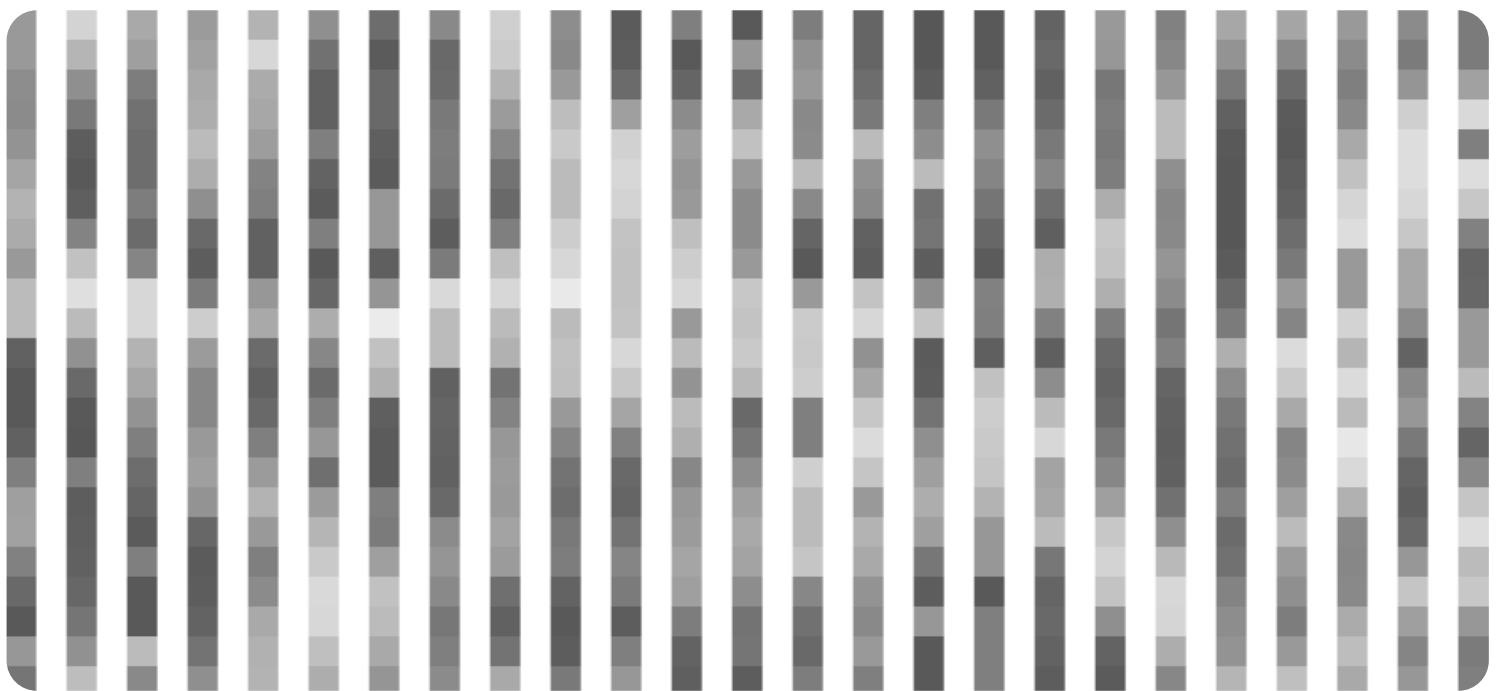


KREATIV GRÜNDEN?

UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN IN DEN WIENER CREATIVE INDUSTRIES



BERICHT 1 2 3 4 **5** 6 7

Helmut Gassler
Sybille Reidl

KREATIV GRÜNDEN?

UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN IN DEN WIENER CREATIVE INDUSTRIES

BERICHT 1 2 3 4 **5** 6 7

Mag. Helmut Gassler, JR

Mag.^a Sybille Reidl, JR

Juni 2006

Alle Einzelberichte des Forschungsprojektes

NACHHALTIGE ARBEIT UND BESCHÄFTIGUNG IN WIENER CREATIVE INDUSTRIES

werden als pdf-Dokumente unter www.forba.at/kreativbranchen-wien zum Downloaden angeboten.

WISSENSCHAFTLICHES PROJEKTTEAM

FORBA – Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt (Projektleitung)
Joanneum Research Forschungsgesellschaft GmbH, InTeReg Wien

IMPRESSUM

FORBA – Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt
A – 1020 Wien, Aspernbrückengasse 4/5
Email office@forba.at, www.forba.at

Covergestaltung © VWGRAFIK Mag. Valentin Walter

FÖRDERGEBER

Dieses Forschungsvorhaben wird vom Wiener Wissenschafts-,
Forschungs- und Technologiefonds (WWTF) im Rahmen des
“Science For Creative Industries Call 2003” gefördert.



Wiener Wissenschafts-, Forschungs- und Technologiefonds

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|------|--|----|
| 1 | EINLEITUNG | 1 |
| 2 | AUSGANGSLAGE | 2 |
| 2.1. | Datengrundlagen des Berichts | 4 |
| 3 | ZUM ALLGEMEINEN GRÜNDUNGSGESCHEHEN IN ÖSTERREICH | 8 |
| 4 | GRÜNDUNGEN IN DER WIENER KREATIVWIRTSCHAFT | 15 |
| 4.1. | Vergleich mit Hamburg – Struktur und Entwicklung | 17 |
| 5 | UNTERNEHMERINNEN UND GRÜNDERINNEN IN DEN WIENER CREATIVE INDUSTRIES | 23 |
| 5.1. | Motivationen und Schwierigkeiten | 27 |
| 5.2. | Standort Wien | 32 |
| 5.3. | Arbeitssituation von GründerInnen und UnternehmerInnen | 34 |
| 6 | ZUSAMMENFASSUNG | 40 |
| 7 | LITERATUR | 42 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1: | Zeitliche Entwicklung aller Gründungen (Indexreihe, 1990=100)..... | 9 |
| Abbildung 2: | Zeitliche Entwicklung der Gründungen im Verarbeitenden Gewerbe (Indexreihe, 1990=100) | 10 |
| Abbildung 3: | Zeitliche Entwicklung der Gründungen im Bereich Distribution (Indexreihe, 1990=100)..... | 11 |
| Abbildung 4: | Zeitliche Entwicklung der Gründungen im Bereich Dienstleistungen (Indexreihe, 1990=100)..... | 12 |
| Abbildung 5: | Zeitreihe 1995-2004: Indexentwicklung der CI-Gründungen Vergleich Wien-Hamburg | 19 |
| Abbildung 6: | Zeitreihe 1995-2004: Indexentwicklung der CI-Gründungen Vergleich Wien-Österreich (ohne Wien) nach Subsparten..... | 20 |
| Abbildung 7: | Struktur der CI-Gründungen und deren Entwicklung..... | 21 |
| Abbildung 8: | Anteil der CI-Gründungen in Wien und Hamburg am gesamten Gründungsgeschehen | 22 |
| Abbildung 9: | Anteile der UnternehmerInnen nach Bereichen (n=910)..... | 23 |
| Abbildung 10: | Unselbständig Beschäftigte und BetriebsinhaberInnen nach Bereichen und Geschlecht..... | 26 |
| Abbildung 11: | Vereinbarkeit von Arbeit und Leben als ausschlaggebendes* Motiv für Selbständigkeit..... | 29 |
| Abbildung 12: | Arbeitszufriedenheit nach Bereichen (n=322) | 35 |
| Abbildung 13: | Arbeitsbelastungen nach Bereichen (n=322) | 36 |
| Abbildung 14: | Beeinträchtigungen nach Bereichen (n=322)..... | 37 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|------------|---|----|
| Tabelle 1: | Branchenstruktur der Unternehmensgründungen in Österreich, Westdeutschland und Bayern im Zeitverlauf (in Prozent)..... | 13 |
| Tabelle 2: | Branchenstruktur der Unternehmensgründungen nach Regionstypen im Zeitablauf (in Prozent) | 14 |
| Tabelle 3: | Subbranchen der Creative Industries – Zuordnung auf Basis der NACE-Klassifikation | 18 |
| Tabelle 4: | Unternehmensgröße (in Spalten-%) (n=307)..... | 24 |
| Tabelle 5: | Alter des Unternehmens (in Spalten-%) (n=281)..... | 25 |
| Tabelle 6: | EPU und ArbeitgeberInnen nach Bereich und Geschlecht in % (n = 910)..... | 26 |
| Tabelle 7: | Gründe für die Unternehmensgründung (in Zeilen-%) (n=316)..... | 27 |
| Tabelle 8: | Probleme der Unternehmenstätigkeit (in %) (n=316)..... | 30 |
| Tabelle 9: | Bewertung von Standortfaktoren (Mittelwerte) nach Bereichen | 33 |

1 Einleitung

In die Creative Industries werden seit einigen Jahren große Hoffnungen als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber gesetzt (EU-Kommission 1998, 2005; UNCTAD, 2004) Da Unternehmensgründungen für eine dynamische Wirtschaftsentwicklung v.a. hinsichtlich Wettbewerbs- und Beschäftigungswirkung eine wichtige Rolle spielen, stehen im Zentrum dieses Berichts Gründungen in den Creative Industries.

Welche Bedeutung haben Gründungen für die wirtschaftliche Entwicklung der Creative Industries? Hat die Kreativwirtschaft eine stärkere Gründungsdynamik als die österreichische Wirtschaft? Diesen Fragen soll in Kapitel 4 nachgegangen werden. Das Gründungsgeschehen in den Wiener Creative Industries soll hier aber nicht nur dem anderer Wirtschaftssektoren gegenübergestellt, sondern auch der Entwicklung der Kreativwirtschaft einer vergleichbaren europäischen Großstadt – nämlich Hamburg – gegenübergestellt werden.

Diese Analysen werden mittels Daten einer Gründungsdatenbank des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim, das für seine Gründungsuntersuchungen für Deutschland regelmäßig den Datenbestand der größten deutschen Kreditauskunftei (CREDITREFORM) aufbereitet, durchgeführt. Für die Analyse des Unternehmensgründungsgeschehens in Österreich wurde die Zusammenarbeit mit CREDITREFORM auf Österreich ausgedehnt. Die Datengrundlage wird ausführlich in Kapitel 2 beschrieben.

Vor der ökonomischen Analyse der Gründungen in den Creative Industries wird in Kapitel 3 das allgemeine Gründungsgeschehen in Österreich kurz beschrieben, und es werden auch Hinweise auf die Entwicklungen in Deutschland gegeben, um einen Referenzrahmen aufzuspannen.

Neben Fragen der ökonomischen Bedeutung von Gründungen in den Wiener Creative Industries legt dieser Bericht auch einen Schwerpunkt auf eine genauere Beschreibung der GründerInnen und UnternehmerInnen in der Kreativwirtschaft. In Kapitel 5 werden daher Fragen nachgegangen wie: Was motiviert Personen, ein Unternehmen in der Kreativwirtschaft zu gründen? Mit welchen Schwierigkeiten sind sie konfrontiert?

Um das Bild der GründerInnen und UnternehmerInnen in den Wiener Creative Industries abzurunden, soll hier ihre Arbeitssituation beschrieben werden. Dazu werden qualitative und quantitative Daten, die im Rahmen des Projekts „Nachhaltige Erwerbsarbeit in den Wiener Creative Industries“¹ erhoben wurden, herangezogen.

¹ Sämtliche Berichte des Projekts stehen im Internet unter www.forba.at/kreativbranchen-wien zur Verfügung.

2 Ausgangslage

Das Interesse der Wirtschaftswissenschaft als auch der Wirtschaftspolitik an Unternehmensgründungen und ihrer Rolle für eine dynamische Wirtschaftsentwicklung hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Dies stellt insofern einen Paradigmenwandel dar, als die Diskussion noch bis in die 70er Jahre vom Konzentrationsprozess wirtschaftlicher Aktivitäten auf Großunternehmen geprägt war. Ende der 70er und Anfang der 80er Jahre fand dann zunehmend nicht mehr das bürokratische Großunternehmen, sondern das flexible, innovative Kleinunternehmen unter dem Stichwort „Die Größe der Kleinen“ (Aiginger/Tichy 1984) Beachtung. Heute herrscht weitgehend darüber Einigkeit, dass Unternehmensgründungen insbesondere in Bezug auf folgende Themenkomplexe eine große Bedeutung aufweisen:

- *Wettbewerbswirkung*: Der Stellenwert, den Neugründungen für das Offenhalten der Märkte und somit für die Aufrechterhaltung eines effizienten Wettbewerbsdrucks einnehmen, ist in der Industrieökonomie prinzipiell unumstritten: „An excess level of profitability induces entry into the industry. And this is why the entry of new firms is interesting and important - because the new firms provide an equilibrating function in the market, in that the levels of price and profit are restored to the competitive levels“ (Audretsch 1995, S. 39).
- *Beschäftigungswirkung*: Die absolute und relative Bedeutung von Neugründungen für das Beschäftigungswachstum ist bereits seit längerem Gegenstand einer heftigen Debatte. Insbesondere Birch (1979, 1981) vertritt die These, dass der Großteil des Beschäftigungswachstums auf neu gegründete bzw. junge Kleinunternehmen zurückzuführen ist. Durch die Arbeiten von Birch wurde geradezu ein Paradigmenwechsel ausgelöst, stand doch bis zu diesem Zeitpunkt mehr die Entwicklung (industrieller) Großunternehmen im Vordergrund, denen für nahezu alle Bereiche unternehmerischer Tätigkeiten gravierende Wettbewerbsvorteile gegenüber kleinen (und neu gegründeten) Unternehmen eingeräumt wurden, während nun gerade die Rolle von neu gegründeten Unternehmen als wichtige Motoren der Beschäftigungsentwicklung unterstrichen wird. Mayerhofer und Huber (2005) haben die Beschäftigungswirkung von Neugründungen in den Wiener Creative Industries analysiert. Ihre Ergebnisse werden in Kapitel 4 kurz dargestellt.
- *Strukturwandel*: Entsprechend der Drei-Sektoren-Hypothese (Fourastié 1954) wird mit zunehmender Höherentwicklung einer Volkswirtschaft zunächst eine Verlagerung der wirtschaftlichen Dynamik vom Primären (Land- und Forstwirtschaft, Bergbau) auf den Sekundären Sektor („Industrialisierung“) und in weiterer Folge auf den Tertiären Sektor („Tertiärisierung“) unterstellt. In den letzten Jahren wird zusätzlich von einem „quartären Sektor“ gesprochen, der im wesentlichen komplexe, informationsgenerierende und -verarbeitende Aktivitäten um-

fasst (und im wesentlichen auch die einzelnen Sparten der Creative Industries einschließt). Welche Rolle spielen nun Unternehmensneugründungen in diesem Prozess? Tatsächlich zeigen viele Studien, dass der Anteil der Neugründungen im Dienstleistungssektor wesentlich höher liegt als der Anteil der bestehenden Dienstleistungsunternehmen am Gesamtbestand, Neugründungen somit eine aktive Rolle im strukturellen Wandel in Richtung Tertiärisierung einnehmen. Umgekehrt ist der Anteil der Neugründungen im Verarbeitenden Gewerbe und der Industrie recht gering (Garofoli 1994).

- *Innovation und technologischer Wandel:* Im Zuge der späten 70er und frühen 80er Jahre gewann die Frage nach der Rolle, die Unternehmensgründungen im Innovationsprozess bzw. im technologischen Wandel spielen, zunehmendes Interesse. Unternehmensgründungen im Hochtechnologiesektor zeitigen sowohl direkte als auch indirekte Wirkung, direkte durch eigene Innovationen und indirekte insofern, als sie bestehende Unternehmen dazu veranlassen, ihre Produktpalette kontinuierlich zu überdenken und gegebenenfalls anzupassen. In den letzten Jahren hat die Erkenntnis zugenommen, dass technologischer Wandel und Innovation nicht ausschließlich von der Sachgüterproduktion generiert wird, sondern dass auch Teilen des Dienstleistungssektors eine aktive Rolle bei der Hervorbringung von Innovation zugesprochen werden muss. Gerade innerhalb der Kreativwirtschaft kann dabei von einer besonders hohen Innovationsneigung ausgegangen werden. Somit kann angenommen werden, dass kreativwirtschaftliche Gründungen vergleichsweise häufig auf Innovationen beruhen.

Allgemein wird Städten (und insbesondere Großstädten) eine besondere Rolle als Innovationsgeneratoren bzw. Zentren der Wissensgenese und des Wissensaustausches zugesprochen. Da Unternehmensgründungen per se Innovationen i.w.S. sind, kann erwartet werden, dass Städte auch eine Rolle als Inkubator von Unternehmensgründungen aufweisen, eine These, die auch direkt von der so genannten „urban incubator-Hypothese“ formuliert wird (Davelaar/Nijkamp 1987). Diese Rolle als „Motoren“ des Gründungsgeschehens kann sowohl quantitativ als auch qualitativ verstanden werden. Quantitativ in dem Sinn, dass das Ausmaß an Neugründungen in Städten (i) absolut an Zahl und auch (ii) relativ zur erwerbsfähigen Bevölkerung herausragend ist, und qualitativ in dem Sinn, dass die Struktur der Unternehmensgründungen in besonderem Ausmaß von modernen, zukunftsorientierten (hoher Grad an FuE-Intensität bzw. Wissensorientierung) Gründungen geprägt ist. Aufgrund der in den Städten herrschenden Standortbedingungen (Humankapital, Wissensnetzwerke, kulturelle Einrichtungen etc.) und des gegebenen Nachfragepotentials nach entsprechenden Dienstleistungen kann davon ausgegangen werden, dass gerade in den Creative Industries diese Inkubatorfunktion von Großstädten sehr ausgeprägt ist. Dass die Kreativwirtschaft für Wien eine weit größere wirtschaftliche Rolle spielt als für die gesamtösterreichische Wirtschaft zeigen Mayerhofer und Huber (2005).

2.1. DATENGRUNDLAGEN DES BERICHTS

Eines der Hauptprobleme bei der systematischen Analyse von Unternehmensgründungen besteht bereits in ihrer statistischen Erfassung: Wie viele Unternehmen wurden tatsächlich in einem gegebenen Zeitraum neu gegründet? Die Ansätze zur Beantwortung dieser Frage sind vielfältig: Eine Möglichkeit, die besonders im deutschsprachigen Raum Verwendung findet, ist der Rückschluss von der Statistik der Pflichtmeldungen an die Sozialversicherungsträger (Audretsch/Fritsch 1994, Nerlinger/Berger 1995). Alternative Datenquellen sind beispielsweise die Auszählung neuer Firmen in nationalen Firmenregistern (Guesnier 1994, Garofoli 1994), Mitgliederstatistiken der Wirtschaftskammern (Wanzenböck 1996), Umsatzsteuerstatistiken (Hart/Gudgin 1994), Statistiken der Arbeitsämter (Keeble/Walker 1994), Statistiken spezialisierter Ämter wie der US Small Business Administration (Reynolds 1994) oder Statistiken privater Datenerheber wie z.B. der DUN & BRADSTREET CORPORATION (vgl. z.B. Reynolds et al. 1994, Egelin et al. 2006).

