

Policy Brief

Kreativwirtschaft Bodenseeregion – Wertschöpfung zwischen Kultur, Wirtschaft und Technologie

Executive Summary

Den Sektor der Kreativwirtschaft – dessen Potenzial in der Vierländerregion nicht ausgeschöpft ist – nahm der erste Kreativwirtschaftsbericht Bodensee in den Fokus seiner Analyse. Basierend auf einer empirischen Erhebung der Branche und der qualitativen Untersuchung der Bedingungen verschiedener Kreativunternehmen und kreativer Tätigkeiten kommt der Bericht zu folgenden zentralen Erkenntnissen:

Zentrale Ergebnisse

1. Der Bericht zeigt, dass beinahe 10 Prozent der Erwerbstätigen in der Bodenseeregion in der Creative Economy arbeiten
2. Die Studienangebote an den Hochschulen der Region sowie die Kooperation zwischen Kreativwirtschaft und Hochschulen sind zentral für die Gewinnung von Talenten
3. Für einen fundierten Zugang zur Kreativwirtschaft ist es zentral, jenseits der Branchenlogik, alle Beschäftigten in den Blick zu nehmen, die in kreativen Berufen arbeiten
4. Ein fokussierter Blick auf die unterschiedlichen Teilbereiche der Kreativwirtschaft in der Bodenseeregion ist essentiell, um die vielfältigen unternehmerischen Strategien der Akteurlinnen besser zu verstehen

Schlussfolgerungen und Empfehlungen:

1. Für die Wirtschafts-, Beschäftigungs- und Bildungspolitik in den Ländern und Kantonen der Bodenseeregion wird empfohlen, diesem bedeutenden Sektor eine höhere Aufmerksamkeit zu schenken
2. Es wird empfohlen, einschlägige Initiativen von Unternehmen und Hochschulen aus allen Teilregionen zu bündeln und die Rolle der Kreativwirtschaft auch in den Standortmarketingaktivitäten der Bodenseeregion noch stärker zu betonen, um die Sichtbarkeit und Attraktivität international weiter zu steigern
3. Basis für weiterführende Überlegungen ist eine regelmässige Analyse dieses für die Bodenseeregion wichtigen Felds
4. Für zukunftsfähige Governanceprozesse wäre es wichtig, in regelmässigen Dialogformaten zwischen Kreativen, anderen Wirtschaftsbereichen, Politik und Bildung gemeinsame Weiterentwicklungsmöglichkeiten und Kooperationen auszuloten, anzubahnen und zu begleiten

Kontakt

Zürcher Hochschule der Künste

Prof. Christoph Weckerle, Janine Schiller und Roman Page

christoph.weckerle@zhdk.ch / janine.schiller@zhdk.ch / roman.page@zhdk.ch

Der Bericht «Kreativwirtschaft Bodenseeregion. Wertschöpfung zwischen Kultur, Wirtschaft und Technologie» ist als Download sowie als Printversion verfügbar und kann über die Webseite www.creativeeconomies.com bestellt werden.

Dieses gemeinsame Projekt von der Zürcher Hochschule der Künste und der HTWG Konstanz wurde gefördert von der Internationalen Bodensee-Hochschule IBH.

Kreativwirtschaft Bodenseeregion

Einleitung

Seit den 1990er-Jahren steht die Kreativwirtschaft im Zentrum der Debatten um die Transformation der Industrie- in die Wissensgesellschaft. Als eigenständiger Wirtschaftszweig und Treiberin der globalen Ökonomie ist sie längst etabliert. Dies gilt auch für den Bodenseeraum mit seinen begrenzten natürlichen Ressourcen: Gerade deshalb sind Innovationskraft und Kreativität zentrale Voraussetzungen für internationale Wettbewerbsfähigkeit und gesellschaftlichen Wandel in der Vierländerregion.

Das von der IBH 2017-2018 geförderte Projekt „Kreativwirtschaft Bodensee – Wertschöpfung zwischen Kultur, Ökonomie und Technologie“ hat dafür erstmals die wirtschaftliche Dynamik der Branche in der Region erfasst. Die grenzüberschreitende und regionale Analyse des Zusammenspiels von Kultur und Wirtschaft zeigt dazu grundlegend auf, wie sich die Kreativwirtschaft in der Vierländerregion in den vergangenen Jahren entwickelt hat, welche Tätigkeitsfelder sie beinhaltet, wie viele Personen in ihr beschäftigt sind und wie sie insgesamt zur Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Vergleich beiträgt.

