

AUSSEN WIRTSCHAFT BRANCHENREPORT BENELUX

KREATIVWIRTSCHAFT

BRANCHE UND MARKTSITUATION
RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN
TRENDS UND ENTWICKLUNGEN
CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER BRÜSSEL
AUGUST 2024

go international
= Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft 



Unser vollständiges Angebot zu den Themen **Kunst/Kultur, Architektur, Möbel/Interior, Musik/Film/Entertainment, Fashion, Design** (Veranstaltungen, Publikationen, Schlagzeilen etc.) finden Sie unter

www.wko.at/service/aussenwirtschaft/kunst-kultur.html
www.wko.at/service/aussenwirtschaft/architektur.html
www.wko.at/service/aussenwirtschaft/moebel-interior.html
www.wko.at/service/aussenwirtschaft/musik-film-entertainment.html
www.wko.at/service/aussenwirtschaft/fashion.html
www.wko.at/service/aussenwirtschaft/design.html

Eine Information des

AußenwirtschaftsCenter Brüssel

T +32 2 645 16 50

E bruessel@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/be

f fb.com/aussenwirtschaft

X x.com/wko_aw

 linkedin.com/company/aussenwirtschaft-austria

 youtube.com/aussenwirtschaft

 flickr.com/aussenwirtschaftaustria

 instagram.com/aussenwirtschaft_austria.at

Dieser Branchenreport wurde im Rahmen der Internationalisierungsoffensive **go-international**, einer gemeinsamen Initiative des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich, erstellt.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, der Vervielfältigung, der Übersetzung, des Nachdrucks und die Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere elektronische Verfahren sowie der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Wirtschaftskammer Österreich – AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten. Die Wiedergabe mit Quellenangabe ist vorbehaltlich anderslautender Bestimmungen gestattet.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Wirtschaftskammer Österreich – AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA ausgeschlossen ist.

Darüber hinaus ist jede gewerbliche Nutzung dieses Werkes der Wirtschaftskammer Österreich – AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten.

© AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA DER WKÖ

Offenlegung nach § 25 Mediengesetz i.d.g.F.

Herausgeber, Medieninhaber (Verleger) und Hersteller:

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien,

Redaktion: AußenwirtschaftsCenter Brüssel, T +32 2 645 16 50

E bruessel@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/be

INHALT

EXECUTIVE SUMMARY	4
1. BELGIEN: BRANCHE UND MARKTSITUATION	5
2. BELGIEN: GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN	9
3. BELGIEN: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN	12
4. BELGIEN: CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN	14
5. BELGIEN: MESSEN, FACHVERZEICHNIS, FACHPRESSE	15
6. NIEDERLANDE: BRANCHE UND MARKTSITUATION	17
7. NIEDERLANDE: GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN	22
8. NIEDERLANDE: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN	23
9. NIEDERLANDE: MESSEN	24
10. LUXEMBURG: BRANCHE UND MARKTSITUATION	25
11. LUXEMBURG: GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN	27
12. LUXEMBURG: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN	29
13. LUXEMBURG: MESSEN, FACHVERZEICHNIS, FACHPRESSE	29

EXECUTIVE SUMMARY

Die vorliegende Publikation soll einen Überblick über die verschiedenen Bereiche der Kreativwirtschaft in den drei Benelux-Ländern Belgien, Niederlande und Luxemburg geben sowie die Marktchancen für österreichische Unternehmen in diesen Bereichen aufzeigen.

Da es sich beim Begriff Kreativität um ein sehr breites Konzept handelt, gibt es auch verschiedene Definitionen für die Kreativwirtschaft. Die UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) sieht die Kreativwirtschaft als eine Schnittstelle zwischen Kunst, Kultur, Unternehmertum und Technologie. Die Kreativwirtschaft umfasst folgende Branchen:

- Architektur
- Design & Inneneinrichtung
- Musik, Buch und künstlerische Tätigkeiten
- Radio und TV
- Software und Games
- Verlagswesen
- Video und Film
- Werbung

Die Kreativwirtschaft gehört zu den derzeit dynamischsten Wirtschaftssektoren. Die Benelux-Länder haben so wie viele andere Länder die Bedeutung der Kreativwirtschaft erkannt und Institutionen gegründet, um diesen Sektor zu fördern.

Für österreichische Unternehmen bieten v.a. die zahlreichen Messen und Festivals die Chance, sich am Kreativmarkt umzusehen und Netzwerke bzw. Vertrauen aufzubauen. Außerdem ist es für die Aufnahme von Aktivitäten am Kreativmarkt wichtig, einen Geschäftspartner vor Ort zu haben, da dieser ein Schlüsselfaktor bei der Erschließung eines unbekanntes Marktes oder bei der Einführung eines neuen Produktes ist.

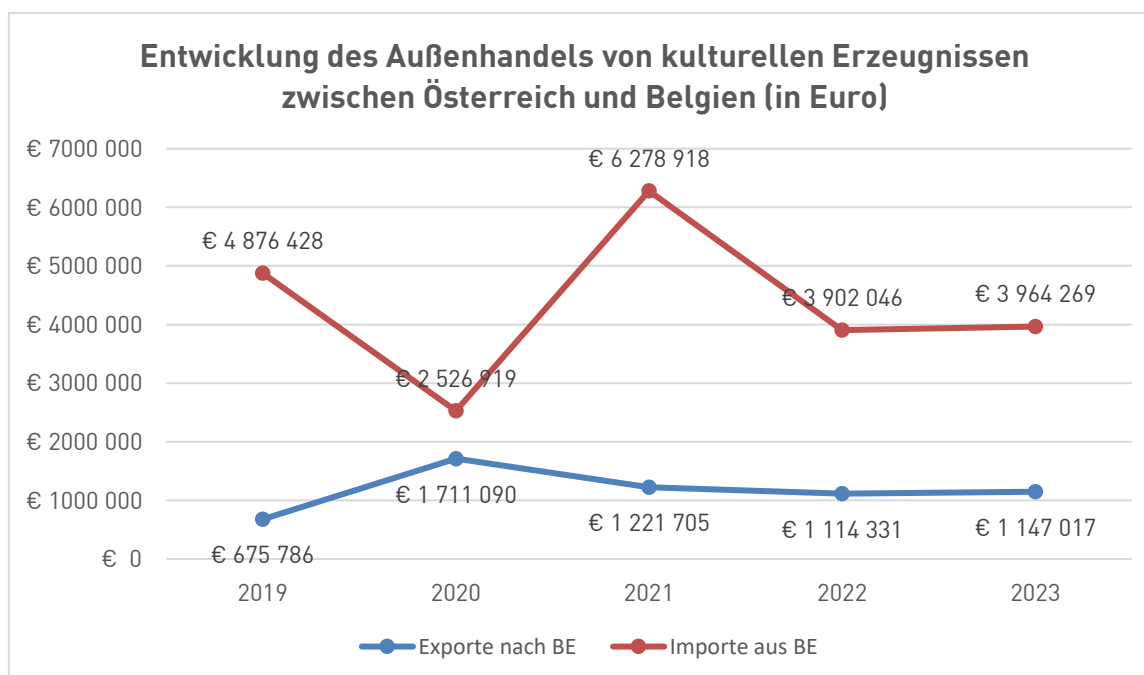
Die AußenwirtschaftsCenter Brüssel (E bruessel@wko.at) und Den Haag (E denhaag@wko.at) stehen den österreichischen Kreativschaffenden, die die Benelux-Märkte entdecken bzw. erobern wollen, jederzeit gerne für zusätzliche Fragen zur Verfügung.

1. BELGIEN: BRANCHE UND MARKTSITUATION

Allgemein ist Belgien in vielen Bereichen eine sehr innovative Volkswirtschaft und viele belgische Unternehmen sehen Kreativität als wichtigen Bestandteil ihrer Tätigkeiten und Lösungsansätze. Der daraus resultierende Wettbewerbsvorteil wurde erkannt und wird durch regionale Institutionen gestärkt und unterstützt.

Die „Antwerp Six“ rüttelten in den 1980er- und 1990er-Jahren mit ihrem Avant-Garde-Stil die Modewelt auf und verhalfen belgischem Modedesign zu internationaler Bekanntheit. In den letzten Jahren ist Belgien bei vielen Filmproduktionen in den Fokus gerückt, die Zahl internationaler Koproduktionen mit belgischer Beteiligung ständig gestiegen. Ein wichtiger Grund dafür ist das Tax Shelter-Gesetz aus dem Jahr 2003, das die Produktion von Filmen mit belgischer Beteiligung besonders interessant macht.

In Belgien zählte der Sektor der Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2021 etwas mehr als 8.000 Betriebe. Diese Zahl ist seit einigen Jahren stabil, dieser Trend gilt für alle Regionen. In diesem Sektor hat jedes zweite Unternehmen seinen Sitz in Flandern, 27 % in Brüssel und 23 % in Wallonien. Es fällt auf, dass dieser Sektor in der Region Brüssel-Hauptstadt im Vergleich zu den anderen Sektoren überrepräsentiert ist. Die Zahl der Arbeitsplätze in diesem Sektor ging 2020 während der Covid-Pandemie zurück. Ende 2021 war die Zahl der in Wallonien angesiedelten Arbeitsplätze aufgrund der Erholung bereits wieder angestiegen, ohne jedoch das Niveau von 2019 zu erreichen. Aus nationaler Sicht fällt auf, dass mehr als die Hälfte der Arbeitsplätze in Flandern angesiedelt sind. (Quelle: Onem)



Quelle: Statistik Austria

Kulturelle Erzeugnisse: HS-Code 97, d.h. Kunstgegenstände, Sammlungsstücke und Antiquitäten

Regionale Schwerpunkte

Wie für viele Bereiche in Belgien existieren auch in der Kreativwirtschaft regionale Unterschiede zwischen den drei Regionen Belgiens, also zwischen Flandern, Wallonie und Brüssel-Hauptstadt. So haben Flamen und Wallonen unterschiedliche Geschmacksvorstellungen, dies ist insbesondere im Design- und Modesektor zu beachten. Flandern orientiert sich eher an den Niederlanden und Deutschland, die Wallonie tendiert aufgrund von Sprache und Kultur hingegen stärker zu französischen Trends.

Wallonie und Brüssel-Hauptstadt

In der Kreativwirtschaft pflegen die Regionen Wallonie und Brüssel-Hauptstadt eine enge Kooperation insbesondere in Bezug auf frankophone Projekte und Ideen. Zusammen sind in beiden Regionen ca. 104.000 Personen in der Kreativindustrie beschäftigt, in Brüssel allein sind es etwa 45.000 Personen. In Brüssel wird jährlich etwa ein Umsatz von 12,9 Mrd. Euro (6,3 % des Brüsseler BIP) in der Kreativwirtschaft erzielt, in der Wallonie sind es rund 6,9 Mrd. Euro (4,4 % des wallonischen BIP). Beide zusammen erwirtschaften eine Summe von 20 Mrd. Euro, was 5,5 % des Gesamtumsatzes ausmacht.

Flandern

In den letzten zehn Jahren ist der Kreativsektor stärker gewachsen als der Rest der Wirtschaft. Das größte Wachstum findet sich in den Bereichen Kommunikation, PR & Werbung, Design und Architektur, während digitale und gedruckte Medien einen Rückgang verzeichnen. Geografisch gesehen, sind Antwerpen, Gent und Mechelen die kreativsten Städte in Flandern.

Im Jahr 2021 (jüngste verfügbare Zahlen) entfielen auf den Kreativsektor 181.673 beschäftigte Vollzeitäquivalente (Arbeitnehmer und Selbstständige zusammen). Damit macht er 6,17 % der Gesamtzahl der beschäftigten VZÄ in der Region Flandern aus. 76.680 sind Selbstständige (nach Rechtsform). Das sind 14,35 % der Gesamtzahl der Selbstständigen in der Region Flandern.

Auf den Kreativsektor entfallen 5,24 % (13,8 Mrd. Euro) der Bruttowertschöpfung der Region Flandern und 11,4 % (67,7 Mrd. Euro) des Gesamtumsatzes der Region Flandern im Jahr 2021.

Wenn man sich die Provinzen ansieht, so hat die Provinz Antwerpen die größte Anzahl an beschäftigten VZÄ im Kreativsektor (58.420), gefolgt von Ostflandern (38.562), Flämisch Brabant (32.939), Westflandern (30.696) und Limburg (21.057).

Die Städte mit den meisten VZÄ im Kreativsektor sind Antwerpen (17.829), Gent (8.029) und Mechelen (2.616).

Europäische Förderinitiativen

Im Rahmen des **Creative Europe** Programms der EU-Kommission wird der kulturelle und audiovisuelle Sektor in Europa durch zahlreiche Plattformen (v.a. für Organisationen), Preisverleihungen (u.a. für Literatur, zeitgenössische Architektur, etc.), grenzüberschreitende Kooperationsprojekte oder die Unterstützung von europäischen Netzwerken sowie Literaturübersetzungen gefördert. Von besonderem Interesse ist auch das **AGORATEKA**-Programm des Amtes der Europäischen Union für Geistiges Eigentum, das ein Onlineportal zur Verfügung stellt, wo kreative Inhalte, wie Filme, Serien, Musik, E-Books, Games oder Online-Sportveranstaltungen legal abgerufen werden können.

Nationale Förderinitiativen

Zur Unterstützung besonders junger Kreativideen wurden Inkubatoren geschaffen. Diese dienen als Ort des Austausches und der Zusammenarbeit bei der Schöpfung und Entwicklung verschiedener kreativer Projekte. Ein wesentlicher Vorteil ist der verhältnismäßig günstige Arbeitsplatz sowie die zur Verfügung gestellte Infrastruktur. Darüber hinaus werden die Projekte von professionellen Investoren oder Unternehmen betreut und durch Fachwissen, Feedback und finanzielle Mittel unterstützt.

Das „**imec.istart**“ Programm bietet umfassende Start-up-Hilfen im Bereich Medien, Telekommunikation & Entertainment. Über einen Zeitraum von 12-18 Monaten leistet imec.istart finanzielle Hilfe und bietet maßgeschneiderte Coachings oder Trainings, um technologisch-erfinderisches Schöpfen zu unterstützen.

