreifen.

<sup>10</sup> [www.karriere.at/presse/karriereat-presseinfo-immer-kuerzer-immer-schneller-jobs-auf-lebenszeit-sind-heute-schon-auslaufmodell](http://www.karriere.at/presse/karriereat-presseinfo-immer-kuerzer-immer-schneller-jobs-auf-lebenszeit-sind-heute-schon-auslaufmodell)



Der Businessplan stellt eine praktische Orientierungshilfe dar und ermöglicht es auch, Planabweichungen zu erkennen. Weiters schafft man sich damit eine aussagekräftige Unterlage zur Präsentation der Geschäftsidee bei potenziellen Kapitalgebern, Investoren oder Förderstellen.

## DER TAGESABLAUF

Viele Kreative arbeiten als Einzelunternehmer. Zumindest bis sie passende Partner gefunden haben. Die meisten starten ihr Unternehmen ganz romantisch am Küchentisch. Home Office, das klingt verlockend. Jeden Tag zu arbeiten beginnen, wann man möchte, und kein Chef, der mit Wünschen und Forderungen in den Ohren liegt. Die Gefahr liegt allerdings darin, sich in E-Mails, Social Media und Telefonaten zu verzetteln und die wichtigsten Dinge links liegen zu lassen. Hier ist Zeit- und Selbstmanagement gefragt. Erfahrene Kreative empfehlen, sich jeden Tag zehn Minuten für das Zeitmanagement zu nehmen – und zwar offline. Eine klassische „To Do“-Liste, möglichst präzise formuliert, hilft oft weiter: Wer wann kontaktiert wird, welche Schritte in größeren Projekten bis wann finalisiert werden müssen. Das hilft den Tagesablauf zu strukturieren und schafft mit geringerem Aufwand eine größere Produktivität.

Sehr beliebt ist auch das Pareto-Prinzip. Benannt nach dem Ökonomen Vilfredo Pareto. Demnach wird die Priorität im Tagesablauf auf die wichtigste Aufgabe gelegt. Oft jene, die man gerne auf-schiebt. Das Pareto-Prinzip heißt auch 80:20-Regel. Weil man die 20% der Arbeit definiert, die 80% des Ergebnisses bringen.

Gerade für Kreative ist es ungemein wichtig, sich Freiräume und Luft zu verschaffen, um ihre Kernaufgabe zu erfüllen. Denn Kreativität entsteht nicht unter Druck, sondern in den Minuten, in denen der Kopf frei ist.

## GEMEINSAM ARBEITEN – NETZWERKE UND PLATTFORMEN

Den Wert von funktionierenden Netzwerken kann man nicht in Zahlen oder Umsätzen festmachen. In den Netzwerken kommt man zu Aufträgen, tauscht sich mit Gleichgesinnten aus oder diskutiert das Geschehen in einer Branche. Auch lassen sich Anregungen für eigene Projekte einholen.

Die meisten Aufträge für Kreative werden in größeren Teams umgesetzt. Das heißt, dass Fachkräfte aus verschiedenen Bereichen zusammen ein Projekt bearbeiten. Dafür braucht es eine hervorragende Konzeption und einen harmonisierten Workflow. Basis ist ein systematisch eingesetztes Projektmanagement. Die wichtigsten Fragen, die vor Beginn des Projekts geklärt werden müssen, sind:

- Wie ist die Ausgangssituation? Was wird zur Umsetzung benötigt?
- Warum machen wir dieses Projekt? Was sind die übergeordneten strategischen Ziele?
- Was soll konkret erreicht werden?
- Wer ist direkt involviert?
- Wie erreichen wir das Ziel am schnellsten? Strukturplan erstellen.
- Bis wann schaffen wir das? Projektzeitplan, Meilensteine festlegen.
- Wie viel Zeit und Geld werden wir einsetzen müssen? Kalkulation des Aufwands.