Eine grenzüberschreitende Untersuchung der Kreativwirtschaft ist anspruchsvoll. Gerade deshalb ist die Zusammenarbeit von Hochschulen und Praxis aus unterschiedlichen Ländern zentral.

Bei der gemeinsamen Analyse der Zürcher Hochschule der Künste ZHdK, der HTWG Konstanz und des Statistischen Amtes des Kantons Zürich waren folgende Herausforderungen zu bewältigen: Zum einen ist die Kreativwirtschaft äusserst vielfältig – mit Teilmärkten wie der Architektur, Handwerk, Musik, Werbung bis hin zur Software- und Games-Industrie, zum anderen ist die Bodenseeregion, als Bildungs-, Forschungs- und Wirtschaftsstandort kulturell divers geprägt. Deshalb wählte das Projekt unterschiedliche empirische Zugänge, um eine erste Gesamtschau der Kreativwirtschaft in der Region abzubilden – von statistischen Erhebungen über historische Erkundungen bis hin zu Interviews mit ExpertInnen aus den unterschiedlichen Feldern.

Kreativwirtschaft und Creative Economies

Innovativ ist der Forschungsansatz, der erstmals für die Bodenseeregion angewendet wurde: Ihm liegt die Vermutung zugrunde, dass kreative Berufe auch ausserhalb der Kreativwirtschaft zu finden sind. Mit dem Blick auf die „Creative Economies“ wurde der Fokus auf die Tätigkeiten, Berufe und Qualifikationen der in dieser Branche arbeitenden Menschen gelegt, der etablierte Ansatz mit unterschiedlichen Teilmärkten also erweitert. Dadurch können erstmalig Aussagen zur Vielfalt der Beschäftigungen und deren wirtschaftlicher Bedeutung getroffen werden.

Zentrale Ergebnisse

1. Kreatives Zentrum mit Tradition und Vielfalt

Der Bodenseeraum hat eine lange Tradition als kreatives Zentrum, über die Jahrhunderte hat sich hier ein einzigartiges Geflecht von Branchen entwickelt. Jenseits der Metropolen wie München oder Stuttgart haben sich hier, verwoben mit anderen Wirtschaftszweigen, spezifische Teilmärkte ausgeprägt wie beispielsweise die Textilindustrie in der Ostschweiz und im Rheintal, die Architektur und Handwerkskultur in Vorarlberg, die Feinmechanik u.a. für Uhren in Tübingen und Freiburg sowie die Software- und Werbewirtschaft in Zürich.

2. Jeder zehnte Erwerbstätige in der Region arbeitet in der Creative Economy

Kulturelle, gesellschaftliche und wirtschaftliche Werte sind in der Kreativwirtschaft nur schwer zu trennen. Das macht es schwer, sie zu fassen und dies ist einer der Gründe dafür, dass man ihre Bedeutung gemeinhin unterschätzt. Dabei machen Erwerbstätige in diesem Feld insgesamt rund einen von zehn Beschäftigten (9,6 Prozent der Gesamtbeschäftigten) in der Bodenseeregion aus. In absoluten Zahlen ausgedrückt: Im Jahr 2015 arbeiteten in der Bodenseeregion rund 458.000 Personen in der Kreativwirtschaft. 271.000 Personen übten einen kreativen Beruf aus. 173.000 von diesen Kreativen verdienten ihr Geld ausserhalb der Kreativwirtschaft.

Ein Drittel der Erwerbstätigen der Creative Economy übt einen kreativen Beruf ausserhalb der von Agenturen, Verlagen und sonstigen *typisch* kreativen Arbeitgebern aus. „Etwas überspitzt könnte man sagen, dass der Schauspieler, der Workshop-Formate für das Storytelling von Unternehmen entwickelt, typischer ist als die Grafikerin in einer Werbeagentur“, erklärt Janine Schiller, die Leiterin des Projekts, diese Resultate. Durch die Ergebnisse lässt sich zum ersten Mal der Stellenwert kreativer Berufe und Tätigkeiten in der Region bemessen und damit auch Handlungsempfehlungen für Politik, Wirtschaft und Bildung erarbeiten.