Im Rahmen dieser Arbeit wird der letztere Ansatz zur Identifizierung von Gründungen (bzw. von technologieintensiven Gründungen im speziellen) herangezogen. Die Daten basieren auf einer Gründungsdatenbank des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim, das für seine Gründungsuntersuchungen für Ost- und Westdeutschland regelmäßig den Datenbestand der größten deutschen Kreditauskunftei (CREDITREFORM) für Fragestellungen des Unternehmensgründungsgeschehens aufbereitet. Im Jahr 1991 wurde am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Kooperation mit CREDITREFORM mit dem Aufbau umfangreicher Paneldateien zu deutschen Unternehmen begonnen.² Für die Analyse des Unternehmensgründungsgeschehens in Österreich wurde die Zusammenarbeit mit CREDITREFORM auf Österreich ausgedehnt. CREDITREFORM überträgt die Unternehmensdaten im Halbjahresabstand, so dass zum gegenwärtigen Zeitpunkt Informationen zu ca. 305.000 österreichischen Unternehmen aus elf Wellen zur Verfügung stehen. Mit den einzelnen Wellen, die jeweils den gesamten Unternehmensbestand umfassen, gelangen nicht nur neu erhobene Unternehmen in das ZEW-Gründungspanel Österreich, sondern es werden auch zwischenzeitlich aktualisierte Angaben zu bereits im Datenbestand enthaltenen Unternehmen übernommen.

Die Erhebungseinheit von CREDITREFORM ist das rechtlich selbständige Unternehmen. Die Informationen zu den einzelnen Unternehmen umfassen (im Idealfall, de facto liegt nicht immer die vollständige Information vor) u.a. Firmennamen und -anschrift, Rechtsform, fünfstelligen Branchencode gemäß der NACE-Wirtschaftszweignklassifikation von 1993, Beschäftigtenanzahl, Ersterfassungsdatum, Gründungsdatum, im Fall von Übernahmen auch das Gründungsdatum der Vorgängerfirma („Vorgründungsdatum“) sowie gegebenenfalls das „Vorvorgründungsdatum“, Datum des Han-

² Die Zusammenarbeit mit CREDITREFORM geht auf das von Prof. Stahl initiierte und weiterhin gepflegte Forschungsprojekt „Mannheimer Unternehmenspanel (MUP)“ zurück, welches seit 1992 am ZEW durchgeführt wird. Eine Erörterung der konzeptionellen Überlegungen, die den auf der Basis der CREDITREFORM-Daten erstellten Paneldateien des ZEW zugrunde liegen, findet sich in Harhoff/Steil (1997).

delsregistereintrags bei den betreffenden Rechtsformen, Umsatz, Beteiligungsverhältnisse, Daten zu Vergleichs- und Konkursverfahren, Angaben über eine nicht im Rahmen eines Konkurs- bzw. Gesamtvollstreckungsverfahrens erfolgte Stilllegung, tagesgenaue Angabe der Datenerhebung, eine Beurteilung der Kreditwürdigkeit sowie Informationen über mögliche Probleme im Aktualitätsstand der Daten. Der Erfassungsumfang der einzelnen Variablen differiert zwischen den Unternehmen allerdings erheblich.³

Die Datenerhebung seitens CREDITREFORM erfolgt dezentral, jedoch nach einem einheitlichen Modus, durch (in Österreich) insgesamt acht eigenständige Niederlassungen.⁴ CREDITREFORM führt eine systematische Recherche verschiedener öffentlicher Register (insbesondere des Handelsregisters), der Konkurs- und Vergleichsmeldungen sowie von Tageszeitungen, Geschäftsberichten und veröffentlichten Bilanzen durch (vgl. Stahl 1991). Neben dem Handelsregister stellen die durch Kundenanfragen ausgelösten Recherchen die wichtigste Quelle für die Erfassung von Unternehmensinformationen dar.

Da auch für Österreich keine amtliche Statistik existiert, in der Gründungen zeitlich differenziert, näherungsweise vollständig und zuverlässig erfasst werden, sind Aussagen zum Erfassungsumfang neuer Unternehmen seitens CREDITREFORM nur bedingt möglich. Aufgrund gesetzlicher Eintragungsvorschriften resultiert aus der systematischen Recherche der im Handelsregister geführten Unternehmen zunächst eine branchen- und größenspezifische Untererfassung von Unternehmensgründungen. Die Erfassungswahrscheinlichkeit nicht eintragungspflichtiger Unternehmen wird von ihrer Kreditnachfrage sowie dem Umfang ihrer Geschäftsbeziehungen zu anderen Firmen (Nachfrage nach Handelskrediten) beeinflusst. Letztlich betrifft die Untererfassung in erster Linie Kleinstbetriebe (sog. Kleingewerbetreibende), landwirtschaftliche Betriebe und die Angehörigen der Freien Berufe. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass die Kreativwirtschaft überdurchschnittlich von dieser Untererfassung betroffen ist. Ebenso ist von einer hohen Untererfassung im Bereich der so genannten „neuen Selbständigkeit“ (nach § 2 Abs. 1 Z.4 GSVG) auszugehen.

Ein wichtiger Vorteil der Datenbasis ist allerdings, dass aufgrund der Geschäftsausrichtung von CREDITREFORM (Kreditwürdigkeitsprüfung) praktisch nur wirtschaftsaktive Unternehmen erfasst werden bzw. mit Hilfe der von CREDITREFORM erstellten Unternehmensberichte nicht wirtschaftsaktive Unternehmen isoliert werden können. Auch Scheingründungen (also Gründungen, deren Ziel nicht eine Leistungserstellung ist, sondern in der Nutzung von steuerlichen und anderen Vorteilen liegt, die aus einer Gewerbeanmeldung entstehen können), werden nicht erfasst. Brüderl und Preisendörfer (1992) ermitteln beispielsweise für den Großraum München einen Anteil von ca. 20%

³ Differenzierte Auswertungen nach EinzelunternehmerInnen und ArbeitgeberInnen, wie sie teilweise in Kapitel 5 mit den quantitativen Daten der Online-Befragung aus dem Projekt „Nachhaltige Erwerbsarbeit in den Wiener Creative Industries“ durchgeführt wurden, erschienen daher mit dem Datenmaterial von CREDITREFORM nicht sinnvoll.

⁴ Dabei handelt es sich um Wien, Salzburg, Linz, Villach, Graz, Innsbruck, Bregenz und seit 1996 St. Pölten.

derartiger Scheinanmeldungen an den gesamten Gewerbeanmeldungen. Ebenso werden ARGEs (die Gründungsform der projektspezifischen Arbeitsgemeinschaft in Form einer ARGE findet sich insbesondere im Bauwesen) explizit von der weiteren Erfassung ausgeschlossen.

Somit kann davon ausgegangen werden, dass die hier verwendete Datenquelle CREDITREFORM einen annähernd repräsentativen Überblick über die Gründungsaktivitäten Österreichs bietet, insbesondere was Gründungen, die zur Bekanntgabe in Firmenbuch bzw. Firmenregister verpflichtet sind, betrifft. Der Grad einer möglichen Untererfassung nicht im Firmenbuch publikationspflichtiger Unternehmensgründungen ist schwer abzuschätzen. Da die Wahl der Rechtsform und damit die Publizitätspflicht eines neuen Unternehmens vom Schwerpunkt der wirtschaftlichen Tätigkeit abhängt, ist von branchenspezifischen Unterschieden im Erfassungsgrad der Unternehmensgründungen von Seiten CREDITREFORMs auszugehen. Hier sind insbesondere Klein- und Kleinstgewerbebetriebe und die sogenannten Freien Berufe betroffen. Hierdurch werden allerdings die Möglichkeiten von innerstaatlichen, räumlichen Vergleichen in keiner Weise eingeschränkt, da eine systematische regionale Verzerrung dieser Erfassungsgrade zwischen den einzelnen Niederlassungen von CREDITREFORM aufgrund der einheitlichen Erfassungsmodalitäten ausgeschlossen werden kann. Einschränkend ist diesbezüglich allerdings anzumerken, dass bei dem hier verfolgten internationalen Vergleich Wien/deutsche Großstädte bzw. Österreich/Deutschland angenommen wird, dass die gewerberechtliche Situation in beiden Staaten hinreichend ähnlich ist, so dass keine systematische Verzerrung aufgrund rechtlicher Unterschiede und dadurch bedingter unterschiedlicher Verhaltensmuster erwartet werden muss. Prinzipiell weisen Österreich und Deutschland ähnliche Rechtstraditionen und -strukturen auch im Bereich des Handels- und Gewerberechts auf. Inwieweit trotzdem bestehende Unterschiede zu divergierenden Verhaltensmustern führen (z.B. strukturelle Unterschiede bei der Wahl der jeweiligen Rechtsform, was zu unterschiedlichen Anteilen publikationspflichtiger Unternehmensgründungen etc. führen könnte) kann nur schwer abgeschätzt werden. Prinzipiell gilt daher, wie immer bei internationalen Vergleichen, dass bei der Interpretation der Daten Vorsicht angebracht ist.

Neben Fragen der ökonomischen Bedeutung von Gründungen in den Wiener Creative Industries, die mittels der Daten von CREDITREFORM analysiert werden sollen, legt dieser Bericht auch einen Schwerpunkt auf eine genauere Beschreibung der Arbeitssituation von GründerInnen und UnternehmerInnen⁵ in der Kreativwirtschaft. Dazu werden

⁵ Im Gegensatz zu den ökonomischen Analysen, die sich rein auf Unternehmensgründungen in einem bestimmten Zeitraum beziehen, beschäftigt sich Kapitel 5 mit der Situation von GründerInnen und UnternehmerInnen in den Creative Industries. Für eine Situationsanalyse interessieren nicht nur Befragte der im Projekt „Nachhaltige Erwerbsarbeit in den Wiener Creative Industries“, die zwischen 2003 und 2005 gegründet haben, sondern auch die Erfahrungen derjenigen UnternehmerInnen, deren Gründung schon weiter zurück liegt. Wir bezeichnen in Kapitel 5 Personen, die zum Erhebungszeitpunkt 2005 maximal 2 Jahre UnternehmerIn sind, als „GründerInnen“ und gehen damit davon aus, dass diese Personen das Unternehmen auch gegründet haben. Leider können wir nicht ausschließen, dass sich in dieser Gruppe auch Personen befinden, die zwischen 2003 und 2005 ein Unternehmen übernommen und damit andere Voraussetzungen als wirkliche GründerInnen haben.

zwei Datenquellen des Projekts „Nachhaltige Erwerbsarbeit in den Wiener Creative Industries“ herangezogen, die hier kurz beschrieben werden sollen:

Erstens, die im Rahmen des Projekts durchgeführte Online-Befragung zur Arbeits- und Lebenssituation von Beschäftigten in den ausgewählten CI-Bereichen Architektur, Design/Grafik/Mode, Film/Rundfunk/Video, Software/Multimedia/Internet und Werbung. 935 Personen haben an der Befragung teilgenommen (siehe genauer Reidl/Steyer 2006). Von diesen geben 35% an, UnternehmerInnen zu sein. Sie werden in diesem Bericht genauer beschrieben und ihre Arbeitssituation wird genauer analysiert. Neue Selbständige, die von CREDITREFORM sporadisch erfasst werden, werden in dieser Analyse nicht hinzugezogen, da sie gemeinsam mit WerkvertragnehmerInnen und freien DienstnehmerInnen erfasst wurden, welche in einer Analyse zu Gründungen in den Creative Industries nicht von Interesse sind.

Zweitens, die ebenfalls im Rahmen des Projekts durchgeführten 55 qualitativen Interviews zur Arbeits- und Lebenssituation in den CI-Bereichen Architektur, Design/Grafik/Mode, Film/Rundfunk/Video, Software/Multimedia/Internet und Werbung. Eine detaillierte Darstellung des Samples (und auch der einzelnen InterviewpartnerInnen) findet sich in Band 4 der Berichtsreihe des vorliegenden Projekts (Eichmann et. al. 2006). Von diesen 55 InterviewpartnerInnen zählen 14 zur Gruppe der UnternehmerInnen. An dieser Stelle nur einige Eckdaten zu diesen InterviewpartnerInnen: 4 der 14 UnternehmerInnen sind Frauen, 10 Männer; 3 haben ein Unternehmen gemeinsam mit ihrem/ihrer LebensgefährtIn, 1 ist Einzel-Unternehmerin, 2 sind Mitinhaber ohne Angestellte. Die restlichen 8 Befragten haben zwischen 2 und 60 MitarbeiterInnen und 4 Unternehmer aus dieser Gruppe leiten ihren Betrieb gemeinsam mit PartnerInnen. 8 der 14 InterviewpartnerInnen haben Kinder, bei 4 Befragten sind sie schon erwachsen. Auffällig ist, dass nur eine Frau Kinder hat, die ebenfalls die 20 schon überschritten haben. Knapp zwei Drittel sind zwischen 36 und 45 Jahren alt, zwei Befragte sind jünger, 3 älter. 5 UnternehmerInnen sind zwischen 3-5 Jahren selbständig, weitere 5 zwischen 6-15 Jahre. 2 Unternehmer haben schon mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Leitung ihres Betriebs, das jüngste Unternehmen wurde vor 2 Jahren gegründet.

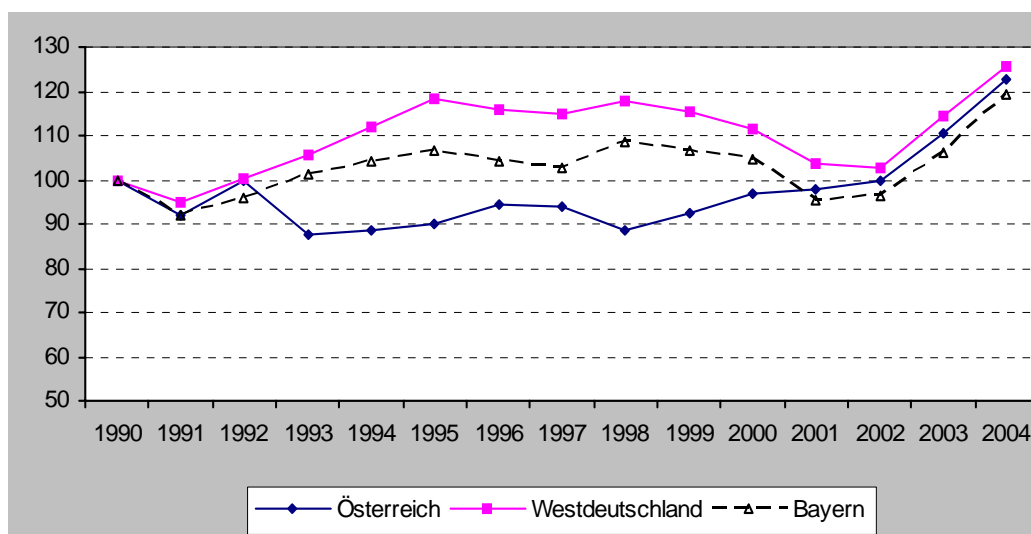
3 Zum allgemeinen Gründungsgeschehen in Österreich

Bevor auf die spezifische Entwicklung des Gründungsgeschehens Wiens im Bereich von Creative Industries eingegangen wird, soll ein kurzer Abriss der allgemeinen Gründungsdynamik in Österreich (im Vergleich zu Westdeutschland) gegeben werden, die gleichsam den Hintergrund der spezifischen Branchenentwicklung in Wien (bzw. in Hamburg) abbildet.⁶ In Abbildung 1 wird die zeitliche Entwicklung aller Gründungen in drei Untersuchungsregionen (Österreich, Westdeutschland und Bayern) dargestellt. In den 1990er Jahren entwickelte sich die Zahl der Unternehmensgründungen in den Untersuchungsregionen durchaus recht unterschiedlich. In Westdeutschland insgesamt gab es in der ersten Hälfte der 1990er Jahre einen regelrechten Gründungsboom, der 1995 seinen Plafond erreichte, wobei dieses hohe Niveau dann bis gegen Ende der 1990er Jahre weitgehend stabil gehalten werden konnte. In Bayern zeigte sich dieser westdeutsche Gründungsboom hingegen deutlich verhaltener. Die Dynamik der Unternehmensgründungen in Österreich zeigt ein zum Teil anderes Bild. Anfang der 1990er Jahre kam es in Österreich zu einem Rückgang des Gründungsaufkommens, wobei im Jahr 1993 der Tiefpunkt mit einem Gründungsaufkommen von unter 90% im Vergleich zum Jahr 1990 erreicht war. Dann kam es zu einem (leichten) Anstieg der Gründungszahlen, der jedoch in den Jahre 1997 und 1998 durch Stagnation bzw. leichten Rückgang unterbrochen wurde. Erst ab dem Jahr 1999 stieg in Österreich die Zahl der Gründungen an, womit Österreich in diesen Jahren eine konträre Entwicklung zu den deutschen Vergleichsregionen durchlief, wo in diesem Zeitraum die Gründungen stark abnahmen.

In den jüngsten Jahren kam es dann allerdings zu einer deutlichen Ausweitung der Gründungsaktivitäten, wobei diesmal – im Gegensatz zu den 1990er Jahren – die Entwicklungen der Neugründungen in den drei Beobachtungsregionen parallel verliefen. Ab dem Jahr 2002 setzte ein regelrechter Gründungsboom ein, der in allen Regionen deutlich stärker war als die seinerzeitige Zunahme der Gründungen in der ersten Hälfte der 1990er Jahre. Im Jahr 2004 wird schließlich ein Niveau an jährlichen Neugründungen erreicht, das zwischen ca. 20% (Bayern), 23% (Österreich) und 27% (Westdeutschland) über jenem des Ausgangsjahres 1990 liegt.

⁶ Die allgemeinen Ausführungen basieren auf der regelmäßigen Gründungsberichterstattung Österreich, die auf Basis des Gründungspanels ZEW/JR vorgenommen wird (Egeln et al., 2006).