Creative Belgium fördert und ermutigt kreative Fähigkeiten im Sektor Werbung, Design und digitaler Kommunikation. Jungen Kreativunternehmerinnen und -unternehmern wird die Möglichkeit geboten, an Projekten oder Briefings mitzuarbeiten, an Wettbewerben teilzunehmen, Preise zu gewinnen und einen Markteintritt zu wagen.

Besondere Beachtung verdient auch die Organisation **Smart** (Genossenschaft für Selbständige), die das Ziel verfolgt, die Arbeitsbedingungen von Künstlern und Künstlerinnen bzw. Kreativen zu erleichtern und zu verbessern. Es werden u.a. Betreuung von Projekten und Aktivitäten, Zugang zu sozialer Absicherung und zur Arbeitslosenversicherung oder die Professionalisierung von Arbeitsbedingungen angeboten. Das 1998 gegründete Unternehmen hat mittlerweile 75.000 Mitglieder und ist in acht europäischen Ländern vertreten, darunter auch in Österreich.

Das Steuerermäßigungsprogramm **Tax Shelter** auf nationaler Ebene gilt für belgische Unternehmen und Koproduktionen, welche Kurz-, Spiel- und Dokumentarfilme produzieren. Dabei handelt es sich um ein Unterstützungssystem der belgischen Föderalregierung für Filmemacherinnen und -macher. Alle Beteiligten (Produzenten, Investoren und Staat) sollen von den Filmprojekten profitieren. Für die Produzenten eröffnen sich günstige Finanzierungsoptionen, Investoren erhalten eine Steuervergünstigung und Belgiens audiovisuelle Industrie wird gestärkt.

Creative Belgium hat es sich zur Aufgabe gemacht, kreative Spitzenleistungen für Marken und Unternehmen zu ermutigen und zu fördern. Die Organisation vereint und inspiriert kreative Denker, die alle an der Schaffung von Kommunikation beteiligten Rollen repräsentieren: Texter, Art Director, Fotografen, Regisseure, Strategen, Webdesigner, Produzenten, Studenten, Lehrer, usw. Es handelt sich um eine Non-Profit-Organisation, die von einem gewählten Vorstand und einem Managementteam geleitet wird. Alle Überschüsse aus den Preisen werden in die Unterstützung und Förderung der nächsten Generation von kreativen Talenten investiert. Durch der Teilnahme an den **Creative Belgium Awards** erhalten die Experten aus der belgischen Welt der Werbung, des Designs und der digitalen Kommunikation die Gelegenheit, ihre besten und originellsten kreativen Arbeiten in diesem einzigartigen Wettbewerb zu präsentieren.

Regionale Förderinitiativen

Kultur ist eine Kompetenz der belgischen Sprachgemeinschaften, deshalb sind es auch die drei Sprachgemeinschaften Belgiens (französisch, niederländisch und deutsch), die Förderungen und Subventionen im Kulturbereich vergeben.

Die **Föderation Wallonie-Brüssel**, die französischsprachige Gemeinschaft, kümmert sich um die kulturellen Belange des französischsprachigen Belgien. Der Hauptsitz der Verwaltungsorgane befindet sich in Brüssel. Im Kulturbereich verfügt sie für beinahe jede Richtung über einen eigenen Rat (Musik, Theater, Tanz, Zirkus & Straßenkunst, Onlinekunst u.v.a.m.), sie unterstützt bzw. finanziert Inkubatoren, vergibt Subventionen und vertritt die frankophone belgische Kunstszene im In- und Ausland. Besonders hervorzuheben ist auch die Starthilfe des **St'Art** Investmentfonds für Brüssel und die Wallonie, um KMUs sowie Organisationen der Kreativwirtschaft bei ihrer Gründung und Entwicklung zu unterstützen, dies durch die Vergabe von Darlehen oder mittels Investitionen. Der Fonds hat ein Budget von 37 Mio. Euro. Die Anteilseigner sind die Region Wallonie, die Föderation Wallonie-Brüssel sowie die regionale Investitionsagentur von Brüssel (SRIB).

Im niederländischsprachigen Flandern gibt es eine Vielzahl an regionalen Institutionen, die Unternehmer in der Kreativwirtschaft unterstützen. Das Pendant zum französischsprachigen Kulturfonds St'art nennt sich **PMV** in Flandern. Es bietet Investitionen auf der Grundlage nachrangiger Darlehen oder Beteiligungen in Kooperation mit PMV an und unterstützt durch Coaching und Beratung. Die Hilfsmittel stehen sämtlichen Unternehmen der Kreativwirtschaft offen.

Die wichtigste Organisation zur Unterstützung von Unternehmen in den Bereichen Design und Mode in Flandern ist die Organisation **Flanders DC** (Flanders District of Creativity). Flanders DC ist das flämische Design- und Modezentrum und setzt sich für ein starkes zukunftsorientiertes Unternehmertum im Design- und Modesektor ein. Flanders DC unterstützt die beiden Sektoren auch in ihrer Rolle als Motor des wirtschaftlichen und sozialen Fortschritts, indem es dafür sorgt, dass Designer aus anderen Wirtschaftssektoren stärker als Innovationspartner eingebunden werden. Unternehmer werden von Flanders DC professionell beraten und in jeder Entwicklungsstufe unterstützt. Flanders DC ist ein großes Netzwerk und verleiht darüber hinaus jährlich die renommierten **Henry Van de Velde Awards for Design**.

Flanders DC möchte Designer, Unternehmer und Unternehmen aus dem Design- und Modesektor in Flandern beraten, unterstützen und zusammenbringen, sowohl bei der Gründung, dem Wachstum, der Internationalisierung und der Steigerung des Markenbewusstseins und des Bekanntheitsgrads, mit besonderem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit, Technologie, Integration und Kreativität. Es fördert auch die Zusammenarbeit zwischen dem Design- und Modesektor und mit Unternehmen aus anderen Sektoren, die Innovation anstreben.

Flanders Innovation & Entrepreneurship (VLAIO) unterstützt innovative Projekte, Forschungszentren, Organisationen oder Personen finanziell, durch Beratungs- und Serviceleistungen sowie durch Networking. Die Leistungen stehen allen Start-ups, KMUs, besonders flämischen KMUs, aber auch ausländischen Investoren zur Verfügung. Hauptziel ist es, die Innovation in Flandern zu fördern.

Arteconomy möchte Kunst, Kreativwirtschaft, Wissenschaft, Technologie, Wirtschaft sowie Bildung verbinden und einen neuen Blickwinkel auf Firmenkulturen werfen, damit neue Ideen, Produkte bzw. Dienstleistungen geschaffen werden können. Dies soll durch Seminare, konkrete Projekte in Firmen oder Organisationen, Lesungen, Debatten, Studien, internationale Meetings und die ständige Suche nach innovativen Produkten erreicht werden.

Mitbewerb

Top-10 Architekturbüros (Quelle: www.trendstop.be)

- 1 Jaspers-Eyers Architects
- 2 VK Studio
- 3 Bureau II und Archit+I
- 4 HVC Architecten
- 5 SVR-Architects
- 6 d & d architecten
- 7 Arat Architecten
- 8 Architectengroep PSK
- 9 signum + architects
- 10 Assar Architects

Top-10 Innenarchitekturbüros (Quelle: www.trendstop.be)

- 1 1 Space Design
- 2 Square²
- 3 Froyen & Zeitler
- 4 WeWantMore
- 5 Cube Interiors
- 6 Creneau International
- 7 Shake Design & Build
- 8 Design Plus
- 9 Deuxmicile
- 10 ExpoDuo

Top-10 im Modedesign (Quelle: www.ranker.com)

- 1 Ann Demeulemeester
- 2 Diane von Fürstenberg
- 3 Dirk Bikkembergs
- 4 Dries van Noten
- 5 Elvis Pompilio
- 6 Martin Margiela

- 7 Olivier Theyskens
- 8 Raf Simons
- 9 Walter Van Beirendonck
- 10 Véronique Branquinho

Top-10 im Kunsthandel (Quelle: www.trendstop.be)

- 1 Xavier Hufkens
- 2 Schleiper
- 3 Zeno X Gallery
- 4 Rech Almine Gallery
- 5 Sorry We're Closed
- 6 Gardeco
- 7 Pierre Marie Giraud
- 8 SVH Gallery
- 9 Kunst in Huis
- 10 ART-Gallery.be

Top-10 in audiovisuelle Produktion (Quelle: www.trendstop.be)

- 1 EMG Belgium
- 2 Umedia Production
- 3 Zidis
- 4 Umedia Production Services
- 5 BE-Films
- 6 Vlaams Audiovisueel Fonds
- 7 Film Finance BNP Paribas
- 8 Beside Productions
- 9 Shelter Prod
- 10 Sony Pictures Releasing

Top-10 in Musik-Produktion und -Handel (Quelle: www.trendstop.be)

- 1 Universal Music
- 2 E.M.D. Music
- 3 Sony Music Entertainment Belgium
- 4 Key Music
- 5 Piano's Maene
- 6 Belgian German Electronic Corporation
- 7 Warner Music Benelux
- 8 Memnon Archiving Services
- 9 Pianos Sibret
- 10 OUTHERE MUSIC

2. BELGIEN: GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN

Patentrecht

Ein Patent kann unter Nennung eines Zustellungsbevollmächtigten in Belgien beim [Wirtschaftsministerium](#) (Office Belge de la Propriété intellectuelle) eingereicht werden. Es wird empfohlen, sich hierfür an einen Patentanwalt zu wenden. Damit ein Patent eingetragen werden kann, müssen gewisse Voraussetzungen vorliegen: Die Erfindung muss neu, erfinderisch, zur industriellen Anwendung geeignet und zulässig sein. Dem Patentinhaber kommt das Recht zu, Dritte von der Verwendung der Erfindung auszuschließen, eine

Lizenz kann jedoch vergeben werden. Weiterführende Informationen zum Patentrecht in Belgien finden sie [hier](#).

Ein europäisches Patent (Belgien und Österreich haben das europäische Patentübereinkommen unterzeichnet) kann beim [Europäischen Patentamt](#) in München beantragt werden.

Medienrecht

Unter das Medienrecht fallen Cybermobbing, Rufschädigung, ehrverletzende Äußerungen, unwahre Tatsachenbehauptungen, Markenmissbrauch aber auch Verletzungen des Persönlichkeitsrechts, unwahre Presseberichte oder Ehrverletzungen. Ein Verletzter hat Anspruch auf Unterlassung, Gegendarstellung, Widerruf und Schadenersatz.

Markenrecht

Das Markenrecht gilt seit dem 1.1.1971 für alle Benelux-Staaten. Eine Marke ist im [Benelux-Markenbüro](#) in Den Haag oder bei der nationalen Abteilung zu registrieren und gilt danach für den gesamten Benelux-Raum auf zehn Jahre. Es besteht die Möglichkeit einer Verlängerung um weitere zehn Jahre. Seit 1987 sind in den Benelux-Staaten auch Dienstleistungs- sowie Produktmarken geschützt. Eine registrierte Marke gibt dem Markeninhaber das Recht, diese zu benutzen und andere davon auszuschließen. Das Markenrecht geht verloren, sollte die Marke nicht innerhalb von fünf Jahren ab Registrierung verwendet werden. Ein Markenrecht kann verkauft werden, es besteht auch die Möglichkeit einer Lizenzeinräumung. Weiters gilt das exklusive Markenrecht nur für die Verwendung der Marke für das Produkt, für welches sie eingetragen wurde. Weiterführende Informationen zum Markenrecht in Belgien finden Sie [hier](#).

Eine europäische Marke kann beim zuständigen [EU-Markenbüro](#) in Alicante bzw. eine internationale Marke beim zuständigen [WIPO-Büro](#) in Genf eingetragen werden.

Urheberrecht

Das Urheberrecht bietet einen umfassenden Schutz im Bereich Texte, Musik, Bilder oder Grafiken. Die Hauptquelle ist das belgische Gesetz über das Urheberrecht und ähnliche Rechte von 1994. Dieses wurde 2005 im Rahmen der EU-Richtlinie 2001/29/EG zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft adaptiert. Geschützt wird ein Werk für einen Zeitraum von 70 Jahren nach dem Tod des Verfassers oder nach dem Tod des letzten Überlebenden. Ein Werk liegt dann vor, wenn es einen geistigen Inhalt besitzt, eine bestimmte Ausdrucksform hat und sich darin eine gewisse Individualität widerspiegelt. Die Regeln des Urheberrechts sind sehr speziell, deshalb empfiehlt es sich, einen Rechtsanwalt zu Rate zu ziehen. Verletzt ein Dritter das Urheberrecht, stehen grundsätzlich Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche zu. Urheber können Nutzungsrechte an ihren Werken einräumen. Die EU-Richtlinie 2019/790/EU wurde in belgisches Recht umgesetzt. Weiterführende Informationen zum Urheberrecht in Belgien finden Sie [hier](#).

Lizenzvergabe

Für Lizenzvergaben gibt es keine speziellen Regelungen, die Bereiche des Leasings, Franchising (Franchise-Gesetz 2005) und Technology Transfer Block Exemption Regulation der EU ausgenommen. Bei der Vergabe von Lizenzen ist zu beachten, dass jedenfalls über die Dauer (bestimmt oder unbestimmt) des Vertrages eine Vereinbarung getroffen werden muss.

Steuerrechtliche Aspekte

Einkünfte aus Urheberrechten bleiben bis zu einem indexierten Höchstbetrag von 70.220 Euro als Urheberrechte steuerpflichtig. Diese unterliegen einer Quellensteuer von 15 %. Im Vergleich zu den geltenden progressiven Stufen ist dies immer noch äußerst vorteilhaft. Zudem wird immer eine günstige Kostenpauschale angewendet.