3. Vielfältige unternehmerische Strategien

Um erfolgreich zu sein und durch die Praxis eine Sinnstiftung zu erfahren, setzen die Kreativen in der Bodenseeregion auf ganz unterschiedliche unternehmerische Strategien. Dies zeigt sich in den qualitativen Gesprächen mit ExpertInnen aus den verschiedenen Kreativfeldern der Region. Als Stärke wird dabei vor allem das Geflecht von beruflichen und privaten Beziehungen hervorgehoben sowie die spezifische Verbindung von Kultur, Wirtschaft und Mobilität in der Bodenseeregion. Als grösste Herausforderungen werden der Umgang mit dem digitalen Strukturwandel sowie Fragen von regionalen Wertschöpfungsketten genannt.

4. Kreativer „Hotspot“ im europäischen Vergleich

Im Vergleich mit anderen europäischen Regionen zeigt sich die Bodensee-Region als kreativer Hotspot: Sie verfügt über eine überdurchschnittlich hohe Dichte an Kreativen – gemessen am Anteil der Gesamtwirtschaft ist Zürich der kreative Hotspot. Dieses Ergebnis wird auf der Karte sichtbar. (Abb. 6-8 S.31-32 zeigt, dass gemessen am Anteil an der Gesamtwirtschaft Zürich der Hotspot ist, die Ostschweiz ist knapp überdurchschnittlich, die restliche Regionen jedoch unterdurchschnittlich).

5. Hochschulen als Ermöglicher kreativer Erfolge

Zentraler Einfluss auf die Entwicklung der Kreativbranche in der Region ist dabei den Hochschulen zuzuschreiben. Diese prägen das Gesicht und die Geschichte der Region mit, indem sie Talente anziehen, vielfältig mit den Branchen in Austausch stehen, diese miteinander vernetzen und Forschung und Entwicklung antreiben.

Neben weichen Standortfaktoren wie der hohen Wohn- und Freizeitqualität, verfügt die Vierländerregion Bodensee über eine international konkurrenzfähige Infrastruktur an Bildungseinrichtungen und Technologiezentren sowie eine Vielzahl an kreativen und innovativen Wirkungsstätten. „Die Hochschulen in der Region fördern Cluster, sorgen für Biotope der Vernetzung und schaffen Freiräume für Experimente“ vermutet Christoph Weckerle, Projektleiter und Direktor des Departements Kulturanalysen und Vermittlung der Zürcher Hochschule der Künste.

6. Potenziale im Tourismus durch Kreativwirtschaft

Der Blick auf das Verhältnis von Kultur- und Kreativwirtschaft sowie dem für die Region ebenso wichtigen Wirtschaftszweig des Tourismus zeigt, dass die Felder seit jeher eng miteinander verknüpft sind. Die Kreativwirtschaft ist mit Teilmärkten wie der Musikwirtschaft, den darstellenden Künsten oder dem Kunstmarkt ein wichtiger Anbieter kulturtouristischer Angebote. Potenzial liegt in der Zusammenarbeit der Kreativbranche und dem Tourismus bei der Schaffung neuer Narrative und Botschaften für das Tourismusmarketing der Bodenseeregion. Gerade im ländlichen Raum könnte mit zusätzlichen kulturtouristischen Angeboten die Tourismussaison verlängert werden.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Aus den Projektergebnissen lassen sich folgende Empfehlungen ableiten:

