

# Finanzierungssituation und -bedarf der Österreichischen Kultur- und Kreativwirtschaft

## *Zusammenfassung*

Wien, Oktober 2014

*Diese Studie wurde im Auftrag des erp-Fonds der aws, des Bundeskanzleramts, des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft und der creativ wirtschaft austria der Wirtschaftskammer Österreich durchgeführt.*

VERFASSER/IN DES BERICHTS:

Aliette Dörflinger

Karin Bachinger

Thomas Seidl

INTERNES REVIEW/BEGUTACHTUNG:

Peter Voithofer

IN KOOPERATION MIT

Veronika Ratzenböck – österreichische kulturdokumentation

Paul Stepan - FOKUS

LAYOUT:

Martina Gugerell

*Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.*

*Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.*

Mitglied bei:



**Jedes zehnte Unternehmen der österreichischen Wirtschaft** zählt zur **Kultur- und Kreativwirtschaft** (im Jahr 2011 rd. 38.000 Unternehmen). Strukturell betrachtet handelt es sich meist um **kleine Unternehmen und Organisationen**, wobei insbesondere den Ein-Personen-Unternehmen mit einem Anteil von über 60 % (2013) eine hohe Bedeutung zukommt. Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft entwickelte sich die Kultur- und Kreativwirtschaft in den letzten Jahren dynamischer, was sich u.a. an einer **besseren Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung** zeigt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist **als Branche höchst heterogen** und umfasst u.a. sowohl gewinn- als auch nicht-gewinn-orientierte Unternehmen und Organisationen sowie Selbstständige (z.B. selbstständige KünstlerInnen).

Die österreichischen Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft zeigen in ihrer **Finanzierungsstruktur** einen hohen Anteil an **Eigenkapital** auf, gefolgt von der **Kreditfinanzierung** und der Finanzierung über **Zuwendungen von Privatpersonen und Förderungen**. Die Bedeutung der jeweiligen Finanzierungsquellen in der Finanzierungsstruktur variiert stark, je nach Branche und Unternehmens- bzw. Organisationsform. Für **nicht-gewinn-orientierte Unternehmen** und Organisationen spielen öffentliche und private Zuwendungen eine bedeutende Rolle, während für **Selbstständige und gewinn-orientierte Unternehmen** der Eigenkapitalfinanzierung die höchste Bedeutung zukommt. Alternative Finanzierungsformen sind kaum vertreten.

Im Rahmen der Studie wurde vergangenheits- und zukunftsbezogen untersucht welchen **Finanzierungsbedarf** die Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft hatten/haben. In Summe sind es rd. 44 % der Befragten, die sowohl einen vergangenen als auch einen zukünftigen Finanzierungsbedarf haben – hier ist ein großer Deckungsgrad innerhalb der Zielgruppe gegeben. Nur rd. ein Drittel der Befragten melden gar keinen (zukünftigen oder vergangenen) Finanzierungsbedarf an. Es kann in der befragten Zielgruppe von einem **kontinuierlich wiederkehrenden Finanzierungsbedarf** ausgegangen werden, der sich vorrangig auf **kleinere Beträge** konzentriert. In Summe hatten und haben rd. drei Viertel der Befragten einen Finanzierungsbedarf in Höhe bis zu € 100.000,-. Die Befragten geben am häufigsten (zu rd. ein Drittel) an, einen Bedarf von Beträgen unter € 15.000,- zu haben. Der **vergleichsweise geringe Kapitalbedarf** ergibt sich durch das **Geschäftsmodell** der Kreativen: Ihr wesentliches Kapital stellt das Know-How und die Kreativität dar, während der Betriebsmittelbedarf geringer ausfällt.

Der wichtigste **Grund für den Finanzierungsbedarf** der befragten Unternehmen und Organisationen in den letzten 3 Jahren ist die **Notwendigkeit einer Überbrückung bzw. Zwischenfinanzierung**. Von Bankenseite wird beobachtet, dass der Finanzierungsbedarf in der Kreativwirtschaft seltener für konkrete Investitionen und häufiger für laufende Aktivitäten, bzw. der Vorfinanzierung des privaten Lebensun-

terhalts besteht. Der langfristige Finanzierungsbedarf betrifft vorrangig die (Ko-)Finanzierung von Immobilien und/oder Sachanlagen. Zukünftige Finanzierung für ein spezifisches künstlerisches / kreatives Projekt, Vertriebs- und Marketingaktivitäten sowie Exporttätigkeiten werden überdurchschnittlich häufig von den Bereichen Video & Film sowie Musik, Buch und künstlerische Tätigkeiten genannt. Vertriebs- und Marketingaktivitäten werden vorrangig von EPU als Grund für deren zukünftigen Finanzierungsbedarf genannt.

