

Die Interessen der Kreativen. Arbeiten in der Wiener Kreativwirtschaft

4.10.07, Präsentation der Studie "Nachhaltige Arbeit in Wiener Creative Industries"

Hubert Eichmann, FORBA
Helene Schiffbänker, JOHANNES KEPLER UNIVERSITÄT LINZ RESEARCH



Präsentationsablauf

1. Konzept der Studie
2. Hauptergebnisse der quantitativen Befragung
3. Idealtypen aus der qualitativen Befragung
4. Ergebnisse zu Interessenvertretung
5. Schlussfolgerungen

TEIL 1: STUDIENKONZEPT

Kreativbranchen außerhalb der engeren Kunstfelder in Wien

	Anzahl der Beschäftigten (2002)
Multimedia, Software, Spiele, Internet	23.726
Audiovisueller Bereich	22.089
Grafik, Mode, Design, Fotografie	21.251
Architektur	10.123
Werbung	6.963
Musik	8.894
Verlagswesen	14.586
Museen, Bibliotheken und kulturelles Erbe	5.053
Darstellende Kunst, Unterhaltungskunst	4.831
Bildende Kunst	2.497
GESAMT	120.013

70%
 85.000
 von
 120.000

Nachhaltige Arbeit als...

- dauerhafte Erwerbsausübung, Arbeits- und Lebensqualität
- (schwierige) Ausbalancierung von externen Anforderungen, internen Ansprüchen und vorhandenen Ressourcen
- quantitative und qualitative Befragungen (2005) entlang von Ressourcen
 - Einkommen, Beschäftigungs- und soziale Sicherheit
 - soziale Unterstützung, Netzwerke
 - Zeitressourcen, Vereinbarkeit Arbeit-/Lebenszeit
 - Wissen und Weiterbildung
 - Gesundheit und Arbeitsbelastungen
 - (dis-)kontinuierliche Erwerbsperspektiven, Mehrfachjobs

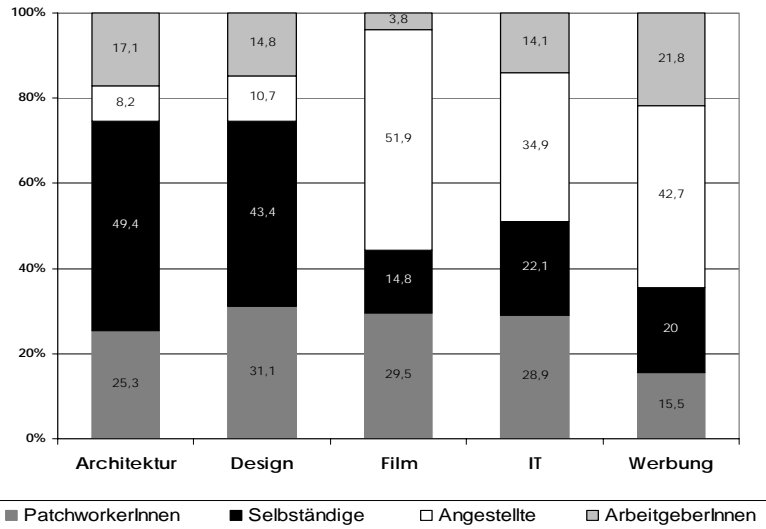
5

TEIL 2: ERGEBNISSE AUS DER QUANTITATIVEN BEFRAGUNG (n=910)

- Allgemeine Beschreibung zur Arbeits- und Lebenssituation der Kreativen in Wien
- Arbeitsqualität von Subgruppen im Vergleich