Das ist der Masterplan. In der Praxis heißt das, dass jeder weiß, welches Etappenziel wann erledigt sein sollte und wer für welchen Teilbereich verantwortlich ist. So entstehen während der Umsetzung des Projekts keine Streitigkeiten und Ungenauigkeiten.

## GEWERBE ANMELDEN

In Österreich kommt man als Kreativer nicht an der Gewerbeordnung vorbei. Sie regelt die Rechte und Pflichten der Selbständigen. Die Gewerbeberechtigung ist die Grundvoraussetzung für die Gründung. Allerdings gibt es viele Ausnahmen, die durch andere Gesetze geregelt werden. Architekten, Autoren und Journalisten gehören beispielsweise zu den neuen Selbständigen. Sie brauchen keinen Gewerbeschein. Diese freien Gewerbe können ohne Befähigungsnachweis ausgeübt werden. Das bedeutet, dass keine klassische Meisterprüfung wie bei Handwerksberufen nötig ist, um in die Selbständigkeit überzugehen. Aber im Alltag der Kreativen sind die Grenzen oft fließend und da wird es gefährlich. Wenn zum Beispiel eine Grafikerin auch Fotos für die Produktion eines Modekatalogs macht, begeht sie einen Wettbewerbsverstoß, der von Mitbewerbern angezeigt werden kann. Der Gründerservice der Wirtschaftskammer gibt detailliert Auskunft über die richtige Wahl des Gewerbes.<sup>11</sup>

## GESELLSCHAFTSFORMEN FÜR KREATIVE

Das Ein-Personen-Unternehmen (EPU) ist in der Kreativwirtschaft die häufigste Unternehmensform, gerade in der Startphase. Da die Kooperation und das Zusammenspiel mit anderen EPUs sehr wichtig ist, können sich im Laufe der Zeit einige spannende Möglichkeiten bei der Wahl der Rechtsform ergeben. Bei jeder Zusammenarbeit mit anderen juristischen Gesellschaften sollte festgehalten werden, wer, wann, was zu liefern hat. Bei der Wahl der Rechtsform stehen Haftungsfragen und die steuerliche Beurteilung im Vordergrund. Ob bei langfristiger Zusammenarbeit eine GmbH oder eine KG als Rechtsform gewählt wird, sollten die Kreativen mit ihrem Steuerberater gemeinsam entscheiden.

## MITARBEITER

Einen Anreiz, um Arbeitsplätze zu schaffen, bieten Gehaltszuschüsse im Rahmen der Förderung für den ersten Mitarbeiter. Ein-Personen-Unternehmer, die zum ersten Mal jemanden in einem echten Dienstverhältnis einstellen, werden mit 25 Prozent des Bruttogehalts ein Jahr lang gefördert.

## STEUERN

Allein der Gedanke an Zahlenkolonnen, Prozentsätze, Vorauszahlungen etc. treibt vielen Kreativen den Schweiß auf die Stirn. Wer so empfindet, sollte sich lieber gleich nach einem Steuerberater umschauen. Das spart Zeit und Energie für andere wichtige Dinge. Dennoch sollte jeder Kreative darüber Bescheid wissen, wann er wie viel Steuern und Sozialversicherungsabgaben zu leisten hat. Daher ist es wichtig, regelmäßig die Einnahmen und Ausgaben des Unternehmens zu erfassen, um den Gewinn bereits vor Jahresende abschätzen zu können. Das ist sinnvoll, um die eine oder andere geplante Investition eventuell vorzuziehen und so die Steuerlast etwas zu senken. Genauso elementar ist es, für Sozialversicherungsnachzahlungen bei Zeiten Rücklagen zu bilden.

