

## **I N F O R M A T I O N**

zum Pressegespräch

mit

**Landeshauptmann Dr. Josef Pühringer**

**Stadträtin Susanne Wegscheider**

**Dr. Patrick Bartos, Geschäftsführer der Creative Region GmbH**

**MMag. Thomas Philipp, Liqua-Linzer Institut für qualitative  
Analysen**

am 30. November 2012

zum Thema

**"Aktuelle Studie zur Situation der Kreativwirtschaft  
in Linz und Oberösterreich"**

### Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:  
Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Presse  
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
Fax: (+43 732) 77 20-115 88  
landeskorrespondenz@ooe.gv.at  
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

## **Aktuelle Studie zur Situation der Kreativwirtschaft in Linz und Oberösterreich**

Im Oktober 2010 haben Land Oberösterreich und Stadt Linz gemeinsam eine Gesellschaft gegründet, mit dem Ziel, Kreativschaffende sowie Unternehmen der Kreativwirtschaft zu unterstützen, und die Region national wie international als Standort für Kreativindustrien zu positionieren.

Die Creative Region Linz&Upper Austria GmbH möchte Akteure der Kreativindustrien dabei unterstützen, ihr Potenzial in erfolgreiche Bahnen zu lenken und hat dafür fünf Geschäftsfelder definiert: Beratung, Entwicklung, Networking und Kooperationen, Nachfrageorientierte Aktivitäten und Awarenessbildung. Hinter diesen Begriffen steht ein fokussiertes Programm an Coachings, Workshops, Marketingprojekten, Netzwerkaktivitäten, und Kooperationen. Ansprechpartner der Creative Region sind in erster Linie die Kreativen selbst, und zwar Unternehmerinnen und Unternehmer in Branchen wie Design, Multimedia, Architektur, Werbewirtschaft, Grafik, Musikwirtschaft, Verlagswesen und Gamesindustrie. Ausbildungs- und Forschungsinstitutionen wurden als Kooperationspartner gewonnen. Die Creative Region Linz&Upper Austria GmbH hat ihren Sitz in der Tabakfabrik Linz.

### Bereichs- und Potentialanalyse

Gemeinsam mit dem EU-Projekt Crea.Re, das für die bessere Verankerung der Kreativwirtschaft in den EU-Programmen arbeitet, hat die Creative Region eine "Bereichs- und Potenzialanalyse" zur Situation der Kreativwirtschaft in Linz und Oberösterreich in Auftrag gegeben. Die Studie wurde 2012 von der KMU-Forschung Austria und dem Linzer Institut für qualitative Analysen durchgeführt. Ziel war es, die Arbeit der Creative Region noch besser auf die Anliegen der Akteure in der Kreativwirtschaft abzustimmen.

## Struktur der oberösterreichischen Kreativunternehmen 2010:

		Anteil an der Gesamtwirtschaft in %
Unternehmen	3.848	7,4
Beschäftigte	15.162	2,8
Unselbstständig Beschäftigte	11.516	2,4
Umsatzerlöse in Mio. €	1.683	1,6

Quelle: KMU Forschung Austria / Statistik Austria

## Fakten zum kreativwirtschaftlichen Bereich in Linz und Oberösterreich:

- **Struktur:** Die Kreativwirtschaft in Oberösterreich ist sehr klein strukturiert: 57% der Unternehmen sind Ein-Personen-Unternehmen, nur rund sieben Prozent haben mehr als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- **Umsatz:** Rund die Hälfte der Unternehmen macht einen Jahresumsatz von netto weniger als 50.000 Euro (17% weniger als 10.000 Euro, 31% zwischen 10.000 Euro und 50.000 Euro). 22% erwirtschaften einen Umsatz zwischen 100.000 Euro und 250.000 Euro, 13% zwischen 250.000 Euro und 500.000 Euro. Nur wenige Unternehmen (acht Prozent) erwirtschaften mehr als 500.000 Euro.

Die Umsätze differieren je nach Branche: Branchen, in denen Unternehmen relativ hohe Umsätze erzielen sind die Werbebranche, Architektur sowie Software&Games. Demgegenüber stehen die Branchen Musik, Buch und künstlerische Tätigkeit – bei keinem der befragten Unternehmen machte der Jahresumsatz mehr als 100.000 Euro aus (bei

82% der Unternehmen aus diesen Branchen macht der Jahresumsatz weniger als 50.000 Euro aus).