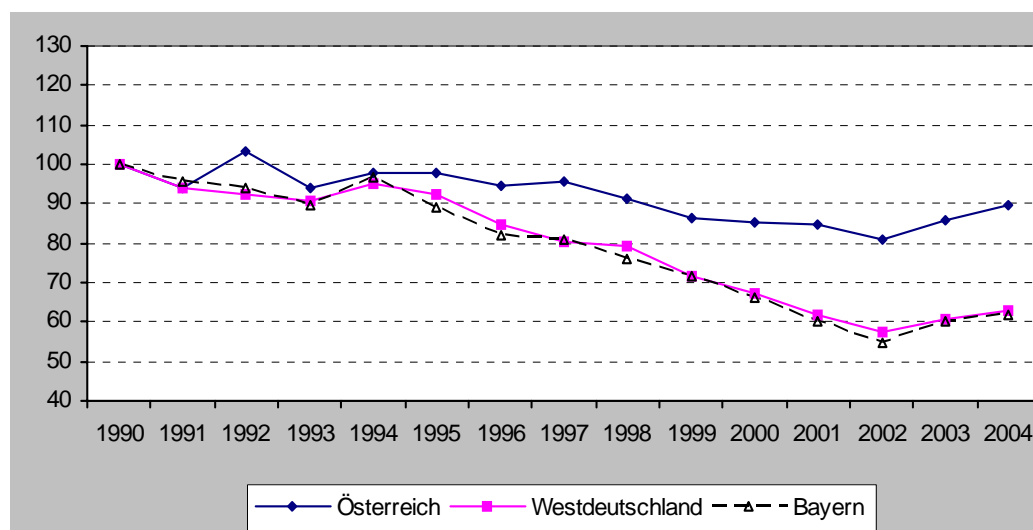
Abbildung 1: Zeitliche Entwicklung aller Gründungen (Indexreihe, 1990=100)



Quelle: Joanneum Research, ZEW Mannheim.

Die Entwicklung der Zahl der Gründungen im Verarbeitenden Gewerbe (Abbildung 2) ist geprägt durch einen kontinuierlichen Rückgang des Gründungsaufkommens, wobei insbesondere die Zahl der Gründungen in den deutschen Vergleichsregionen im Zuge der 1990er Jahre stark abnimmt, während in Österreich die entsprechenden Gründungsaktivitäten zunächst bis 1997 relativ stabil bleiben (mit leichten Schwankungen nach oben und unten) und erst ab 1998 beginnen kontinuierlich abzunehmen. Der Rückgang des Gründungsaufkommens im Verarbeitenden Gewerbe ist ein Zeichen eines fundamentalen Strukturwandels, in dessen Folge der sekundäre Sektor mehr und mehr an Bedeutung verliert und auf Kosten des tertiären Sektors Anteilsverluste hinnehmen muss. Gerade das Neugründungsgeschehen ist dabei einer der Motoren dieses Strukturwandels. In Österreich ist der Rückgang des Gründungsaufkommens im Verarbeitenden Gewerbe deutlich verhaltener als in den deutschen Vergleichsregionen. Auffällig ist weiter, dass in allen drei Regionen im Jahr 2003 eine – weitgehend parallele – Zunahme des Gründungsgeschehens im Verarbeitenden Gewerbe einsetzte. Diese Zunahme ist zwar deutlich geringer als jene des Gründungsgeschehens insgesamt, angesichts des lange andauernden Rückgangs, aber doch eine bemerkenswerte Trendumkehr.

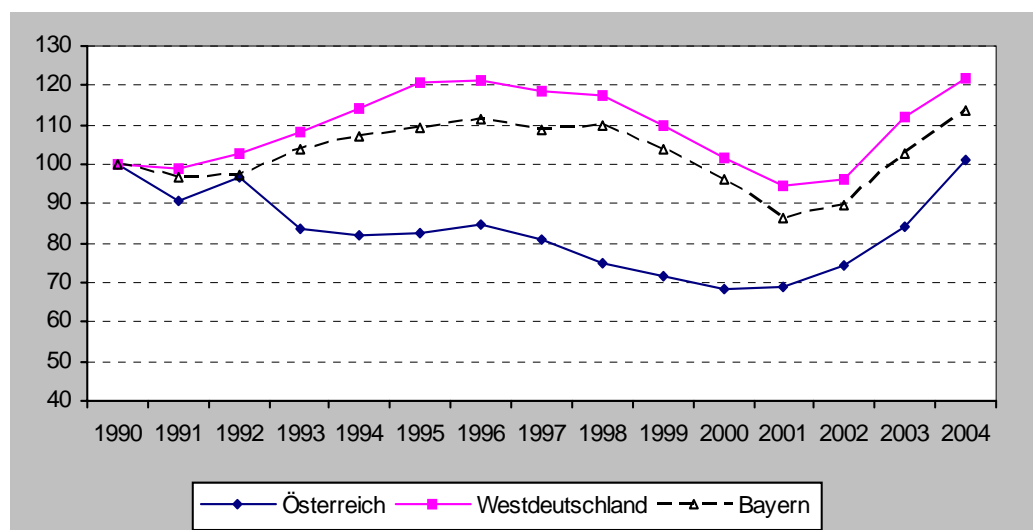
Abbildung 2: Zeitliche Entwicklung der Gründungen im Verarbeitenden Gewerbe (Indexreihe, 1990=100)



Quelle: Joanneum Research, ZEW Mannheim

Abbildung 3 stellt die Entwicklung der Gründungen im Bereich der Distribution dar. Die Entwicklung weist einen ähnlichen Verlauf auf wie jene der gesamten Gründungen, ein Umstand der sich teilweise durch die große Bedeutung dieser Branchen für das Gründungsgeschehen (hoher Anteil der Gründungen im Einzel- und Großhandel am gesamten Gründungsaufkommen) erklären lässt. Gut ersichtlich ist wiederum der Gründungsboom in den deutschen Untersuchungsregionen in der ersten Hälfte der 1990er Jahre, der dann von einem deutlichen Rückgang in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre abgelöst wurde, während in Österreich eine Stagnation bzw. ein (vor allem in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre starker) Gründungsrückgang zu verzeichnen war. Ab dem Jahr 2002 kommt es dann in allen betrachteten Regionen zu einer rapiden Ausweitung der Gründungsaktivitäten, dessen Ausmaß selbst den deutschen Gründungsboom der frühen 1990er Jahre in den Schatten stellt.

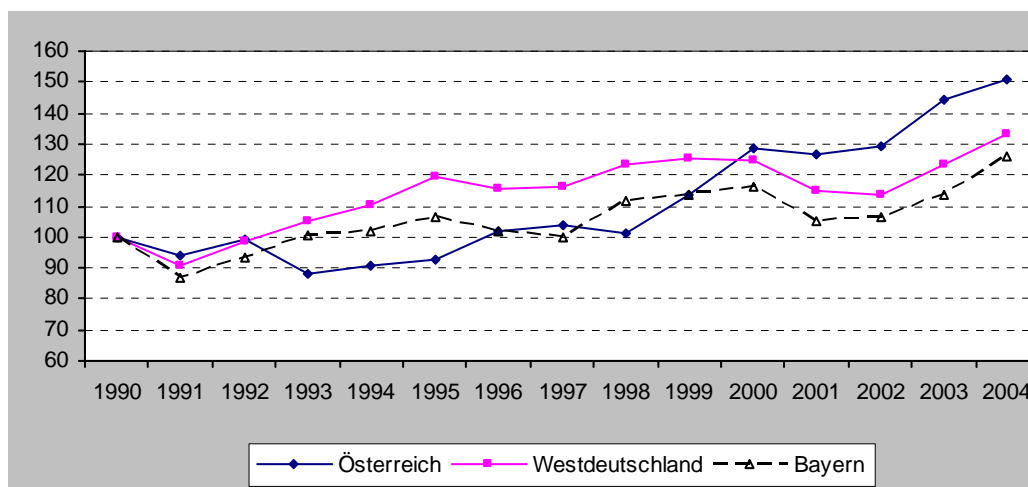
Abbildung 3: Zeitliche Entwicklung der Gründungen im Bereich Distribution (Indexreihe, 1990=100)



Quelle: Joanneum Research, ZEW Mannheim

Wie bereits erwähnt ist ein Merkmal des Gründungsgeschehens der vergangenen Jahre der ausgesprochene Strukturwandel im Sinne eines signifikanten Anteilsgewinnes der Dienstleistungsgründungen. Dies wird auch in Abbildung 4 anhand der zeitlichen Entwicklung der Gründungen im Dienstleistungssektor deutlich. Die Entwicklung der Gründungsaktivitäten in diesem Sektor weist deutliche Unterschiede zu den vorangegangenen Mustern in den anderen Sektoren auf. Abgesehen von einzelnen Jahren, in denen es zu Rückgängen kam (in Deutschland ist diesbezüglich besonders auf den markanten „Einbruch“ der Dienstleistungsgründungen im Jahr 2001 hinzuweisen, der parallel in Westdeutschland als auch in Bayern auftrat), zeigt sich ein beinahe kontinuierlicher Wachstumstrend des Gründungsaufkommens im Dienstleistungsbereich. In Österreich finden sich die stärksten Wachstumsraten gegen Ende der 1990er Jahre und dann wieder in den letzten zwei Berichtsjahren (2003 und 2004). Im Jahr 2000 konnte Österreich zudem das Niveau (gemessen am gemeinsamen Basisjahr 1990) des Gründungsaufkommens der deutschen Vergleichsregionen erstmalig seit 1991 überschreiten und in den darauf folgenden Jahren den Abstand zu den deutschen Regionen sogar noch weiter ausbauen (vor allem, da der markante Rückgang im Jahr 2002 in Österreich keine Entsprechung findet). Insgesamt lagen im Jahr 2004 für Österreich die Gründungszahlen im Dienstleistungsbereich um 50% über dem Niveau des Ausgangsjahres 1990. Damit zeigt sich einmal mehr, dass der Dienstleistungsbereich ein wesentlicher Motor des Gründungsgeschehens ist, und dass der Strukturwandel im Gründungsaufkommen zu Gunsten der Dienstleistungen weiter anhält.

Abbildung 4: Zeitliche Entwicklung der Gründungen im Bereich Dienstleistungen (Indexreihe, 1990=100)



Quelle: Joanneum Research, ZEW Mannheim.

In Tabelle 1 wird die Branchenstruktur des Gründungsgeschehens in den sechs so genannten Hauptbranchen ausgewiesen. Dabei wird das Ausmaß des Strukturwandels im Gründungsgeschehen deutlich. Der Anteil der Gründungen im Verarbeitenden Gewerbe reduzierte sich im Betrachtungszeitraum in Österreich von knapp über zehn Prozent auf sieben Prozent, in Westdeutschland von sieben auf vier und in Bayern ebenfalls von sieben auf vier Prozent. Die beiden Hauptbranchen Verkehr/Postwesen und das Bauwesen weisen mit Anteilen von ca. fünf bis sechs, respektive 13 bis 14 Prozent einen relativ konstanten Anteil am Gründungsgeschehen auf. Größere Verschiebungen gibt es demnach bei den Hauptbranchen des tertiären Sektors. Beim Handel (Einzel- und Großhandel) kam es in den vergangenen Jahren in Österreich zu einer interessanten Entwicklung. Noch Anfang der 1990er Jahre war der Anteil des Handels am gesamten Gründungsaufkommen mit 36 Prozent in Österreich im Vergleich zu den deutschen Untersuchungsregionen (jeweils knapp 30 Prozent in Westdeutschland und Bayern) noch überaus hoch. Seither hat sich der Anteil des Handels in Österreich aber stark und kontinuierlich reduziert, so dass er im Durchschnitt der Jahre 2003/2004 nur noch knapp 29 Prozent betrug. Damit liegt der Handelsanteil Österreichs mittlerweile nahe den Vergleichswerten aus Deutschland (ca. 28 Prozent respektive 27 Prozent in Westdeutschland bzw. in Bayern). Anteilsgewinner des Strukturwandels sind die unternehmensnahen Dienstleistungen und in zweiter Linie (in Österreich) auch noch die konsumbezogenen Dienstleistungen. Erstere konnten im Beobachtungszeitraum ihren Anteil am Gründungsaufkommen von 14,5 Prozent auf etwas mehr als 19 Prozent erhöhen (wobei der Anteil zwischenzeitlich auch bereits knapp an 21 Prozent herankam). Die konsumbezogenen Dienstleistungen erhöhten ihren Anteil in Österreich ebenfalls im gleichen Zeitraum ebenfalls, und zwar um ca. dreieinhalb Prozentpunkt von 19,3 auf 22,9 Prozent. Auffällig ist der konstant höhere Anteil der konsumbezogenen Dienstleistungsgründun-

gen in den deutschen Vergleichsregionen, der dort um ca. vier bis fünf Prozentpunkte höher ist als in Österreich. Hingegen haben sich die Strukturunterschiede zwischen Österreich und Deutschland was den Anteil der unternehmensnahen Dienstleistungen betrifft mittlerweile angeglichen. Der Abstand Österreichs gegenüber Westdeutschland reduzierte sich von vier Prozentpunkten zu Beginn der 1990er Jahre auf ca. zwei Prozentpunkte im Jahresschnitt 2003/04. Gegenüber Bayern beträgt dieser Abstand am Ende der Untersuchungsperiode knappe vier Prozentpunkte, wobei allerdings zu berücksichtigen ist, dass in Bayern die unternehmensnahen Dienstleistungen deutliche Anteilsgewinne verbuchen konnten und Bayern mittlerweile einen um fast zwei Prozentpunkte höheren Anteil aufweist als Westdeutschland insgesamt.

Tabelle 1: Branchenstruktur der Unternehmensgründungen in Österreich, Westdeutschland und Bayern im Zeitverlauf (in Prozent)

| | 1993/94 | 1995/96 | 1997/98 | 1999/00 | 2001/02 | 2003/04* |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Österreich | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 10,29 | 9,85 | 9,67 | 8,56 | 7,90 | 7,10 |
| Bau | 13,01 | 13,51 | 13,65 | 14,16 | 14,41 | 13,63 |
| Handel | 36,00 | 34,11 | 31,60 | 26,54 | 25,50 | 28,86 |
| Verkehr/Postwesen | 4,91 | 5,32 | 5,66 | 5,62 | 6,11 | 5,75 |
| Unternehmensnahe DL | 14,54 | 16,06 | 17,27 | 20,86 | 20,52 | 19,21 |
| Konsumbezogene DL | 19,30 | 19,11 | 20,08 | 21,66 | 22,54 | 22,93 |
| Westdeutschland | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 7,28 | 6,45 | 5,85 | 5,21 | 4,92 | 4,38 |
| Bau | 10,49 | 10,65 | 10,52 | 10,01 | 9,63 | 10,26 |
| Handel | 29,64 | 30,03 | 29,50 | 26,76 | 26,52 | 27,93 |
| Verkehr/Postwesen | 5,21 | 5,12 | 5,07 | 4,95 | 4,94 | 5,19 |
| Unternehmensnahe DL | 18,24 | 19,11 | 19,63 | 22,21 | 21,71 | 21,24 |
| Konsumbezogene DL | 25,66 | 25,28 | 25,90 | 26,66 | 27,34 | 26,07 |
| Bayern | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 7,15 | 6,41 | 5,87 | 5,14 | 4,71 | 4,26 |
| Bau | 10,75 | 11,08 | 10,82 | 10,05 | 9,71 | 10,50 |
| Handel | 29,34 | 29,93 | 29,68 | 26,64 | 25,75 | 26,99 |
| Verkehr/Postwesen | 4,85 | 4,87 | 4,75 | 4,80 | 4,73 | 4,92 |
| Unternehmensnahe DL | 19,34 | 20,24 | 20,24 | 23,84 | 23,29 | 23,03 |
| Konsumbezogene DL | 25,21 | 24,39 | 25,04 | 25,38 | 26,51 | 25,07 |

* vorläufige Werte

Quelle: Joanneum Research, ZEW Mannheim.

Die regionalen Strukturen hinsichtlich der Branchenverteilung des Gründungsgeschehens sind in Tabelle 2 angeführt. Es zeigt sich ein ausgesprochenes Zentrum-Peripherie-Gefälle hinsichtlich der Gründungsstrukturen, das zeitlich äußerst persistent ist. In Wien sind die Anteile der unternehmensnahen Dienstleistungen konstant um einige Prozentpunkte höher als in den jeweiligen Umländern bzw. in den sonstigen Bezirken. Umgekehrt sind in den nicht-städtischen Regionstypen die Anteile des Verarbeiteten Gewerbes als auch der konsumbezogenen Dienstleistungen zum Teil deutlich höher. Nichtsdestotrotz lässt sich – ausgehend von unterschiedlichen Niveaus – in allen Regionstypen

der bereits konstatierte Strukturwandel (Anteilsverluste des Verarbeiteten Gewerbes und des Handels, entsprechende Gewinne der unternehmensnahen Dienstleistungen) beobachten.

Tabelle 2: Branchenstruktur der Unternehmensgründungen nach Regionstypen im Zeitablauf (in Prozent)

| | 1993/94 | 1995/96 | 1997/98 | 1999/00 | 2001/02 | 2003/04* |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Wien | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 6,09 | 6,73 | 6,37 | 6,09 | 5,15 | 4,46 |
| Bau | 12,84 | 12,57 | 14,18 | 17,62 | 17,16 | 17,09 |
| Handel | 38,16 | 34,45 | 31,19 | 22,92 | 23,94 | 29,75 |
| Verkehr/Postwesen | 4,92 | 5,46 | 5,79 | 5,36 | 5,74 | 5,57 |
| Unternehmensnahe DL | 17,44 | 20,18 | 21,61 | 26,50 | 25,14 | 22,80 |
| Konsumbezogene DL | 18,08 | 18,16 | 18,57 | 19,30 | 19,77 | 18,07 |
| Kernstädte | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 10,14 | 8,90 | 8,49 | 7,29 | 6,64 | 7,22 |
| Bau | 8,96 | 9,26 | 9,93 | 9,15 | 9,09 | 8,79 |
| Handel | 35,18 | 35,51 | 31,42 | 25,86 | 23,61 | 27,22 |
| Verkehr/Postwesen | 5,10 | 4,94 | 5,14 | 4,70 | 6,11 | 5,09 |
| Unternehmensnahe DL | 17,02 | 18,45 | 18,54 | 23,17 | 23,25 | 21,44 |
| Konsumbezogene DL | 21,81 | 21,05 | 23,79 | 26,74 | 27,81 | 27,73 |
| Stadtumland | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 10,92 | 11,59 | 10,80 | 9,15 | 8,16 | 8,10 |
| Bau | 14,12 | 15,76 | 14,21 | 13,34 | 13,79 | 14,45 |
| Handel | 37,94 | 33,61 | 32,13 | 30,52 | 26,94 | 30,43 |
| Verkehr/Postwesen | 5,28 | 5,91 | 5,89 | 6,45 | 7,54 | 6,45 |
| Unternehmensnahe DL | 13,82 | 14,54 | 17,10 | 18,59 | 19,36 | 18,30 |
| Konsumbezogene DL | 16,52 | 16,87 | 18,31 | 19,65 | 20,94 | 20,88 |
| Sonstige Bezirke | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe | 14,10 | 12,64 | 12,75 | 11,12 | 10,87 | 8,69 |
| Bau | 14,86 | 16,01 | 15,56 | 14,64 | 15,41 | 13,19 |
| Handel | 33,15 | 33,90 | 31,60 | 28,67 | 27,39 | 27,19 |
| Verkehr/Postwesen | 4,74 | 5,27 | 5,68 | 6,20 | 5,66 | 5,98 |
| Unternehmensnahe DL | 10,94 | 10,71 | 12,40 | 15,21 | 15,07 | 15,07 |
| Konsumbezogene DL | 20,34 | 19,67 | 19,99 | 21,67 | 22,70 | 26,82 |

* vorläufige Werte

Quelle: Joanneum Research, ZEW Mannheim

4 Gründungen in der Wiener Kreativwirtschaft

Bevor wir die Gründungsdynamik der Wiener Creative Industries darstellen und sie mit der in Österreich und Hamburg vergleichen, wollen wir kurz einige Ergebnisse einer Analyse der Arbeitsmarkteffekte und Betriebsdynamik in den Wiener Creative Industries von Mayerhofer und Huber (2005) darstellen, die für die Gründungsthematik relevant erscheinen.