**Die Steuerbelastung für EPU  
berechnet sich ab 2016 wie folgt:**

Einkommen	
Stufe bis Euro	Steuersatz
11.000	0%
18.000	25%
31.000	35%
60.000	42%
90.000	48%
1.000.000	50%
darüber	55%

<sup>11</sup> [www.gruenderservice.at](http://www.gruenderservice.at)

## **MEHRFACHEINKÜNFTE**

In der Kreativwirtschaft ist es nicht unüblich, dass Einkünfte aus unselbständiger und selbständiger Arbeit erzielt werden. Kreative also bei Unternehmen angestellt sind und gleichzeitig selbst als Unternehmer auftreten. Dabei sollte man beachten, dass mit diesen Mehrfacheinkünften auch mehr Steuern zu bezahlen sind. Die selbständigen Einkünfte werden dem Angestellteneinkommen hinzu gerechnet. Damit wird man steuerlich nicht als Selbständiger, sondern als „Zusatz-Selbständiger“ behandelt. Das bedeutet in der Praxis, dass man nicht mit dem niedrigsten Steuersatz einsteigt, sondern das Einkommen, das man als Angestellter verdient, ist die Basis für weitere Steuerbemessungen. Zahlt man als Angestellter 35% Steuern, kann man durch die zusätzlichen Einkünfte schnell in die höhere Steuerklasse rutschen.

## 4. Förderungen für kreative Unternehmen

Zur Umsetzung guter Ideen braucht es in den meisten Fällen Kapital. Zur Stärkung des Kreativstandorts existieren in Österreich mehrere Förderprogramme, die speziell auf Unternehmen der Kreativwirtschaft zugeschnitten sind. Abhängig von der Struktur des Unternehmens (vom Einzelunternehmer bis zu KMU – Kleine und mittlere Unternehmen etc.) stehen Fördertöpfe zur Verfügung.

Eine gute Übersicht über die Wirtschaftsförderungen in Österreich bieten etwa die Förderdatenbank der Wirtschaftskammer Österreich, die aws - austria wirtschaftsservice GmbH oder der Förderassistent der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft.

### **Förderdatenbank der Wirtschaftskammer Österreich:**

<http://wko.at/foerderungen> sowie

<http://www.creativwirtschaft.at/infoservices/foerderungen>

### **Förderdatenbank der aws - austria wirtschaftsservice:**

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

### **Förderassistent der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft:**

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

Personen und Unternehmen in der Kreativwirtschaft sind meist grenzüberschreitend in den Bereichen Wirtschaft, Technologie, Kunst und Kultur tätig. Daher sind für die Kreativwirtschaft neben Wirtschaftsförderungen auch Kunst- und Kulturförderungen interessant. Diese sind größtenteils in der Sektion Kunst und Kultur im Bundeskanzleramt angesiedelt.

### **Überblick Kunst- und Kulturförderungen**

[www.kunstkultur.bka.gv.at/site/8047/default.aspx](http://www.kunstkultur.bka.gv.at/site/8047/default.aspx)

## **DIE BESTEN FÖRDERTÖPFE**

### **EVOLVE**

Die Angebotspalette des Programms Evolve umfasst die Bereiche finanzielle Förderung, Aus- und Weiterbildung, Service und Beratung sowie Networking. Operativ abgewickelt wird Evolve von austria wirtschaftsservice (aws) und der Kreativwirtschaft Austria (cwa). Ziel ist es, das hohe Innovationspotenzial des immer wichtiger werdenden Kreativsektors auszuschöpfen, um die Innovationsentwicklung Österreichs im europäischen Vergleich abzusichern und auszubauen. Evolve unterteilt sich wiederum in mehrere Unterprogramme mit verschiedenen Zielsetzungen, wie z.B.:

**aws impulse XS:** Die Förderung ist ein Zuschuss für Innovationsvorhaben in der Frühphase eines Projekts, das im Kontext der Kreativwirtschaft steht. Angesprochen sind Klein- und Mittelbetriebe aller Branchen (bestehend/in Gründung) und natürliche Personen.