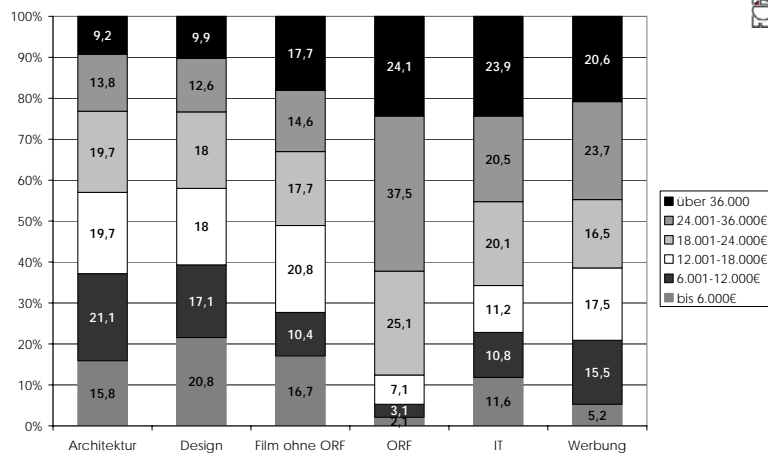
6

Beschäftigungsverhältnisse



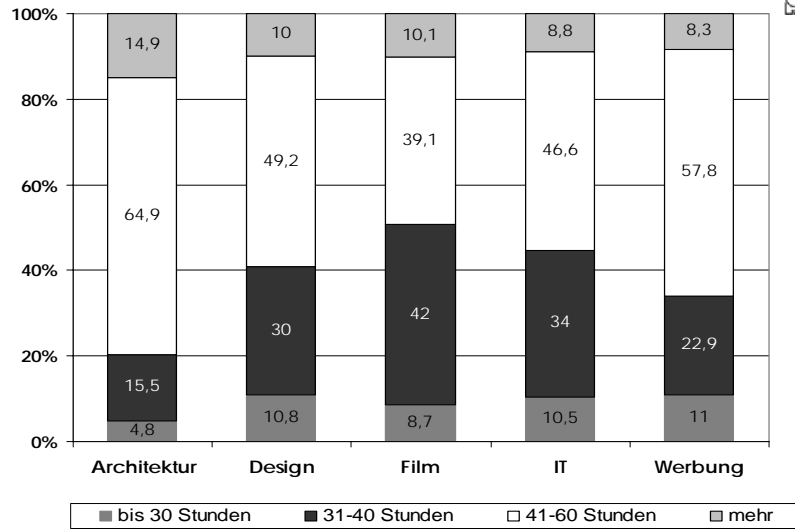
7

Netto-Jahreseinkommen



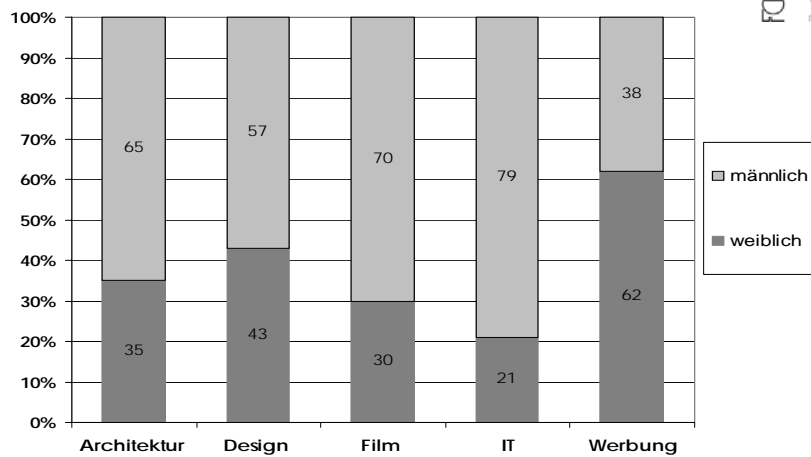
8

Arbeitszeiten



9

Geschlecht und Kinder



29% der Frauen und 47% der Männer haben betreuungspflichtige Kinder.