Die Leitlinien der neuen Regelung, die am 1. Jänner 2023 in Kraft trat, können wie folgt zusammengefasst werden:

a. Einführung von zwei neuen Beschränkungsgrenzen

Zusätzlich zum oben genannten Höchstbetrag von 70.220 Euro werden durch die Reform zwei neue Beschränkungen eingeführt, nämlich:

Die "4er-Regel": Der Durchschnitt der Einkünfte aus Urheberrechten aus den vier vorangegangenen Steuerzeiträumen darf die absolute Höchstgrenze von 70.220 Euro nicht überschreiten. Ist dies der Fall, erlischt die Möglichkeit, die vorteilhafte Steuerregelung auf dieses Einkommensjahr anzuwenden, vollständig. Die Viererregel ist also eine "Alles-oder-nichts"-Bestimmung.

Die relative Grenze oder die "30/70-Regel": Das Verhältnis zwischen der Vergütung für Urheberrechte und der Gesamtvergütung, die der Steuerzahler erhält (einschließlich der Urheberrechte), darf 30 % nicht überschreiten. Das Programmgesetz sieht jedoch eine Regelung für ein stufenweises Inkrafttreten vor. Für das Jahr 2023 gilt eine Grenze von 50 % und für das Jahr 2024 eine Grenze von 40 %. Die 30 %-Grenze wird also erst ab 2025 effektiv angewendet.

b. Begrenzung des neuen Anwendungsbereichs

Die neue vorteilhafte Steuerregelung für Urheberrechte besteht weiterhin nur für "literarische oder künstlerische Werke" und "öffentliche Aufführungen und Darbietungen ausübender Künstler". Außerdem müssen Steuerzahler, die nicht über eine "Bescheinigung über die Arbeit der Künste" verfügen, nachweisen, dass sie Werke mit der Absicht schaffen, diese an ein Publikum weiterzugeben.

Der Pauschalanteil ausländischer Steuern (PAaSt) ist auf die Gesellschaftssteuer (GSt) anrechenbar, aber nicht rückzahlbar. Er betrifft nur mehr Lizenzgebühren und Zinsen. Bei Lizenzgebühren entspricht der PAaSt der tatsächlich einbehaltenen Steuer.

Für Zinsen wird er wie folgt bestimmt:

- Der Satz ist nicht mehr einförmig, sondern abhängig von der tatsächlich im Ausland einbehaltenen Steuer. Dieser Satz wird durch Teilung der tatsächlich im Ausland gezahlten Steuer durch die im Inland erhaltenen Einkünfte ermittelt. Er ist auf 15 % begrenzt.
- Der so festgelegte Betrag ist auf die GSt anrechenbar. Der tatsächlich angerechnete Betrag darf nicht höher sein als die anteilmäßige GSt auf den Überschuss. Dieser Überschuss entspricht dem Unterschied zwischen den im Inland erhaltenen Einkünften und den diesbezüglichen finanziellen Lasten.

Die Anrechnung des PAaSt wird nur für den Zeitraum gewährt, in dem die Gesellschaft das Volleigentum am Kapital und den beweglichen Gütern hatte. Um die Vorteile des Doppelbesteuerungsabkommens für Lizenzgebühren zu erlangen, ist ein Verfahren einzuleiten. Die Befreiung oder Ermäßigung vom Vorsteuerabzug kann im Regelfall unmittelbar an der Quelle gewährt werden.

Der Empfänger der Lizenzgebühren hat einen Antrag in doppelter Ausfertigung vorzulegen; der hierfür vorgesehene Vordruck "276 R. (A)" muss zur Bestätigung beim österreichischen Wohnsitzfinanzamt eingereicht und in der Folge entweder dem belgischen Schuldner der Lizenzgebühren (zur Erlangung einer Befreiung oder Ermäßigung des Vorsteuerabzuges unmittelbar an der Quelle) oder dem Contrôleur en chef des contributions in Saint Josse-ten-Noode 1, Rue des Palais 48, 1030 Bruxelles (um die Rückerstattung der Vorsteuer oder des übersteigenden Betrages der Vorsteuer zu erlangen) übersandt werden.

Den Antrag auf Quellensteuerermäßigung oder -befreiung für Lizenzgebühren im Rahmen des Doppelbesteuerungsabkommens finden Sie [hier](#).

Zur Förderung der audiovisuellen Produktion wurde 2003 das Tax Shelter-Gesetz in Belgien eingeführt, das die Produktion von Filmen mit belgischer Beteiligung für Filmproduktionen besonders interessant macht. In Belgien können steuerpflichtige Firmen Geld in Filmproduktionen investieren und im Gegenzug steuerliche Vorteile genießen. Das investierte Geld wiederum muss der Filmproduzent in Belgien ausgeben. So profitiert wiederum die audiovisuelle Wirtschaft des Landes. Um Investoren und Produzenten ein effizientes und transparentes System zu bieten, ist das belgische Tax Shelter System überarbeitet worden. Seit dem 1. Jänner 2015 wird keine Unterteilung in Kredit, Eigenkapital und Verkaufsoption mehr gemacht. Diese werden durch das Tax Shelter Zertifikat ersetzt: Investoren wird eine Steuerbefreiung geboten, die auf Grundlage der anrechenbaren audiovisuellen Ausgaben in Belgien berechnet wird. Qualifizierte Produzenten müssen

von der Regierung als solche zertifiziert werden. Weiterführende Informationen finden Sie [hier](#) und auf dem [Portal des belgischen Finanzministeriums](#).

3. BELGIEN: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

Belgien, das Land der Antwerp Six, des Lucky Luke, der Schlümpfe und des Inspektor Maigret, ist nicht nur aufgrund der vielen Möglichkeiten im kreativwirtschaftlichen Bereich, sondern auch wegen seiner zahlreichen künstlerischen Ausbildungsstätten und besonders wegen der regionalen und nationalen Förderinitiativen ein sehr attraktiver Standort für kreativwirtschaftliche Projekte. Besonders stark ist Belgien im Designbereich sowie bei Comics. Die Außenhandelsbeziehungen sind besonders intensiv mit den europäischen Ländern, allen voran Frankreich, die Niederlande und Deutschland. Den größten Teil der kreativwirtschaftlichen Unternehmen machen Klein- und Mittelbetriebe aus. Die Anzahl der Selbstständigen im Kreativsektor nimmt stetig zu. Die regionale und kulturelle Trennung Belgiens zwischen Flandern und Wallonien zeigt sich auch in sämtlichen Bereichen der Kreativwirtschaft. Während in Flandern Design, Film und Mode stark vertreten sind, stammen aus dem französischsprachigen Belgien die berühmtesten Comics. Die Region Brüssel-Hauptstadt entwickelte sich im Lauf der vergangenen Jahre auch zu einem kulturellen und kreativwirtschaftlich interessanten Brennpunkt, wobei die audiovisuelle Industrie die größte Anzahl an Arbeitsplätzen aufweist. Besonders in der Hauptstadt Brüssel wird immer mehr Wert auf Design, aber auch Zweckmäßigkeit sowie Ökologie gelegt. Die Gestaltung des Eigenheims ist den Belgierinnen und Belgiern ein großes Anliegen, dafür wird auch oftmals mehr Geld ausgegeben.

Antwerpen hat sich im Lauf der letzten Jahre in einigen Bereichen der Kreativwirtschaft, besonders der Mode, zu einem richtigen Hotspot entwickelt. Mode aus Antwerpen ist mittlerweile international bekannt und zeichnet sich v.a. durch ihren avantgardistischen Stil aus. Wer lieber auf verspieltere Elemente setzt, ist in Brüssel gut aufgehoben. Vintage-Liebhaber kommen in Gent auf ihre Kosten.

Der Architekturmarkt in Belgien boomt, v.a. die private Nachfrage ist sehr hoch. Nicht zu vergessen sind auch die zahlreichen internationalen Organisationen sowie die EU-Institutionen, die Architekten sowie Innenarchitekten ein weites Betätigungsfeld bieten.

Der Kunstmarkt v.a. in Bezug auf die Malerei ist in Belgien von großer Bedeutung, gibt es in diesem Land doch eine sehr hohe Anzahl an Kunstliebhabern und privaten Sammlern. Kunstwerke werden gerne als Wertanlage betrachtet. Im Trend liegen moderne und zeitgenössische Kunst, Jugendstil, afrikanische und ozeanische Kunst, Comics und Design, wobei auch österreichische Künstler (Franz West, Max Weiler, Hans Staudacher, Walter Pichler und Maria Lassnig) vertreten sind. Besonderes Interesse besteht an erschwinglichen Kunstwerken um die 5.000 Euro. Österreichische Unternehmer sollten den Online-Kunstmarkt nicht unterschätzen, da dieser aufgrund zahlreicher Vorteile, wie verstärkter regionaler Unabhängigkeit, vermehrter Absatzchancen oder besserer Informationen, zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Im Filmsektor kann besonders die Region Flandern stark profitieren. Fernsehserien und Animationsfilme und -serien liegen im Trend. Auch wenn die Belgier immer noch das klassische Fernsehen bevorzugen, kann eine Zunahme von Streaming-Dienstleistern wie Netflix oder Amazon Prime verzeichnet werden. Der Kino- und Fernsehmarkt hat dem mit einem vermehrten Angebot an 3D-Filmen und der Aufwertung der Qualität (z.B. bessere Sitze, IMAX) geantwortet. Konsumiert werden hauptsächlich Filme bzw. Fernsehsendungen aus den USA. Lokale Filmproduktionen machen nur einen kleinen Teil (2-5 %) aus, wobei versucht wird, dem durch zahlreiche Festivals oder andere Veranstaltungen gegenzusteuern. Ein Interesse besteht auch an europäischen Produktionen (20-30 %).

Belgien kann sich einer großen Anzahl an Tanz- und Theatergruppen erfreuen. Aufgrund des internationalen Flairs von Brüssel haben sich dort, aber auch in anderen belgischen Städten, moderne und neue Stile etabliert. Zu erwähnen sind u.a. Anne Teresa De Keersmaeker, Sidi Larbi Cherkaoui, Wim Vandekeybus, Alain Platel und Charleroi Danse.

Der digitale Markt bzw. neue Technologien werden in Belgien in den nächsten Jahren besonders gefördert. Mit dem Ziel, Belgien unter die digitalen Top-3 des europäischen Digital Economy and Society Index (DESI)

zu hieven, werden die Schaffung von 1.000 Start-ups sowie 50.000 neuen Jobs im digitalen Bereich in verschiedenen Sektoren erwartet.

Das Wachstum des belgischen Musikmarkts ist hauptsächlich auf das Streaming zurückzuführen. Dennoch feiert auch das Vinyl seit einigen Jahren ein Revival. Die Belgier sind begeisterte Festivalgänger, was sich anhand der Vielzahl an Veranstaltungen erkennen lässt (z.B. [Rock Werchter](#), [Graspop](#), [Tomorrowland](#), [Dour Festival](#), [Suikerrock](#)).

Auch die Werbeindustrie nimmt in Belgien eine bedeutende Stellung ein, trägt sie doch 4 % zum belgischen BIP bei. Werbeeinschaltungen im Fernsehen dominieren und sind im Rahmen einer Kosten-Nutzen-Analyse am effektivsten. In näherer Zukunft wird jedoch v.a. aufgrund der wachsenden Inanspruchnahme von sozialen Medien oder Online-Zeitungen die Online-Werbung an Bedeutung gewinnen. Laut Branchenverband [UMA](#) (United Media Agencies) entfielen im Jahr 2022 35,1 % der Werbeausgaben in Belgien auf digitale Kanäle. Insgesamt entfallen innerhalb des UMA-Perimeters 33 % aller Medienausgaben im Jahr 2022 auf digitale Kanäle. 22 % der digitalen Investitionen gingen an internationale Akteure.

Es überrascht nicht, dass die Werbetreibenden, die am stärksten auf digitale Werbung setzen, aus den Bereichen Transport, Automobilbranche, Dienstleistungen (Banken, Versicherungen usw.) und Telekommunikation kommen. Diese Branchen widmen einen überdurchschnittlich hohen Anteil ihrer Medieninvestitionen den digitalen Kanälen. Das meistgenutzte Format sind die sozialen Netzwerke (26 %), Anzeigen (24 %), Suchmaschinen (24 %) und Video (21 %).

„Suchmaschinen werden von den Werbetreibenden am häufigsten genutzt (22,7 % der Investitionen), gefolgt von sozialen Netzwerken (21,8 %), Bannern und Videos. Suchmaschinen sind über alle Budgets hinweg der wichtigste Kanal, aber Werbetreibende mit kleineren Budgets bevorzugen soziale Netzwerke“ laut Luc Eeckhout, Gastdozent für Architektur an der Universität KU Leuven.

Die belgische Unterhaltungs- und Medienbranche wird bis 2027 voraussichtlich Einnahmen von mehr als 16 Mrd. Euro erzielen, prognostiziert ein Bericht von PwC.

Die Unterhaltungs- und Medienindustrie in Belgien wächst bis 2022 um 5%, angetrieben durch den Markt für Internetzugang, Werbung, aber auch Videospiele und Live-Musik, laut der 2023 veröffentlichten Studie [Global Entertainment & Media Outlook](#) von PwC. Der Sektor soll bis 2027 Einnahmen in Höhe von 16,06 Mrd. Euro erzielen.

Die Zahl der Entwicklungsstudios in Belgien ist in den letzten Jahren erheblich gestiegen, von 65 auf 84. Die Bereiche Videospiele und Live-Musik werden bis 2027 voraussichtlich am stärksten wachsen, betont die Studie. In Belgien werden die Einnahmen aus Live-Musik weiter steigen, von 250 Mio. Euro im Jahr 2022 auf 292 Mio. Euro bis 2027, aufgrund der Musikfestivalsaison, die im Sommer immer in vollem Gange ist. Mit seinen zahlreichen Festivals wie Tomorrowland, Rock Werchter und Graspop verfügt Belgien über eine bunte Festivalszene, die ein internationales Publikum anzieht.

Videospiele haben in Belgien ihrerseits im Jahr 2022 einen Umsatz von 833 Mio. Euro bewirkt und sollen im Jahr 2027 fast 938 Mio. Euro erreichen. Mit einem leichten Wachstum von 0,2% im Jahr 2023 wird das Wachstum in den folgenden Jahren des Prognosezeitraums voraussichtlich von 2,5% auf 3,9% steigen. Auf der Webseite von [Belgian Games](#) finden Sie darüber hinaus interessante Game Studios.

