

Kultur kurbelt die Wirtschaft an

Ob Partys, Lesungen, Filme oder Konzerte – die Kultur gibt rund 28 500 Menschen Arbeit und verschafft der Stadt ein cooles Image

Wie viele Arbeitsplätze schaffen Pipilotti Rist, Samir und Stephan Eicher? Was für eine absurde Frage, denken jetzt sicher viele. Sind die drei Zürcher doch wichtige Repräsentanten des Non-Profit-Unternehmens Kultur. Doch neben ihrer Rolle als Künstler sind alle drei auch Arbeitgeber. Pipilotti Rist unterhält ein Atelier mit Assistenten, Samir ein Mitarbeitersteam und Stephan Eicher eine Band. Da, wo Kunst und Kultur gemacht werden, arbeiten Menschen, die produzieren, assistieren, vermitteln.

Kultur schafft Arbeit, nicht nur im Schauspielhaus, im Kunsthaus und im Opernhaus. Eine grosse Zahl selbstständiger Künstler und Künstlerinnen, viele Beschäftigte in Klein- und Mittelbetrieben sowie in Grossunternehmen stellen künstlerische Produkte her, von Bildern, Büchern und Kompositionen über Videos, CDs und Filme bis hin zu Mode, Design und Grafik. Sie erbringen Dienstleistungen, indem sie Konzerte organisieren oder Künstler vermitteln. Und sie setzen Trends, kreieren Codes und bringen coole Produkte auf den Markt. Doch das ist nicht alles.

Kreative Kleinunternehmer machen aus Brachen angesagte Stadtteile

Die Kreise 4 und 5 sind ein gutes Beispiel dafür, wie dank kreativen und innovativen Kleinstunternehmern aus einst heruntergekommenen Quartieren und Brachen ein gefragter Stadtteil wird. Solch eine Leuchtfunktion erfüllen die angesagten Bars, Läden, Galerien, Ateliers und Klubs beidseits der Langstrasse kostenlos. Sie



Zürcher Kulturwirtschaft: Filmproduktion «Strahl», das Architekturbijou Kiosk Riesbach und Kleid des Modelabels Beige. PD

alle bilden einen Sektor, den man seit den 80er-Jahren unter dem Begriff Kulturwirtschaft zusammenfasst. Und dieser hat dazu beigetragen, dass sich Zürichs Image gewandelt hat, von der biedereren Bankstadt zur lebendigen Lifestyle-Metropole.

Philipp Klaus datiert die Geburtsstunde der Zürcher Kreativszene auf den 30. Mai 1980, als im Hallenstadion Bob Marley

Die Musikwirtschaft wächst am stärksten

Im Kultursektor der Stadt Zürich sind 4312 Unternehmen aktiv. Das entspricht 16,6 Prozent aller Arbeitsstätten. 28 564 Personen (8,4 Prozent aller Beschäftigten) finden in der Kreativbranche ihr Einkommen. Sie erzielen Umsätze von rund 5,1 Milliarden Franken. Ihre Wertschöpfung erreicht geschätzte 2 Milliarden Franken. Das entspricht 4,3 Prozent am Bruttoinlandprodukt der Stadt Zürich. Der stärkste Teilmarkt ist die Design- und Werbewirtschaft, gefolgt vom Buch-, Literatur- und Pressemarkt.

Die Beschäftigung im Kultursektor hat von 1995 bis 2001 um 10,2 Prozent zugenommen. Am stärksten gewachsen ist die Musikwirtschaft, nämlich um 52,5 Prozent. In diesem Sektor gibt es 140 Arbeitsstätten, vor allem Diskotheken. Diese Klubs beschäftigen gleich viele Personen wie die chemische Industrie in der Stadt Zürich und fast so viele wie sämtliche Theater, Konzerthallen sowie die Oper zusammen. Die meisten Kulturarbeiter sind in den Kreisen 1 und 8 tätig.

Quellen: Philipp Klaus; HGKZ.



Der Wirtschaftsgeograf Philipp Klaus erforscht den Kultursektor.

BILD: MARTIN GUGGISBERG

spielte und vor dem Opernhaus die Jugend demonstrierte. «Vieles was Zürich heute cool und trendig macht, geht auf die Jugendbewegung zurück», sagt der Wirtschafts- und Sozialgeograf. «Damals fand ein kultureller Aufbruch statt, dessen Auswirkungen bis heute anhalten.»

Die Kulturwirtschaft hat ein Wachstum, von dem andere Branchen nur träumen

Ob neue Theater, Kinos oder Klubs, ob Schmuck-, Mode- oder Möbeldesign, ob Ateliers, Werkstätten oder Galerien: Die Kreativwirtschaft wuchs in einem Mass, von dem andere Branchen nur träumen. «Die Nachfrage nach kulturellen Dienstleistungen ist in den letzten Jahren überdurchschnittlich gewachsen und hält weiterhin an», sagt Philipp Klaus, der am Geographischen Institut der Universität Zürich forscht und lehrt. Dass Zürich diese Nachfrage zu stillen vermag, macht die Stadt im In- und Ausland nicht zuletzt als Standort für Unternehmen sowie als Wohnort und touristisches Ziel attraktiv. «Kultur ist ein wichtiger Faktor der Stadtentwicklung», hält Klaus fest. «Wachstum und Wohlstand entwickeln sich dort, wo die

Kreativen sind.» Wenn Google sich in Zürich niederlässt, obwohl das Internetunternehmen hier Steuern bezahlen muss, liege das nicht zuletzt am grossen Potenzial qualifizierter Mitarbeiter, die sich von der hohen Lebensqualität, der urbanen und toleranten Gesellschaft, den trendigen Stadtquartieren sowie der Kunst- und Partyszene angezogen fühlen. Diese Menschen wiederum verfügen über Kulturbewusstsein, Freizeit und Kaufkraft und bilden so einen genügend grossen Absatzmarkt für die Kreativen.

Doch die Kulturwirtschaft ist nicht nur quantitativ bedeutend. Denn unter den Kleinstunternehmen fänden sich eigentliche Brutstätten der Innovation, hat Klaus beobachtet. Ein bekanntes Beispiel ist die Firma Freitag, die aus Recyclingmaterial Umhängetaschen fertigt. «Die meisten Kulturbetriebe zeichnen sich durch Gründergeist, Unternehmertum, Eigeninitiative und Selbsthilfe aus.» Zumal sie weder vom Staat Förderung noch von den Banken Kredite erhalten. Isabella Seemann

■ «Stadt Kultur Innovation», Philipp Klaus, Seismo-Verlag, 2006, 39 Franken.