



**Es gilt eine Sperrfrist bis  
Mittwoch, 28. Mai 2008, 19.00 Uhr**

## **Gemeinsame Medienmitteilung der Wirtschaftsförderung der Stadt Zürich und der Standortförderung des Kantons Zürich**

### **Kreativwirtschaft – Zürich doppelt nach**

**Als eine der ersten deutschsprachigen Wirtschaftsregionen publiziert Zürich den zweiten Kreativwirtschaftsbericht in Folge. Bereits der erste Bericht aus dem Jahr 2005 hatte eine breite Diskussion über diesen bedeutenden Wirtschaftszweig in Gang gesetzt. Der im Auftrag der Wirtschaftsförderung der Stadt und der Standortförderung des Kantons entstandene aktuelle Bericht liefert eine Bandbreite an Informationen. Er ist in zwei Teilstudien gegliedert und beleuchtet die Kreativwirtschaft sowie deren Veränderungen zwischen 2001 und 2005 aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Neben der empirischen, quantitativen Betrachtung widmet er sich der Visualisierung der räumlichen Entwicklung in Stadt und Kanton Zürich und legt einen speziellen Fokus auf die drei städtischen Kreativ-Standorte Binz, Langstrasse und Maag-Areal. Insgesamt vermitteln die Studien ein dynamisches, differenziertes Bild der Zürcher Kreativwirtschaft mit ihren spezifischen Charakteristika.**

Die Kreativwirtschaft als Wirtschaftszweig nimmt für den Standort Zürich eine bedeutende Rolle ein. Rund 53'000 Personen (Stadt Zürich: 29'100) finden in diesem Branchenkonglomerat zum überwiegenden Teil existenzsichernde Arbeitsplätze und erwirtschaften, konservativ geschätzt, eine Bruttowertschöpfung von mindestens 5,3 Milliarden Franken (Stadt: 2,9 Milliarden Franken). Dies entspricht einem geschätzten relativen Anteil von rund 4,5 Prozent am Bruttoinlandprodukt des Kantons Zürich. Auch im nationalen Kontext kommt der Zürcher Kreativwirtschaft eine wichtige Bedeutung zu: Beim Umsatz entspricht der Anteil des Kantons Zürich rund einem Viertel der gesamtschweizerischen Werte. Innerhalb des Kantons beträgt der Anteil der Stadt Zürich fast durchwegs 50 Prozent und mehr. Der Blick über die Landesgrenze verdeutlicht, dass der Zürcher Kreativwirtschaft im Vergleich mit derjenigen in den Grossräumen Berlin und Köln (jeweils in Relation zur nationalen Gesamtwirtschaft betrachtet) ein höheres Gewicht zukommt.

Kreativwirtschaft braucht zudem eine urbane Umgebung. Urbanität ist damit einer der wichtigsten Standortfaktoren der Kreativwirtschaft. Der Fokus auf die räumlichen Verhält-

nisse, sowie deren Veränderungen und Verlagerungen bis auf Quartierebene zeigen u.a. auf, welche Bedürfnisse die Branchenvertreterinnen und Branchenvertreter an ihr Umfeld haben.

Auf den beiden folgenden Seiten lesen Sie die wichtigsten Resultate der beiden Teilstudien

Hinweise für die Medien:

- Der zweite Zürcher Kreativwirtschaftsbericht wird vorgestellt anlässlich des Creative Zürich Wednesday, Mittwoch 28. Mai 2008, von 19.00 bis ca. 21.00 Uhr, Cabaret Voltaire, Spiegelgasse 1, 8001 Zürich
- Der vollständige zweite Zürcher Kreativwirtschaftsbericht ist als pdf-Datei unter [www.creativezurich.ch](http://www.creativezurich.ch) abrufbar
- Für weitere Informationen
  - Rahel Kamber, Stadt Zürich Wirtschaftsförderung, E-Mail [rahel.kamber@zuerich.ch](mailto:rahel.kamber@zuerich.ch), Telefon 044 412 36 93
  - Anita Martinecz, Kanton Zürich, Standortförderung, E-Mail [anita.martinecz@vd.zh.ch](mailto:anita.martinecz@vd.zh.ch), Telefon 043 259 26 37

## **Empirisches Portrait der Kreativwirtschaft Zürich - Zahlen & Fakten zum Wirtschaftsjahr 2005**

Research Unit Creative Industries, Departement Kulturanalysen und -Vermittlung, Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), Michael Söndermann, Christoph Weckerle

### **Ansprechpersonen für fachliche Auskünfte**

Michael Söndermann, Christoph Weckerle, Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK),  
Tel. +41 43 446 20 16, michael.soendermann@zhdk.ch, christoph.weckerle@zhdk.ch

Das empirische Portrait ist eine Aktualisierung und branchenspezifische Erweiterung der ersten Studie aus dem Jahr 2005.

