Kreativwirtschaft gestaltet die Arbeitswelt der Zukunft â€“ BILD/ GRAFIK

ID: LCG23163 | 04.05.2023 | Kunde: Creativ Club Austria | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Als Grundlage für die „Fair Work Charta" vermessen Creativ Club Austria und Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation die Arbeitsbedingungen in der Kreativlandschaft. Branche rüstet sich für den Weg in die Zukunft der Arbeitswelt.

Studie und Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank : © leisure communications/ Christian Jobst

Wien (LCG) – Mittwochabend präsentierten Creativ Club Austria und Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Wien zusammen mit dem Institut Mindtake im Designforum Wien die Ergebnisse einer groß angelegten Studie zur aktuellen Situation am Arbeitsmarkt. Rund 430 Teilnehmer beurteilen den Status quo und geben Anregungen, wie sich die Arbeitswelt für Arbeitnehmer, Freelancer und auch Unternehmer ändern muss. Die Umfrage stellt den Ausgangspunkt dar, um eine Charta zu entwickeln, die der gesamten Branche als Leitfaden zur Entwicklung der Arbeitsbedingungen dient.

> „Fairness und Wertschätzung sind die Basis für Kreativität. Wir möchten den Wertekompass in der Branche neu ausrichten, um sie für Talente attraktiv zu halten", so **Melanie Pfaffstaller** (Mel P Filmproductions), Vizepräsidentin des Creativ Club Austria.

„Die ‚Fair Work Charta' wird nicht in Stein gemeisselt. Sie wird sich im Gleichschritt mit der Arbeitswelt entwickeln. Deswegen ist es essenziell, tief in die Branche hineinzuhören und Stimmungen einzufangen, die ein realistisches Abbild als Ausgangspunkt für Veränderung liefern. Wir müssen uns die Frage stellen, wie die Zukunft der Werbung aussieht. Kreativität braucht – aktuell – auch künftig Menschen und nicht nur Künstliche Intelligenz. Um sie anzuziehen, müssen wir uns als Kreativwirtschaft selbst richtig einschätzen", erklärt **Rita Spielvogel** (BBDO Wien) von der Arbeitsgruppe „Fair Work" im Creativ Club Austria. „Wertschätzung beginnt damit, dass wir als Kreativwirtschaft für den Wert unserer Arbeit einstehen, nach vorne gehen und dadurch Arbeitsbedigungen schaffen, mit denen wir die besten Köpfe für exzellente Kreation begeistern."

„Manche Lösungen wären recht einfach, um Menschen im Job glücklich zu machen. Mit der ‚Fair Work Charta' wird ein neuer Dialog in der Kreativwirtschaft angeregt", betont **Helena Giokas** (Wirtschaftskammer Wien, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation).

Einzelunternehmer, Firmenchefs und Angestellte: Ähnliche Probleme und Ansprüche an die Arbeitswelt

In Sachen Werte, Ziele, Firmenstruktur, Kommunikation, New Work und Transformation teilen Arbeitgeber und -nehmer ähnliche Einschätzungen. Zu den größten Wünschen zählen in der Branche mehr strukturelle Kommunikation, faire Entlohnung und Fairness betreffend Arbeitszeiten und Verträgen. Der geschlechterunabhängigen Chancengleichheit steht die Kreativwirtschaft nicht nur positiv gegenüber, sie muss vorangetrieben werden. Klare und transparente Kommunikation,

Stärkung durch Führungskräfte und guter Zusammenhalt im Team sind die wesentlichen Faktoren für Zufriedenheit im Job. Die hohe Arbeitslast führt zu einem erkennbaren Stressniveau, das sich bei Angestellten häufig in einem ausgeprägten Pflichtgefühl manifestiert.