Die belgische Agentur für Außenhandel hat einen interessanten Bericht zur belgischen Unterhaltungsindustrie veröffentlicht: [Belgian Entertainment Technologies](#) (in Englisch).

Im Trendfokus: Digitale Kunst

Digitale Technologien befinden sich in einem ständigen Weiterentwicklungs- und Änderungsprozess. In Belgien entwickelt sich der Digitalmarkt stark.

Digital First ist die führende B2B-Plattform, wo sich Experten treffen, um Visionen, Tipps und Geschäftsmöglichkeiten auszutauschen. Die Veranstaltung findet jährlich im Rahmen einer großen Konferenz in Brüssel statt. Sie ist somit auch für österreichische Start-ups sehr interessant, da ausgewählte Start-ups dem Publikum, das sich aus Unternehmern, Investoren, Inkubatoren und Firmenvertretern zusammensetzt, präsentiert werden.

Das internationale **KIKK Festival** in Namur bringt Kreativschaffende aus allen Bereichen zusammen, um die künstlerischen und wirtschaftlichen Auswirkungen der neuen Technologien zu untersuchen.

4. BELGIEN: CHANCEN FÜR ÖSTERREICHISCHE UNTERNEHMEN

Für österreichische Unternehmen bieten v.a. die zahlreichen Messen und Festivals die Chance, sich am Kreativmarkt umzusehen und Netzwerke bzw. Vertrauen aufzubauen. Dies macht besonders im Bereich der bildenden Künste Sinn, wo die Kontaktaufnahme zu einem belgischen Sammler oft mehrere Jahre dauert. Außerdem ist es für die Aufnahme von Aktivitäten am belgischen Kreativmarkt wichtig, einen Geschäftspartner vor Ort zu haben, da dieser ein Schlüsselfaktor bei der Erschließung eines unbekanntes Marktes oder bei der Einführung eines neuen Produktes ist. Belgierinnen und Belgier sind treue, aufgrund der Sprachenvielfalt häufig mehrsprachige Kundinnen und Kunden und verfügen mehrheitlich über gute Englischkenntnisse. In Ostbelgien befindet sich außerdem eine deutschsprachige Gemeinschaft mit ca. 80.000 Einwohnern. Zu belgischen Messen und anderen Veranstaltungen kommen häufig Aussteller, Künstler oder Besucher aus zahlreichen Ländern. Das große Einzugsgebiet, aber auch die Internationalität stellen einen besonderen Vorteil Belgiens dar. Allgemein ist Belgien als Zielmarkt für Produkte, Dienstleistungen oder andere Aktivitäten interessant, vor allem aufgrund der hohen Kaufkraft der belgischen Konsumentinnen und Konsumenten. Außerdem assoziieren die Belgierinnen und Belgier Österreich mit Qualität und Verlässlichkeit, was sich auch generell in den wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Österreich und Belgien abzeichnet.

Geeignete Vertriebskanäle

Für einen langfristigen Verkaufserfolg ist entscheidend, den richtigen Vertriebspartner zu finden. Erstkontakte können via E-Mail oder im Rahmen eines Messebesuches geknüpft werden. Kriterien für die Auswahl eines belgischen Vertriebspartners oder Importeurs können sein:

- Erfahrung mit österreichischen Produkten
- Sicherstellung kurzer Lieferfristen
- Ein flächendeckendes System von Vertriebspartnern in der Region oder in ganz Belgien, um den Endkunden rasch erreichen zu können
- Gute Kenntnisse des belgischen Ausschreibungsmarktes
- Solide finanzielle Situation

Nutzen Sie das Angebot des **AußenwirtschaftsCenter Brüssel**, um einen Erstkontakt zu potenziellen Partnerfirmen herzustellen und sich auf dem belgischen Markt bekannt zu machen.

Das AußenwirtschaftsCenter Brüssel bietet Ihnen dafür folgendes Service:

- Gezielte Aussendungen von Produktprospekten an ausgewählte Unternehmen und telefonisches Follow-up, um das Interesse an einer Zusammenarbeit bzw. das Marktpotential festzustellen
- Gruppenstände und Katalogausstellungen bei Fachmessen

Um im Direktkontakt einen potenziellen Vertriebspartner ausfindig zu machen, benötigt das AußenwirtschaftsCenter Unterlagenmaterial, wenn möglich auch in französischer und niederländischer Sprache, eine Beschreibung der wichtigsten Vorteile der Produkte beziehungsweise der Dienstleistungen gegenüber dem Wettbewerb, sowie ein Anforderungsprofil für den lokalen Partner.

5. BELGIEN: MESSEN, FACHVERZEICHNIS, FACHPRESSE

Allgemein

Wallonie & Brüssel-Hauptstadt:

- **Brussels Creative**: Plattform der Brüsseler Kultur und Kreativindustrie
- **Creative Wallonia**: Kreativwirtschafts-Cluster der Wallonie
- **Wallonie Bruxelles Design Mode**: fördert die internationale Entwicklung von in Wallonien und Brüssel ansässigen Fachleuten aus der Design- und Modebranche

Flandern:

- **Flanders DC**: Design und Mode in Flandern
- **Regionale Übersicht in Flandern**

Design

- **MAD**: Brüsseler Plattform für Mode und Design
- **Belgium is Design**: gemeinschaftliches Label, das bei kollektiven Veranstaltungen von Wallonie-Bruxelles Design Mode, Flanders DC und MAD Brussels verwendet wird
- **WBDM**: öffentliche Agentur, die Unternehmen und Designer aus der Wallonie bzw. Brüssel im Bereich Mode und Design in ihrer internationalen Entwicklung unterstützt
- **Wallonie Design**: Wallonische Designplattform
- **Design & Nation**: Designevent, das jährlich im Oktober in Kortrijk stattfindet. Es handelt sich um eine zweitägige Veranstaltung, die die neuesten Trends und Innovationen vorstellt.
- **Brussels Design September**: Einmonatiges Designevent in Brüssel
- **Brussels Design Market**: Designmesse in Brüssel
- **Collectible**: Messe für zeitgenössisches Design in Brüssel
- **Febelgra**: Fachverband der Grafikbranche

Inneneinrichtung

- **AINB**: Verband der belgischen Innenarchitekten

Architektur

- **OA** bzw. **oa**: belgische Architektenkammer
- **Architectura.be**: Plattform für Architektur

Mode

- **Mad Brussels**: Brüsseler Plattform für Mode und Design
- **Antwerp Fashion Weekend**: das alljährliche Modeevent in Antwerpen
- **Royal Academy of Fine Arts Antwerp**: Modeabteilung der Antwerpener Kunstakademie

Film und Fernsehen

- **Belgium Film Producers Association**: belgischer Dachverband der Filmproduzenten
- **BRMC Belgian Recorded Music Association** (Belgian Entertainment Association): Interessenvertretung der belgischen Musikindustrie
- **Tax Shelter**: Steueranreiz der Föderalregierung für Filmproduktionen
- **Wallimage**: unterstützt Filmproduktionen und Unternehmen, die audiovisuelle Werke in der Wallonie produzieren
- **Screen Flanders**: wirtschaftliche Fördermaßnahme der flämischen Regierung für audiovisuelle Werke
- **Flanders Audiovisual Fund**: Flämischer audiovisueller Fonds

Digitale Kunst

- **Digital First**: führende B2B-Plattform

- **Digital Brussels:** Plattform für Branchenprofis mit allen Neuigkeiten, Veranstaltungen und das Digitale Ökosystem in Brüssel
- **Digital Wallonia:** Plattform des wallonischen Digitalsektors
- **Digitaal Vlaanderen:** Digital Flanders ist eine Agentur der flämischen Regierung und ist zuständig für die digitale Transformation der Regierung
- **KIKK Festival:** Festival für die Digital- und Kreativwirtschaft in Namur
- **Zebrastraat:** Plattform, mit allen Events und Veranstaltungen im kulturellen Bereich in Gent
- **Gameforce:** größte Gaming-Veranstaltung Belgiens in Brüssel

Werbung

- **UMA:** United Media Agencies, vertritt die Medienagenturen im Werbe- und Medienmarkt

6. NIEDERLANDE: BRANCHE UND MARKTSITUATION

Die wirtschaftliche Bedeutung des Kreativ- und Kultursektors (einschließlich Medien) ist in den Niederlanden groß. Mit einem Beitrag von 25,5 Mrd. Euro (3,7 %) zum BIP ist dieser Sektor doppelt so groß wie die Landwirtschaft. Auf den Kreativ- und Kultursektor entfallen außerdem 320.000 Arbeitsplätze, 4,5 % der Gesamtbeschäftigung.

Allgemein lässt sich die niederländische Kreativwirtschaft als innovativ, attraktiv und vielseitig beschreiben. Für internationale Künstler, Händler und Sammler bieten die Niederlande ausgezeichnete Chancen. Attraktiv ist der Standort Niederlande auch wegen der Lage des Landes als „Gateway to Europe.“

Das Wachstum der Kreativwirtschaft ist eng mit dem Fortschritt der Technologie verbunden, insbesondere der Digitalisierung. Unter anderem auch deswegen fördert die niederländische Regierung den Austausch zwischen der Kreativwirtschaft und Unternehmen, die anderen Sektoren zuzuordnen sind – wie beispielsweise der Energiewirtschaft oder dem Gesundheitswesen.

Verschiedene niederländische Städte haben sich als Standorte für die verschiedenen kreativen Bereiche profiliert. So gilt Amsterdam als Hauptstadt der Kreativwirtschaft, unter anderem für Design, Informations- und Kommunikationstechnologien, Werbeagenturen und die Gaming-Industrie. In Hilversum sind Unternehmen aus der Medienbranche angesiedelt, Rotterdam ist das Zentrum für Architektur mit zahlreichen namhaften Architekturbüros, Arnhem gilt als Modestadt und Eindhoven hat sich zu einem bedeutenden Standort für Industriedesign entwickelt. Utrecht ist ebenso ein Standort für Medien, Gaming und Design.

Nicht nur die Museen machen das Land attraktiv für Kunstliebhaber. Auch die heutige Kunstszene, die sich in Galerien und auf Messen präsentiert, erregt viel Aufmerksamkeit.

Laut der Studie im Creative Industry Monitor 2021 hat sich die Kreativindustrie in den Niederlanden von den schweren Schlägen, die der Sektor während der Covid-Krise erlitten hat, gut erholt. Der Sektor hat nicht nur die Herausforderungen der Pandemie überwunden, sondern verzeichnete auch dank der Unterstützung der Regierung ein erhebliches Wachstum.

Auch die Wertschöpfung der Kreativwirtschaft wuchs in den Jahren 2019 bis 2022 schneller als die der Gesamtwirtschaft. In diesem Zeitraum betrug das jährliche Wachstum in der Kreativwirtschaft 4,2 %, verglichen mit 3,4 % für die gesamte niederländische Wirtschaft. Die Gesamtwertschöpfung des Sektors betrug im Jahr 2022 fast 21 Mrd. Euro.

Die Zahl der Selbstständigen in der Kreativwirtschaft nimmt weiter zu. Im Jahr 2022 waren fast 52 % aller Arbeitsplätze in diesem Sektor von Selbstständigen besetzt. In den Teilsektoren Kunst und kulturelles Erbe gibt es die meisten Selbstständigen, gefolgt von den kreativen Unternehmensdienstleistungen und mit einigem Abstand von der Medien- und Unterhaltungsindustrie. (Quelle: Mediaperspectives).

Kunst und Medien in den Niederlanden

Bis in die 1980er-Jahre waren die Niederlande im Bereich Design vorwiegend für ihr Grafikdesign bekannt. Durch Designer wie Benno Premsela änderte sich das rasch: ab den 1990ern erweckte eine Gruppe niederländischer Designer internationale Aufmerksamkeit, die durch ihre Werke den Begriff „Dutch Design“ prägten. Zu ihnen gehörten unter anderen **Maarten Baas**, **Jurgen Bey**, **Richard Hutten**, **Hella Jongerius** und **Marcel Wanders**.

Als Handelsnation interessieren sich die Niederlande besonders für praxisorientierte Kunst und Design. Der Designsektor ist derzeit äußerst divers und international orientiert. Charakteristisch ist das Werk der Mitglieder von **De Stijl**, einer Gruppe von Designern und Künstlern, die um 1920 die niederländische Kunst stark beeinflussten. Bekannte Vertreter dieser Gruppe sind Piet Mondriaan, Theo van Doesburg und vor allem Gerrit Rietveld. Die **Design Academy Eindhoven** (DAE) gilt im internationalen Vergleich als eine der besten Hochschulen in diesem Bereich.

Das niederländische Design zeichnet sich durch Schlichtheit, Klarheit und Nüchternheit aus. Der niederländische Kunstmarkt interessiert sich stark für neue Chancen und Entwicklungen im Kulturbereich unter dem Einfluss neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Eine führende Rolle spielen die international erfolgreichen e-culture-Organisationen aus den Niederlanden, beispielsweise **Waag Society**, das aktivistische Forschungsbüro **Mediamatic** sowie das konzeptionelle **V2**. Auch international bekannte Designbüros wie **Droog** und **Moooi** verbreiteten Dutch Design. Dieser Begriff umfasst auch Mode (z.B. **Viktor&Rolf**) oder Architektur (**OMA**).

Ein weiterer Zweig ist Design im Auftrag für Unternehmen als Dienstleistung, meist in Zusammenarbeit mit anderen Branchen. Die Verbreitung von Dutch Design wird ermöglicht durch die Qualität der Designausbildungen und durch die Qualität der Auftraggeber. Ein neuer Bereich ist das sogenannte Strategische Design, Service-Design oder Policy Design, die zu Beratung und Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Entwicklung politischer Konzepte dienen. Die drei größten Handelspartner der Niederlande im Design-Export sind Deutschland, Belgien und Großbritannien.

Der Design-Fachverband ist die **Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers**. Sie vereint rund 6.800 Designerinnen und Designer.