Bei der **Beschaffung der Finanzierungsmittel**, die sie für Wachstum und Innovation benötigen, stehen **Klein- und Mittelunternehmen** oft vor erheblichen **Schwierigkeiten**. Auf europäischer Ebene<sup>1</sup> wird hervorgehoben, dass der Zugang zur Finanzierung **insbesondere für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft ein Hindernis** für ihre unternehmerische Aktivität und Leistung darstellt. Der Zugang zu Fremdkapital wird in der Kultur- und Kreativwirtschaft durch zahlreiche strukturelle Faktoren behindert: geringe Größe der Unternehmen, Unsicherheit hinsichtlich der Nachfrage nach ihren Produkten & Dienstleistungen, Komplexität ihrer Geschäftspläne und Mangel an materiellen Vermögenswerten. Lt. Europäischer Kommission verfügt der Bankensektor nicht über das erforderliche Know-how, um Geschäftsmodelle in der Kultur- und Kreativwirtschaft zu analysieren, und bewertet die immateriellen Vermögenswerte dieser Sektoren nicht angemessen. Nicht zuletzt durch den Trend der verstärkten Digitalisierung bestehen im Kultur- und Kreativwirtschaftsbereich dringende Anpassungs- und somit auch Investitionsbedarfe. Die Situation hat sich außerdem durch die Finanz- und Wirtschaftskrise noch weiter verschärft<sup>2</sup>.

Unternehmen und Organisationen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft nehmen vorrangig vier **Finanzierungsinstrumente/-arten** in Anspruch, um ihren Finanzierungsbedarf zu decken: Die geringe Höhe des Finanzierungsbedarfs bringt mit sich, dass diese meist über einen **Überziehungsrahmen bzw. Kontokorrentkredit** gedeckt werden. Die Kontokorrent-/Betriebsmittelkredite sind mit Abstand die wichtigste Finanzierungsart, die in Anspruch genommen wird, jedoch auch die teuerste Variante. Es folgen die Finanzierung über **laufende Gewinne** und die **Zuwendungen von Privatpersonen** (Familie und Freunde). **Zusätzlich eingebrachtes Eigenkapital** ist die viertwichtigste Finanzierungsart. Crowdfunding wurde nur sehr vereinzelt in Anspruch genommen. Je **nach Art der Organisation** (gewinn-orientiert, nicht-gewinn orientiert, selbstständig) variiert die in Anspruch genommene Finanzierungsart beachtlich. In der Differenzierung nach Organisationsform ergeben sich bei den Finanzierungsarten ähnliche Muster wie bei der

<sup>1</sup> Europäische Kommission (2012): *Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Motor für Wachstum und Beschäftigung in der EU unterstützen*. COM(2012) 537 final.

<sup>2</sup> Vgl. ebd.

Analyse der Finanzierungsquellen. Gewinn-orientierte Unternehmen wollen vorrangig über Eigenkapital finanzieren, gefolgt von Zuwendungen von Privatpersonen und Bankkredite. Für nicht-gewinn-orientierte Unternehmen sind sowohl staatliche Kunst- und Kulturförderung wie auch staatliche Finanzierungsförderungen sowie die Zuwendungen von Privatpersonen zentral. Die Selbstständigen geben sehr unterschiedliche Finanzierungsarten an - Zuwendungen von Privatpersonen, wie auch Bankkredite oder Leasing.

Der **Zugang zu externer Fremdfinanzierung** gestaltet sich für Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft mitunter **schwierig**. Gründe hierfür liegen vor allem in strukturellen Gegebenheiten der Branche. Durch ihre Kleinstrukturiertheit sowie ihren hohen Anteil an immateriellen Vermögenswerten werden die Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft von Seiten der Banken als risikoreicher eingestuft, wodurch sich der Erhalt eines Kredits erschwert bzw. sich die Konditionen entsprechend verschlechtern. Die Banken reagieren traditionell sowie aufgrund geänderter Rahmenbedingungen konservativ und verfügen nicht über die entsprechende Expertise, immaterielle Vermögenswerte zu bewerten. Auf Seiten der Kreativschaffenden können auch fehlende (betriebs-)wirtschaftliche Kenntnisse (z.B. das Aufstellen von Businessplänen) oder die fehlende Zeit sich auf einen Kreditantrag entsprechend vorzubereitet ausschlaggebend Gründe für eine Abweisung oder dafür schlichtweg gar keinen Antrag zu stellen sein. Das Problem der Informationsasymmetrie zwischen der Zielgruppe und den Banken ist sehr ausgeprägt.

**Externe Finanzierung** im Sinne von **Bankfinanzierung** wird von den befragten Unternehmen und Organisationen zwar in Anspruch genommen, mittelfristige und langfristige Bankkredite sind aber eindeutig **nicht die favorisierten Finanzierungsinstrumente**. In den vergangenen drei Jahren haben **ein Drittel der befragten Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft einen Kreditantrag gestellt** und diesen zu einem hohen Anteil (70 %) auch zugesagt bekommen. Die Konditionen (Zinsen) entsprachen währenddessen nicht jedes Mal den Erwartungen der AntragstellerInnen (nur in 38 % der Fälle). Als Besicherungen wurden insbesondere Lebensversicherungen gefolgt von privatem Bankguthaben, privaten Bürgschaften und privaten Immobilien/Hypotheken verlangt.