### **Zürcher Kreativwirtschaft besitzt Beschäftigungspotenzial wie die Finanzbranche**

In der Zürcher Kreativwirtschaft arbeiten rund 53'000 Personen (Stadt Zürich: 29'100). Der umsatzmässig stärkste Teilmarkt ist die Software-/Games-Industrie, gefolgt von Designwirtschaft und Pressemarkt, sowie Architektur- und Werbemarkt. Die Arbeitsplätze sind zum überwiegenden Teil existenzsichernd und ergeben einen Gesamtumsatz von rund 16,6 Mrd. CHF (Stadt Zürich: 9,2 Mrd. CHF). Interessant ist der Vergleich mit dem Bank- und Kreditgewerbe. Dieses zählt im Kanton Zürich 43'500 bis 50'800 Beschäftigte. Beim Anteil der Kreativwirtschaft an der Gesamtwirtschaft liegen die Werte für Zürich markant über dem schweizerischen Mittel. Teilweise frappant sind die Anteile in der Stadt Zürich: der Anteil der Arbeitsstätten beträgt gesamtschweizerisch 11 Prozent, in der Stadt Zürich sogar 19 Prozent. Auch bei den Beschäftigten und den erwirtschafteten Umsätzen nimmt die Stadt Zürich eine gewichtige Rolle innerhalb der Kreativwirtschaft Schweiz ein.

### **Rückläufige Beschäftigtenzahlen, jedoch steigende Zahl der Unternehmen und Umsätze**

Bei der Entwicklung der Beschäftigung im Zeitraum 2001 bis 2005 musste die Kreativwirtschaft gesamtschweizerisch betrachten einen deutlichen Rückgang hinnehmen. Auch die Finanzbranche verzeichnete rückläufige Entwicklungen. Andere europäische Nachbarregionen verzeichneten ebenfalls einen ähnlichen Rückgang bei der Kreativwirtschaft. Der Beschäftigungsrückgang betraf auch die Gesamtwirtschaft (gesamte Volkswirtschaft), wenngleich die Rückgänge weniger stark ausgeprägt waren. Im Gegensatz zur Beschäftigungsentwicklung stiegen die Zahl der Kreativwirtschaftsunternehmen sowie das Umsatzvolumen an. Diese gegensätzliche Entwicklung erklärt sich zum einen durch die starke Entwicklung der Einpersonenernehmen, die oft keine zusätzlichen Arbeitsplätze schaffen. Zum anderen haben die mittleren und grossen gewerblichen Unternehmen im vergangenen Vierjahreszeitraum zahlreiche Filialbetriebe sowie Arbeitsstätten (und damit Arbeitsplätze) abgebaut und ihre wirtschaftlichen Aktivitäten auf die jeweiligen Hauptsitze konzentriert. Trotzdem konnten die meisten Teilbranchen der Kreativwirtschaft ihre Umsatzentwicklung positiv gestalten.

### **Charakteristika der Kreativwirtschaft**

Die Kreativwirtschaft mit ihren sehr heterogenen, kleinteiligen Strukturen ist stärker als andere Wirtschaftszweige einem raschen Wandel unterworfen. Dies äussert sich insbesondere bei den Arbeitsplatz- und Beschäftigungsstrukturen. Die Kreativwirtschaft lässt sich kaum in einem statischen (statistischen) System festschreiben. Im Gegensatz zu anderen Branchen, die vorwiegend einem Wirtschaftssektor zugeschrieben werden können, ist die Kreativwirtschaft eine Querschnittsbranche mit Zulieferfunktion für andere Wirtschaftssektoren. Ihre Akteure sind auf allen Ebenen tätig - von der Produktion, über die Dienstleistung bis zum Handel.

### **Vergleich der Grossräume Köln, Berlin und Zürich: Zürcher Kreativwirtschaft wesentlich gewichtiger im nationalen Kontext**

Der Vergleich der Zürcher Kreativwirtschaft mit derjenigen der Wirtschaftsregionen Köln und Berlin zeigt markante prozentuale Abweichungen beim Anteil der Kreativwirtschaft an der regionalen beziehungsweise an der nationalen Gesamtwirtschaft. Die Werte in der Wirtschaftsregion Zürich liegen bei der Anzahl Arbeitsstätten, beim Umsatz und bei der Beschäftigung im zweistelligen Prozentbereich. Bei den deutschen Vergleichsregionen hingegen durchwegs im einstelligen Bereich.