Wie in Kapitel 2 schon kurz ausgeführt, haben Unternehmensgründungen unter anderem auch in Bezug auf Beschäftigungswirkung eine Bedeutung. Mayerhofer und Huber untersuchten, welche Rolle Gründungen in den Wiener Creative Industries bei der Arbeitsplatzschaffung spielen. Diese Frage ist unter anderem deshalb interessant, weil sich in ihren Analysen insgesamt herausgestellt hat, dass die Creative Industries einen Beschäftigungsmotor für Wien darstellen. Allerdings erweist sich die Kreativwirtschaft als sehr konjunkturabhängig. 1996 war die Beschäftigungsentwicklung in den CI noch rückläufig, während der Hochkonjunktur 2000 und 2001 boomte sie hingegen regelrecht. Als die Blase der „New Economy“ dann geplatzt war, sank die Beschäftigungsentwicklung in den CI wieder. (Mayerhofer/Huber 2005, 15)

Außerdem kann man bezüglich Beschäftigungsentwicklung gar nicht von „den“ CI sprechen – denn innerhalb dieser CI zeigen sich deutliche Unterschiede:

Einerseits bestehen markante Unterschiede in den Entwicklungsstufen nach Wertschöpfungsstufen.⁷ So trägt der Bereich Reproduction stärker zur job destruction als zur job creation bei. Im Bereich Content Origination sind hingegen beachtliche Arbeitsplatzgewinne zu verzeichnen. Dies könnte eine Entsprechung in der im Kapitel 3 dargestellten Gründungsdynamiken der österreichischen Wirtschaft sein, die zeigt, dass das Gründungsgeschehen im Verarbeitenden Gewerbe seit 1990 tendenziell rückläufig ist.

Andererseits zeichnen sich auf Branchenebene große Unterschiede ab. Werbung und IT wachsen solide, bildende Kunst und Museen-Bibliotheken wachsen extrem. Beschäftigungsverluste sind im audiovisuellen Bereich und in Grafik/Mode/Design zu verzeichnen. Der IT-Sektor trägt am stärksten zum Beschäftigungswachstum bei, hauptsächlich im Content-Bereich (Softwarehäuser, Softwareberatung...) (Mayerhofer/Huber 2005, 17f).

Trotz dieser teilweise doch recht unterschiedlichen Entwicklungen, kommen Mayerhofer und Huber für die Wiener Creative Industries zu folgendem Schluss:

Insgesamt ist die Zahl der Standardbeschäftigten in den Wiener CI zwischen 1995-2003 um 5% gestiegen, während sie in allen Branchen Wiens in dieser Phase merklich abgenommen hat. (Mayerhofer/Huber 2005, 16)

⁷ Mayerhofer und Huber analysieren die Kreativwirtschaft nicht nur entlang verschiedener Branchen sondern auch entlang der Wertschöpfungsstufen Content Origination, Reproduction und Exchange in Anlehnung an das CI Production System des englischen Wirtschaftsgeografen Andy Pratt (1997) (London School of Economics).

Nun stellt sich die Frage, wie diese Arbeitsplätze entstehen. Handelt es sich hierbei vorrangig um ein Wachstum bestehender Unternehmen oder werden Arbeitsplätze hauptsächlich durch Unternehmensgründungen geschaffen? Dem schließt sich außerdem die Frage an, ob Arbeitsplätze eher durch down-sizing von Unternehmen verschwinden oder durch Schließungen. Mayerhofer und Huber kommen zu dem Schluss,

... dass die günstige Beschäftigungsentwicklung in den Wiener CI durchaus (auch) durch relevante Gründungsaktivitäten zustande gekommen ist. So wurden in Neugründungen des Clusterbereichs in der Beobachtungsperiode 1996-2003 rund 38.600 Arbeitsplätze geschaffen, pro Jahr sind das immerhin 5,3% des Bestandes. Die Gründungsrate in den Wiener CI ist damit deutlich höher als jene der Wiener Wirtschaft insgesamt (4,6%). Gleichzeitig gingen durch Schließungen in den Wiener CI rund 30.700 Arbeitsplätze (oder 4,2% des Bestandes) verloren, die Schließungsrate entspricht damit exakt jener der Wiener Wirtschaft insgesamt. (Mayerhofer/Huber 2005, 28)

Eine positive Unternehmensdynamik trägt also zur günstigeren Arbeitsplatzentwicklung in den Wiener CI bei, wird aber auch durch einen relativ dynamischen Unternehmensbestand unterstützt.

Nach Branchen differenziert haben Museen und Bibliotheken eine Gründungsrate von 19,6%, Werbung liegt bei 8,4%. Architektur, Grafik/Design/Mode und Audiovisueller Bereich haben eine negative Bilanz – die Stilllegungsquote übersteigt die Gründungsquote (Gründungen und Schließungen in % der Standardbeschäftigung). Im Designbereich ist der Contentbereich allerdings durchaus dynamisch, mit vielen Gründungen und neuen Arbeitsplätzen. Allerdings schrumpft im Exchange-Bereich der Betriebsbestand. Im IT-Sektor geht Arbeitsplatzwachstum hauptsächlich auf das Wachstum bestehender Betriebe zurück. (Mayerhofer/Huber 2005, 31)

Eine Differenzierung nach Wertschöpfungsstufen zeigt insgesamt, dass Gründungen im Reproduction-Bereich weniger zur Arbeitsplatzschaffung beitragen. Dieses Ergebnis von Mayerhofer und Huber korrespondiert mit den Analyseergebnissen zum österreichischen Gründungsgeschehen, die in Kapitel 3 dargestellt sind. Sie zeigen, dass sich Gründungen im Verarbeitenden Gewerbe zwischen 1995 – 2002 negativ entwickeln. Ab 2002 ist eine leichte Trendumkehr zu verzeichnen (vgl. Abbildung 2). Im Gegensatz dazu entwickelt sich das Gründungsgeschehen im Dienstleistungssektor seit 1993 mit einer kurzen Unterbrechung 1998 kontinuierlich positiv und liegt 2004 50% über dem Niveau von 1990.

Insgesamt entstehen laut Mayerhofer und Huber 42,6% der neuen Arbeitsplätze durch Unternehmensgründungen – bereits bestehende Unternehmen schaffen also 57,4% der Arbeitsplätze. Dieses Verhältnis entspricht ziemlich genau dem der Wiener Wirtschaft. Arbeitsplatzverluste sind selten auf Schließungen zurückzuführen.

Neben einer Darstellung des Gründungsgeschehens in der Wiener Creative Industries und einem Vergleich mit Hamburg wird es in diesem Bericht also von Interesse sein, die Situation der UnternehmerInnen und GründerInnen genauer zu betrachten, da diese zum Beschäftigungswachstum in Wien beitragen können.

4.1. VERGLEICH MIT HAMBURG – STRUKTUR UND ENTWICKLUNG

Im Folgenden soll das Gründungsgeschehen in den Sparten der Creative Industries in Wien in Bezug auf Dynamik, Struktur und Ausmaß der Gründungsaktivitäten dargestellt und gleichzeitig mit der Situation in Hamburg verglichen werden. Aufgrund der knappen Ressourcen ist im Rahmen dieses Projekts eine Beschränkung auf eine deskriptive Darstellung notwendig. Empirisch abgesicherte Erklärungen (die z.B. die Gründungsaktivitäten bzw. deren Struktur in Abhängigkeit von Entwicklungen/Wirtschaftsstruktur der jeweiligen Urbanwirtschaft bzw. Standortbedingungen i.w.S. darstellen) bedürften formaler mathematisch-statistischer Modellansätze und benötigen demnach eine deutlich größere Grundgesamtheit an zu beobachtenden Städten/Regionen. Letzteres war im Rahmen eines derartigen vergleichenden Ansatzes unter Berücksichtigung der gegebenen Ressourcen leider nicht möglich.

Eines der Hauptprobleme internationaler Vergleiche liegt in der mangelnden Verfügbarkeit von geeigneten Daten. Im Rahmen dieses Projektes wurde auf Daten zurückgegriffen, die von einer sowohl in Deutschland als auch in Österreich tätigen Kreditauskunftei (CREDITREFORM) nach einer prinzipiell gleichen Methodik generiert werden. Dies hat den Vorteil der unmittelbaren Vergleichbarkeit zur Folge, bringt aber gleichzeitig den Nachteil, auf Daten einer privaten Firma zurückgreifen zu müssen, die die Daten nicht aus wissenschaftlichem Interesse oder zu administrativen Zwecken erhebt, sondern aus Gründen ihrer Geschäftstätigkeit. Eine Implikation ist, dass sich alle empirischen Aussagen dieses Berichts *nicht* auf eine Vollerhebung des Gründungsgeschehens beziehen. Auf Aussagen hinsichtlich der absoluten Größe der Gründungsaktivitäten (d.h. auf die absolute Anzahl der neu gegründeten Unternehmen) musste daher im Rahmen dieses Berichts bewusst verzichtet werden. Daher wurde das Hauptaugenmerk auf die Struktur des Gründungsgeschehens bzw. deren strukturelle Entwicklung (unter dem Stichwort Strukturwandel) in Wien im Vergleich zu Hamburg gelegt.

Die Daten wurden vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim aufbereitet und exklusiv für diese Studie zur Verfügung gestellt. Sie beinhalten alle von der erwähnten Kreditauskunftei registrierten Gründungen im Zeitraum von 1995 bis 2005 in den diversen Sparten der Creative Industries (Tabelle 3).

Tabelle 3: Subbranchen der Creative Industries – Zuordnung auf Basis der NACE-Klassifikation

| | |
|---------|--|
| 7420 | Architektur- und Ingenieurbüros |
| 7220 | Softwarehäuser |
| 7230 | Datenverarbeitungsdienste |
| 7240 | Datenbanken |
| 7260 | Sonstige mit der Datenverarbeitung verbundene Tätigkeiten |
| 7440 | Werbewesen gesamt 8.622 |
| 3622 | Herstellung von Schmuck, Gold- und Silberschmiedewaren (ohne Phantasieschmuck) |
| 3661 | Herstellung von Phantasieschmuck |
| 7487-03 | Ateliers für Textil-, Schmuck-, Möbel- u. ä. Design |
| 9211 | Film und Videoherstellung |
| 9220 | Hörfunk- und Fernsehanstalten, Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen |

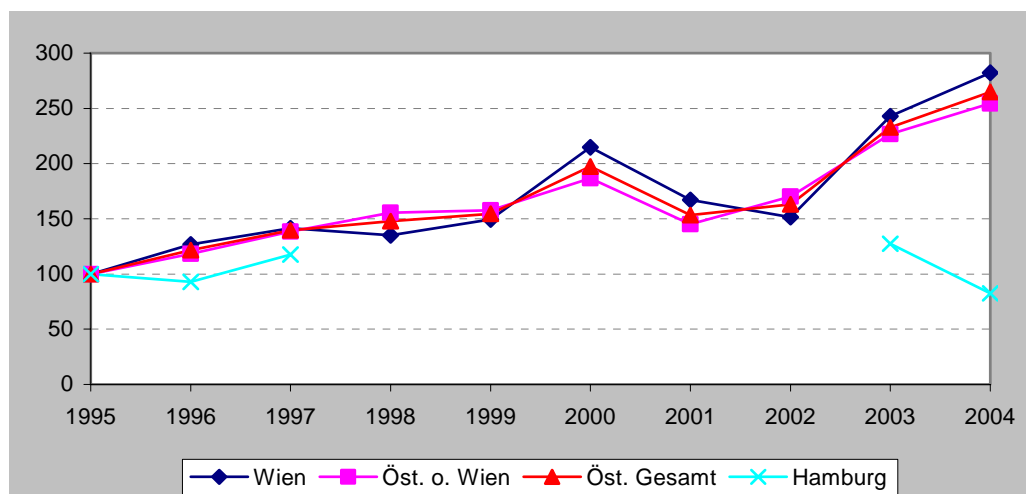
Quelle: Statistik Österreich, eigene Zuordnung

Abbildung 5 zeigt die Entwicklung der Gründungszahlen in Form einer Indexdarstellung (1995 = 100) im Bereich Creative Industries insgesamt⁸. In Wien (wie auch in Österreich generell) lässt sich ein starker Anstieg der Gründungszahlen der Kreativwirtschaft beobachten. Gegen Mitte der 2000er Jahre beträgt das Gründungsniveau annähernd das Dreifache gegenüber den Werten Mitte der 1990er Jahre. Dieser starke Anstieg der Gründungen wurde lediglich in den Jahren 2001 und 2002 unterbrochen, als es – im Folge des Platzens der New Economy-Blase und der damit verbundenen generellen Konjunkturdelle – zu einem allgemeinen Rückgang der Gründungszahlen in Österreich (bzw. in Wien) und vor allem der Gründungen im EDV-Bereich (vgl. unten) gekommen ist. Danach kam es jedoch wiederum zu einem Anstieg der Gründungszahlen, der sogar noch deutlich stärker ausfiel als der Trendanstieg im Zuge der 1990er Jahre. Die Entwicklung der Gründungszahlen zwischen Wien und Österreich verläuft dabei annähernd parallel, wesentliche Abweichungen Wiens von der allgemeinen österreichischen Entwicklung sind nicht zu erkennen.

Aufgrund von Datenproblemen sind die Zahlen für Hamburg nur mit Vorsicht zu interpretieren. Anzeichen für eine ähnlich ansteigende Entwicklung lassen sich auf Basis der vorliegenden Datenpunkte in Hamburg allerdings nicht erkennen.

⁸ Leider kam es im betrachteten Zeitraum zu Umstellungen bei den Bearbeitungsprozeduren innerhalb des dortigen Regionalbüros der Kreditauskunftei. Daher gibt es für die Gesamtperiode keine einheitlich erhobenen Gründungszahlen für Hamburg.

Abbildung 5: Zeitreihe 1995-2004: Indexentwicklung der CI-Gründungen Vergleich Wien-Hamburg



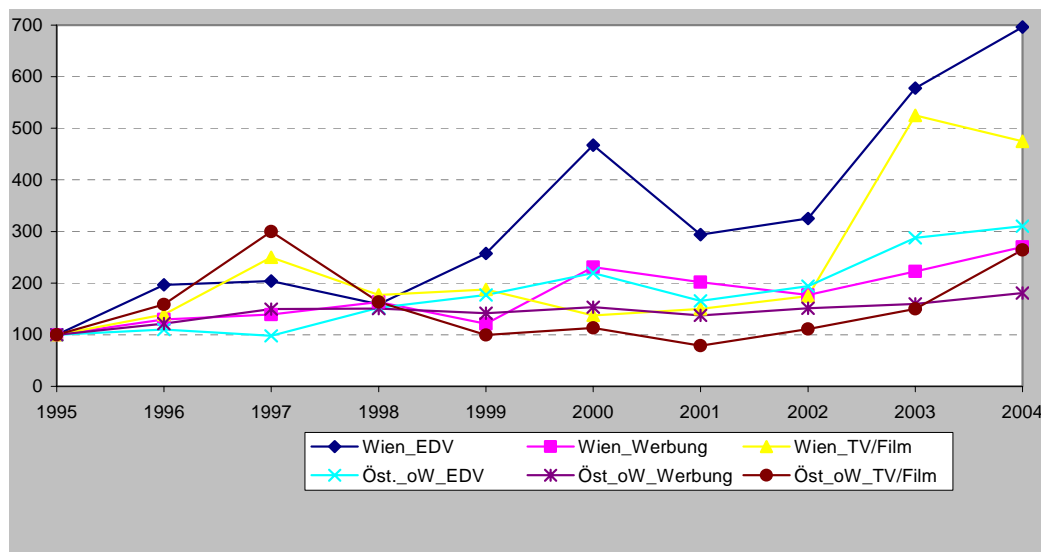
Quelle: ZEW Mannheim, JR, eigene Berechnungen

In Abbildung 6 sind die Zeitreihen (Index 1995= 100) für die beiden quantitativ wichtigsten Subbranchen der Kreativwirtschaft EDV und Werbung, dargestellt (vgl. dazu Abbildung 3). Auffällig ist die überaus dynamische Entwicklung der EDV-Gründungen in Wien. Zwischen 1995 und dem Jahr 2000 (dem Höhenpunkt des „new economy bubbles“) kam es annähernd zu einer Verfünffachung der Gründungszahl dieser Branche in Wien (gegenüber einer Verdoppelung in Österreich ohne Wien). Das Jahr 2001 war dann durch einen Einbruch der Gründungszahlen im EDV-Bereich in Folge des erwähnten Platzens der „New Economy-Euphorie“ gekennzeichnet. Dieser Einbruch war besonders in Wien gekennzeichnet, wobei sich hier die Gründungszahlen allerdings bereits im darauf folgenden Jahr stabilisierten und ab dem Jahr 2003 wieder drastisch anstiegen, so dass im Jahr 2004 das Niveau EDV-Gründungen in Wien ca. siebenmal so hoch war, als noch im Jahr 1995. Im gleichen Zeitraum stiegen die Gründungszahlen in der Subbranche EDV in Österreich ohne Wien um das Dreifache.

Die Dynamik der Gründungen im Werbewesen war im Vergleich dazu deutlich geringer, allerdings immer noch bemerkenswert. In Wien stieg das Gründungsaufkommen dieser Branche im Betrachtungszeitraum um annähernd das Dreifache, in Österreich ohne Wien kam es immerhin auch noch zu einer Verdoppelung der Gründungszahlen. Der für die EDV-Gründungen zu beobachtende Einbruch in den Jahren 2001/2002 lässt sich in dieser Stärke für das Werbewesen nicht feststellen, der zeitlich begrenzte Rückgang der Gründungszahlen war hier deutlich geringer.

Die Gründungen im Bereich Rundfunk/TV und Film zeigen ebenfalls große Schwankungen, wobei sich gegen Ende der Untersuchungsperiode ein deutlicher Anstieg abzeichnet. Dieser Anstieg ist vor allem in Wien besonders ausgeprägt, wo in den Jahren 2003 und 2004 das Gründungsaufkommen ca. das Fünffache des Jahres 1995 betrug.