Bei jenen befragten Unternehmen und Organisationen, deren Kreditanträge abgelehnt wurden, oder die gar keinen Antrag gestellt hatten, wurden an erster Stelle mangelnde Sicherheiten als Grund genannt. Bei den Gründen dafür, dass kein Kreditantrag gestellt worden ist obwohl ein Finanzierungsbedarf vorlag (betrifft rd. 20 % der befragten Unternehmen und Organisationen), liegt das Thema der Sicherheiten ebenfalls an erster Stelle. Somit verifiziert sich für Österreich die Hypothese, dass der **Zugang zu Bankkrediten oft mit dem Problem der Sicherheiten in Verbindung zu setzen ist**.

Für die neue Förderperiode der Europäischen Kommission wurde ein neues Kulturförderungsprogramm eingerichtet. Unter dem Dachprogramm **CREATIVE EUROPE** werden ab 2014 bis 2020 die Teilprogramme KULTUR, MEDIA sowie ein branchenübergreifender Aktionsbereich zur **Erleichterung des Zugangs zu Finanzierungen für KMU der Kreativindustrie** und zur besseren politischen Zusammenarbeit durchgeführt. Die Erleichterung des Zugangs zu Finanzierung soll über die Einrichtung eines **Garantiefonds** für Unternehmen und Projekte aus der Kultur- und Kreativwirtschaft ermöglicht werden. Dieser Fonds zielt darauf ab, das Bewusstsein der Finanzinstitute für das wirtschaftliche Potenzial dieser Sektoren zu schärfen und ihre Kapazität zur Bewertung von Unternehmen, deren Geschäft auf immateriellen Vermögenswerten basiert, zu verbessern („capacity building“). Es ist vorgesehen, dass der Garantie-Fonds den Banken, die Kultur- und Kreativwirtschaftsprojekte finanzieren, einen breiten Kreditausfallsrisiko-Schutz bietet, der durch den European Investment Fund abgesichert wird. Insbesondere hat der audiovisuelle Sektor in Europa großes Potenzial im Zusammenhang mit dem geplanten Garantiefonds, weil er einen hohen Anteil an KMUs aufweist und durch bisherige MEDIA-Förderungen bereits Erfahrung mit Banken im Kontext von Finanzierungsförderungen sammeln konnte.

Von Seiten der Kultur- und Kreativschaffenden werden Bankkredite allgemein als wenig attraktives Finanzierungsinstrument eingestuft. Sofern sich durch einen **Garantiefonds** die Konditionen für die Kreativschaffenden bei Bankkrediten entsprechend verbessern, würden Bankkredite an sich an Attraktivität für die Branche gewinnen. Rd. 44 % der Befragten gaben an, eine staatliche Garantie nützen zu wollen, wenn es eine spezielle für den Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft gäbe. Demgegenüber gab über ein Drittel der Befragten an, nicht einschätzen zu können, ob ein Garantiefonds für sie/ihn von Interesse wäre.

**Skepsis** besteht in Hinblick auf die **Relevanz des Finanzierungsinstruments für bestimmte Teile der Zielgruppe** und die Durchführung der Abwicklung. **Einfache Strukturen und Abwicklung** werden von der Zielgruppe gewünscht. Seitens der befragten Banken wird positives Interesse an einem Garantiefonds für die Kultur- und Kreativwirtschaft bekundet. Insbesondere die Unterstützung hinsichtlich der Bewertung von Projekten in diesem Bereich und der Aufbau einer entsprechenden Expertise innerhalb der Banken werden als hilfreich eingestuft. Durch diese Unterstützung beim Aufbau von Expertise im Bereich immaterieller Vermögenswerte könnte auch ein „Kulturwandel“ bei den Banken stattfinden – hin zu höherem Bewusstsein und Verständnis für Kreativschaffende.

Eine **Portfoliobetrachtung der Förderangebote der aws in Richtung der Kultur- und Kreativwirtschaft** zeigt Potenziale auf. Bestehende Angebote der aws, und insbesondere das Zusammenspiel mit Instrumenten aus dem **erp-Fonds**, sind durchaus für diesen Bereich attraktiv. Natürlich ist die Einschränkung auf Antrag-

steller als gewerbliche Unternehmungen zu beachten, wobei diese Einschränkung nicht für den Europäischen Garantiefonds gilt.

Das Instrument des Garantiefonds ist interessant und relevant für einen Teil der Zielgruppe, nur die Kenntnis davon ist (noch) sehr eingeschränkt. Die AWS kann sicherlich von einem teilweise schon vorhandenen Zugang zur Zielgruppe profitieren, nichtdestotrotz muss die **Awareness für diese(s) Instrument(e)** nicht nur bei der Zielgruppe der Unternehmen und Organisationen der Kultur- und Kreativwirtschaft gehoben werden, sondern auch bei BankenvertreterInnen. Dies kann zum jetzigen Zeitpunkt als große **Herausforderung** betrachtet werden.