Der Export der niederländischen Wirtschaft beträgt durchschnittlich 21 % ihrer Gesamtproduktion. Der Bereich der Kreativwirtschaft liegt unter diesem Schnitt. Beispielsweise werden nur 7 % der Produkte der Werbebranche exportiert, die Architektur- und Möbelbranche exportieren mit 19 % am meisten innerhalb der Designbranchen.

Die **Dutch Design Week** ist eine internationale Veranstaltung in Eindhoven, die jedes Jahr im Oktober von über 200.000 Interessierten besucht wird. Bei über 300 Veranstaltungen präsentieren Designer und Künstler ihre neuesten Projekte und auch die jüngsten Design Academy Talente zeigen ihre Kollektionen.

Digitale Kunst

Der Sektor Informations- und Kommunikationstechnologien leistet einen beachtlichen Beitrag zum Wirtschaftswachstum in den Niederlanden und spielt eine immer wichtigere Rolle bei der Schaffung einer nachhaltigen Wirtschaft und bei der Erhöhung des Wohlstandes. Die Wurzeln wichtiger Erfindungen wie Compact Discs, WiFi und Bluetooth liegen in den Niederlanden. IKT spielt eine wichtige Rolle in mehr als 75 % der niederländischen Innovationen.

Die Niederlande haben die größte Internet-Drehscheibe Europas. Nachdem die Regierung die Verwendung von Internet förderte, haben 98 % der niederländischen Bevölkerung und 99 % der Unternehmen derzeit einen Internetanschluss. Außerdem haben die Niederlande eine der bestentwickelten Glasfaser-Telekommunikations-Infrastrukturen der Welt und sind somit eine wichtige Schnittstelle auf internationaler Ebene.

Die große Stärke der Niederlande liegt im Verwandeln und Verkaufen von existierenden Technologien in innovative Designprodukte und Dienstleistungen. Digitale Kunst genießt in den Niederlanden große Popularität. Sowohl alleinstehende Kunstwerke als auch digitale Kunst für z.B. Filme und Computerspiele finden am niederländischen Kunstmarkt Abnehmer. Der wichtigste Händler in diesem Bereich ist die Firma **Cook and Becker** in Amsterdam.

Mode

Weltweit erfolgreiche niederländische Marken wie **Viktor&Rolf** zeigen, wie wichtig diese Branche in den Niederlanden ist. Der niederländische Modesektor kann als offen, pragmatisch, prozessorientiert und innovativ beschrieben werden. Neben einigen erfolgreichen Marken nehmen das Ansehen und die Zahl von niederländischen Designern seit Mitte der 1990er Jahren immer mehr zu.

Veranstaltungen wie die **State of Fashion Biennale** in Arnhem und die **Amsterdam Fashion Week** verstärken den Bekanntheitsgrad der niederländischen Modebranche.

Architektur

Der niederländische Architektursektor ist der fünftgrößte innerhalb Europas, sowohl im Bereich der Beschäftigung als auch in Bezug auf den Produktionswert. Große niederländische Architektur- und Bauunternehmen sind weltweit erfolgreich, nicht zuletzt wegen der Ausbildung an den renommierten Technischen Universitäten in Delft und Eindhoven. Die topographische Lage der Niederlande mit der drohenden Gefahr des Wassers und der Begrenztheit des Lebensraumes haben zu innovativen architektonischen Lösungen geführt.

Das niederländische **Institut für Architektur, Design und digitale Kultur** erfüllt eine wichtige Funktion bei der Vermittlung von Wissen sowohl für Architekten als auch für die breite Öffentlichkeit. Dieses arbeitet eng mit dem Außenministerium und dem Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft zusammen.

Die Branchenvereinigung der Architekten ist **BNA**. Fast jedes Architekturbüro in den Niederlanden ist ein kleines oder mittelgroßes Unternehmen. Wichtige Auftraggeber sind dezentrale öffentliche Einrichtungen wie Gemeinden und Bildungseinrichtungen.

Niederländisches Design in Verbindung mit Architektur nimmt innerhalb Europas durch seine Einzigartigkeit eine Sonderstellung ein. Als Beispiel für niederländische Architektur zählt nicht nur Amsterdam mit seinen Grachten (Kanälen) sondern auch das im Zweiten Weltkrieg zerstörte Rotterdam, welches heute mit einem modernen Design auffällt. Zwei namhafte Architektenbüros sind **MVRDV** oder **KCAP**.

Fotografie

Die Foto- und Filmindustrie ist eine sehr große Branche in den Niederlanden. Der Umsatz der niederländischen Fotografie-Branche beträgt rund 350 Mio. Euro, wovon 300 Mio. Euro von selbstständigen Fotografen umgesetzt werden und der Rest von Bildagenturen. **DuPho** ist der Berufsverband der Fotografen und zählt rund 2.000 Mitglieder. Die gesamte Branche besteht aus fast 11.000 professionellen Fotografen. Niederländische Fotografen gelten international als Fachleute, die innovativ und kreativ arbeiten. Regelmäßig erscheinen Fotobücher, oftmals auch in Zusammenarbeit mit Designern. Die größte niederländische Bildagentur ist **Hollandse Hoogte/ ANP**.

Film

Die letzten verfügbaren Zahlen zeigen, dass das niederländische Filmproduktionsvolumen im Jahr 2021 erheblich gestiegen ist. Die kumulierten Produktionsbudgets stiegen im Vergleich zu 2020 um 41 % auf 181 Mio. Euro. Damit liegt das Niveau sogar über dem des Vor-Covid-Jahres 2019. Dies ist eine der Schlussfolgerungen aus den neuesten Film Facts & Figures of the Netherlands, der jährlichen Branchenübersicht des niederländischen Filmfonds in Zahlen. Bemerkenswert ist auch das anhaltende Wachstum von Streaming-Diensten und Video-on-Demand (VOD). Die lange Schließung der Kinos und das massenhafte Heimkino im zweiten Covidjahr haben hier deutliche Spuren hinterlassen. Home Entertainment macht inzwischen fast 86 % des gesamten Branchenumsatzes aus.

Der Marktanteil des niederländischen Films stieg von 21,2 % auf 23,1 %, was möglicherweise auf das rückläufige Angebot an US-Filmen zurückzuführen ist.

Dank der äußerst beliebten Video-on-Demand-Dienste stieg der Gesamtumsatz mit niederländischen Filmen und audiovisuellen Medien von 731 Mio. Euro auf 986 Mio. Euro. SVOD (Abonnement) und TVOD (Transaktionen) erzielten zusammen einen Rekordumsatz von 822 Mio. Euro. Dies entspricht 85,6 % des Gesamtumsatzes des Sektors. Der größte Teil davon entfällt mit 777 Mio. Euro auf SVOD.

Das niederländische Filmproduktionsvolumen stieg deutlich um 41 % von 128,4 Mio. Euro im Jahr 2020 auf 180,8 Mio. Euro im Jahr 2021. Dies liegt sogar über dem Niveau vor der Covid-Pandemie 2019 (162,7 Mio. Euro), was zum Teil auf das Nachholen von zuvor eingestellten Produktionen und zusätzliche Fördermaßnahmen des Fonds zurückzuführen ist.

Die Besucherzahlen der großen niederländischen Filmfestivals (online und physisch) sanken von 723.223 auf 645.972 Personen.

Im Jahr 2021 wurden 84 niederländische Filme auf verschiedenen internationalen Filmfestivals ausgezeichnet (2020 waren es 61 Filme).

Die niederländische Filmindustrie ist besonders international ausgerichtet: Koproduktionen mit ausländischen Filmemachern sind üblich.

Der Fachverband für Filmproduzenten ist die [Nederlandse Audiovisuele Producenten Alliantie](#).

[Nederlands Fonds Voor De Film](#) ist eine nationale Organisation, die für die Unterstützung von Filmproduktionen und damit zusammenhängenden Tätigkeiten in den Niederlanden zuständig ist. Der Fokus liegt dabei auf der Entwicklung und der Stärkung der niederländischen Kino- und Filmkultur im In- und Ausland. Dieser Fonds bietet verschiedene, ausgewählte Förderprogramme für Produktion und Vertrieb von niederländischen Koproduktionen. Darüber hinaus betreibt der Filmfonds die Film Production Incentive, welche einen 30 %-Preisnachlass für in den Niederlanden entstehende Produktionskosten anbietet und die Aktivitäten der niederländischen Filmkommission beaufsichtigt.

Schlüsseldaten und ausführliche Informationen über den audiovisuellen Sektor in den Niederlanden finden Sie [hier](#).

Fernsehen

Neben kommerziellen und/oder ausländischen Netzwerken wie z.B. RTL, BBC, FOX und ARTE ist der öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter (Nederlandse Publieke Omroep, NPO) ein wichtiger Spieler. NPO betreibt die Fernsehsender NPO1, NPO2, NPO3, die Hörfunksender NPO Radio 1, NPO Radio 2, NPO 3FM, NPO Radio 4, NPO Radio 5, FunX sowie den Auslandsfernsehsender BVN in Kooperation mit VRT. Die Sender werden durch verschiedene Rundfunkgesellschaften beliefert. So produziert NPO nicht selbst, sondern strahlt die Sendungen der Rundfunkgesellschaften aus, die eine bestimmte Bevölkerungsgruppe repräsentieren und eine bestimmte Grundtendenz haben. Sie sind oft in die Rechtsform eines Vereins oder einer Stiftung gefasst. So repräsentieren manche Sender religiöse Gemeinschaften, andere vertreten beispielsweise gewerkschaftliche Ziele.

Des Weiteren gibt es Stiftungen für das Rahmenprogramm mit einem Informations- bzw. Bildungsauftrag: NOS und NTR. Die Aufgaben dieses Auftragsrundfunks (Taakomroep) sind gesetzlich festgelegt. Während die NOS die Bereitstellung von Nachrichten, Sport, Veranstaltungsberichterstattungen und allgemeinen Informationen als gesetzlichen Auftrag hat, sind die Schwerpunkte der NTR die Bereiche Information, Bildung und Kultur. Innerhalb dieser Sendezeiten strahlen Socutera (sozial/kulturell) und PP (politische Parteien) ihre Sendungen aus. Zudem produzieren regionale Rundfunkanstalten unabhängig vom landesweiten System, aber in Kooperation, regionale Programme.

Tipp: das AußenwirtschaftsCenter Den Haag verfügt über Kontaktdaten der Unternehmen (inkl. Kontaktpersonen), die in den Niederlanden für den Verkauf von Sendezeit in den nationalen und provinziellen Werbeblöcken zuständig sind!

Musik

Der Gesamtumsatz der niederländischen Musikindustrie erreichte im Jahr 2021 254,3 Mio. Euro, was einem Wachstum von 14 % im Vergleich zu 2020 entspricht. Dies geht aus einer Erhebung von NVPI und IFPI hervor. Streaming bleibt beispiellos populär, aber mit einer Umsatzsteigerung von 11 % ist das Wachstum im Vergleich zu den Vorjahren leicht zurückgegangen.

In den Niederlanden werden zahlreiche Musikfestivals in unterschiedlichen Genres veranstaltet u.a. [Awakenings Festival](#), [huntenpop](#), [Lowlands](#), [Amsterdam Open Air](#), [Pinkpop](#), [North Sea Jazz](#), [Best Kept Secret](#) und [ZeeZout Festival](#).

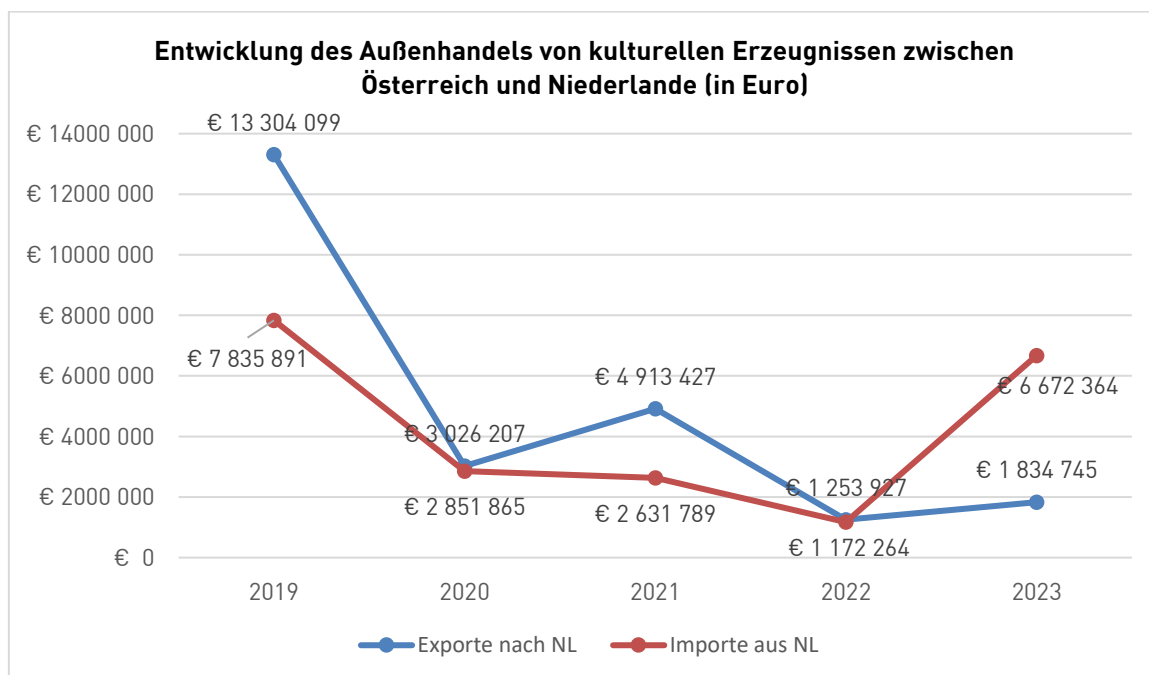
Auch für klassische Musik gibt es in den Niederlanden Festivals, z.B. das seit 1947 stattfindende [Holland Festival](#), das Oper, Theater, Tanz und Film vereint, oder das Festival „Alte Musik“, das Musik aus Mittel-

ter und Barock auf historischen Instrumenten bietet. Weiters gibt es das seit 1998 bestehende **Grachtenfestival** in Amsterdam, bei dem sich die ganze Stadt in einen Aufführungsort verwandelt. Das größte Blasmusikfestival der Welt, **Wereld Muziek Concours**, findet im limburgischen Kerkrade statt.