## **Geographie der Kreativwirtschaft - Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft**

INURA Zürich Institut, Philipp Klaus

Statistisches Amt des Kantons Zürich, Dominic Bentz, Claudia Hofstetter

### **Ansprechpersonen für fachliche Auskünfte:**

Dominic Bentz, Statistisches Amt des Kantons Zürich, Tel. +41 44 225 12 68, dominic.bentz@statistik.ji.zh.ch

Philipp Klaus, INURA Zürich Institut, Tel. +41 44 563 86 90, klaus@inura.ch

Die zweite Studie liefert eine Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft in den Jahren 2001 bis 2005. Die feinräumigen Muster der Kreativwirtschaft in Stadt und Kanton Zürich werden aufgezeigt und kartografisch verdeutlicht. Ein urbanes Umfeld mit kurzen Wegen und befruchtend wirkender räumlicher Nähe, vor allem aber auch ein ausreichendes Angebot an geeigneten, bezahlbaren Räumlichkeiten werden als wichtige Faktoren für den Erhalt, bzw. die Weiterentwicklung einer innovativen Kreativszene identifiziert. Weiter beantwortet die Analyse auf räumlicher Ebene Fragen nach Hotspots. Sie analysiert die räumliche Dichte und Verteilung der Teilmärkte bis auf Quartierebene in der Stadt Zürich und zeigt relative Bedeutungsgewinne, respektive -verluste auf. An Hand der vertieften Untersuchung der drei städtischen Fokusgebiete Binz, Langstrasse und Maag-Areal wird die Bedeutung der Raumfrage als ein Schlüsselement für die Entwicklung der Kreativwirtschaft sichtbar.

### **Urbanität als Standortfaktor**

Die Kreativwirtschaft ist auf ein städtisches Umfeld angewiesen, Urbanität ist einer der wichtigsten Standortfaktoren der Kreativwirtschaft. Auf einem Quadratkilometer Zürcher Stadtfläche arbeiten 334 Beschäftigte der Kreativwirtschaft. Die beiden grossen Zürcher Städte Zürich und Winterthur haben dabei zwischen 2001 und 2005 für die Zürcher Kreativwirtschaft noch an Bedeutung gewonnen.

Eine besonders hohe kreative Dichte (pro ha) besteht in den Stadtzürcher Quartieren Hochschulen, Rathaus, Werd und Escher-Wyss. Ein eigentlicher Kreativgürtel zieht sich vom Seefeld über die Altstadt und die Langstrasse bis ins Escher-Wyss-Quartier. Die drei Fokusgebiete Binz, Langstrasse und Maag-Areal verzeichneten zwischen 2001 und 2005 - entgegen dem generellen, rückläufigen Trend bei den Beschäftigungszahlen - ein Wachstum in der Kreativwirtschaft.

### **Alte und neue Kreativquartiere**

Die höchsten Beschäftigungsanteile der Kreativwirtschaft finden sich im Seefeld (23 Prozent), gefolgt von den Quartieren Mühlebach (15 Prozent), Rathaus (14 Prozent), Hottingen (15 Prozent) und Escher-Wyss (15 Prozent). Die stärksten Bedeutungszunahmen - absolut und relativ - waren in den Quartieren Escher-Wyss und Enge festzustellen. Ebenfalls zugelegt haben die Quartiere Langstrasse, Werd, Gewerbeschule und Alt-Wiedikon. Hingegen waren in anderen Kreativquartieren Verluste zu verzeichnen, so im Seefeld, in Mühlebach und in Hottingen. Zwischen 2001 und 2005 haben eigentliche Verlagerungen der Kreativwirtschaft von den traditionellen Kreativquartieren Hottingen, Seefeld, Mühlebach in die Quartiere Escher-Wyss, Gewerbeschule, Langstrasse, Enge und Alt-Wiedikon stattgefunden. Man kann deshalb von alten und neuen Kreativquartieren sprechen.

### **Und Altstetten?**

Altstetten wird oft als potenzieller neuer Kreativ-Standort genannt. Insgesamt hat das Quartier jedoch an Kreativ-Beschäftigten verloren. Das hängt jedoch vor allem mit weggezogenen Softwarebetrieben zusammen. In kreativen Kernbereichen wie in der Architektur oder im Design verzeichnete Altstetten hingegen Zunahmen.