Selbsteinschätzung der Kreativwirtschaft

Dienstnehmer nehmen Respekt und Hilfsbereitschaft in der Branche maximal als durchschnittlich wahr. Freelancer fühlen sich deutlich höher respektiert. Allgemein meint man in der Kreativwirtschaft, dass „lauten" Menschen mehr Gehör geschenkt werde. Überholte Strukturen seien das Resultat mangelnden Leaderships und geringer Bereitschaft zur Weiterentwicklung. Freiberuflich tätige Männer finden sich häufiger in der höchsten Gehaltsklasse, während Frauen sich überwiegend am unteren Ende der Einkommenspyramide bewegen. In höheren Dekaden zeigt sich eine hohe Akzeptanz von All-in-Verträgen, die bei jüngeren Arbeitnehmern sinkt. 60 Prozent der unter 33-jährigen Arbeitnehmer sprechen sich gegen die All-in-Vereinbarungen aus.

Als wichtigste Kriterien für die Zufriedenheit mit dem eigenen Job werden die Stimmung in der Firma, eine sinnvolle Tätigkeit sowie die faire Entlohnung bezeichnet. Gegenseitige Unterstützung im Team wird mehr Bedeutung als fachlicher Kompetenz der Kollegen eingeräumt. Zu den größten Stressfaktoren zählen die hohe Arbeitslast und mangelnde Kommunikation. Während Frauen sich mehr Anerkennung und Transparenz wünschen, geht es Männern um klare Ziele und eindeutige Briefings.

41 Prozent der Arbeitnehmer erkennen eine hohe Fluktuation, die durch Unzufriedenheit mit dem Job bedingt ist. Knapp die Hälfte der über 34-Jährigen hat sexuelle Übergriffe in der Kreativbranche bereits wahrgenommen. Bei den Jüngeren hat sicht trotz ihrer kürzeren Berufserfahrung bereits ein knappes Drittel diese Erfahrung gesammelt.

Freelancer: Zufrieden trotz hohen Leistungsdrucks

Freelancer und Ein-Personen-Unternehmen sind durch die hohe Inflation und herausfordernde wirtschaftliche Situation zu mehr Arbeit und höherer Flexibilität gefordert. Im Rahmen ihrer Eigenverantwortung achten sie auf ihre psychische Gesundheit. Trotz aller Challenges werden kreative und unternehmerische Freiheit als positiv bewertet. 96 Prozent der weiblichen und 79 Prozent der männlichen Freelancer empfinden sehr viel Freude an ihrer Arbeit. Etwas mehr als die Hälfte der weiblichen Ein-Personen-Unternehmerinnen hat den Eindruck, aufgrund ihres Geschlechts weniger Chancen in der Branche zu bekommen. Nur einer von zehn kreativen Einzelkämpfern fühlt sich durch die tägliche Arbeit überlastet. Deutlich mehr als die Hälfte ist sich bewusst, für einen angemessenen Lebensstil viel oder zu viel arbeiten zu müssen. Acht von zehn nehmen dennoch nicht an unbezahlten Pitches teil, um an neue Aufträge zu gelangen.

44 Prozent der Freelancer verbuchen einen Jahresumsatz zwischen 50.000 und 100.000 Euro. 37 Prozent der Ein-Personen-Unternehmen müssen mit weniger als 50.000 Euro pro Jahr auskommen und 19 Prozent nehmen mehr als 100.000 Euro jährlich ein. Im Bereich der Freelancer zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen besser verdienenden Männern und schlechter bezahlten Frauen.

Der Blick der Dienstnehmer

Dienstnehmern sind faire Bezahlung, Unterstützung im Team, Spaß am Job, gute Organisation der Arbeit und flexible Arbeitszeiten sowie die Übernahme von Verantwortung sehr wichtig. Stabilität des Jobs und der tiefere Sinn von Projekten für die Welt folgen erst auf den hinteren Rängen. Jedoch legen Frauen deutlich mehr Wert auf die Bedeutung und den Sinn ihrer Projekte als die männlichen Kollegen. Nur mehr vier von zehn Angestellten empfinden eine Vollzeitanstellung als ideal. Insbesondere Frauen (44 Prozent) wünschen sich ein geringeres Arbeitsausmaß. Während sich jüngere Arbeitnehmer mit weniger Erfahrung tendenziell eine Geschlechterquote wünschen, stehen ältere Semester dieser Idee eher ablehnend gegenüber. Das Gehalt ist für mehr als drei Viertel