Games

Die niederländische Spieleindustrie besteht aus etwa 580 Unternehmen, die nahezu 4.000 Menschen beschäftigen und einen Gesamtumsatz von etwa 225-300 Mio. Euro erwirtschaften. Niederländische Software-Entwickler richten sich auf den internationalen Markt aus und produzieren ihre Software hauptsächlich in englischer Sprache. Die Niederlande haben einen der aktivsten Gaming-Märkte Europas und die niederländische Spieleindustrie ist ein junger, schnellwachsender und dynamischer Sektor. Das erhebliche Wachstum der Unternehmen kann der steigenden Zahl von neuen Spieleentwicklern zugeschrieben werden. Das Wachstum in diesem Sektor wird von schnelllebigen und ständig wechselnden Entwicklungen in den zugrundeliegenden Technologien, Plattformen und Geschäftsmodellen angeheizt. Auch die Bildungseinrichtungen haben sich darauf eingestellt und bieten Unterstützung für Unternehmen im Game-Sektor.

Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern sind in den Niederlanden relativ viele IKT-Professionals tätig, es herrscht aber generell ein großer Mangel an IKT-Professionals. Die Niederlande ziehen in diesem Bereich derzeit viele ausländische Arbeitskräfte an, unter anderem weil in der IKT-Hauptstadt Amsterdam sowie im IKT-Bereich in der Regierungsstadt Den Haag viele englischsprachige Arbeitsplätze verfügbar sind. Ein wichtiger Trend ist die Entwicklung von Applied Gaming. Diese Lernspiele bestehen aus Simulationen oder Spielen, die in Bewerbungsabläufen, Notfalltrainings oder bei Trainingssimulationen (z.B. für Operationen oder Fahrsicherheitstrainings) eingesetzt werden. Applied Games werden entwickelt und verteilen sich auf verschiedene Sektoren, wie Bildung, Gesundheit, Transport, Marketing und Verteidigung. Eine wichtige Messe in diesem Bereich ist die **Immersive Tech Week** in Rotterdam.



Quelle: Statistik Austria

Kulturelle Erzeugnisse: HS-Code 97, d.h. Kunstgegenstände, Sammlungsstücke und Antiquitäten

7. NIEDERLANDE: GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen in den Niederlanden setzen sich aus nationalem Recht und EU-Recht zusammen. Für den Handel von Kunst, Sammlerstücken und Antiquitäten gilt in den Niederlanden meistens der normale MwSt.-Satz (21 %). Der Steuersatz liegt im EU-Vergleich damit im Durchschnitt (zum Vergleich: Österreich 20 %). In einigen Ausnahmefällen gilt für Kunstgegenstände ein reduzierter MwSt.-Satz (6 %), siehe auch Art. 113 der [EU-Richtlinie 2006/112/EG](#).

Für die Produktion von Kunstgegenständen, die von einem Künstler beauftragt werden, aber nicht (oder nicht zu 100 %) vom Künstler produziert werden, gilt ein MwSt.-Satz von 21 %. Als Antiquitäten bezeichnet die niederländische Gesetzgebung Gegenstände, die weder als Kunst noch als Sammlerstück kategorisiert sind und die mehr als 100 Jahre alt sind. Das Exportieren von Kulturgütern (wie Kunst und Antiquitäten) in Länder außerhalb der EU unterliegt strengen Regeln. In den meisten Fällen bedarf es einer Lizenz. Bei der Ausfuhr von Kulturgütern kontrolliert der Zoll, ob diesen Waren eine solche Bescheinigung beigelegt wurde. Wenn dies nicht der Fall ist, wird der Export gestoppt. Der Zoll überwacht auch die Einfuhr von Kulturgütern, mit Schwerpunkt auf Kulturgüter, die gestohlen sein könnten oder die illegal aus einem Nicht-EU-Land exportiert sein könnten. Die Ausfuhrlicenzen werden von der staatlichen Aufsichtsbehörde für Kulturerbe des niederländischen Ministeriums für Bildung, Kultur und Wissenschaft ([Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap](#)) ausgestellt. Die Frage, ob eine Lizenz erforderlich ist, hängt vom Wert und Alter für jede Kategorie von Kulturgut ab. Zum Beispiel wurde für Gemälde ein Mindestschwellenwert von 15.000 Euro festgesetzt, und ein Mindestalter von 50 Jahren. Wenn ein Bild diese beiden Schwellenwerte übersteigt, wird eine Ausfuhrgenehmigung erforderlich. Antragsformulare für die Ausfuhrlicenzen sind erhältlich bei: Zollverwaltung der Niederlande Team [Centrale Dienst voor In- en Uitvoer](#), Postfach 3070, 6401 DN Heerlen, T +31 555385385).

Für detaillierte Auskünfte bezüglich Zoll und Steuern ist das niederländische Zollamt in deutscher Sprache erreichbar unter: T +31 555385385 (Taste 3). Für weitere Informationen über die Schwellenwerte und Kategorien steht auch die niederländische Erfgoedinspectie (staatliche Aufsichtsbehörde für das Kulturerbe) zur Verfügung: [Erfgoedinspectie](#), Postbus 16478, 2500 BL Den Haag, T +31 704124012. Kulturgüter aus nicht-EU-Staaten können nicht willkürlich in die Niederlande gebracht werden.

Im Laufe der Jahrhunderte wurden viele wertvolle Kunstgegenstände und Antiquitäten aus ihrer ursprünglichen Umgebung gebracht. Es wurden Maßnahmen auf nationaler und internationaler Ebene ergriffen, um hier entgegenzuwirken. Wenn man Waren wie Kunst und Antiquitäten in die Niederlande bringen möchte, kann gegebenenfalls eine Ausfuhrgenehmigung von den Behörden des Ausfuhrlandes ausgestellt werden. Anerkannte Antiquitätenhändler können dabei behilflich sein. Kulturgüter, die sich noch nicht im EU-Raum befinden, dürfen ohne Ausfuhrgenehmigung nicht in die Niederlande eingeführt werden. Zudem müssen vorhandene UNESCO-Konventionen und -Übereinkommen immer beachtet werden (siehe unten).

Achtung: Wenn Händler Ihnen im Ausland Artikel von kulturellem Wert für günstige Preise anbieten, können Sie davon ausgehen, dass Sie es in fast allen Fällen mit illegalem Handel oder gefälschten Produkte zu tun haben. Missbrauch ist strafbar. Die Zollbehörde und andere Strafverfolgungsbehörden prüfen, ob Firmen diese Regeln eingehalten haben. Firmen, die sich nicht an diese Regeln halten, können strafrechtlich verfolgt werden. Österreichischen Unternehmen wird empfohlen, bei Geschäftskontakten in den Niederlanden zudem die niederländische Föderation für Taxatoren und Auktionatoren ([Federatie TMV](#)) zu kontaktieren und gegebenenfalls die Zertifizierung möglicher Geschäftspartner überprüfen zu lassen.

Zur Umsetzung der EU-Richtlinie 2001/84/EG kommt seit 2012 in den Niederlanden bei Weiterveräußerung des Originals eines Kunstwerks das sogenannte Folgerecht („Volgrecht“) zur Anwendung.

Das Folgerecht gilt nicht für Künstler aus Ländern, in denen es das Folgerecht nicht gibt. In Europa wurde das Folgerecht mit 1. Jänner 2006 für alle EU-Mitglieder verpflichtend. Die Höhe der Vergütung ist degressiv gestaffelt und beträgt in Prozenten des Verkaufserlöses (ohne Steuern):

- a. 4 % von den ersten 50.000 Euro;
- b. 3 % von den weiteren 50.000,01 bis einschließlich 200.000 Euro;
- c. 1 % von den weiteren 200.000,01 bis einschließlich 350.000 Euro;

- d. 0,5 % von den weiteren 350.000,01 bis einschließlich 500.000 Euro;
- e. 0,25 % von allen weiteren Beträgen.

Die Vergütung beträgt insgesamt jedoch höchstens 12.500 Euro. Ein Anspruch auf Folgerechtsvergütung entfällt, wenn:

- der Verkaufserlös (ohne Steuern) unter 3.000 Euro liegt,
- der Verkäufer das Werk vor weniger als drei Jahren vom Urheber erworben hat und der Verkaufspreis 10.000 Euro nicht übersteigt (beträgt der Verkaufspreis mehr als 10.000 Euro ist also in jedem Fall eine Folgerechtsvergütung zu bezahlen). Erben haben bis 70 Jahre nach dem 1. Jänner vom Todesjahr eines Künstlers Anspruch auf die Folgerechtsvergütung.

Die folgende Liste verzeichnet alle UNESCO-Konventionen und -Übereinkommen, die bereits von den Niederlanden ratifiziert wurden:

- Haager Konvention zum Schutz von Kulturgut bei bewaffneten Konflikten (sowie zweites Protokoll)
- Welterbekonvention
- Übereinkommen über Maßnahmen zum Verbot und zur Verhütung der unzulässigen Einfuhr, Ausfuhr und Übereignung von Kulturgut
- Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen
- Übereinkommen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes

8. NIEDERLANDE: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

Während früher Großstädte - vor allem Amsterdam - die Kreativindustrie dominierten, verteilen sich die Arbeitsplätze mittlerweile stärker auf kleinere Städte und andere Teile der Niederlande. Dies geht aus dem Creative Industry Monitor 2023 hervor, einer zweijährlichen Studie von Media Perspectives über die wirtschaftliche Entwicklung der Kreativindustrie und der IKT.

Es hat den Anschein, dass sich die traditionellen Vorteile von Großstädten für die Kreativindustrie nun teilweise in Nachteile für Unternehmer in diesem Sektor verwandeln. Faktoren, die dabei eine Rolle spielen könnten, sind den Forschern zufolge der Mangel an erschwinglichem Wohnraum und der Mangel an geeigneten Räumlichkeiten für Unternehmen.

Die Digitalisierung bietet Chancen für den Kultursektor, wie zum Beispiel Online-Ausstellungen und digitale Kunst wie NFTs, Augmented Reality oder digitale Animationen. Die Digitalisierung bietet auch Chancen das Publikum über soziale Medien zu erreichen.

Nachhaltigkeit steht ganz oben auf der Tagesordnung des Kultursektors und der Kulturpolitik und wird daher in den kommenden Jahren ein immer wichtigeres Thema werden.

Vielfalt und Integration in der Gesellschaft rücken immer mehr in den Mittelpunkt, auch im Kultursektor, z.B. in Kunst- und Kulturprogrammen, aber auch bei der Personalbeschaffung. So wird beispielsweise der Darstellung und Einbeziehung unterschiedlicher kultureller Hintergründe, geschlechtlicher Identitäten, Sexualität, Altersgruppen usw. mehr Aufmerksamkeit gewidmet.

Trends und Chancen für österreichische Unternehmen

Die Niederlande sind die fünftgrößte Wirtschaftsmacht in der EU, der viertgrößte weltweite Exporteur von Waren und das elftreichste Land der Welt. Die Wirtschaft ist sehr offen.

Trotz der anhaltenden geopolitischen Spannungen und steigender Inflation wuchs die niederländische Wirtschaft 2023 um 0,1 % und hat erstmals den Schwellwert von 1.000 Mrd. (eine Billion) Euro durchbrochen. Die Steigerung ist vor allem auf Ausgaben des Staats zurückzuführen. Die Staatsverschuldung sank auf 46,5 % im selben Jahr. Dienstleistungen dominieren die Wirtschaft, vor allem in den Bereichen Transport, Logistik, Banken und Technologie.

Die Niederlande haben sich außerdem als eines der innovationsfreundlichsten Länder der Welt positioniert.

Ein wichtiger Motor für Innovation ist der Nationale Wachstumsfonds, der bis 2025 laufen soll. In der ersten Tranche wurden 4 Mrd. Euro für Projekte in den Bereichen Infrastruktur, künstliche Intelligenz und grüner Wasserstoff bereitgestellt, während die zweite Tranche mehr als 7 Mrd. Euro vorsieht. Insgesamt sind bis 2025 20 Mrd. Euro verfügbar.

Die Niederlande waren 2023 der 15.-wichtigste Exportmarkt Österreichs mit einem Exportvolumen von 3,6 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr rutschten sie jedoch um drei Plätze zurück. Nach Polen waren die Niederlande der achtwichtigste Lieferant für Österreich. Der Hafen Rotterdam spielte eine entscheidende Rolle bei dieser Handelsbeziehung. Das Außenhandelsvolumen ohne Dienstleistungen betrug 9,1 Mrd. Euro, womit die Niederlande der elftwichtigste Handelspartner waren.

Die österreichischen Direktinvestitionen in den Niederlanden stiegen im Jahr 2023 auf 16,2 Mrd. Euro und waren damit innerhalb der EU an zweiter Stelle nach Deutschland. Die Niederlande investierten umgekehrt auch in Österreich in hohem Maße.

Die Chancen für österreichische Unternehmen, in die Niederlanden zu exportieren und in den Markt einzusteigen, bleiben in verschiedenen Sektoren intakt, darunter Dienstleistungen, Transport und Logistik, Gesundheitswesen, Medizintechnik, Biotechnologie, Umwelttechnik, ICT, Industrielieferungen, Urban Technology und gehobene Konsumgüter.

Die Niederländer sind weltoffen und kommunikationsfreudig. Man kann davon ausgehen, dass potenzielle niederländische Partner international aktiv sind und ein Gespür dafür entwickelt haben, was am Markt Chancen hat. Es gilt ein No-Nonsense-Approach in der Verhandlungsführung und Vertragsgestaltung. Kreativität, Humor und wenig Formalität lassen sich bei niederländischen Geschäftsbeziehungen allgemein als die wichtigsten Stichwörter beschreiben. In der Antiquitätenbranche sowie im Bereich der alten Kunst, vor allem bei Handelskontakten mit Auktionshäusern und Notariaten, werden jedoch formelle Umgangsformen nach wie vor sehr geschätzt. Englische Sprachkenntnisse sind bei potenziellen niederländischen Partnern vorhanden und sind oft auch Voraussetzung für eine sinnvolle Kooperation. Deutsch wird meistens verstanden und von vielen Niederländern auch gesprochen. Allgemein bieten die Niederlande alle Geschäftschancen und -möglichkeiten eines kaufkräftigen, hoch entwickelten Marktes.