10

Arbeitsmotivation

	Alle	Arbeit- nehmer	Arbeit- geber	EPU	Patch- worker
Inhaltliches Interesse	1,5	1,6	1,4	1,4	1,4
Abwechslungsreiche Arbeit	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5
Flexible Zeiteinteilung	2,2	2,3	2,3	2,0	2,1
Erzielbares Einkommen	2,3	2,0	2,6	2,4	2,4
Karrierechancen	2,8	2,5	3,1	3,0	2,8

1 (sehr wichtig) – 2 (wichtig) – 3 (neutral) – 4 (eher unwichtig) – 5 (unwichtig)

11

Subjektive Befindlichkeiten

Arbeitszufriedenheit

- unzufrieden mit der Einkommenssicherheit: 46%
- unzufrieden mit dem Verhältnis Arbeitszeit-Freizeit: 38%

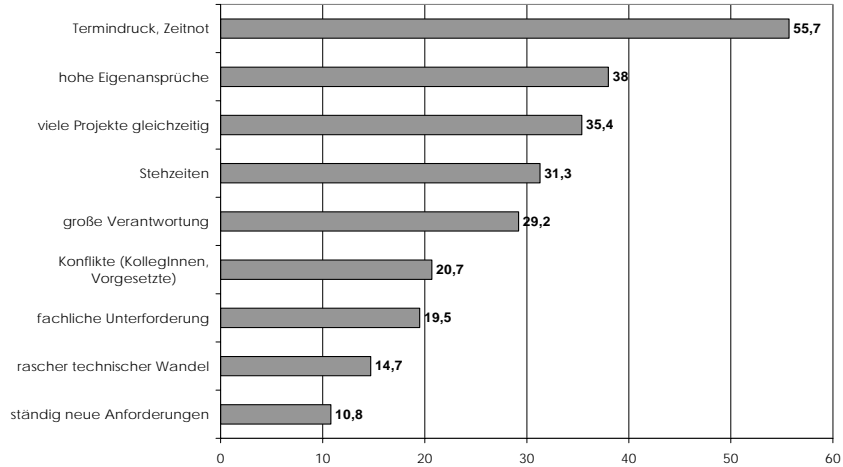
Belastungen und ihre Folgen

- Für 60% ist die Sicherstellung von Aufträgen belastend
- 56% leiden unter Termindruck und Zeitnot
- 36% fürchten Burn-Out oder Kreativitätsverlust.

12

Belastungen Gegenwart

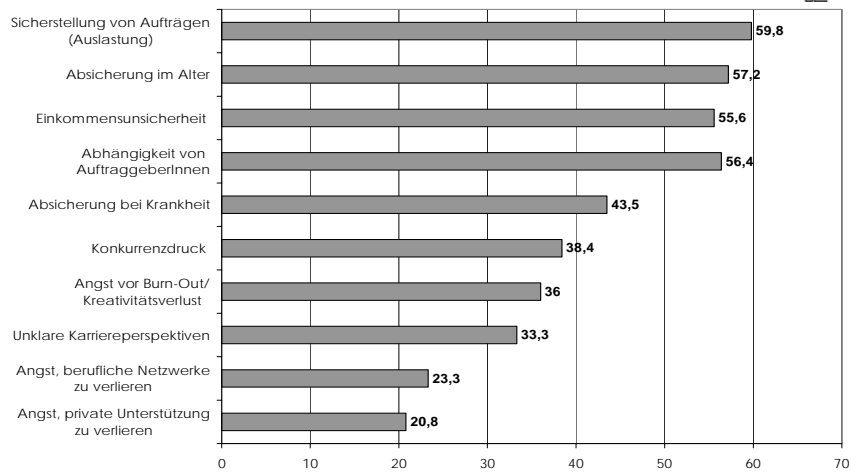
FORBA
 JOHANNES KEPLER
 UNIVERSITÄT LINZ
 RESEARCH