Abbildung 6: Zeitreihe 1995-2004: Indexentwicklung der CI-Gründungen Vergleich Wien-Österreich (ohne Wien) nach Subsparten



Anmerkung: Für die Subsparten Architektur und Design musste auf eine Darstellung verzichtet werden, da hier die Entwicklung aufgrund geringer Gründungszahlen äußerst erratisch erfolge.

Quelle: ZEW Mannheim, JR, eigene Berechnungen

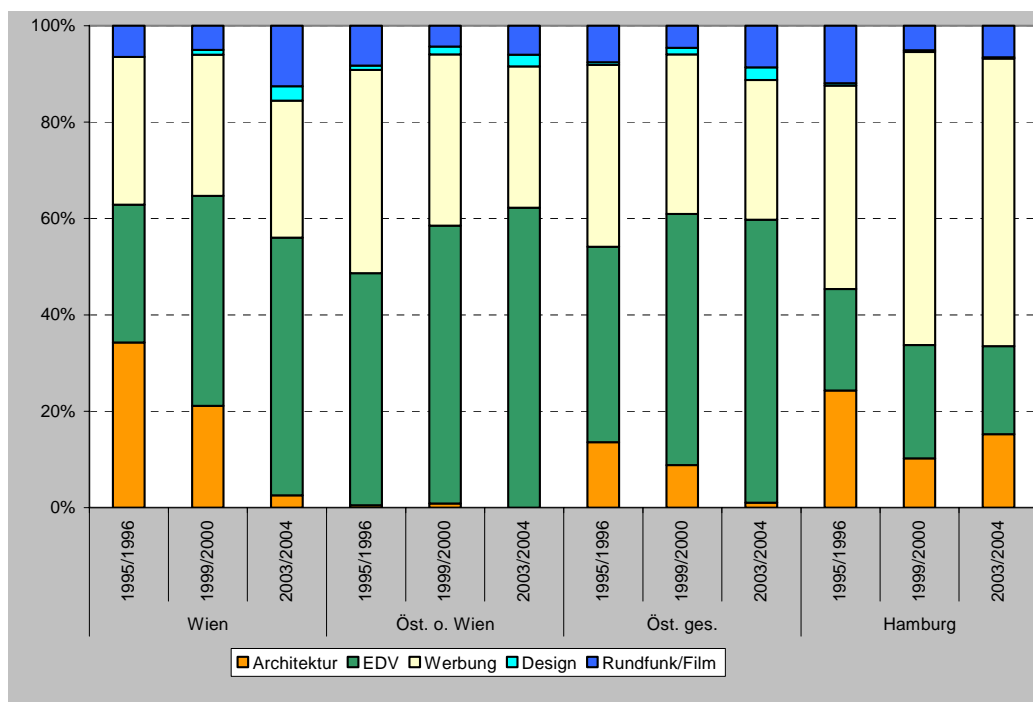
Insgesamt lässt sich somit ein ausgesprochener Wachstumstrend der Gründungen in der Kreativwirtschaft beobachten. Dieser Trend wird vor allem getragen von den Gründungen im EDV-Bereich, wo insbesondere in Wien eine überaus große Dynamik zu beobachten ist. Auch die zweite quantitativ bedeutsame Subbranche der Kreativwirtschaft, das Werbewesen, zeigt einen starken Wachstumstrend, wobei auch hier Wien ein stärkeres Wachstum aufweist als Österreich (ohne Wien).

Das jeweilige Gewicht der Subbranchen innerhalb des Gründungsgeschehens der Kreativwirtschaft ist im Detail in Abbildung 7 für die beiden Zeitperioden 1999/2000 und 2003/2004 dargestellt. In Wien und Österreich stellt mit deutlichem Abstand die EDV-Branche die quantitativ bedeutsamste Quelle für Gründungen in der Kreativwirtschaft dar. Zwischen ca. 40% (1999/2000) und 60% (2003/2004) aller entsprechenden Gründungen finden sich in der EDV. Gründungen im Werbewesen machen in etwa 25 bis 30% aus. Auf die anderen Subsparten entfallen deutlich geringere Anteile, wobei die Anteil im Bereich Architektur sowie im Rundfunk/TV/Film-Bereich in Wien deutlich über den Werten von Österreich (ohne Wien) zu finden sind.

Die Gründungsstruktur der Kreativwirtschaft in Hamburg unterscheidet sich deutlich von jener in Österreich und in Wien. In Hamburg weisen Gründungen im Werbewesen den mit großem Abstand höchsten Anteil auf. Etwa 60% aller kreativwirtschaftlichen Gründungen in Hamburg sind im Werbewesen zu finden. Hingegen ist im Vergleich die Bedeutung der EDV in Hamburg für das Gründungsgeschehen mit einem Anteil von knapp 20% wesentlich niedriger als in Wien. Hamburg als wichtiges Medienzentrum

Deutschlands bietet offensichtlich entsprechende Standortvoraussetzungen für Gründungen im Werbewesen – vor allem aufgrund der direkten Nähe zu den wichtigsten Nachfragern, den Unternehmen.

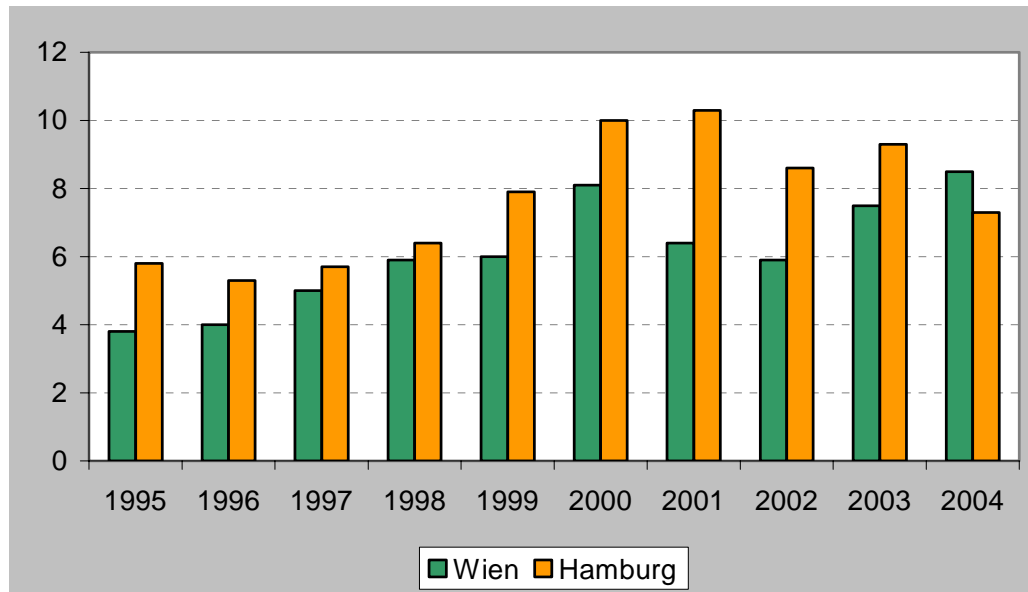
Abbildung 7: Struktur der CI-Gründungen und deren Entwicklung



Quelle: ZEW Mannheim, JR, eigene Berechnungen

Abbildung 8 zeigt die Bedeutung der kreativwirtschaftlichen Gründungen für das gesamte Gründungsgeschehen. In Wien entfallen zwischen 4% (1995) und knapp 9% (2004) aller Gründungen auf die Kreativwirtschaft, in Hamburg ist deren Anteil zwischen 1995 und 2003 um etwa ein bis drei Prozentpunkte höher. Im Jahr 2004 kehrt sich das Verhältnis erstmalig im Beobachtungszeitraum um – Hamburg fällt um 1% hinter Wien zurück.

Abbildung 8: Anteil der CI-Gründungen in Wien und Hamburg am gesamten Gründungsgeschehen



Anmerkung: Die Zahlen für Hamburg sind für den Zeitraum 1999-2002 aufgrund von erhebungstechnischen Umstellungen mit großer Unsicherheit behaftet.

Quelle: ZEW Mannheim, JR, eigene Berechnungen

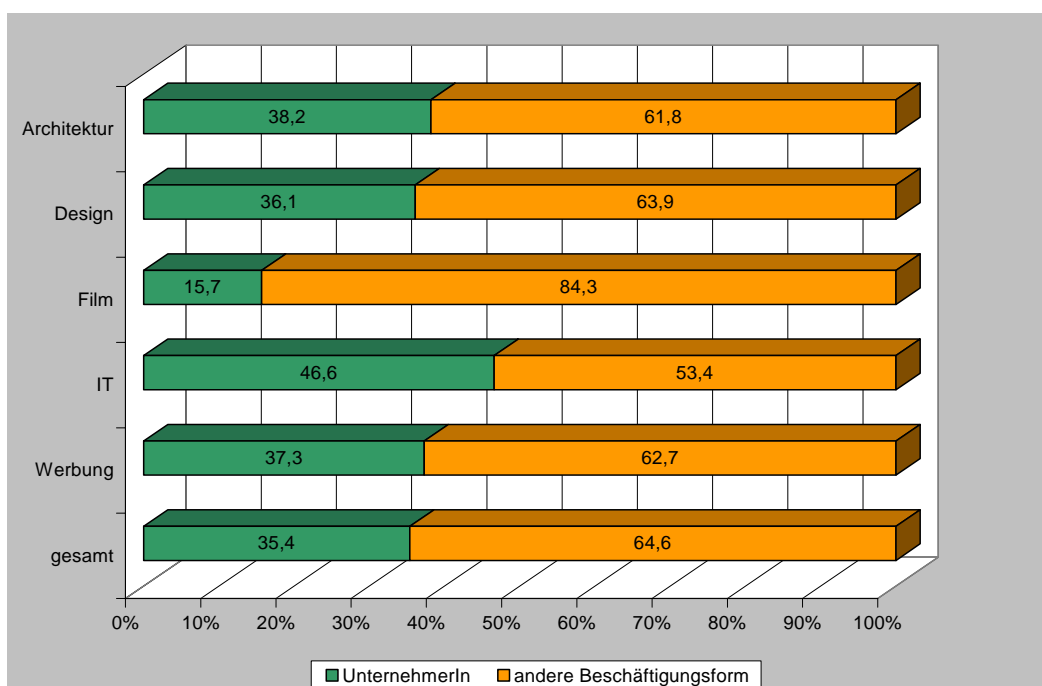
Generell zeigt sich im Zeitablauf ein Trend zu einem Bedeutungsgewinn der Kreativwirtschaft für das Gründungsgeschehen. Dieser Trend wird lediglich durch einen Rückgang in den Jahren 2001 und 2002 unterbrochen, wobei sich dieser Rückgang in Wien auf den bereits erwähnten kurzfristigen Einbruch der Gründungszahlen im EDV-Bereich zurückführen lässt. Dieser beträchtliche und über die Zeit weiter wachsende Anteil der kreativwirtschaftlichen Gründungen zeigt die große Bedeutung dieses Bereichs für eine moderne Stadtwirtschaft.

5 UnternehmerInnen und GründerInnen in den Wiener Creative Industries

Nachdem die ökonomische Bedeutung von Gründungen in den Wiener Creative Industries dargestellt worden ist, kommen wir nun zu einer genaueren Beschreibung der GründerInnen und UnternehmerInnen⁹ in der Kreativwirtschaft und ihrer Arbeitssituation. Dazu werden qualitative und quantitative Daten, die im Rahmen des Projekts „Nachhaltige Erwerbsarbeit in den Wiener Creative Industries“ erhoben und in Kapitel 2 schon genauer beschrieben wurden, herangezogen.

35% der Befragten, die an der 2005 durchgeführten Online-Erhebung teilnahmen, bezeichnen sich als UnternehmerInnen. Ihre Anteile in den 5 untersuchten Bereichen der Wiener Kreativwirtschaft (Architektur, Design/Grafik/Mode, Film/Rundfunk/Video, Software/Multimedia/Internet und Werbung) verteilen sich wie folgt:

Abbildung 9: Anteile der UnternehmerInnen nach Bereichen (n=910)



Unter den Befragten ist also im IT-Bereich mit 47% der größte UnternehmerInnenanteil zu finden. Im Filmbereich ist der Anteil mit 16% viel geringer als anderswo. Das liegt vor allem daran, dass die Hälfte der Befragten im Bereich Film/Rundfunk/Video beim ORF angestellt ist.

⁹ Wie eingangs schon beschrieben bezeichnen wir in diesem Kapitel Personen, die zum Erhebungszeitpunkt 2005 maximal 2 Jahre UnternehmerIn sind als „GründerInnen“ und gehen davon aus, dass diese Personen das Unternehmen auch gegründet haben. Leider können wir nicht ausschließen, dass sich in dieser Gruppe auch Personen befinden, die zwischen 2003 und 2005 ein Unternehmen übernommen und damit andere Voraussetzungen als wirkliche GründerInnen haben.

Unternehmensgröße und -Lebensdauer

Im Bericht über die quantitativen Ergebnisse der Onlinebefragung wurde generell dargestellt, in welchen Unternehmen die Befragten der Creative Industries arbeiten (vgl. Reidl/Steyer 2006). Wir wollen hier die 35% der Befragten unter die Lupe nehmen, die von sich als UnternehmerInnen sprechen (48% dieser UnternehmerInnen gehen neben ihrem UnternehmerInnentum auch noch anderen Beschäftigungsverhältnissen nach).

Da in den Daten von CREDITREFORM neue Selbständige stark untererfasst sind und wir in unserem Datensatz zwischen neuen Selbständigen, WerkvertragnehmerInnen und freien DienstnehmerInnen nicht unterscheiden können, haben wir uns entschlossen, hier nur die Daten der UnternehmerInnen zu präsentieren.

An den Betriebsgrößen der befragten UnternehmerInnen erkennt man einmal mehr, wie kleinteilig die Creative Industries strukturiert sind. 71% der UnternehmerInnen sind entweder allein selbständig oder leiten ein Unternehmen mit bis zu vier Beschäftigten. Nur 1% der UnternehmerInnen steht einen Betrieb mit mehr als 50 Beschäftigten vor.

Tabelle 4: Unternehmensgröße (in Spalten-%) (n=307)

| | Gesamt | Architektur | Design/ Grafik/ Mode | Film/ Rundfunk/ Video | IT-Bereich | Werbung |
|---------------------------------|--------|-------------|----------------------------|-----------------------------|-------------|---------|
| allein selbständig tätig | 32,9 | 16,9 | 30,2 | 30,8 | 45,1 | 22,5 |
| 1-4 Beschäftigte | 38,1 | 50,8 | 51,2 | 30,8 | 29,3 | 37,5 |
| 5-9 Beschäftigte | 15,3 | 20,0 | 16,3 | 23,1 | 9,0 | 22,5 |
| 10-19 Beschäftigte | 9,1 | 12,3 | 2,3 | 7,7 | 9,8 | 10,0 |
| 20-49 Beschäftigte | 3,6 | 0 | 0 | 3,8 | 6,0 | 5,0 |
| 50-99 Beschäftigte | 0,7 | 0 | 0 | 3,8 | 0 | 2,5 |
| 100-499 Beschäftigte | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| > 500 Beschäftigte | 0,3 | 0 | 0 | 0 | 0,8 | 0 |

Im IT-Sektor ist der Anteil der Ein-Personen-Unternehmen (EPU) mit 45% besonders hoch, wohingegen diese Unternehmensform in der Architektur mit 17% eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielt. Insgesamt sind Architektur und Design/Grafik/Mode noch kleinteiliger strukturiert als die Werbung oder der Film- bzw. IT-Bereich.

Im Durchschnitt bestehen die Unternehmen seit 9 Jahren. Drei Viertel der Unternehmen sind maximal 11 Jahre alt, wobei 35% der Unternehmen erst seit max. vier Jahren bestehen. Der folgenden Tabelle sind die zugehörigen, gruppierten Antworthäufigkeiten im Detail zu entnehmen.

Tabelle 5: Alter des Unternehmens (in Spalten-%) (n=281)

| | Gesamt | Architektur | Design/ Grafik/ Mode | Film/ Rundfunk/ Video | IT-Bereich | Werbung |
|----------------------|--------|-------------|----------------------------|-----------------------------|------------|---------|
| max. 2 Jahre | 17,8 | 12,1 | 11,4 | 21,7 | 23,0 | 12,8 |
| 3-5 Jahre | 27,8 | 32,8 | 17,1 | 4,3 | 32,5 | 28,2 |
| 6-10 Jahre | 28,5 | 31,0 | 14,3 | 43,5 | 32,5 | 15,4 |
| 11-15 Jahre | 11,4 | 6,9 | 22,9 | 13,0 | 5,6 | 25,6 |
| 16-20 Jahre | 9,3 | 5,2 | 22,9 | 17,4 | 5,6 | 10,3 |
| 21-30 Jahre | 3,6 | 12,1 | 2,9 | 0 | 0,8 | 2,6 |
| 31-40 Jahre | 1,1 | 0 | 5,7 | 0 | 0 | 2,6 |
| 41-50 Jahre | 0,4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2,6 |
| über 50 Jahre | 0,4 | 0 | 2,9 | 0 | 0 | 0 |

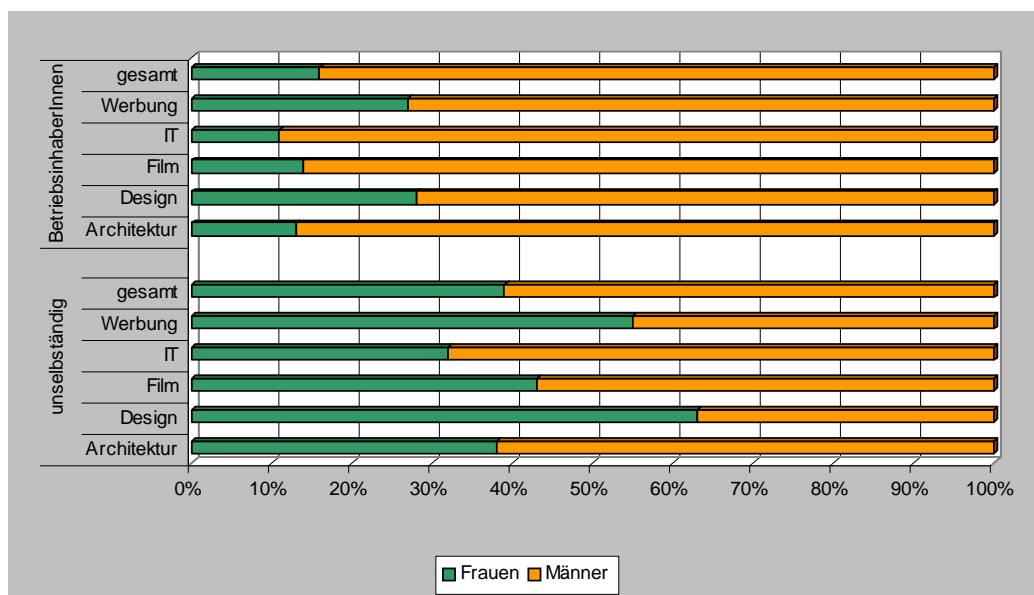
Befragte, die erst seit maximal 2 Jahren UnternehmerInnen sind, werden im Folgenden als „GründerInnen“ bezeichnet, sie stellen 18% der UnternehmerInnen.