**aws impulse XL:** Die Förderung ist ein Zuschuss für Innovationsvorhaben in der Entwicklungs- und Umsetzungsphase eines Projekts, das im Kontext der Kreativwirtschaft steht. Angesprochen sind Klein- und Mittelbetriebe aller Branchen (bestehend/in Gründung).

**aws impulse Trainings:** Mit maßgeschneiderten Aus- und Weiterbildungsangeboten (we-workshops for entrepreneurs, aws impulse lectures) bietet aws Kreativwirtschaft Gründerinnen, Gründern und jungen Unternehmen Know-how für die eigene Unternehmerlaufbahn.

**aws Kreativwirtschaftsscheck:** Die Förderung ist ein Zuschuss. Mit dem **Kreativwirtschaftsscheck** erhalten kleine und mittelgroße Unternehmen (KMU) bis zu 5.000 Euro, die sie für den Zukauf von Kreativleistungen für ihr eigenes Innovationsprojekt einlösen können.

**Filmstandort-Austria (FISA):** Filmstandort Austria (FISA) richtet sich an österreichische oder österreichisch-ausländisch koproduzierte Kinoproduktionen (Spielfilme und Dokumentarfilme) und ist eine Anteilsfinanzierung in Form eines nicht rückzahlbaren Zuschusses. Mit der Fördermaßnahme zielt das Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft darauf ab, die österreichische Filmwirtschaft zu unterstützen und jene Rahmenbedingungen zu schaffen, die es ermöglichen, Know-how und Wertschöpfung in Österreich zu verankern.

[www.evolve.or.at](http://www.evolve.or.at)

[www.awsg.at](http://www.awsg.at),

[www.impulse-awsg.at/foerderungen/aws\\_foerderinstrumente](http://www.impulse-awsg.at/foerderungen/aws_foerderinstrumente)

### **ÖSTERREICHISCHES FILMINSTITUT**

Das Österreichische Filminstitut fördert die Herstellung, Verbreitung und Vermarktung österreichischer Filmproduktionen und gibt zudem einen guten Überblick über andere Filmförderungen und Wettbewerbe.

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

### **FILMFONDS WIEN**

Der Filmfonds Wien unterstützt Filmproduktionen, die dem Filmstandort Wien zugutekommen.

[www.filmfonds-wien.at](http://www.filmfonds-wien.at)

### **ÖSTERREICHISCHER MUSIKFONDS**

Der Österreichische Musikfonds fördert Musikproduktionen auf Tonträgern oder sonstigen audiovisuellen Medien und mit dem Tour-Support-Programm die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Live-Auftritte.

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

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

### **DEPARTURE**

Departure ist ein Kreativwirtschafts-Förderprogramm der Wirtschaftsagentur Wien. Bei Departure-Förderungen handelt es sich in erster Linie um Innovationen in den Bereichen Entwicklung, Vermarktung und Verwertungsstrategien – jeweils für Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen. Der Fokus liegt auf einer künstlerisch-kreativen Ausrichtung mit wirtschaftlicher Nachhaltigkeit.

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

**GO-INTERNATIONAL**

Die Außenwirtschaft Österreich (AWO) fördert Veranstaltungen im Ausland, die von österreichischen Unternehmen aus dem Bereich der Kreativwirtschaft als Marketingbühne genutzt werden. Produkte können im Ausland einem breiteren Publikum präsentiert werden, was die Erschließung neuer Märkte ermöglicht. Die Förderinitiative go-international ist mit 31.3.2015 zu Ende gegangen. An der Fortsetzung eines ähnlichen Programms wird gearbeitet.

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

[www.go-international.at](http://www.go-international.at)

**KSVF**

Der Künstler-Sozialversicherungsfonds (KSVF) leistet Zuschüsse zur Sozialversicherung von Künstlerinnen und Künstlern. Seit Gründung des Fonds im Jahr 2001 wurden mehr als 50 Millionen Euro an Beitragszuschüssen geleistet.

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