13

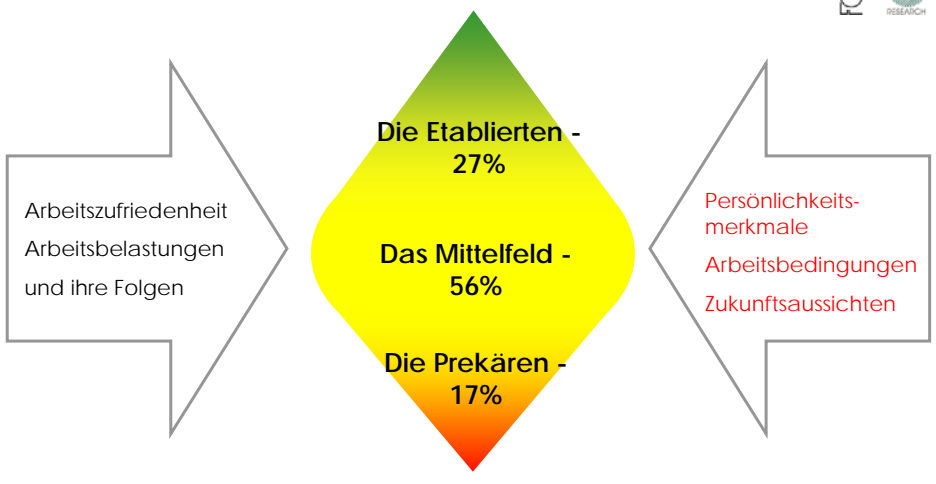
Belastungen Zukunft

FORBA
 JOHANNES KEPLER
 UNIVERSITÄT LINZ
 RESEARCH

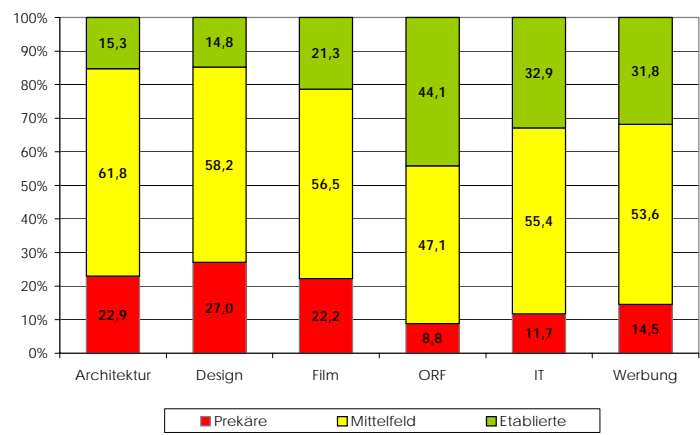


14

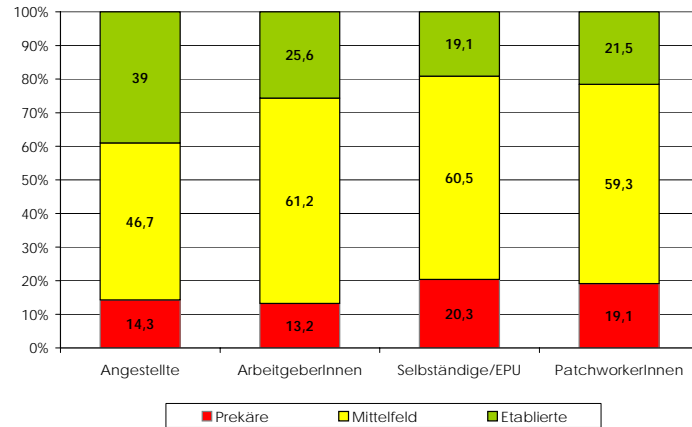
Die Arbeitsqualitäts-Zwiebel in der CI



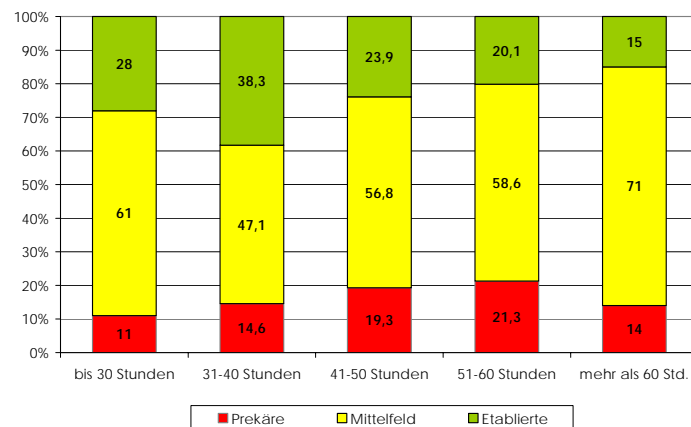
Arbeitsqualität nach Branchen



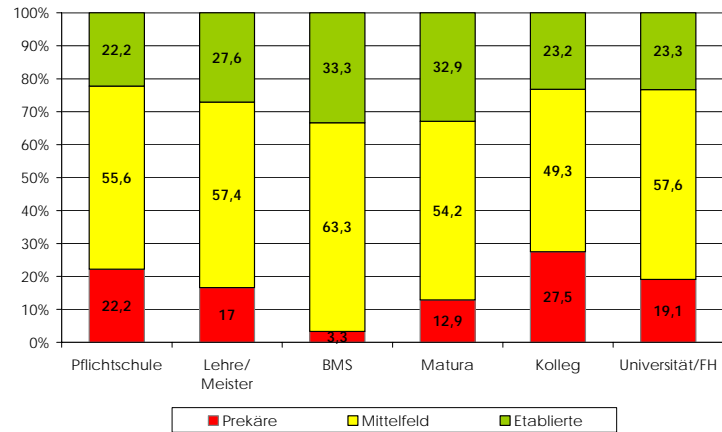
Arbeitsqualität nach Beschäftigungsform



Arbeitsqualität nach Arbeitszeit



Arbeitsqualität nach Bildungsabschluss

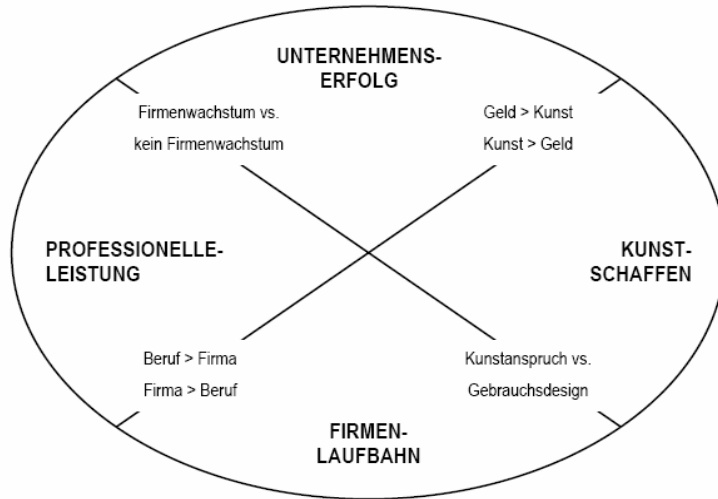


19

TEIL 3: IDEALTYPEN AUS DER QUALITATIVEN BEFRAGUNG (n=55)

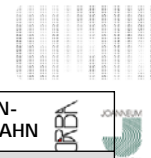
20

Wie „ticken“ sie? Berufliche Selbstkonzepte in der Wiener Kreativwirtschaft



21

Merkmale der einzelnen Typen



	UNTERNEHMENS-ERFOLG	PROFESSIONELLE LEISTUNG	KUNST-SCHAFFEN	FIRMEN-LAUFBAHN
zentrale Berufsziele	Erfolg, dann Autonomie	Balance zw. Autonomie, Erfolg, Sicherheit	Autonomie und Anerkennung, Zugehörigkeit	(Job)-Sicherheit und Karriere
Identifikationsfokus	eigenes Unternehmen	Professions-Status, Professionalität	offener Prozess, künstlerische Szenen	modernisiertes „Normalarbeitsverhältnis“
Stellenwert Arbeit und Leben	Erwerbsarbeit klar im Zentrum, Privatleben als Restlebenszeit	Erwerbsarbeit vor Privatleben, abhängig von Stellung im Lebenszyklus	Erwerbsarbeit als Bestandteil eines Lebensentwurfs à la Bohème	Erwerbsarbeit und Privatleben gleichrangig, Trennung der Sphären
Beschäftigungsformen	AG, EPU, Führungskräfte	EPU, AN	EPU, selten AN o. AG	AN, auch Freelancer
Branchen / Berufe	alle Branchen, in künstlerischen Feldern seltener	technische Berufe: IT, Architektur, Tontechnik etc.	künstlerische Berufe: Design, Film, Architektur („Baukultur“)	IT, Werbung und ORF, kaufmännische Berufe
weitere Charakteristika	überwiegend Männer	langjährige Berufserfahrung	Trennung von Brotberuf und künstl. Tätigkeit	jüngere Personen (Ausnahme: ORF)