Die Unternehmen im Bereich Software/Multimedia/Internet bestehen mit 6 Jahren im Mittel deutlich kürzer als die Betriebe im Filmbereich und im Bereich Design/Grafik/Mode (13 bzw. 13,5 Jahre). Architektur und Werbung liegen mit 9 bzw. 11 Jahren Unternehmensalter im Mittelfeld.

Unternehmer und Unternehmerinnen in den CI

Österreichweit leiten Frauen in den Creative Industries seltener als Männer einen eigenen Betrieb; sie stellen nur gut ein Fünftel aller BetriebsinhaberInnen. Am ehesten leiten Frauen einen eigenen Betrieb im Designbereich, der sehr kleinbetrieblich strukturiert und in den meisten Fällen von einem geringen finanziellen Mitteleinsatz gekennzeichnet ist. Mit einem Anteil von 42% sind Frauen hier doppelt so häufig selbstständig wie im CI-Durchschnitt. In der Werbung liegt ihr Anteil bei knapp einem Viertel, wenig Betriebsinhaberinnen gibt es im Multimedia- und im Architekturfeld (11% bzw. 13%).

Abbildung 10: Unselbständig Beschäftigte und BetriebsinhaberInnen nach Bereichen und Geschlecht



Quelle: Arbeitsstättenzählung

Im Sample der Online-Erhebung haben insgesamt 35% der Befragten ein eigenes Unternehmen gegründet, auch wenn fast die Hälfte dieser Gruppe neben der eigenen Firma auch noch anderweitig tätig ist. Der Frauenanteil beträgt in dieser Gruppe 25%. Die verschiedenen untersuchten Bereiche verhalten sich hier jedoch sehr heterogen, wie Tabelle 6 zeigt. Im IT-Bereich ist der Frauenanteil mit 14% am geringsten, hingegen sind fast die Hälfte der UnternehmerInnen in der Werbung Frauen.

Tabelle 6: EPU und ArbeitgeberInnen nach Bereich und Geschlecht in % (n = 910)

| | EPU | | ArbeitgeberInnen | | gesamt | |
|--------------------|--------|--------|------------------|--------|--------|--------|
| | Frauen | Männer | Frauen | Männer | Frauen | Männer |
| Architektur | 36,4 | 63,6 | 27,8 | 72,2 | 29,2 | 70,8 |
| Design | 23,1 | 76,9 | 36,7 | 63,3 | 34,1 | 65,9 |
| Film | 50,0 | 50,0 | 11,1 | 88,9 | 21,2 | 78,8 |
| IT | 10,0 | 90,0 | 17,8 | 82,2 | 14,4 | 85,6 |
| Werbung | 55,6 | 44,4 | 45,2 | 54,8 | 46,3 | 53,7 |

Die Tabelle zeigt außerdem, dass unter den Unternehmerinnen in der IT-Branche sowie im Bereich Design/Grafik/Mode Arbeitgeberinnen überrepräsentiert sind. Dieses Ergebnis erscheint vor allem deshalb außergewöhnlich, weil deutsche Studien zeigen, dass Frauen, die sich selbständig machen, dies häufiger allein tun als Männer (Leicht 2003, 238).

5.1. MOTIVATIONEN UND SCHWIERIGKEITEN

Motivationen ein Unternehmen zu gründen

Von verschiedenen Motivationen für die Gründung eines Unternehmens war die Möglichkeit, sein/ihr eigene/r ChefIn zu sein, die wichtigste (trifft für knapp zwei Drittel der UnternehmerInnen zu).

In unseren qualitativen Interviews sind Emma – eine Einzelunternehmerin im Grafikbereich – und Andreas, seines Zeichens Architekt mit 5 selbständigen MitarbeiterInnen, Prototypen für dieses starke Bedürfnis nach Unabhängigkeit. Beide haben sichere Anstellungsverhältnisse aufgegeben, die ihnen eng und langweilig erschienen, um sich als UnternehmerInnen „schöpferisch“ zu verwirklichen.

Etwas mehr als ein Viertel der Befragten der Online-Erhebung hatten eine erfolgversprechende Geschäftsidee, mit der sie sich selbständig machten. Den Schritt in die Selbständigkeit taten 12%, um nicht arbeitslos zu sein, für mehr als drei Viertel der UnternehmerInnen war dies hingegen überhaupt nicht relevant.

Tabelle 7: Gründe für die Unternehmensgründung (in Zeilen-%) (n=316)

| | ausschlaggebend | teils, teils | nicht ausschlaggebend |
|--|-----------------|--------------|-----------------------|
| eigene/r ChefIn sein | 63,6 | 27,5 | 8,9 |
| Erfolg versprechende Geschäftsidee | 26,3 | 34,2 | 39,6 |
| beste Möglichkeit, Arbeit und Privatleben zu vereinbaren | 25,9 | 34,8 | 39,2 |
| höheres Einkommen | 16,5 | 35,8 | 47,8 |
| Alternative zur Arbeitslosigkeit | 12,0 | 10,8 | 77,2 |

Die Architektin Brigitte ist ein Beispiel dafür, ein Unternehmen aufgrund von drohender Arbeitslosigkeit zu gründen. Brigitte hat sich erst am zweiten Bildungsweg für das Architekturstudium entschieden. Ihre Versuche, nach Studienabschluss eine Anstellung oder Projektaufträge als freie Mitarbeiterin zu bekommen scheiterten, vermutlich weil sie älter als ihre MitbewerberInnen und Mutter war. Die Selbständigkeit war für sie eine gangbare, wenn auch nicht einfache Alternative:

Naja, dann probier ich es halt selber. Und so bin ich dann in die Selbständigkeit gekommen. Da war ich noch gar nicht Ziviltechnikerin, (...) Also meinen ersten Auftrag hab ich gemacht, da war ich noch gar keine Ziviltechnikerin. (Brigitte, 8)

Heute ist sie mit ihrer Situation als Unternehmerin sehr zufrieden und kann sich nichts anderes mehr vorstellen.

Vergleicht man die unterschiedlichen untersuchten Sektoren miteinander, zeichnen sich Unterschiede hinsichtlich der Motivationen zur Selbständigkeit ab: Die Höhe des Einkommens war im Bereich Software/Multimedia/Internet verständlicherweise ein viel

wichtigerer Grund (23,5%) sich selbständig zu machen, als in Film/Rundfunk/Video (6,5%), da das Einkommensniveau im IT-Sektor von allen untersuchten Branchen am höchsten liegt. Geschäftsideen scheinen in der Architektur (12,5%) eine geringere Rolle beim Schritt in die Selbständigkeit zu spielen als im IT- oder Grafik- und Design-Bereich (33% bzw. 32%). Auch Vereinbarkeit von Beruf und Familie spielt in der Architektur mit 9% eine vernachlässigbare Rolle, wohingegen sich im Filmbereich ein Drittel der UnternehmerInnen aus auch diesem Grund selbständig gemacht hat.

Vergleicht man diejenigen UnternehmerInnen, die ihren Betrieb zwischen 2003-2005 gegründet haben – wir wollen sie im folgenden als „GründerInnen“ bezeichnen – mit den anderen UnternehmerInnen, scheinen die Motive für den Schritt in die Selbständigkeit ähnlich gelagert zu sein. Eines fällt allerdings auf: Für insgesamt 40% der GründerInnen spielte zumindest teilweise die Überlegung eine Rolle, ein Unternehmen zu gründen um nicht arbeitslos zu sein. Bei den langjährigeren UnternehmerInnen trifft das nur auf 20% zu. Der Arbeitsmarkt scheint also im Lauf der Jahre enger geworden zu sein.

In den qualitativen Interviews zeigen sich noch andere Motive, Unternehmen zu gründen. Weit verbreitet dürfte das Modell von Waltraud und Kurt sein. Beide haben ein Unternehmen gegründet, um ihre Existenz zu sichern, er eine Videoproduktionsfirma, sie eine Werbeagentur. Aber eigentlich würden sie sich lieber darauf konzentrieren, Medienkünstler bzw. Autorin zu sein, wenn sie davon leben könnten. Kurt formuliert das folgendermaßen:

Ich würde einmal sagen, wo mein persönlich großes Interesse ist, ist eher im künstlerischen Bereich, ganz strikt gesprochen, das ist aber nicht mein Haupteinkommensbereich und auch nicht mein Hauptarbeitsbereich. (Kurt, 2)

Und Waltraud hat bezüglich ihrer Einkommens- und Arbeitsbereiche eine Vision vor Augen, welche die Schließung ihrer Agentur bedeuten würde:

In meiner Wunschvorstellung steigt der Autorenanteil ins Unermessliche, bis die Brotarbeit irgendwo überflüssig wird. 18

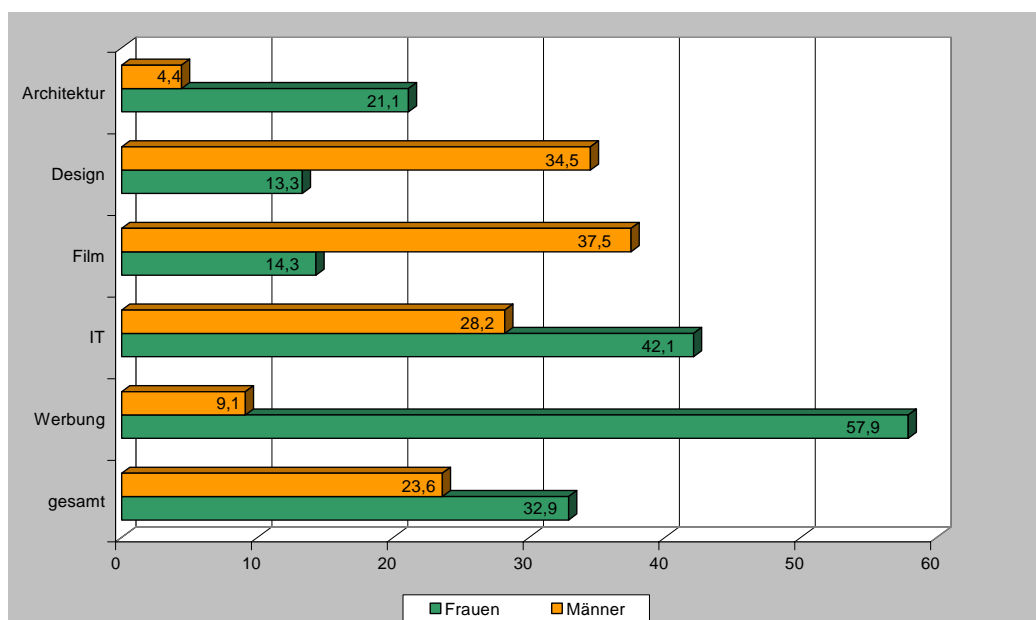
Im Gegensatz dazu steht Felix, der mit seinem Unternehmen seinen künstlerischen Interessen als Möbeldesigner nachgeht, daneben aber einen Job braucht, der ihm die Existenz sichert. Er ist der einzige der interviewten 14 UnternehmerInnen, der nicht von seinem Betrieb leben kann.

Motive für die Selbständigkeit nach Geschlecht

Frauen wagen den Schritt in die Selbständigkeit nicht nur seltener als Männer, sie tun dies auch aus anderen Gründen. Erwartungsgemäß spielt für Frauen (33%) das Motiv der Vereinbarkeit eine größere Rolle als für Männer (24%). „Klassisch“ sind diesbezügliche geschlechtsspezifische Unterschiede vor allem in der Architektur und in der Werbung. Allerdings gibt es mit Film/Rundfunk/Video und Design/Grafik/Mode auch zwei Bereiche, in denen sich weit mehr Männer als Frauen selbständig gemacht haben, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können (siehe Abbildung 11). Selbständig-

keit scheint also in sehr „subbereich-spezifischem“ Maß geeignet zu sein, die Vereinbarkeitsanforderung zu erfüllen.

Abbildung 11: Vereinbarkeit von Arbeit und Leben als ausschlaggebendes* Motiv für Selbständigkeit



* mögliche Antwortkategorien: ausschlaggebend, teils/teils, nicht ausschlaggebend

Die Einkommenshöhe ist hingegen eher ein männliches Motiv: Für Männer (19%) ist ein besseres Einkommen ausschlaggebender dafür, sich selbständig zu machen als für Frauen (9%). Der Autonomieanspruch, also der eigene Chef bzw. die eigene Chefin zu sein, ist bei beiden Geschlechtern gleichermaßen zu beobachten.

Unternehmensgründung als Antwort auf Arbeitslosigkeit ist in den CI nicht sehr stark verbreitet – 14% der Frauen und 11% der Männer geben dies als ausschlaggebendes Motiv an. Die branchenspezifischen Unterschiede sind in diesem Zusammenhang einer Betrachtung wert:

Während die geschlechtsspezifischen Unterschiede in den Bereichen Design/Grafik/Mode, Software/Multimedia und Werbung verschwindend gering sind (in der Werbung scheint Arbeitslosigkeit als Motiv insgesamt kein Thema zu sein), gründeten 29% der Frauen aus dem Filmbereich aufgrund von Arbeitslosigkeit, aber nur 12,5% der Männer. In der Architektur scheinen Frauen (16%) ebenfalls viel eher als Männer (4%) aufgrund von Arbeitslosigkeit zu gründen.

Schwierigkeiten des Selbständigseins

In der Online-Befragung wurde neben Motiven auch nach den Schwierigkeiten gefragt, mit denen UnternehmerInnen bei der Gründung und auch später zu kämpfen haben. Für die Befragten ist während der Gründungsphase vor allem die Verfügbarkeit finanzieller

Mittel ein Problem. Diese Schwierigkeit besteht für über die Hälfte der Antwortenden auch noch in den Folgejahren. Finanzierungslücken scheinen zum Großteil, jedoch nicht ausschließlich, durch eine schlechte Auftragslage begründet zu sein.

Für den Großteil der Befragten stellen Mangel an qualifiziertem Personal, Standortnachteile, interne Konflikte sowie die Unterschätzung kaufmännischer und inhaltlicher Anforderungen bei der Unternehmensgründung und -führung keine Probleme dar. Im Gegensatz zu anderen Schwierigkeiten, die nach der Startphase an Brisanz verlieren, kommt es im Lauf der Jahre aber häufiger zu internen Konflikten und die Suche nach qualifiziertem Personal wird schwieriger – vermutlich stellt sich die Personalfrage während der Unternehmensgründung auch noch nicht, da sich viele UnternehmerInnen erst später MitarbeiterInnen leisten können.

Tabelle 8: Probleme der Unternehmenstätigkeit (in %) (n=316)

| Schwierigkeiten | Startphase | | danach | |
|---|-------------|------|-------------|------|
| | ja | nein | ja | nein |
| Verfügbarkeit finanzieller Mittel | 60,8 | 39,2 | 56,3 | 43,7 |
| fehlende Aufträge | 45,3 | 54,7 | 42,4 | 57,6 |
| Unterschätzung der kaufmännischen Anforderungen | 24,7 | 75,3 | 17,1 | 82,9 |
| Mangel an qualifiziertem Personal | 21,5 | 78,5 | 25,8 | 74,4 |
| interne Konflikte | 9,2 | 90,8 | 16,8 | 83,2 |
| Unterschätzung der inhaltlichen Anforderungen | 7,6 | 92,4 | 3,2 | 96,8 |
| ungeeigneter Standort | 7,3 | 92,7 | 6,6 | 93,4 |

Schwierigkeiten treten in den verschiedenen Bereichen unterschiedlich zu Tage: Finanzielle Mittel sind beim Start in die Selbständigkeit für ca. die Hälfte der Befragten in Werbung und Software/Multimedia/Internet ein Problem. In den anderen Bereichen bereitet dieses Thema zwei Dritteln der Befragten Kopfzerbrechen, in der Architektur sogar mehr als drei Viertel der UnternehmerInnen. In allen Bereichen treten Finanzierungsprobleme nach der Startphase etwas seltener auf, nur in der Filmwirtschaft verschärft sich die Lage. Dies hängt vermutlich mit den österreichischen Filmförderstrukturen zusammen, da Förderungen für Erstlingswerke leichter zu bekommen sind.

Die Schwierigkeit, qualifiziertes Personal zu finden, wird für manche UnternehmerInnen erst nach der Startphase ein Thema, vor allem im Bereich Design/Grafik/Mode geben dieses Problem mehr als ein Drittel der Befragten an. Auch im IT-Bereich und in der Werbung ist diese Schwierigkeit für ein Viertel der UnternehmerInnen virulent. Die Filmwirtschaft ist der einzige Bereich, in dem hier über die Zeit Vernetzung zu greifen scheint. Die Personalsuche wird nach der Startphase der Unternehmen leichter.

Die Auftragslage stellt sich zu Beginn der Selbständigkeit nur bei einem guten Drittel der Befragten im Werbebereich als problematisch dar. Im Vergleich dazu sind es bei den ArchitektInnen knapp 60% und bei den FilmerInnen knapp die Hälfte der befragten UnternehmerInnen. Auffallend ist auch, dass die Schwierigkeiten, Aufträge zu lukrieren für ArchitektInnen nach der Startphase etwas schlimmer werden (in Film/Rundfunk/Video stagnieren sie) – im Gegensatz zu den anderen Bereichen, in denen sich die Auftragslage im Lauf der Zeit verbessert. Es ist also anzunehmen, dass eine Unternehmensgründung in der Architektur eher dann erfolgt, wenn konkrete Auftragsprojekte vorliegen. Weitere Aufträge zu lukrieren stellt sich dann jedoch als schwierig heraus.

Ein Beispiel dafür ist Andreas, der die bittere Erfahrung machte, ein Architekturbüro, das er mit Kollegen gegründet hatte, nach sieben Jahren wieder auflösen zu müssen, weil der Großauftrag, der die Gründung ermöglicht hatte, abgeschlossen war:

... wenn kein Folgeauftrag da ist. Interessantes Phänomen geht vielen so, weil man so drinnen steckt in der Arbeit und ein großes Projekt führt, übersieht man, dass man sich um Nachfolgeprojekte kümmern sollte. (Andreas, 4)

Andreas hat daraus gelernt „dass der Auftrag den man noch nicht hat, der wichtigere ist“ – eine Frage der Reife. Bruno war dies von Anfang an bewusst:

Ich hab das Büro auch nicht mit einem Auftrag begonnen, das hätte ich auch nicht gemacht, weil das wirtschaftlicher Unfug ist. (Bruno, 7)

Er hatte aber auch das Glück, bei der Gründung von einem erfahrenen Architekten unterstützt zu werden, von dem er auch KundInnen übernehmen konnte.

