

## Branchen-Info-Spezial

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

Zielgruppe:

Mitglieder

Stand:

Juli 2010 / TR

Titel	Fachverband Werbung und Marktkommunikation
Untertitel	Wirtschaftspolitische Agenda 2010 bis 2015 der WKÖ
Info	<p>In seiner konstituierenden Sitzung am 24. Juni 2010 hat das Wirtschaftsparlament der Wirtschaftskammer Österreich die „Wirtschaftspolitische Agenda 2010 bis 2015“ verabschiedet. Die „Wirtschaftspolitische Agenda 2010 bis 2015“ ist gliedert sich in zehn Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Internationalisierung &amp; EU</li> <li>Wettbewerb &amp; Wirtschaftsrecht</li> <li>Energie &amp; Umwelt</li> <li>Budget, Steuern &amp; Kapital</li> <li>Verfassung und Verwaltung</li> <li>Soziale Systeme</li> <li>Arbeitsmarkt</li> <li>Bildung</li> <li>Forschung, Innovation &amp; Kreativität</li> <li>Verkehr &amp; IKT</li> </ul> <p>Vorrangig ist bei „Forschung, Innovation &amp; Kreativität“, dass der Beitrag der Kreativwirtschaft zur Innovation gestärkt werden soll (Seite 36, Langfassung). Im Detail beinhaltet das Strategiepapier folgende Maßnahmen (Seite 38, Langfassung):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Erhöhung des Innovationspotenzials</b> Auf Bundesebene wurden durch die Initiative des Wirtschaftsministeriums „evolve“ bereits wichtige Schritte für die Kreativwirtschaft gesetzt. Diese Initiative soll fortgesetzt und gemeinsam mit der „arge creativ wirtschaft austria“ und „Impulse“ der Austria Wirtschaftsservice GmbH weiter ausgebaut werden.</li> <li>• <b>Kreativfreibetrag einführen</b> Ein Kreativfreibetrag - in der Höhe und nach Art des Forschungsfreibetrags - bei Beauftragung von geistig-schöpferischen Leistungen kann diesen wichtigen Sektor zusätzlich beleben sowie die Marktkommunikation und den Wettbewerb erhöhen.</li> <li>• <b>Innovationsbegriff erweitern</b> Innovation geht weit über die Entwicklung und Verbesserung von Produkten, Verfahren und Dienstleistungen durch neue naturwissenschaftlich- technische Erkenntnisse hinaus und umfasst auch Neuerungen im Bereich der Kreativ- und Dienstleistungen, der Organisation und neue Geschäftsmodelle sowie die nicht-wissenschaftsbasierte Innovation. Daher soll der Begriff „Innovation“ entsprechend dem OECD Oslo Manual weiter gefasst und in den Förderrichtlinien berücksichtigt werden.</li> </ul>

	<p><b>Sicht des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation</b></p> <p>Zur Kreativwirtschaft zählen in Österreich rund 30 000 Betriebe mit ca. 104 000 unselbstständig Beschäftigten, die jährlich beispielsweise mit Design, Film, Software, Grafik, Werbung &amp; PR, Musik, Multimedia oder Eventmanagement insgesamt rund 20 Milliarden Euro erwirtschaften. Zählt man die Selbstständigen und freien Mitarbeiter hinzu, so arbeiten mehr als 160 000 Menschen in der Kreativwirtschaft. Das Beschäftigungswachstum in der Kreativwirtschaft betrug von 2005 bis 2007 fünf Prozent jährlich - und war damit doppelt so hoch wie in der österreichischen Wirtschaft insgesamt.</p> <p>Die Wirtschaftskrise macht klar, dass neue Formen des Wirtschaftens nötig sind: Andere Strukturen, mehr Kreativität und Innovation sowie eine engere Kooperation von selbstständigen Unternehmen untereinander und mit ihren KundInnen. Die Kreativwirtschaft ist hier Vorreiter, weil sie hochinnovativ und damit ein wesentlicher Faktor für das Wirtschaftswachstum insgesamt ist. 60 Prozent aller Kreativunternehmen brachten in den vergangenen drei Jahren neue Produkte auf den Markt, 31 Prozent setzten eigene F&amp;E-Aktivitäten, 51 Prozent unterstützten Unternehmen in anderen Branchen bei ihrer Innovationstätigkeit und trugen so zur Stärkung der gesamten Wirtschaft bei.</p> <p>Die Kreativwirtschaft leistet daher einen wesentlichen Beitrag, um neue Ideen, Produkte und Services in den Markt zu bringen. Der Produktivitätsfaktor Kreativität ist auch die Basis für die hohe Unabhängigkeit der Unternehmen in einem Sektor, in dem 80 Prozent der Unternehmen in kleinteiligen Netzwerken organisiert sind. Dem Dominoeffekt, wie er auf den globalen Finanzmärkten zu beobachten war, steht so die Flexibilität und Stabilität kreativer UnternehmerInnen gegenüber.</p> <p>Der Fachverband befürwortet dieses Maßnahmenpaket und setzt sich besonders für die Einführung eines Kreativbeitrages ein, um entsprechende Impulse für die Werbung und Marktkommunikation zu ermöglichen.</p>
Lesen Sie mehr!	<p><b>Die Homepage zur „Wirtschaftspolitischen Agenda 2010 bis 2015 der WKÖ“:</b>  <a href="http://www.wko.at/wp/zukunft2015/">http://www.wko.at/wp/zukunft2015/</a></p> <p><b>Die wirtschaftspolitische Agenda 2010 bis 2015 der WKÖ (Kurzfassung):</b>  <a href="http://www.wko.at/wp/zukunft2015/Zukunft_Wirtschaft_K_final170610.pdf">http://www.wko.at/wp/zukunft2015/Zukunft_Wirtschaft_K_final170610.pdf</a></p> <p><b>Die wirtschaftspolitische Agenda 2010 bis 2015 der WKÖ (Langfassung):</b>  <a href="http://www.wko.at/wp/zukunft2015/Zukunft_Wirtschaft_final170610.pdf">http://www.wko.at/wp/zukunft2015/Zukunft_Wirtschaft_final170610.pdf</a></p>
Kontakt	<p>Fachverband Werbung und Marktkommunikation  Wirtschaftskammer Österreich  1040 Wien, Wiedner Hauptstraße 73  T 05 90 900-3503  F 05 90 900-285  E <a href="mailto:werbung@wko.at">werbung@wko.at</a>  H <a href="http://www.fachverbandwerbung.at">www.fachverbandwerbung.at</a></p>