22

Typus „Unternehmens-Erfolg“

„Wenn man als Unternehmer Erfolg haben will, muss man sich abschminken, dass man selber den Stift in der Hand hat. Das geht nicht ... dann hat man nicht genügend Zeit, neue Aufträge zu bekommen.“

Eigentümer eines Grafikdesign-Studios

„Und es wird bei mir sehr viel Augenmerk gelegt auf Teamarbeit, das ist jetzt nicht nur: „wir haben Spaß miteinander und machen gern Projekte zusammen“.

Multimedia-Unternehmer



23

Typus „Professionelle Leistung“

„Daher meine Intention: Design als wissenschaftliche Disziplin zu sehen. Man sieht Designer als Handlanger oder als Zulieferer für ein Projekt, wo sie vor Kreativität sprudeln müssen. Aber man sieht sie nicht als Analysator von Anfang an. Schon bevor die Usability überhaupt erhoben wird, sollte der Designer am Tisch sitzen.“

Produktdesignerin, beschäftigt über einen freien Dienstvertrag

„Was man mir nachsagen kann, ist, wenn was zu tun ist, mache ich es sicher fertig. Also egal, ob ich da jetzt nächtelang sitze oder nicht. [...] Ich brauch von niemandem hören, das ist super, sondern ich weiß, dass 10.000e Leute in einer Woche downloaden, daher kann es nicht so schlecht sein.“

Spiele-Programmierer, als Freelancer durchgehend für eine Mobilfunkfirma tätig



24

Typus „Kunst-Schaffen“

„Die Erwerbsarbeit ist wichtig, ich lebe davon. Ich muss auch davon leben, also es gibt keinen Millionärsfreund im Hintergrund, der mich erhalten würde. Also meine Maxime ist immer die Kreativität, und auch die kreative Arbeit als Autorin gebe ich nicht auf. [...] In meiner Wunschvorstellung steigt der Autoren-Anteil ins Unermessliche, bis die Brotarbeit irgendwo überflüssig wird.“

Inhaberin einer kleinen Werbeagentur

„Ich hab das jetzt ein paar Mal gehabt in letzter Zeit, dass ich für Sachen Geld bekommen habe, die mir aber nicht gefallen haben, aber dafür dem Auftraggeber. [...] Ich mag diese Situation einfach nicht, aber ich mag natürlich das Geld bekommen.“

selbstständiger Grafiker

Typus „Firmen-Laufbahn“

„Es ist ein längerfristiges Commitment. Und nachdem mir die Arbeit nach wie vor Spaß macht und ich auch nach wie vor eine Perspektive sehe ... habe ich jetzt in absehbarer Zeit keinen Wechsel vor. Es ist aber sicher keine Branche, wo man sein ganzes Leben nur in einer Firma verbringt.“

angestellter Medientechniker

„Ich glaube, dass das der einzige Job ist, wo ich das auch gut kommerziell umsetzen kann, sagen wir einmal, blöd irgendwie. Und es ist einfach lässig, wenn ich manchmal Sachen habe, wo ich mich wirklich kreativ entfalten kann, das einfach niederschreiben kann, mich da drinnen selbst verwirklichen kann.“