ArchitektInnen fallen auch auf, wenn es um Konflikte geht. Sind Streits bei der Unternehmensgründung nur für 8% ein Problem, bekommen sich nach der Startphase beachtliche 28% in die Haare. Auch 23% der DesignerInnen und GrafikerInnen haben nach der Startphase mit Konflikten zu kämpfen. In der IT-Branche streiten hingegen 12% der Befragten, die FilmerInnen sind mit Abstand am konfliktscheuesten (3% bzw. 6,5%).

Konflikte führen sogar manchmal zu Firmenaufösungen, wie zwei UnternehmerInnen aus dem Grafik/Design-Bereich im Interview erzählen. Sowohl Erich als auch Emma haben vor ihrem jetzigen Unternehmen schon einmal gegründet – mit KollegInnen. Beide scheiterten an Streitereien zwischen den PartnerInnen. Erich startete daraufhin mit einem seiner beiden Partner einen zweiten Versuch, diese Kooperation funktioniert nun schon seit 14 Jahren gut. Emma zog aus ihren Erfahrungen den Schluss, sich allein selbständig zu machen.

Durch kaufmännische Anforderungen überfordert sind vor allem GrafikerInnen und DesignerInnen zu Beginn der Selbständigkeit (43%), sowie ein knappes Drittel der Werbefachleute und ein Viertel der ArchitektInnen. Für einen Teil der Befragten legen sich diese Schwierigkeiten mit zunehmender Erfahrung. Dies trifft vor allem für die WerberInnen zu, nur 12% haben nach der Startphase noch kaufmännische Probleme. Bei den GrafikerInnen und DesignerInnen bleibt diese Überforderung jedoch für 36% bestehen.

Dass Schwierigkeiten auch aufgrund von Unternehmensstrukturen und Wachstumsprozessen auftreten können, beschreibt Paulus am Beispiel seiner IT-Firma:

Also Umstrukturierungen im Sinn von: in der Startphase extrem schnelles Aufblasen der Firma, extrem schnelle Internationalisierung, irgendwann einmal die Erkenntnis: Halt! Die Businessmodelle tragen das nicht. Der Stieg auf die Bremse. Wirklich also Notbremse, ganz massiv. Personal wieder runter gefahren, von knapp 200 auf 120. Dann umorganisiert, umstrukturiert, diese Portalbetriebe ausgegliedert, Kernmannschaft ist weitergewandert zu dem was die UCP Morgan heute ist. Was Know-how-Träger angeht und Spezialisten und ja. (Paulus, 3)

Vergleicht man GründerInnen mit langjährigen UnternehmerInnen, zeigen sich ausnahmslos keine Unterschiede. Die Schwierigkeiten, die sich bei einer Unternehmensgründung in den Wiener Creative Industries stellen, scheinen also über die Jahre dieselben geblieben zu sein.

Ob man Frau oder Mann ist, scheint bei den zu bewältigenden Schwierigkeiten im Verlauf der Selbstständigkeit jedoch sehr wohl eine Rolle zu spielen: In der Anfangsphase der Selbstständigkeit klagen Frauen deutlich häufiger als Männer über Schwierigkeiten bezüglich Verfügbarkeit finanzieller Mittel (70% versus 58%). Später zeigen sich hier jedoch keine geschlechtsspezifischen Unterschiede mehr, nach der Startphase scheint sich die Situation der Frauen also stärker zu verbessern als die der Männer (60% versus 55%).

5.2. STANDORT WIEN

Wie in Kapitel 2 beschrieben, kommt Städten (und insbesondere Großstädten) eine besondere Rolle als Innovationsgeneratoren zu, die sich auch auf die Entwicklung der Kreativwirtschaft positiv auswirkt. Wie beurteilen also UnternehmerInnen und GründerInnen aus den Creative Industries den Standort Wien?

Die vorhandene Infrastruktur, das Arbeitskräftepotenzial sowie die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten werden eindeutig positiv bewertet. Das innovative Milieu der Creative Industries in Wien wird vorwiegend neutral eingeschätzt. Hinsichtlich der Größe des Absatzmarktes sowie im europäischen Vergleich wird Wien eher positiv wahrgenommen. Am Schlechtesten werden spezifische Förderungen beurteilt. Insgesamt stellen sowohl GründerInnen als auch langjährige UnternehmerInnen dem Standort Wien folgendes Zeugnis aus:

Tabelle 9: Bewertung von Standortfaktoren (Mittelwerte) nach Bereichen

| Standortfaktor | Gesamt | Architektur | Design/ Grafik/ Mode | Film/ Rundfk./ Video | IT-Bereich | Werbung |
|--|--------|-------------|----------------------------|----------------------------|------------|---------|
| relevante Infrastruktur für den jeweiligen Bereich | 2,1 | 2,2 | 2,9 | 2,5 | 2,0 | 1,6 |
| qualifiziertes Arbeitskräftepotenzial | 2,2 | 1,9 | 2,6 | 2,2 | 2,3 | 1,9 |
| einschlägige Aus- und Weiterbildungseinrichtungen | 2,3 | 2,0 | 2,6 | 3,3 | 2,2 | 2,0 |
| Größe des Absatzmarkts für Dienstleistungen bzw. Produkte | 2,8 | 2,9 | 3,2 | 3,4 | 2,5 | 2,5 |
| Image von Wien als Standort für den jeweiligen Bereich im europäischen Vergleich | 2,9 | 2,1 | 3,3 | 3,4 | 3,0 | 2,8 |
| innovatives Milieu, speziell für den jeweiligen Bereich | 3,0 | 2,5 | 3,1 | 3,3 | 3,0 | 3,0 |
| spezifische Förderungen | 3,5 | 3,6 | 3,7 | 3,4 | 3,3 | 3,3 |

Belastungs-Skalierung: 1 (sehr gut) – 2 (gut) – 3 (neutral) – 4 (eher schlecht) – 5 (schlecht)

FilmerInnen bewerten Wien als Standort häufig schlechter als UnternehmerInnen anderer Bereiche, wohingegen Werbefachleute Wien hinsichtlich vieler Standortfaktoren das beste Zeugnis ausstellen. Aber auch ArchitektInnen können Wien in manchen Belangen mehr abgewinnen als andere, wie z.B. bezüglich internationalem Image und innovativem Milieu für die Architektur. GrafikerInnen und DesignerInnen fallen durch drei schlechteste Bewertungen bei relevanter Infrastruktur, qualifiziertem Arbeitskräftepotenzial und spezifischen Förderungen auf.

Vergleicht man die Ergebnisse der Beurteilung der spezifischen Förderungen mit den Schwierigkeiten der UnternehmerInnen und Selbständigen, ergibt sich ein stimmiges Bild. Befragte aus Werbung und Software/Multimedia/Internet beurteilen die Förderungen generell etwas besser, haben aber auch weniger Schwierigkeiten, finanzielle Mittel zu lukrieren, und damit weniger Bedarf an finanzieller Unterstützung.

Die Schwierigkeiten der UnternehmerInnen in Design/Grafik/Mode und Software/Multimedia/Internet, qualifiziertes Personal zu finden, drücken sich in der Bewertung für Wien als Standort in tendenziell etwas schlechteren Noten aus. WerberInnen beurteilen Wien in Sachen qualifizierter Arbeitskräfte trotzdem am besten, auch wenn für ein Viertel der UnternehmerInnen das Finden von qualifiziertem Personal eine Schwierigkeit darstellt.

Das Problem, qualifizierte Arbeitskräfte zu finden, wird auch in den Interviews angesprochen. Für Waltraud z.B. sind Personalschwierigkeiten mit ein Grund, warum sie

kein Wachstum ihres Unternehmens anstrebt. Denn ihre Werbeagentur ist an einer Schnittstelle zur Architektur angesiedelt, an der technische und medienbezogene Kenntnisse nötig sind. Da ist es extrem schwierig, qualifizierte MitarbeiterInnen zu finden. Dieses Problem kennt Paulus auch aus dem IT-Bereich.

Brigitte hat in ihrem Architekturbüro mit MitarbeiterInnen schon schlechte Erfahrungen gemacht. Sie musste eine Bürokraft und eine Baustellenaufsicht entlassen, da die Arbeitsvorstellungen zu unterschiedlich waren bzw. sich die Baustellenaufsicht als inkompetent erwies. Brigitte und ihr Lebenspartner suchen nun weiter nach Unterstützung für das gemeinsame Büro.

5.3. ARBEITSSITUATION VON GRÜNDERINNEN UND UNTERNEHMERINNEN

In der Analyse der Daten der Online-Befragung führen wir die Arbeitssituation von Beschäftigten in der Kreativwirtschaft auf vier subjektiv wahrgenommene Indikatoren¹⁰ zurück. Es sind dies:

- Arbeitsbelastungen
- Arbeitszufriedenheit
- Beanspruchung¹¹
- Geplante Verweildauer

Im weiteren Verlauf des Kapitels soll nun das Antwortverhalten der befragten UnternehmerInnen bezüglich dieser vier Indikatoren dargestellt werden.

Arbeitszufriedenheit

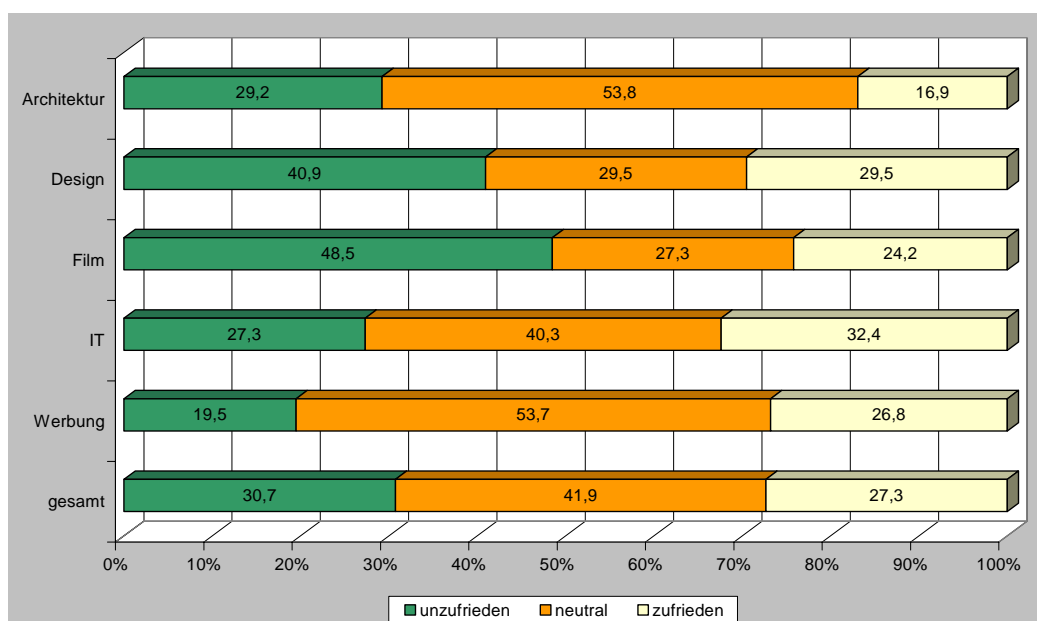
Um diesen Index zu bilden, wurden die Beschäftigten in den Creative Industries zu folgenden Themen befragt: Zufriedenheit mit Weiterbildungsmöglichkeiten, Weiterentwicklungsmöglichkeiten, interessante Arbeit, Zusammenarbeit und Karriereperspektiven, Zufriedenheit mit Einkommenshöhe und -sicherheit sowie Karriere, und Zufriedenheit mit Arbeitszeiten und dem Verhältnis Arbeitszeit/Freizeit.

Insgesamt sind 27% der UnternehmerInnen mit ihrer Arbeit zufrieden, 30% artikulieren eine tendenzielle Unzufriedenheit, wie Abbildung 12 zeigt:

¹⁰ Details zum Auswertungsverfahren siehe Reidl/Steyer 2006, 77ff. Die Indizes subsumieren die gültigen Antworten der angeführten Items und wurden entsprechend einer 3er Skala codiert (z.B. 1 – geringe Arbeitsbelastung, 2 – mittlerer Arbeitsbelastung, 3 – hohe Arbeitsbelastung).

¹¹ Unter Beanspruchung versteht man subjektive Folgen von Belastungen, wohingegen Belastungen objektive, von außen auf den Menschen einwirkende Faktoren sind (vgl. Kirchler 2005, S. 283 f).

Abbildung 12: Arbeitszufriedenheit nach Bereichen (n=322)



Im Filmbereich ist der Unmut am größten, im IT-Bereich macht sich unter den UnternehmerInnen hingegen am meisten Zufriedenheit breit. Zwischen GründerInnen und langjährigen UnternehmerInnen besteht hinsichtlich Arbeitszufriedenheit kein Unterschied.

Die von uns interviewten UnternehmerInnen machen generell einen zufriedenen Eindruck. Allerdings ist Erichs Arbeitszufriedenheit durch seine hohen Ansprüche, die er an sich stellt, getrübt. Und wie schon erwähnt würden Waltraud und Kurt lieber von ihren künstlerischen Aktivitäten als von ihren Unternehmen leben wollen. Im Gegensatz zu Kurt ist Waltraud aber mit dem Einkommen aus ihrer PR-Agentur zufrieden. Kurt kann von seiner OEG zwar leben, aber gut leben kann er nicht. Insgesamt zeigt sich bei den interviewten UnternehmerInnen, dass Frauen mit ihrem Einkommen zufrieden sind obwohl sie nicht mehr – sondern manchmal sogar weniger verdienen als Männer. Die Unternehmer äußern jedoch öfter Unzufriedenheit. Erich und Bruno haben zum Beispiel ein Problem mit der Relation ihres Einkommens zu ihrem Arbeitseinsatz. Bruno dazu:

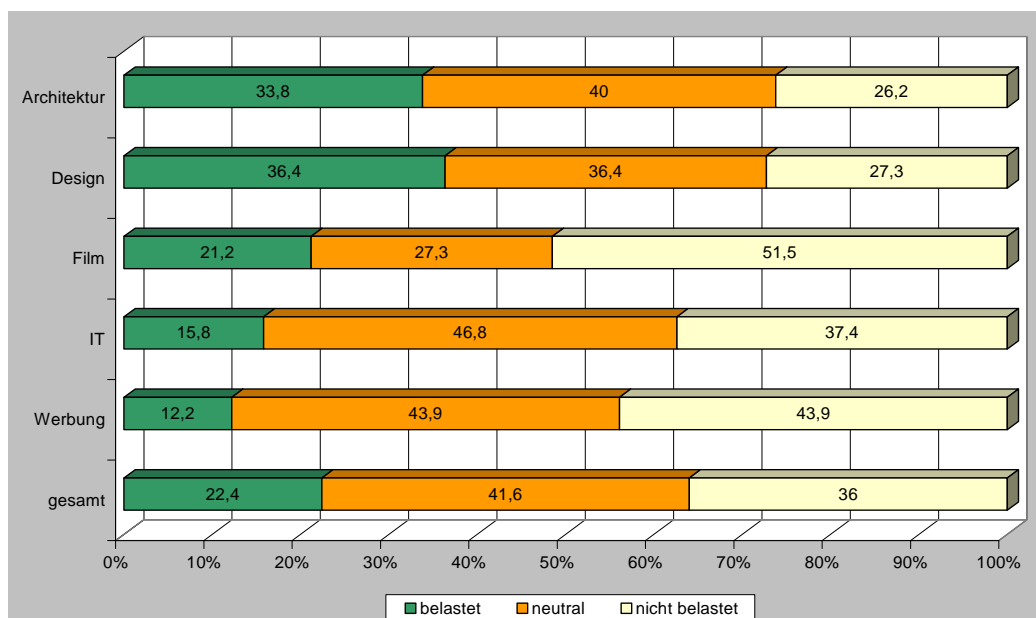
Ich kann mich seriös über Wasser halten. Ich werde mit dem auch nicht reich, aber ich kann ordentlich leben, aber eines bleibt immer noch: Ich muss viel zu viel Zeit hier verbringen. (Bruno, 19)

Arbeitsbelastungen

Durch den Belastungsindex werden folgende Aspekte widerspiegelt: unsichere Auftragslage, Termindruck/ Zeitnot, hohe Verantwortung, Konflikte, ständig neue Anforderungen, hohe Eigenansprüche, Gleichzeitigkeit vieler Projekte, technischer Wandel, fachliche Unterforderung sowie Stehzeiten.

22% der befragten UnternehmerInnen bezeichnen sich als belastet, hingegen erleben 36% tendenziell keine Arbeitsbelastungen. Arbeitsbelastungen treffen auf GründerInnen und langjährige UnternehmerInnen gleichermaßen zu.

Abbildung 13: Arbeitsbelastungen nach Bereichen (n=322)



Für GrafikerInnen und DesignerInnen dürften die Arbeitsbelastungen am größten sein. FilmerInnen und WerberInnen fühlen sich hingegen vergleichsweise unbelastet.

Durch die geführten Interviews konnten die Arbeitsbelastungen etwas besser illustriert werden. Von den UnternehmerInnen werden finanzielle Belastungen am häufigsten angesprochen. Diese Schwierigkeiten nehmen unterschiedliche Formen an. Die schlechte Zahlungsmoral der Kunden ist für UnternehmerInnen wie Paulus oder Andreas ein Problem, das manchmal auch in Zusammenhang mit öffentlichen AuftraggeberInnen angesprochen wird, deren Zahlungen oft lange auf sich warten lassen. Belastungen entstehen aber auch aufgrund von starken Einkommensschwankungen, die zu Existenzängsten führen, wie bei Willi oder Kurt. Vor allem bei Kleinstunternehmen führt eine unsichere Auftragslage zu unregelmäßigem Einkommen. Bei größeren Unternehmen beginnt bei unsicherer Auftragslage, die Verantwortung für die MitarbeiterInnen und deren Auslastung zu belasten (Bruno, Valentin), denn niemand kündigt MitarbeiterInnen gern.