Die Vielzahl an (interdisziplinären) Veranstaltungen rund um das Thema Design ziehen ein internationales Publikum in die Niederlande. Dabei sind die Dutch Design Week in Eindhoven, die Modenschau der Modefabrik Amsterdam sowie die TEFAF zu nennen. Auch hier gibt es für österreichische Unternehmen gute Möglichkeiten, Kontakte in der Branche aufzubauen und zu vertiefen. Besonders erwähnenswert ist das „Dutch Design“, welche praxisorientiert, modern, äußerst divers und weltoffen ist. Aufgrund der vielen Stärken im IKT-Bereich in den Niederlanden stehen auch digitale und interaktive Kunstwerke, VR/AR, 3D-Printing sowie Online-Medien im Vordergrund.

Autonome Händler und Agenten auf dem niederländischen Kunstmarkt verfügen über gute lokale Marktkenntnisse. Erwähnt sei die Firma **SAF Visual**, die sich für österreichische Kunst und Innovation im breitesten Sinne des Wortes interessiert.

Für Kontaktdaten und Ansprechpartner weiterer Unternehmen in den Niederlanden ist das **AußenwirtschaftsCenter Den Haag** gerne für Sie da.

9. NIEDERLANDE: MESSEN

- **Dutch Design Week** ist das größte Festival für Design der Niederlande. Es umfasst Ausstellungen, Awards und Kongresse. Die DDW findet jeden Oktober in Eindhoven statt.
- **Immersive Tech Week** in Rotterdam ist ein einzigartiges Festival, bei dem Kreativität, Innovation, Wirtschaft, Forschung und Kunst zusammenkommen, um die Möglichkeiten immersiver Technologien und ihre Auswirkungen auf unseren Planeten, unsere Kultur und unsere Gesellschaft zu erkunden.
- **ART Rotterdam**, ist eine internationale Kunstmesse für zeitgenössische Kunst

- **TETAF** in Maastricht, gilt weithin als die weltweit wichtigste Messe für Kunst, Antiquitäten und Design

10. LUXEMBURG: BRANCHE UND MARKTSITUATION

Die Kreativindustrie in Luxemburg ist ein junger Sektor. 50 % der Unternehmen in diesem Sektor sind vor weniger als neun Jahren entstanden. 60 % der Unternehmen der Kreativwirtschaft in Luxemburg sind in den Bereichen Architektur, Film und audiovisuelle Medien sowie Marketing und Kommunikation tätig. Mit mehr als 2.400 Unternehmen und rund 14.600 Beschäftigten, so die vom Cluster für Kreativwirtschaft Luxinnovation erstellte Sektorenkartografie für das Jahr 2020, ist die Kreativwirtschaft ein dynamischer Teil der luxemburgischen Wirtschaft. Er generiert wirtschaftlichen Wert, trägt zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei und verleiht anderen Wirtschaftsbereichen einen kreativen Touch.

Werbung

Die kommerziellen Bruttowerbeinvestitionen im Großherzogtum Luxemburg beliefen sich im Jahr 2022 auf etwas mehr als 130 Mio. Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 3,4 % bzw. 4,308 Mio. Euro im Vergleich zum Jahr 2021 (125,922 Mio. Euro).

Die 20 größten Werbetreibenden im Jahr 2022:

- Post Luxemburg
- Cactus (Supermarktkette)
- Luxemburgische Regierung
- Spuerkeess (Staatliche Bank und Sparkasse)
- Proximus (Telekommunikation)
- BMW Group (Automotive)
- Coca-Cola (Softgetränke)
- Enovos (Energieversorgungsunternehmen)
- Banque Internationale à Luxembourg
- Aldi (Discounter)
- Groupe Losch (Fahrzeughandel)
- Stellantis (Fahrzeughandel)
- Caisse Medico-Chirurgicale Mutualiste (Krankenkasse)
- Kichechef (Möbelhandel)
- Lidl (Discounter)
- Möbel Alvisse (Möbelhandel)
- Orange (Telekommunikation)
- Renault (Fahrzeuge)
- ING Luxemburg (Bank)
- Auchan (Supermarktkette)

Digitale Medien in Luxemburg:

Der Umsatz im Bereich Digitale Medien belief sich im Jahr 2023 auf etwa 244,2 Mio. Euro. Der größte Markt ist ePublishing mit einem Volumen von 165,3 Mio. Euro im Jahr 2023.

Video und Film

Mit seinen zahlreichen Fördermöglichkeiten unterstützt der **Film Fund Luxembourg** neben Kinoproduktionen und Animationsfilmen auch VR-Projekte. Der Filmfonds vergibt punktuell auch Stipendien an Personen, die im Ausland an einem Festival teilnehmen möchten, bei dem VR-Projekte gezeigt werden, oder die im Ausland eine Ausbildung in diesem Bereich anstreben.

Derzeit verdienen etwa 750 Personen ihren Lebensunterhalt im Bereich der audiovisuellen Produktion im Großherzogtum Luxemburg: Techniker, Produzenten, Regisseure, Schauspieler, Produktionsleiter, Kreativ- und Verwaltungspersonal sind an einer ständig wachsenden Zahl von Kurz-, Dokumentar-, Spiel- und Animationsfilmen beteiligt, die auf dem luxemburgischen Territorium produziert oder koproduziert werden - mit aktiver Unterstützung des Filmfonds Luxemburg.

Dank eines interessanten Unterstützungsmechanismus, den der luxemburgische Gesetzgeber über den Filmfonds des Großherzogtums Luxemburg anbietet, florieren sowohl der Spielfilm- als auch der Animationsfilmsektor und haben in den letzten Jahren weit über die luxemburgischen Grenzen hinaus Glaubwürdigkeit und Anerkennung erlangt, da lokale Produzenten, Künstler, Techniker und Animatoren immer häufiger gebeten werden, ihr Know-how in zahlreiche internationale Koproduktionen einzubringen.

d'Filmakademie

D'Filmakademie ist die luxemburgische ehrenamtliche Berufsorganisation im Bereich Film. Die Akademie setzt sich für die Förderung der luxemburgischen Filmindustrie ein, in dem sie deren Verbreitung und Popularität verbessert und als beratendes Gremium aller am Filmschaffen beteiligten Vertreter fungiert. Eine ihrer Aufgaben ist es, die Wahl des **Lëtzebuurger Filmpräis** zu organisieren und die Preisträger zu nominieren. Die Akademie ist offen für alle Fachleute der luxemburgischen Filmindustrie. Die Akademie wurde im Jahr 2012 gegründet und besteht heute aus fast 430 Mitgliedern.

Design

Der Berufsverband **Design Luxembourg** wurde 1995 gegründet und umfasst heute 51 Unternehmen und Selbstständige, die in den Bereichen Grafikdesign, Fotodesign, Produktdesign, Webdesign, Fashiondesign, Textdesign, Exhibition Design und anderen Bereichen tätig sind.

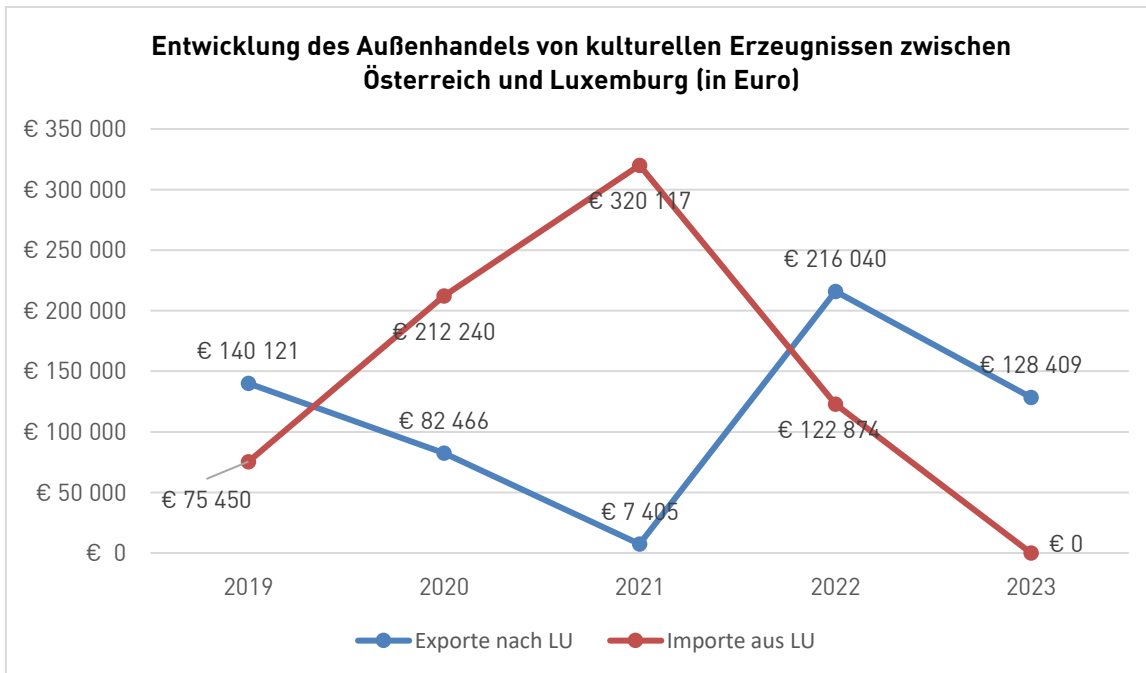
Seit 2015 organisiert Design Luxembourg alle zwei Jahre die **Luxembourg Design Awards**. Es werden sehr viele verschiedene Aspekte des Designs behandelt, von Mode über Innen-, Grafik- und Videodesign bis hin zu Sozialdesign. Die Jury besteht aus anerkannten und internationalen Designern sowie Persönlichkeiten aus dem Kulturbereich. Im Jahr 2023 wurde den Preisträgern eine Ausstellung gewidmet, die Teil des Programms des European Design Festival in Luxemburg war.

Architektur

Die städtebauliche Planung Luxemburgs steht vor zahlreichen Herausforderungen. Luxemburg und die Großregion zählen zu den europäischen Gebieten mit der höchsten Bevölkerungsdichte. Luxemburg benötigt als große Wirtschaftskraft zusätzliche Arbeits- und Wohnflächen.

Luxemburg ist beim Bau von Niedrigenergiehäusern führend: seit 2017 müssen alle Neubauten, die für den Erhalt der Energieklasse A vorgesehenen Normen einhalten. Alle Neubauten werden unter Berücksichtigung ihres ökologischen Einflusses konzipiert.

2024 findet die 7. Ausgabe des **Bauhärepräis OAI** statt. Dieser Preis wird alle vier Jahre von der Kammer für Architekten und beratende Ingenieure verliehen und zeichnet private oder öffentliche Bauherren aus. Die Preise werden in neun Kategorien vergeben, welche die Leistungen der fünf Berufsstände der Kammer für Architekten und beratende Ingenieure abdecken.



Quelle: Statistik Austria

Kulturelle Erzeugnisse: HS-Code 97, d.h. Kunstgegenstände, Sammlungsstücke und Antiquitäten

11. LUXEMBURG: GESETZLICHE UND SONSTIGE RAHMENBEDINGUNGEN

Patentschutz

Ein Erfindungspatent ist ein Rechtstitel, der der erfindenden und/oder anmeldenden Person während bis zu 20 Jahren ab dem Datum der Anmeldung in den Staaten, in denen der Patentschutz beantragt wird, ein Exklusivrecht an einer technischen Erfindung (Erzeugnis oder Verfahren) verleiht.

Dieses Exklusivrecht wird als Gegenleistung für die vollständige Preisgabe der Erfindung (schriftliche Beschreibung, Zeichnungen) bewilligt.

Markenrecht

Durch die Eintragung einer Marke entstehen gesetzliche Ansprüche für den Inhaber. Aufgrund dieser Ansprüche kann unter bestimmten Umständen verhindert werden, dass Dritte die Marke ohne vorherige Genehmigung des Eigentümers benutzen, wodurch auch Fälschungen verhindert werden. Es wird empfohlen, vor der Anmeldung einer Marke eine Recherche durchzuführen, um die Verfügbarkeit dieser Marke zu überprüfen. Diese Recherche kann online durchgeführt werden: für die Benelux-Länder im Benelux-Markenregister **BOIP**, für Europa im Register für Unionsmarken **EUIPO** sowie auf internationaler Ebene im **WIPO**.

In den Benelux-Ländern gibt es keine nationale Anmeldung mehr. Das Schutzrecht gilt für die drei Länder insgesamt.

Der Anmelder kann seine Anmeldung auf folgendem Wege einreichen:

- durch eine Online-Markenanmeldung auf der Website der Benelux-Behörde für geistiges Eigentum;
- durch Einsendung eines Formulars für die Benelux-Markenanmeldung: an das Amt für geistiges Eigentum (Office de la propriété intellectuelle) des Wirtschaftsministeriums;
- an die Benelux-Behörde für geistiges Eigentum.

Der für drei Klassen gültige Grundpreis für die Eintragung einer Benelux-Marke beträgt 240 Euro.

Die Zahlung ist in dem auf das Anmeldedatum folgenden Monat zu leisten, andernfalls gilt der Eingang der Zahlung als Anmeldedatum. Dieses Datum ist für die Bestimmung der Rangordnung wichtig.

Das Verfahren der Markeneintragung dauert etwa vier Monate. Die Eintragung gilt für zehn Jahre und kann unbegrenzt für jeweils weitere 10-Jahreszeiträume verlängert werden.

Europäische Union

Wenn eine Geschäftstätigkeit europaweit ausgeübt wird, kann die Anmeldung auf folgendem Wege vorgenommen werden:

- durch eine Online-Markenanmeldung auf der Website des **Amts der Europäischen Union für geistiges Eigentum** (EUIPO);
- durch Einsendung der **Anmeldung einer Unionsmarke**:
 - direkt an das **EUIPO**; oder
 - an die **Benelux-Behörde für geistiges Eigentum** (OBPI); oder
 - an das **Amt für geistiges Eigentum** des Wirtschaftsministeriums.