angestellte Werbetexterin



TEIL 4: ERGEBNISSE ZU INTERESSENVERTRETUNG

27



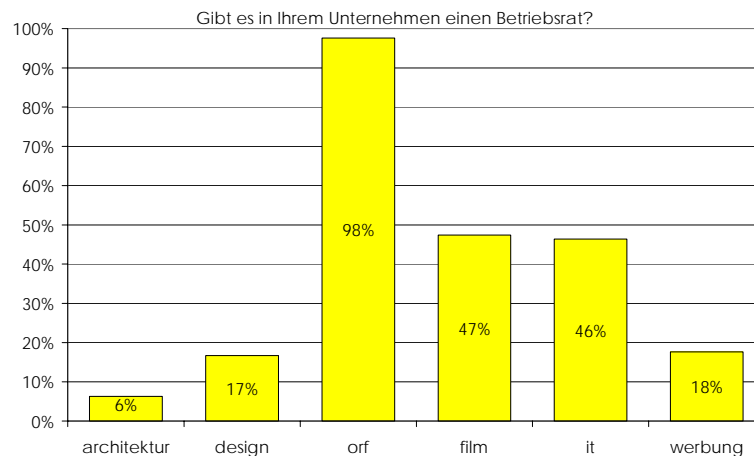
Relevanz von Interessensvertretungen

- **Mitgliedschaft** in Kammer, Gewerkschaft, Verband: 58% aller Befragten
 - Architektur: 64%
 - Design & Film: 60%
 - Software: 52%
 - Werbung: 47%
- **Zufriedenheit** mit IV: Unterschiede nach
 - Größe der IV: je kleiner, desto zufriedener (aber durchsetzungsschwächer)
 - Branchen
 - Alter der Kreativen: je jünger, desto zufriedener (aber seltener Mitglied!)
- **Wunsch nach mehr Unterstützung durch IVs:** 46% aller Befragten
 - von 42% bei Software bis zu 68% bei Architektur
 - am niedrigsten bei Angestellten, am höchsten bei „Patchworkern“

28

Betriebsräte

- Betriebsrat vorhanden bei 52% der unselbstständig Beschäftigten (bei 16% aller Befragten)
- zufrieden mit Betriebsrat (wenn vorhanden): 54% ja, 32% nein



29

Konkrete Verbesserungswünsche an Interessensvertretungen

Finanzielles	26,3 %
Qualität & Anerkennung	24,0 %
Auftragslage	22,8 %
Arbeitszeit & Freizeit	14,8 %
gesetzliche & steuerliche Änderungen	14,0 %
soziale Absicherung	12,3 %
Förderungen	12,1 %
Weiterbildung	11,5 %
Vernetzung	10,9 %
Fairness (-> Wettbewerbe)	5,8 %

30

Ansatzpunkte für IVs

1. Zielgruppe „Alleinselbstständige“ (EPU, FDN, WV): Anlaufstelle/Service-Center

- spezielle Ansprache (abholen!) & indiv. Betreuung (Arbeitsorgan.)
- Alleinselbständigen-Förderungen („Humuswirtschaft“)
- Bewusstsein schärfen für Altersabsicherung
- Implementierung von gesetzlichen Neuerungen bei Abfertigung, Arbeitslosigkeit begleiten (z.B. Servicestelle einrichten)

2. Professionalisierung: Preisgestaltung, Berufsbild/-zugang

- Sub-Zielgruppen beachten: Berufs-EinsteigerInnen
- Weiterbildungsangebote ausdifferenzieren (leistbar!- vs informell)

3. Vereinbarkeit: Best-practice-Modelle angesichts hohem Arbeitsdrucks bzw. großer Planungsunsicherheit

- Werbung: wenn Kinderwunsch, dann Selbstständigkeit!!
- Wiedereinstiegs-“Förderungen“ entwickeln: z.B. wie kann Verbleib in wichtigen Netzwerken sichergestellt werden?

31

TEIL 5: ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

32

Fazit: ambivalente Befunde anstatt einseitiger Prekarisierungsdiagnosen

1. Heterogenität → Sub-Branchen, Wertschöpfungsketten, Berufe, Beschäftigungsformen, Betriebstypen...
2. hoch-kompetitive Arbeitsumwelten → Überangebot an kreativen Arbeitskräften
3. Dominanz selbstständiger Arbeit mit fließenden Übergängen → „selbstorganisierte“ Projektarbeit ist typisch
4. lange Arbeitszeiten, intensive Belastung und unsichere Berufsbiografien → mit 40 zu alt vs. 45 jähriger Jungarchitekt
5. berufsorientierte Lebensführung, hohe Berufsidentifikation
6. Bilanzierung von Vor- und Nachteilen fällt positiv aus → „Cocktails“ zw. Selbstverwirklichung und (Selbst-)Ausbeutung