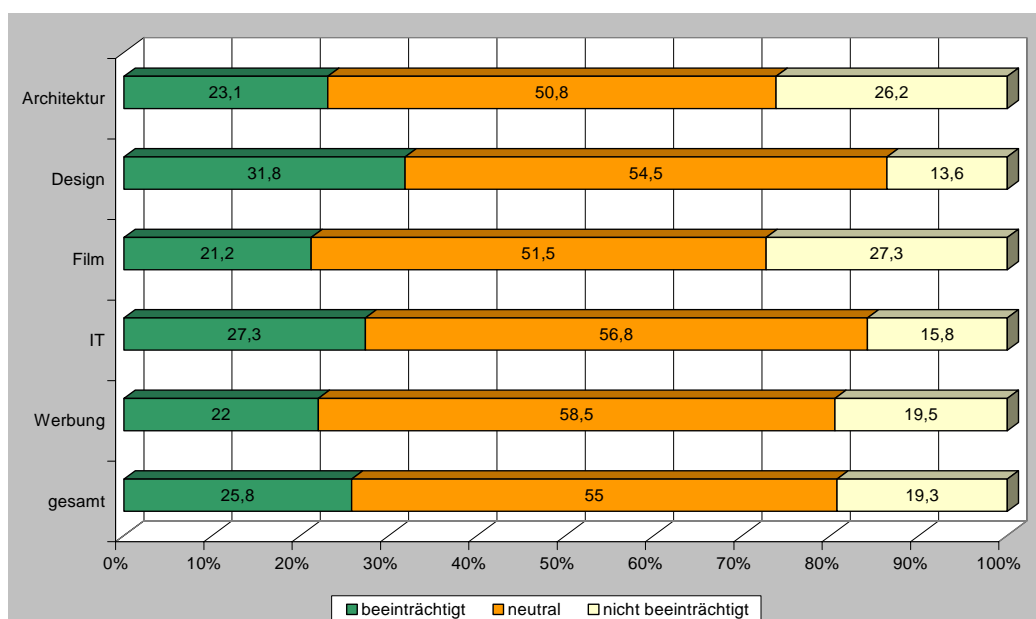
Neben diesen Belastungen werden häufig Konflikte mit KundInnen angesprochen, die im Fall von Bruno sogar bis vor Gericht gehen. Außerdem kommt auch Termindruck und Überlastung zur Sprache. Natalie und Erich kämpfen hingegen mit ihren hohen Eigenansprüchen, die es ihnen verunmöglichen, mit ihren Leistungen restlos zufrieden zu sein.

Beeinträchtigungen / Beanspruchungen

Unter dem Beanspruchungsindex wurden die gültigen Antworten folgender Befindlichkeitsdimensionen subsumiert: Chronische Müdigkeit, häufige Krankheit und Schmerzen, Schlafstörungen, Frustration, Verbleib im Job, Nervosität/ Gereiztheit/ Ruhelosigkeit/ Angst, vermehrter Genussmittelkonsum, Angst vor Burn-Out und Kreativitätsverlust.

26% der UnternehmerInnen fühlen sich durch ihre Arbeitsbelastungen beeinträchtigt, 19% können über übergebührlige Beanspruchungen nicht klagen.

Abbildung 14: Beeinträchtigungen nach Bereichen (n=322)



Die vergleichsweise hohen Belastungen der DesignerInnen und GrafikerInnen wirken sich auch auf ihre Befindlichkeit aus – diese ist stärker beeinträchtigt als in anderen Bereichen.

Aufgrund gleicher Belastungen sind GründerInnen und UnternehmerInnen auch gleich stark beeinträchtigt. Das lässt aber auch vermuten, dass UnternehmerInnen entweder wenige Verschleißerscheinungen davon getragen haben, oder GründerInnen doch überproportional beeinträchtigt sind. Immerhin sind die GründerInnen ja im Durchschnitt jünger als die UnternehmerInnen (wenn der Unterschied auch geringer ist als erwartet).

Der vierte Indikator zur Darstellung der Arbeitssituation von Beschäftigten in den Wiener Creative Industries wird nun im letzten Teil dieses Kapitels beschrieben.

Zukunftsperspektiven

Mehr als 60 Prozent der UnternehmerInnen können sich vorstellen, für immer in ihrem Bereich der Kreativwirtschaft zu arbeiten. Ein Fünftel der Befragten möchte sein Unter-

nehmen zwar noch einige Jahre so weiterführen, plant aber irgendwann einmal einen Umstieg. Für 8% hat die Tätigkeit in den Creative Industries in den nächsten Jahren ein Ablaufdatum.

Trotzdem die IT-Branche bezüglich Belastungen und Beeinträchtigungen nicht besonders hervorsticht und die Arbeitszufriedenheit unter dieser Gruppe der UnternehmerInnen verhältnismäßig hoch ist, können sich doch nur 54% vorstellen, für immer in diesem Bereich zu bleiben. Vor allem die FilmerInnen (79%) haben eher keine Pläne, das Feld zu wechseln, auch in der Architektur ist diese Gruppe der UnternehmerInnen mit 72,3% eher groß. Dies hat vermutlich damit zu tun, dass in diesen Bereichen der Weg, sich zu etablieren, weit ist. Außerdem sind die intrinsischen Motivationen höher als in der Werbung oder dem IT-Bereich. Dies würde man allerdings auch vom Bereich Design/Grafik/Mode vermuten. Hier liegt der Anteil derer, die für immer in diesem Feld arbeiten wollen, aber auch nur bei 59%. Allerdings sind die Arbeitsbelastungen und Beeinträchtigungen in diesem Sektor höher als anderswo.

In Anbetracht dessen, dass der Altersunterschied zwischen GründerInnen und UnternehmerInnen marginal ist, wäre anzunehmen, dass ihre Zukunftsperspektiven auch anders aussehen. Die Zahlen zeigen jedoch, dass Unternehmen, die schon länger bestehen und sich am Markt vielleicht auch schon konsolidiert haben, eher zum Verweilen in den Creative Industries einladen. So können sich 70% der UnternehmerInnen aber nur 54,5% der GründerInnen vorstellen, für immer in ihrem Bereich zu arbeiten. 39% der GründerInnen und 20% der UnternehmerInnen planen jedoch, irgendwann einmal etwas anderes zu machen.

Die geführten Interviews mit UnternehmerInnen in der Kreativwirtschaft zeigen, dass viele mit ihrer Situation zufrieden sind und keine anderweitigen Pläne haben. Bei manchen stehen aber auch Veränderungen an, wie bei Valentin. Mit seinen 58 Jahren macht er sich schön langsam Gedanken, die Werbebranche zu verlassen und Kunstmanager oder Autor zu werden. Natalie kann sich ebenfalls vorstellen, den IT-Sektor zumindest teilweise zu verlassen, allerdings nicht aufgrund ihres Alters, sie ist erst 34. Sie träumt von einem Einzelhandelsgeschäft im ökologischen Bereich:

Ich hoffe...noch immer selbstständig zu sein. Am Puls der EDV Zeit, sagen wir...dran zu sein und genug Geld verdienen. Und auf der anderen Seite ist da schon so ein Gefühl, so ganz im hintersten Stübchen so der Gedanke, so ein ganz ein klassisches Geschäft zu haben, so ein Verkaufsgeschäft. Ich hab mir da jetzt was angeschaut, das klingt so entspannt. So ein Lokal und da sitzt man drinnen und verkauft, oder so...also ich würde dann wahrscheinlich mit der EDV nicht aufhören, aber einfach weniger machen, oder viel weniger machen. Aber da...das ist eine romantische Vorstellung von mir. Eines entspannteren Lebens. (Natalie, 10)

Andreas und Bruno wollen der Architektur zwar prinzipiell treu bleiben, überlegen aber neue Schwerpunktsetzungen. Bruno will stärker zum Gutachter werden und erwartet sich hiervon ein stressfreieres Leben. Andreas strebt Tätigkeiten abseits der klassischen Architekturdienstleistung an:

Und bin grad im Begriff das zu erweitern und zwar mich interessiert alles was zu geschehen hat, oder alles was geschehen sollte bevor ein Projekt jetzt überhaupt umgesetzt wird. (Andreas, 24)

Er hat gerade einen Auftrag bekommen, ein Projektentwicklungsteam als Supervisor zu begleiten, und besucht auch einen Kurs um Preisrichter zu werden.

Andere UnternehmerInnen planen Betriebsvergrößerungen, wie Brigitte und Willi, die gerne MitarbeiterInnen anstellen würden, vor allem im administrativen aber auch im inhaltlichen Bereich. Willi wägt Für und Wider ab:

Meine Partner sagen mir: „Du brauchst nicht glauben, dass diese Agentur dann nicht eh auch wieder Arbeit erzeugt.“ Das stimmt wohl alles. Ich habe ja in verschiedenen Funktionen eh Verantwortung auch für Mitarbeiter gehabt, das ist mir schon alles klar. Aber dieses Puristische alles selbst tun ist da und dort auch heavy. (Willi, 25)

Felix hingegen hat das Ziel, in einem Jahr durch seine Tätigkeit als Möbeldesigner 1.000 € im Monat zu verdienen und damit zumindest einigermaßen seine Existenz zu sichern. Erichs Firma kann schon als Erfolgsbeispiel für die Sparte Produktdesign gelten, trotzdem ist er unzufrieden und plant ein Unternehmenswachstum in der Zukunft:

Irgendwer muss ja die Projekte ins Unternehmen bringen und zwar nicht nur die von den bestehenden Kunden, sondern auch von neuen, weil wir wollen ja noch wachsen. Wir wollen ja noch größer werden, deswegen brauchen wir neue Kunden. Wenn wir so weiter dümpeln wollen wie bisher, dann könnten wir ja sagen: "O.k., passt schon." Und der eine oder andere Kunde wird schon zufällig vorbeischaun. So wie das vielleicht Anfang der 90iger Jahre das der Fall war. Da hat man ja auch nicht strategisch Kunden akquiriert, das ist irgendwie passiert. Kann man ruhig sagen, wir haben ja keine Ahnung gehabt, wie wir das machen sollen. (Erich, 23)

Außerdem will es Erich schaffen, die Auslastung des Betriebs ein Jahr im Voraus zu sichern.

Bezüglich Zukunftsperspektiven fällt auch wieder ein Geschlechtsspezifikum auf: Drei der vier Unternehmerinnen sind zwar zufrieden mit der bisherigen Entwicklung ihres Betriebs und haben keine konkreten Gründe, sich über die Zukunft Sorgen zu machen, aber sie sind doch unsicher ob der zukünftigen Auftragslage. Waltraud bringt es auf den Punkt:

Ich empfinde es noch nicht, dass es ein sicherer Boden ist, aber es ist nicht so, dass ich jeden Tag um meine Existenz bange. (Waltraud, 27)

6 Zusammenfassung

Generell kann für Österreich seit 1998 ein phasenweise starkes Gründungswachstum diagnostiziert werden. Dieses geht vor allem auf vermehrte Unternehmensgründungen im Dienstleistungssektor zurück, in dem die Gründungszahlen 2004 um 50% über dem Niveau von 1990 lagen. Damit kann der Dienstleistungssektor, dem auch weite Teile der Kreativwirtschaft zugerechnet werden können, als wesentlicher Motor des Gründungsgeschehens bezeichnet werden.

Ein weiteres Indiz für die positive Entwicklung der Wiener Creative Industries (was den Bereich Content Origination betrifft, der der zentrale Fokus des Projekts ist), ist das deutlichere Wachstum der Wiener Kreativwirtschaft im Vergleich zur österreichischen Gesamtwirtschaft, was vor allem auf vermehrte Gründungsaktivitäten im IT-Bereich zurückzuführen ist.

Aber auch wenn man die Creative Industries in Wien mit denen einer vergleichbaren Großstadt wie Hamburg vergleichen will, schneidet sie gut ab. Die Bedeutung der CI-Gründungen am gesamten Gründungsgeschehen lag in Wien 2004 bei knapp 9%, in Hamburg lag sie erstmals seit 1995 unter der der Wiener CI-Gründungen bei knapp 8%. Der Vergleich mit Hamburg unterstreicht aber auch ein Spezifikum der Wiener Creative Industries: In Wien stellt mit deutlichem Abstand die IT-Branche mit 60% die qualitativ bedeutsamste Quelle für Gründungen in der Kreativwirtschaft dar. Davon unterscheidet sich die Gründungsstruktur in Hamburg deutlich: Dort sind etwa 60% aller kreativwirtschaftlichen Gründungen im Werbewesen zu finden.

Diese insgesamt positive Bilanz des Gründungsgeschehens in den Wiener Creative Industries wirft die Frage auf, was Beschäftigte in diesen Wirtschaftssektoren dazu treibt, sich selbständig zu machen. Unabhängigkeit und Entscheidungsfreiheit sind mit Abstand die wichtigsten Motive für Beschäftigte der Kreativwirtschaft, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Eine Unternehmensgründung als Alternative zur Arbeitslosigkeit ist zwar in den Creative Industries insgesamt nicht weit verbreitet, trifft aber auf GründerInnen der letzten 3 Jahre bedeutend häufiger zu als auf langjährige UnternehmerInnen. Vermutlich ist dies ein Indiz für einen immer enger werdenden Arbeitsmarkt.

Was sind die Besonderheiten der UnternehmerInnen in den Creative Industries? Alleinselbständigkeit ist in den Wiener Creative Industries weit verbreitet, vor allem im IT-Sektor. Allerdings fällt auf, dass Frauen in Design/Grafik/Mode und im IT-Bereich überdurchschnittlich oft MitarbeiterInnen haben. Insgesamt bestätigt sich einmal mehr die kleinteilige Unternehmensstruktur der Creative Industries.

Zentrale Schwierigkeit während und auch nach der Gründung eines Unternehmens in der Kreativwirtschaft ist die Verfügbarkeit finanzieller Mittel. Mangel an qualifiziertem Personal und interne Konflikte werden für manche UnternehmerInnen erst nach der Startphase des Betriebs zum Problem, andere Schwierigkeiten legen sich hingegen mit

der Zeit. Vergleicht man GründerInnen mit langjährigen UnternehmerInnen, zeigen sich ausnahmslos keine Unterschiede. Die Schwierigkeiten, die sich bei einer Unternehmensgründung in den Wiener Creative Industries stellen, scheinen also über die Jahre dieselben geblieben zu sein.

Insgesamt ist die Arbeitszufriedenheit der UnternehmerInnen recht mittelmäßig, die Gruppe derer, die durch ihre Arbeit belastet sind, ist kleiner als die, die tendenziell nicht belastet sind. Allerdings fühlen sich nur relativ wenige UnternehmerInnen durch Arbeit körperlich oder psychisch nicht beeinträchtigt.

Trotzdem kann sich der Großteil der UnternehmerInnen vorstellen, für immer in den Creative Industries zu arbeiten. Beachtlich erscheint jedoch, dass GründerInnen eher einen Ausstieg aus dem Feld in Erwägung ziehen als langjährige UnternehmerInnen, obwohl zwischen diesen beiden Gruppen kein Altersunterschied zu erkennen ist.

7 Literatur

- Aiginger, K., Tichy, G. (1984): Die Größe der Kleinen. Die überraschenden Erfolge kleiner und mittlerer Unternehmen in den achtziger Jahren. Wien, Signum.
- Audretsch, D.B. (1995): Innovation and Industry Evolution. MIT: Cambridge, Mass.
- Audretsch, D.B., Fritsch, M. (1994): The Geography of Firm Births in Germany. In: Regional Studies 28/4, S. 359-365.
- Birch, D.L. (1979): The Job Generation Process. MIT Program on Neighborhood and Regional Change: Cambridge, Mass.
- Birch, D.L. (1981): Who Creates Jobs? *The Public Interest*, vol. 65, S. 3-14.
- Brüderl, J., Preisendörfer, P. (1992): Survival Chances of Newly Founded Business Organizations. In: American Sociological Review, vol. 57, C. 227-242.
- Davelaar, E.J., Nijkamp, P. (1987): The Urban Incubator Hypothesis. Old wine in new Bottles? In: Fischer, M.M. and Sauberer, M. (eds.): Gesellschaft – Wirtschaft – Raum. Beiträge zur modernen Wirtschafts- und Sozialgeographie. AMR-Info, vol. 17, S. 198-213.
- Egeln, J. et al. (2006): Gründungsberichterstattung Österreichs. Mannheim-Wien. Bericht an das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie.
- Eichmann, H. et al. (2006): Kunst-Dienst-Leistung. Innenansichten zur Arbeit in den Wiener Creative Industries. Forschungsbericht 4, Wien.
- EU-Kommission (1998): Culture, the Cultural Industries and Employment, Commission Staff Working Paper SEC (98) 837.
- Fourastié, J. (1954): Die große Hoffnung des zwanzigsten Jahrhunderts, Köln: Bund-Verlag.
- Garofoli, G. (1994): New Firm Formation and Regional Development: The Italian Case, Regional Studies 28/4, 381-393.
- Guesnier, B. (1994): Regional Variations in new Firm Formation in France. In: Regional Studies, 28/4, S. 347-358.
- Harhoff, D., Steil, F. (1997): Die ZEW-Gründungspanels: Konzeptionelle Überlegungen und Analysepotential. In: D. Harhoff (Hrsg.): Unternehmensgründungen – Empirische Analysen für die alten und neuen Bundesländer, Baden-Baden: Nomos, S. 11-28.
- Hart, M., Gudgin, G. (1994): Spatial Variations in New Firm Formation in the Republic of Ireland. In: Regional Studies, 28/4, S. 367-380.
- Keeble, D., Walker, S. (1994): New Firms, Small Firms and Dead Firms: Spatial Patterns and Determinants in the United Kingdom. In: Regional Studies 28/4, S. 411-427.
- Leicht, R. (2003): Profil und Arbeitsgestaltung soloselbständiger Frauen und Männer: Versuch einer empirischen Verortung von Ein-Personen-Unternehmer/innen. In: Gottschall, Karin/Voß, G. Günter (Hg.) (2003): Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehungen von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag. München/Mering

- Mayerhofer, P., Huber, P. (2005): Arbeitsplatzeffekte und Betriebsdynamik in den Wiener "Creative Industries". In: Wirtschaftsuniversität Wien (Hg.): Working Paper Series: Creative Industries in Vienna: Development, Dynamics and Potentials. Wien.
- Nerlinger, E., Berger, G. (1995): Regionale Verteilung technologieorientierter Unternehmensgründungen. ZEW-Discussion paper 23 (Oktober).
- Pratt, A.C. (1997): The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain, 1984-91. *Environment and Planning*, A:29, 11, S. 1.953-1.974.
- Reidl, S., Steyer, F. (2006): Zwischen Unabhängigkeit und Zukunftsangst. Quantitative Ergebnisse zur Arbeit in den Wiener Creative Industries. Forschungsbericht 3, Wien.
- Reynolds, P. (1994): Autonomous Firm Dynamics and Economic Growth in the United States, 1986-1990. In: *Regional Studies* 28/4, S. 429-442.
- Reynolds P., Storey D.J., Westhead P. (1994): Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates. In: *Regional Studies* 28/4, S. 443-456.
- UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development (2004): *Creative Industries and Development*, Document TD(XI)/BP/13.
- Wanzenböck, H. (1996): Überlebensquoten und Wachstumsverläufe von Unternehmensgründungen. Materialien des Instituts für Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe, Wien, Wirtschaftsuniversität Wien.