der befragten Angestellten ein wichtiger Motivationsfaktor. Mit dem aktuellen Salär zeigt sich jedoch nur knapp die Hälfte zufrieden. Regelmäßige Gehaltserhöhungen kommen nur bei einem Drittel der Befragten an, obwohl acht von zehn Unternehmern angeben, die Gehälter regelmäßig anzuheben. Mehr als zwei Drittel der Arbeitgeber meinen, dass ihre Mitarbeiter mit ihren Gehältern zufrieden wären, während nur vier von zehn Arbeitnehmern mit den bisherigen Gehaltserhöhungen zufrieden sind.

36 Prozent der Angestellten haben zwischen 35.000 und 55.000 Euro Jahresbrutto am Gehaltszettel stehen. 26 Prozent bewegen sich zwischen 55.000 und 75.000 Euro Jahresbrutto. Immerhin acht Prozent der Dienstnehmer verdienen mehr als 75.000 Euro brutto pro Jahr. Zwischen Männern und Frauen zeigen sich bis auf die höchste Einkommensstufe keine signifikanten Unterschiede in der Einkommensverteilung.

Etwa ein Drittel der Dienstnehmer moniert, dass vereinbarte Arbeitszeiten nicht eingehalten werden. Sieben von zehn Dienstgebern denken jedoch, Arbeitszeiten ihrer Mitarbeiter korrekt einzuhalten. Die Führungsqualität in der eigenen Firma wird nur von 17 Prozent der Dienstnehmer als sehr gut oder gut eingestuft, während vier von zehn Angestellten ihren Chefs ein schlechtes Zeugnis ausstellen. Fast 90 Prozent der Arbeitgeber meinen jedoch, ihren Teams ausreichend Wertschätzung entgegenzubringen. Knapp die Hälfte empfindet regelmäßig psychische Belastung durch die Arbeit. Etwa zwei Drittel der Frauen und ein Drittel der Männer haben mit Depressionen oder mentaler Belastung bei zunehmenden beruflichen Druck zu kämpfen.

Verbesserungspotenzial sehen die Angestellten in höherer Wertschätzung für ihre Arbeit, mehr kreativem Freiraum, fairer Bezahlung und der Abschaffung von All-in-Verträgen sowie mehr Transparenz, Respekt, Fairness und Vertrauen.

Die Sicht der Unternehmer

Trotz höherer Arbeitsbelastung und Verantwortung ist das Stressempfinden in der Managementebene durch gelernte Coping-Mechanismen geringer als bei Angestellten. Ein Drittel der Arbeitgeber sieht in Budgets, Tarifen und Arbeitszeiten ein Problem. Als größte Stressfaktoren werden Kunden, die Arbeitslast und magelnde Kommunikation empfunden. Zwei Drittel fühlen sich durch die Arbeit stark oder sehr stark psychisch belastet. Acht von zehn Unternehmern sind überzeugt, dass ihre Mitarbeiter nicht nur einen Job in ihrem Unternehmen, sondern auch eine Möglichkeit zur Selbstverwirklichung gefunden haben. Über 40 Prozent ist bewusst, dass Mitarbeiter häufig Aufgaben abseits ihres Kerntätigkeitsfeldes übernehmen müssen, um Kunden zufriedenzustellen.

Die Attraktivität von Jobs in der Kreativwirtschaft sehen Arbeitgeber durch Wertschätzung, kreativen Freiraum, attraktive Aufgaben, faire Bezahlung sowie Transparenz und Respekt begründet. Knapp zwei Drittel der Unternehmer empfinden ihren Joballtag als stressig. 44 Prozent meinen, ihren Mitarbeitern attraktive Aufstiegs-und Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten. Acht von zehn Arbeitgebern schätzen den regelmäßigen Austausch mit ihren Teams und das persönliche Feedback. 72 Prozent denken, dass sich die Kernbotschaften des Employer Brandings auch im Joballtag wiederfinden.