Bedürfnisse nach Interessenvertretung in der Kreativwirtschaft

- 1. Professionalisierungsbedürfnisse**
 - Aus- u. Weiterbildung (auch Berufszugang), Wettbewerbspolitik, Förderpolitik der öffentlichen Hand
- 2. Sicherheitsbedürfnisse**
 - Vertrags- u. Honorargestaltung, soziale Absicherung; insbes. Arbeitslosenversicherung bei Selbstständigen
- 3. Vereinbarkeitsbedürfnisse**
 - bessere Verteilung der Lebensarbeitszeit, damit „kreative“ Auszeiten und/oder Kinder möglich sind
- 4. Gesundheitsbedürfnisse**
 - ab wann wird Selbstverwirklichung zum Burnout-Risiko? Ausrastern zw. Stand- und Spielbeinen
- 5. Gemeinschaftsbedürfnisse**
 - Netzwerke und Communities für Individualisten: nicht nur aus ökonomischen, sondern auch aus Gründen der soz. Integration

Abschließendes, insbes. für Arbeitnehmervertretungen

Implizite Positionen zu „Normalarbeitsverhältnis“ überdenken

- weil Grenzen zwischen Beschäftigungsformen bzw. zwischen Arbeitszeit / Lebenszeit verschwimmen
- weil Erwerbsarbeit kein „notwendiges Übel“ ist, sondern zentrale Selbstwertquelle
- weil materielle und immaterielle Ziele gleichrangig sind
- weil „Betriebspolitik“ zu kurz greift (z.B. gesetzliche Regelungen für Lebensarbeitszeitmodelle)

Traditionelle Zuständigkeiten überwinden, Austausch forcieren

- nicht nur FDV und WV sind „Stiefkinder“, sondern EPU's generell
- um unselbstständige Arbeit zu schützen, muss selbstständige Arbeit teurer werden (durch soziale Absicherung)

Anerkennung der Heterogenität anstatt Abwertung als „Atypische“

- Paternalismus verboten



35

Weiterführende Informationen

www.forba.at/kreativbranchen-wien

- Bericht 1: Branchenanalysen CI Wien
- Bericht 2: Expertise CI Hamburg
- Bericht 3: Quantitative Hauptergebnisse
- Bericht 4: Qualitative Hauptergebnisse
- Bericht 5: Gründungsprozesse
- Bericht 6: Geschlechterverhältnisse
- Bericht 7: Endbericht



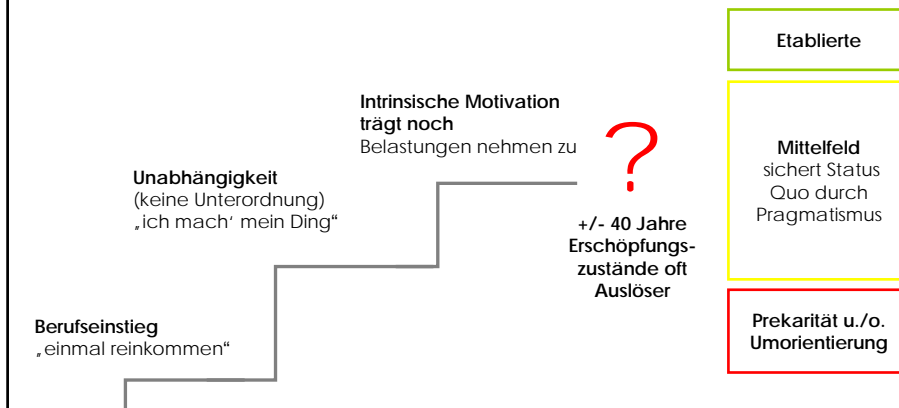
36

Anteil der „gestalterischen, kreativen Tätigkeit“ an gesamter Tätigkeit

Angaben in %	Alle	Arbeitnehmer	Arbeitgeber	EPU	Patchworker
Keine kreative Tätigkeit	7	14	6	4	5
1% bis 20% kreative Tätigkeit	50	50	68	44	45
21% bis 50% kreative Tätigkeit	34	30	22	39	41
51% bis 100% kreative Tätigkeit	9	6	4	13	9
	100%	100%	100%	100%	100%

37

Typische CI-Laufbahn, oft diskontinuierlich



38