1. Der Bericht zeigt, dass beinahe jeder 10. Job in der Bodenseeregion (9,6% aller Erwerbstätigen) in der Creative Economy tätig ist. **Für die Wirtschafts-, Beschäftigungs- und Bildungspolitik in den Ländern und Kantonen der Bodenseeregion wird deshalb empfohlen, diesem unterschätzten Sektor eine höhere Aufmerksamkeit zu schenken.** Dies betrifft sowohl die Rahmen- und Förderungsbedingungen für kreative Unternehmen sowie Bildungs- und Weiterbildungsangebote, um Mitarbeitende für diese Branche zu qualifizieren und in der Kreativwirtschaft Tätige noch besser zu unterstützen.
2. Damit die Kreativbranche in der Region auch in Zukunft erfolgreich sein kann, sind hochqualifizierte Mitarbeitende und GründerInnen von besonderer Bedeutung. **Die Schaffung von Studienangeboten an den Hochschulen der Region sowie die Kooperation zwischen Kreativwirtschaft und Hochschulen ist zentral für die gemeinsame Gewinnung von Talenten in diesem Bereich.** Dies gilt sowohl für junge Menschen aus der Bodenseeregion als auch von ausserhalb der Region. Um dieses Ziel zu erreichen, wird empfohlen, die Anstrengungen von Unternehmen und Hochschulen aus allen Teilregionen zu bündeln und die **Rolle der Kreativwirtschaft auch in den Standortmarketingaktivitäten der Bodenseeregion noch stärker zu betonen**, um die Sichtbarkeit und Attraktivität international weiter zu steigern.
3. Der Bericht zeigt, dass es sowohl für einen wissenschaftlichen als auch einen praktischen Zugang zur Kreativwirtschaft zentral ist, sich nicht nur auf die Kreativbranche an sich zu beziehen, sondern vor allem jene Beschäftigten in den Blick zu nehmen, die in kreativen Berufen arbeiten. Um Veränderungen, Trends und Zukunftsszenarien aufzeigen zu können und als Politik und Wirtschaft adäquat darauf reagieren zu können, ist es notwendig, eine **regelmässige Analyse dieses für die Bodenseeregion bedeutenden Felds** durchzuführen. Nur so

kann die Region weiterhin ein Zentrum der Kreativität in Europa bleiben bzw. seine Position noch besser ausbauen.

4. Neben der statistischen Analyse zeigt sich zudem, dass ein fokussierter Blick auf die unterschiedlichen Teilbereiche der Kreativwirtschaft in der Bodenseeregion essentiell ist, um die vielfältigen unternehmerischen Strategien der AkteurInnen besser zu verstehen. Der Bericht hat hier einen ersten Grundstein durch die Einbindung von ExpertInnen aus verschiedenen Bereichen und Teilregionen geschaffen. Für zukunftsfähige Governanceprozesse wichtig wäre es, diese intellektuellen Ressourcen zu nutzen und **in regelmässigen Dialogformaten zwischen Kreativen, anderen Wirtschaftsbereichen, Politik und Bildung gemeinsame Weiterentwicklungsmöglichkeiten und Kooperationen auszuloten, anzubahnen und zu begleiten.**

Methodik der Studie/Statistischer Zugang

Für die grenzüberschreitende Perspektive wurden die verfügbaren statistischen Daten erstmals zusammengetragen und mittels Mappings, Tabellen und anderen Visualisierungen vergleichbar gemacht. Dass dieser Datenvergleich für die Kreativwirtschaft über die Grenzen von DACHLI vorgenommen wird, ist ein Novum. Dies bedeutet gleichsam eine erste Bewährungsprobe für den regionalen Zugang, da die statistische Datenlage in den vier Ländern sehr unterschiedlich ist und keine Daten von Liechtenstein verfügbar sind. Die verwendeten Eurostat-Daten (SBS, EU-LFS) sind unterschiedlich aggregiert und auf NUTS-2-Regionenebene erhältlich, harmonisiert und somit gut vergleichbar. Somit erweist sich die Verwendung von Eurostat-Daten im Hinblick auf eine regelmässige Berichterstattung als zielführend und sinnvoll.

Eckdaten zum Projekt

Beteiligte Projektpartner: Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) (Projektleitung), HTWG Konstanz
Praxispartner: Statistisches Amt Kanton Zürich

Projektlaufzeit:

01.04.2017 – 31.12.2018; Förderung im Rahmen des Schwerpunktprogramms „Kunst-Medien-Wirtschaft“

Projektteam

Prof. Christoph Weckerle, Zürcher Hochschule der Künste, christoph.weckerle@zhdk.ch

Janine Schiller, Zürcher Hochschule der Künste, janine.schiller@zhdk.ch

Prof. Dr. Tatjana Thimm, HTWG Konstanz, tthimm@htwg-konstanz.de

Roman Page, Statistisches Amt Kanton Zürich, roman.page@zhdk.ch

Dieses Projekt wurde gefördert von der Internationalen Bodensee-Hochschule IBH

www.bodenseehochschule.org

Internationale Bodensee-Hochschule IBH

Geschäftsstelle

Alexandra Hassler

Public Affairs

+41 71 6770526

hassler@bodenseehochschule.org