Insgesamt geben mehr als zwei Drittel (68%) aller befragten Kreativunternehmen an, derzeit Gewinne zu erwirtschaften.

- **regionale Verankerung:** für rd. 80% der befragten Unternehmen ist der regionale Markt der wichtigste Absatzmarkt. Der übrige nationale Markt spielt für zumindest 31% eine gewisse Rolle, während der EU-Markt (10%) sowie der darüber hinaus reichende internationale Markt außerhalb der EU (7%) eine deutlich geringere Bedeutung haben.

Dieses Bild bestätigt sich auch, wenn man die Kundenstandorte der oö. Kreativunternehmen analysiert: 18% der Kunden haben ihren Standort im selben Bezirk, wie das Kreativunternehmen. 69% der befragten Unternehmen gaben an, dass ihre wichtigsten Kunden im selben Bundesland lokalisiert sind. Dann folgen Wien und Salzburg als wichtige Kundenstandorte. Andere Bundesländer sind deutlich weniger von Relevanz.

Innerhalb Oberösterreichs hat der Zentralraum als Standort für kreativwirtschaftliche Unternehmen und ihre Kunden besondere Bedeutung: rund zwei Drittel der oö. Kreativunternehmen erbringen ihre Wertschöpfungsleistungen in der Region Linz-Wels, daneben sind noch das Traunviertel und das Innviertel bedeutend.

- **Zukunft:** rd. 43% der befragten oberösterreichischen Kreativunternehmen rechnen mit einer Steigerung ihres Gesamtumsatzes in den kommenden zwölf Monaten, während 38% keine Veränderung erwarten.

- **"Alleinstellungsmerkmale" der oö. Kreativwirtschaft:**

- besondere Ausprägung in einzelnen industrie- und wirtschaftsnahen kreativwirtschaftlichen Teilbranchen (z.B. Gewerbe- und Industriearchitektur, Industrial Design, Industrie- und Wirtschaftsfilme)
- Dichte und Qualität an Ausbildungsstätten im kreativwirtschaftlichen Kontext
- Mediendesign bzw. digitale Medien (Ars Electronica, Kunstuniversität Linz, Fachhochschule Hagenberg, etc.)
- Buchwirtschaft: zwei der größten Bildungsverlage Österreichs sind in Linz beheimatet
- Musikwirtschaft: sehr gute kulturelle Basis durch Landesmusikschulen, Bruckneruniversität und freie Initiativen, vor allem im Bereich Hip-Hop und elektronische Musik
- Filmwirtschaft: vielfältige Verschränkungen und interdisziplinäres Crossover, z.B. im Musikvideobereich
- Software&Games: Marktführer in einzelnen Bereichen und sehr enge Verbindung zwischen Ausbildungsstätten und Unternehmen
- Werbung: große Anzahl an eigentümer- und familiengeführten Werbeagenturen

### **Arbeitsprogramm Creative Region 2013:**

Aus der aktuellen Bereichs- und Potenzialanalyse lassen sich auch konkrete Handlungsempfehlungen für die künftige Arbeit der Creative Region ableiten.

Diese gehen vor allem in folgende Richtung:

- räumliche Konzentration
- Entrepreneurship
- Interaktion
- Internationalität
- Aus- und Weiterbildung

In diesem Sinne wird die Creative Region 2013 ihr Angebot im Bereich Beratung, Coaching und Entwicklungsarbeit fortsetzen. Darüber hinaus wird am Aufbau eines "co-working spaces" gearbeitet, sowie mittels "Botschafterprogrammen" und der Unterstützung der Beteiligung oö. Kreativunternehmen an internationalen Messen die Internationalisierung vorangetrieben. Das detaillierte Arbeitsprogramm wird demnächst vom Aufsichtsrat der Creative Region beschlossen.

Was die Positionierung von Linz und Oberösterreich als Kreativwirtschaftsregion betrifft, so wird der Bereich Kreativwirtschaft auch innerhalb der strategischen Programme für den Industrie- und Wirtschaftsstandort Oberösterreich ("Innovatives Oberösterreich 2010plus") weiter ausgebaut werden.