Sechs von zehn Unternehmern finden das Geschlechterverhältnis in ihrer Managementebene ausgewogen. Ein Drittel strukturiert den Arbeitsalltag seiner Mitarbeiter aktiv. Neun von zehn Dienstnehmern sind gute Organisation und Struktur wichtig.

Positive Vibes in der Kreativwirtschaft

Knapp die Hälfte der Freelancer und Dienstnehmer schätzt die Kreativbranche hinsichtlich Karrieremöglichkeiten als sehr gut oder gut ein, während nur 42 Prozent der Unternehmer diese Meinung teilen. Den Ruf der Branche beurteilen zwei von zehn Arbeitgebern als gut oder sehr gut; bei den Ein-Personen-Unternehmen und Dienstnehmern sind es nur rund 14 Prozent. Die Hilfsbereitschaft

in der Branche wird großteils positiv empfunden – ein besonders positives Zeugnis stellen Freelancer aus. Mehr als die Hälfte der Angestellten und Arbeitgeber würde auch heute wieder den Weg in die Kreativwirtschaft wählen; bei den Freelancern sind es sogar mehr als zwei Drittel. Mehr als ein Viertel der Arbeitnehmer und 13 Prozent der Ein-Personen-Unternehmen überlegen aktuell, aus der Branche auszusteigen. Mehr als vier von zehn Unternehmen sehen derzeit viele Abgänge aus der Kreativwirtschaft. Etwa ein Viertel der Freelancer und 20 Prozent der Angestellten fühlen sich vom derzeitigen Jobangebot in der Kreativwirtschaft abgeholt. Jeder dritte Unternehmer denkt, dass Kreative vom derzeitigen Jobangebot abgeholt werden.

Studiensteckbrief

Für die aktuelle Studie befragte der Creativ Club Austria zu Jahresbeginn in Zusammenarbeit mit Mindtake und mit Unterstützung der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Wien 251 Dienstnehmer, 96 Freelancer und 82 Arbeitgeber. Das Umfragedesign wurde in Zusammenarbeit mit New-Work-Expertin **Lena Marie Glaser** erstellt. Der Arbeitsgruppe „Fair Work Charta" im Creativ Club Austria gehören **Melanie Pfaffstaller** ,**Rita Spielvogel** ,**Helena Giokas** ,**Florian Kowatz** und**Reinhard Schwarzinger** an.

Über den Creativ Club Austria

Seit seiner Gründung im Jahr 1972 ist der Creativ Club Austria das Sprachrohr und die Plattform der heimischen Kreativbranche. Mit den CCA-Veneres veranstaltet er den wichtigsten Kreativ-Award des Landes, der Leistungen sichtbar macht und im Dialog mit der gesamten Branche Standards definiert. Zahlreiche CCA-Veneres-Sieger wurden mit ihren Arbeiten in der Vergangenheit bei weltweit relevanten Awards wie Cannes Lions International Festival of Creativity, eurobest Festival of European Creativity, ADCE, Clio oder Golden Drum Festival ausgezeichnet und zeugen von der Leistungsfähigkeit der österreichischen Kreativszene. Seit 2016 veranstaltet der Creativ Club Austria in Zusammenarbeit mit der

ORF-Enterprise als Festivalrepräsentanz die Young Lions Competition Austria für das Cannes Lions International Festival of Creativity und fördert damit den heimischen Nachwuchs im globalen Wettbewerb. Der Creativ Club Austria bietet seinen über 300 Mitgliedern durch Workshops, Seminare, Veranstaltungen und internationalen Austausch Mehrwert und Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb der Branche. Als Vorstandspräsident fungiert **Andreas Spielvogel** (DDB Wien) und als Vizepräsident **Patrik Partl** (Brokkoli). Die Geschäftsführung hat **Reinhard Schwarzinger** inne. Weitere Informationen auf creativclub.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)