Unionsmarken haben rechtliche Geltung und genießen auf dem gesamten Gebiet der Europäischen Union einen einheitlichen Schutz.

Urheberrecht

Automatischer Schutz des Werks: Für den Schutz durch das Urheberrecht ist kein förmliches Eintragungsverfahren erforderlich, denn das Urheberrecht wird durch den bloßen Umstand der Schöpfung des Werkes begründet. Die Schöpfer der Werke erwerben somit automatisch Rechte an ihren Werken, die ihnen eine Kontrolle der späteren Nutzung dieser Werke durch Dritte ermöglichen.

Der Schutz besteht zu Lebzeiten des Urhebers und für einen Zeitraum von 70 Jahren nach seinem Tod zugunsten seiner Erben und Rechtsnachfolger. Ein Inhaber von Rechten kann beschließen, sie insgesamt oder teilweise zu übertragen, z.B. indem er Lizenzen vergibt, die ausschließlich die Nutzung des Werkes genehmigen.

Der Nachweis für das Datum der Werkschöpfung kann auf jedem Wege erbracht werden und insbesondere durch:

- die Hinterlegung (i-dépôt) entweder durch **Online-Einreichung** (i-dépôt en ligne) von 35 Euro oder per **Brief** (enveloppe i-dépôt) beim Benelux-Amt für geistiges Eigentum (Office Benelux de la propriété intellectuelle) ermöglicht es, den Nachweis des Schöpfungsdatums für fünf Jahre für die gesamten Benelux-Staaten zu erleichtern;
- die Hinterlegung einer Werkkopie bei einem anerkannten Vertreter, d. h. einer Bank oder einem Notar, damit Datum und Uhrzeit der Hinterlegung eingetragen werden;
- die Einsendung des Werkes an die eigene Adresse auf dem Postweg, unter der Voraussetzung, dass die Sendung nach dem Empfang nicht geöffnet wird. In diesem Fall kann der Poststempel für das Werk als amtliches Eintragungsdatum gelten.

Geistiges Eigentum

Das Ergebnis geistiger Bemühungen wird durch nationale und internationale Gesetze und Konventionen als geistiges Eigentumsrecht zum Schutz bestimmter immaterieller Vermögenswerte anerkannt.

Die bemerkenswerten Leistungen Luxemburgs auf dem Gebiet des geistigen Eigentums werden regelmäßig sowohl auf Gemeinschaftsebene als auch auf internationaler Ebene hervorgehoben, während das Land die Zahl der Arbeitsplätze in Wirtschaftssektoren mit einer hohen Dichte an Rechten an geistigem Eigentum deutlich erhöht hat. Heute wächst der Anteil von Eigentumsrechten am Marktwert von Unternehmen, die dadurch zu einem der wichtigsten Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung geworden sind.

Neben seiner attraktiven F&E-Politik verfügt Luxemburg über weitere unbestreitbare Vorteile:

- **Flexible Sprachenregelung** in Verwaltungsangelegenheiten: insbesondere für Patent- und Markenmeldungen, womit prozedurale Kosten eingespart werden. Mehrsprachigkeit ist auch einer der Hauptvorteile der luxemburgischen Wirtschaft, die das Land zu den wettbewerbsfähigsten der Welt macht. Darüber hinaus sind Fachleute der Branche und alle relevanten Akteure in der Lage, mehrsprachige Beratung und Dienstleistungen anzubieten;

- **Günstige steuerliche und rechtliche Rahmenbedingungen:** die Nettoeinnahmen aus der Verwertung von Patenten, Marken, Designs, Urheberrechten an Software oder Domainnamen, die nach dem 31. Dezember 2007 erworben oder geschaffen wurden, profitieren unter gewissen Bedingungen von einer 80%-igen Steuerbefreiung, so dass Sie maximal von den Früchten Ihres geistigen, kommerziellen oder künstlerischen Schaffens profitieren können. Die 2018 eingeführten Regelungen präzisieren diese Steuerregelung für geistiges Eigentum, die Teil der Gesamtstrategie der Regierung zur Konsolidierung eines wettbewerbsfähigen Innovationsrahmens unter Beachtung der neuen internationalen und europäischen Steuergrundsätze ist;
- **Zugängliche Akteure:** in einem kleinen Land wie Luxemburg sind die Wege kurz und die Hierarchien flach. Es ist daher umso einfacher, einen Entscheidungsträger in diesem Bereich zu kontaktieren und schnelle Antworten zu erhalten;
- **Kompetente Ansprechpartner:** In Luxemburg fallen alle Bereiche des geistigen Eigentums in die Zuständigkeit einer einzigen nationalen Verwaltung, nämlich des **Amts für geistiges Eigentum** (*Office de la propriété intellectuelle*, OPI) des Ministeriums für Wirtschaft. Dieses ist für den Rechts- und Verwaltungsrahmen in Bezug auf die den Unternehmen und Gründern angebotenen Instrumente zuständig, welche es ihnen ermöglichen, den Wert ihres geistigen Eigentums zu schützen und zu steigern, wie beispielsweise die Verwaltung von Patenten für Erfindungen. Das **Institut für geistiges Eigentum Luxemburg** (*Institut de la propriété intellectuelle Luxembourg*, IPIL), das als primäre Anlaufstelle für Unternehmen dient, entwickelt und bietet Unterstützungs- und Begleitdienste für Unternehmen, Forschungsakteure, öffentliche Einrichtungen und jedes andere interessierte Publikum durch die Entwicklung und Durchführung von Trainings-, Werbe- und Sensibilisierungsmaßnahmen.

12. LUXEMBURG: TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

Chancen für österreichische Unternehmen

Luxemburg bleibt als Zielmarkt für Produkte und Dienstleistungen „Made in Austria“ weiterhin höchst interessant. Die hohe Kaufkraft, das hohe Preisniveau und hohe Margen machen Luxemburg zu einem attraktiven Markt für ausländische Lieferanten. Deutsch ist als Geschäftssprache anerkannt und erleichtert die Kontaktaufnahme mit Kunden und Partnern. Dank der stark differenzierten Waren- und Dienstleistungspalette, die Österreich anbieten kann, bestehen in allen Branchen gute Aussichten für heimische Unternehmen sich in Luxemburg zu positionieren.

Auch für Luxemburg steht Ihnen das **AußenwirtschaftsCenter Brüssel** mit seinen Dienstleistungen zur Verfügung, um einen Erstkontakt zu potenziellen Partnerfirmen herzustellen und sich auf dem luxemburgischen Markt bekannt zu machen.

13. LUXEMBURG: MESSEN, FACHVERZEICHNIS, FACHPRESSE

Veranstaltungen

- **Multiplica Festival** (Digital Arts and Realities)
Das Programm, das den Schwerpunkt auf digitale und multimediale Kunstwerke der luxemburgischen und internationalen Szene legt, reiht daher Veranstaltungen mit unterschiedlichen Formaten aneinander: audiovisuelle Performances, Konzerte, DJ-Sets, Treffen mit Künstlern, Workshops für Kinder und Erwachsene sowie eine interaktive und partizipative Ausstellung.
- **European Design Festival:** Fünftägiges Designfestival, sowohl für Fachpublikum als auch für die breite Öffentlichkeit, findet in mehreren kulturellen Einrichtungen statt.
- **Les Francofolies Esch-Alzette:** Musikfestival im Juni
- **Blues'n' Jazz Rally:** Das berühmte Jazz- und Bluesfestival ist eine der größten sommerlichen Freiluftveranstaltungen in der luxemburgischen Hauptstadt
- **Like a jazz machine:** Jährliches Jazzfestival in Dudelange.

Museen

- **Casino – forum d'art contemporain**: Forum für zeitgenössische Kunst
- **Musée d'Art moderne Grand-Duc Jean (MUDAM)**: Zeitgenössisches Kunstmuseum, steht ganz im Zeichen der Gegenwartskunst und versteht sich als künstlerisches Labor für das schöpferische Schaffen der Zukunft.
- **Nationalmusée um Fëschmaart**: Nationalmuseum für Geschichte und Kunst

Der **Luxemburger Cluster der Kreativwirtschaft** bringt verschiedene Marktteilnehmer und Akteure zusammen, um deren Sichtbarkeit zu erhöhen und ihr Potenzial für Innovation und Wirtschaftswachstum zu steigern.

Ziele des Luxemburger Clusters der Kreativwirtschaft:

- Den Akteuren der Kreativbranche Instrumente für die Kontaktaufnahme zur Verfügung stellen (Netzwerkveranstaltungen und digitale Gemeinschaftsplattform)
- Unternehmen an nationale und europäische Finanzierungs- und Unterstützungsprogramme heranführen
- Förderung der internationalen Sichtbarkeit der Unternehmen, die die luxemburgische Kreativwirtschaft ausmachen
- Kartierung des lokalen Ökosystems der Kreativwirtschaft, um ein datengestütztes Verständnis der wirtschaftlichen Realitäten des Landes und der Marktteilnehmer zu schaffen
- Schaffung von Synergien zwischen Unternehmen, um Lücken im Ökosystem zu füllen, die der private Markt noch nicht geschlossen hat
- Verbesserung der unternehmerischen Fähigkeiten von Unternehmen
- als fachkundiger Vermittler zwischen der Regierung, den Institutionen, den Berufskammern und den Akteuren der Kreativwirtschaft zu fungieren.

Quellennachweis:

Belgien

- <https://fashionunited.be/statistics/statistieken-modebranche-belgie>
- https://keanet.eu/wp-content/uploads/etude-icc_20210617-def.pdf
- <https://belgien.net/mode-und-design/>
- https://www.ey.com/fr_fr/government-public-sector/panorama-europeen-des-industries-culturelles-et-creatives-editio
- <https://maron-trachte.brussels/2022/11/22/20-nouveaux-projets-pour-dynamiser-lindustrie-culturelle-et-creative-a-bruxelles/>
- https://belgium.representation.ec.europa.eu/strategie-et-priorites/politiques-cles-en-belgique/la-strategie-numerique-europeenne-en-belgique_nl
- https://uma.be/wp-content/uploads/2022/11/TotalReport_UMA-Benchmark-Media-Investments-1erSem22_FR.pdf
- <https://www.lecho.be/entreprises/media-marketing/le-marche-pub-n-a-pas-encore-retrouve-son-niveau-d-avant-crise/10408731.html>
- <https://www.lecho.be/entreprises/media-marketing/l-interpretation-de-la-legislation-tax-shelter-par-le-ministre-des-finances-denoncee-au-conseil-d-etat/10450491.html>
- <https://www.lecho.be/entreprises/divertissement/l-industrie-belge-du-divertissement-et-des-medias-en-croissance-en-2022/10478546.html>
- <https://hub.brussels/fr/blog/lindispensable-apport-des-secteurs-culturels-et-creatifs-dans-leconomie-bruxelloise/>
- <https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/fr-FR/056/index.html>
- <https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/start/starten-de-culturele-en-creatieve-sectoren/culturele-en-creatieve-sectoren>
- <https://creativesector.be/conclusies/>
- <https://hub.brussels/fr/blog/lindispensable-apport-des-secteurs-culturels-et-creatifs-dans-leconomie-bruxelloise/>

Niederlande

- <https://www.creative-industrie.nl/de-creatieve-industrie#:~:text=Feiten%20en%20cijfers&text=In%202019%20kent%20de%20creatieve,van%20alle%20bedrijven%20in%20Nederland.&text=De%20sector%20heeft%20een%20jaarlijkse,waarde%20van%20%E2%82%AC%2017%20miljard.>
- <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/44/meer-bedrijven-in-culturele-en-creatieve-sector-in-2021>
- https://www.researchgate.net/publication/361006064_Monitor_creatieve_industrie_2021_Nederland_Top_10_steden_gevolgen_van_COVID-19
- <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-culturele-en-creatieve-sector>
- <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-culturele-en-creatieve-sector/monitor-kunstenaars-en-andere-werkenden-met-een-creatief-beroep>
- <http://www.creative-council.nl/de-creatieve-industrie>
- <https://www.clicknl.nl/de-creatieve-industrie/>
- <https://www.emerce.nl/nieuws/regio-wint-populariteit-creatieve-industrie>
- <https://dutchcreativeindustries.nl/>
- <https://www.filmfonds.nl/actueel/film-facts-figures-nederlandse-filmindustrie-2022>

Luxemburg

- <https://www.luxinnovation.lu/creative-industries-mapping/>
- <https://www.mediaspecs.be/fr/insights/luxembourg-adreport-2022-les-investissements-publicitaires-commerciaux-bruts-progressent-de-43-millions-en-2022-au-grand-duche-de-luxembourg/>
- <https://www.adada.lu/2023/03/depenses-publicitaires-qui-sont-les-20-plus-gros-annonceurs-au-luxembourg-en-2022/>

- <https://de.statista.com/outlook/dmo/digitale-medien/luxemburg>
- <https://www.kulturlx.lu/de/panorama-category/multimediakunst-und-digitale-kunst/>
- <https://www.woxx.lu/kulturfoerderung-digitales-niemandsland/>
- Film Fund Luxembourg
- https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiqués/2023/06-juin/14-nouvelle-brochure-industries-creatives.html
- <https://www.luxinnovation.lu/wp-content/uploads/sites/3/2023/06/creative-cluster-brochure-2023.pdf>
- <https://paperjam.lu/article/news-le-boom-des-industries-creatives>
- <https://www.kulturfabrik.lu/>
- <https://www.luxinnovation.lu/fr-lu/knowledge-hub/ecosysteme-industries-creatives>
- <https://www.linkedin.com/pulse/limportance-des-industries-culturelles-et-cr%C3%A9atives-au-philippe-robin/>
- <https://luxembourg.public.lu/de/gesellschaft-und-kultur/kuenstlerisches-schaffen/luxemburgische-architektur.html>

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER BRÜSSEL

T +32 2 645 16 50

E bruessel@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/be

