

# KREATIVWIRTSCHAFT BRANCHE ODER PAPIE

In der Schweiz gibt es 466 000 Kreativschaffende in 71 000 Betrieben, die zusammen 22 Milliarden Franken an Wertschöpfung generieren. Die sogenannte Kreativwirtschaft blüht auch im Aargau. Anders als in Zürich, Basel oder Luzern aber scheint sie weder gesellschaftspolitisch noch wirtschaftlich ein Thema zu sein. Dies erstaunt.

*Autor: Bruno Wiederkehr*

Ein Modewort begeisterte in den 90er-Jahren die Kulturszene: die Kreativwirtschaft. Alle wollten sie fördern: Die Europäische Union, die Pro Helvetia und auch einige Kantone sahen darin einen neuen Schwerpunkt.

Doch was ist die Kreativwirtschaft? Der Begriff entstand in den 1990ern. Man verstand darunter einst kreative Durchstarter, die mit neuen Produkten sowohl künstlerisch wie kommerziell erfolgreich waren. Ein Vorzeigebispiel waren beispielsweise die Brüder Freitag, die aus alten Lastwagenplanen hippe Taschen für einen Weltmarkt kreierten.

## **GLOBALISIERUNG UND DIGITALISIERUNG**

Die Globalisierung und Digitalisierung schuf in den vergangenen zehn Jahren einen völlig neuen, dynamischen Wirtschaftsbereich. Kreativität paarte sich mit unternehmerischem Denken, Vernetzung und technisches Know-how ermöglichten neue Lösungsansätze, neue Angebots- und Vertriebsformen. Aus Künstlern, die oft gegen

die Gesellschaft ihre Kunst schufen, sind Kreative geworden, die ganz bewusst unternehmerisch und gesellschaftlich denken.

## **EINE STIMME FÜR DIE KREATIVWIRTSCHAFT**

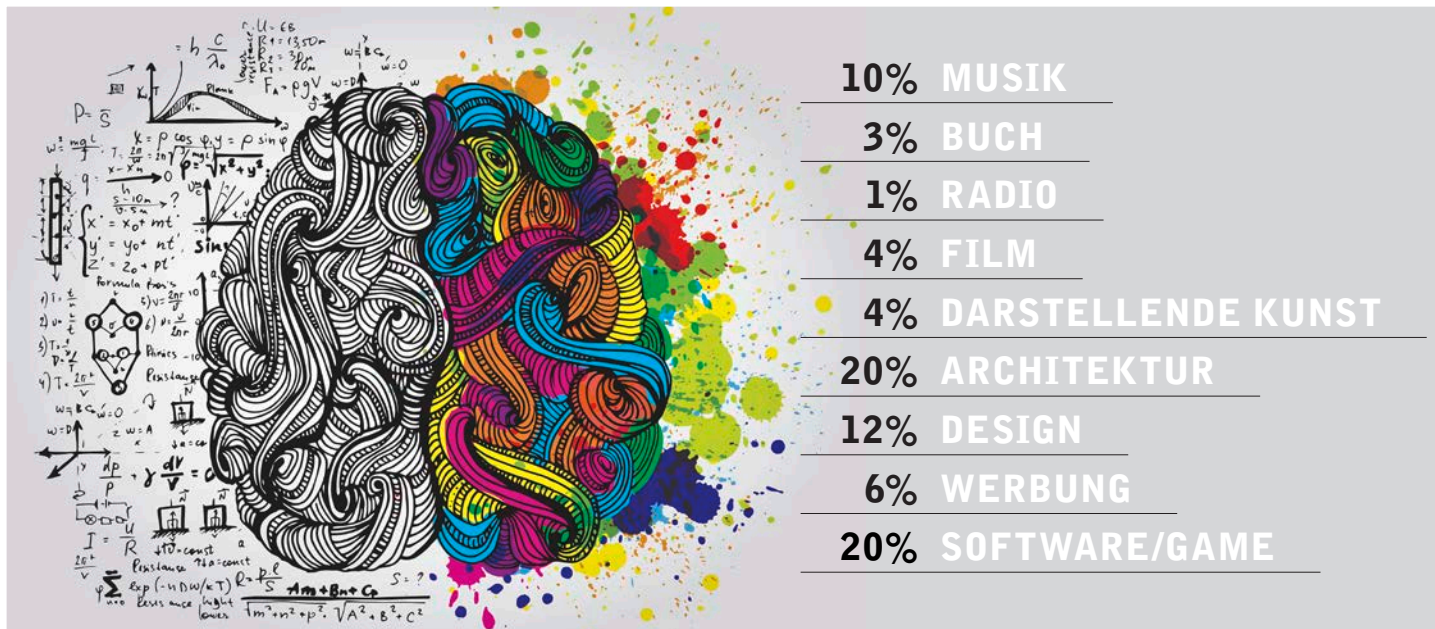
Die Schweiz ist arm an Bodenschätzen, aber reich an kreativem Potenzial. Gerade in Zürich trägt die Kreativwirtschaft, mit mehr als 8% der Gesamtbeschäftigung, einen wichtigen Teil zum Bruttosozialprodukt der Volkswirtschaft bei. Nicht verwunderlich, dass der 2009 gegründete «Verband Kreativwirtschaft Schweiz» auch hier ansässig ist. Ziel des Verbandes: Der Schweizer Kreativwirtschaft soll zu einem neuen Selbstverständnis verholfen und den Kreativen in der Wirtschaft eine politische Stimme gegeben werden. Und nicht zuletzt sollen die Rahmenbedingungen verbessert werden. Das Problem umschreibt Michel Pernet vom Verband der Kreativwirtschaft Schweiz so: «Kreativunternehmen in der Schweiz sind stark fragmentiert und untereinander kaum vernetzt. In den einzelnen kreativen Disziplinen gibt es noch kein gemeinsames Verständnis für Disziplinen übergreifende Anliegen. Darum wird die Kreativwirtschaft als Ganzes weder auf politischer noch auf medialer Ebene ihrer Bedeutung entsprechend wahrgenommen.»

## **AUCH EIN GENERATIONENPROBLEM**

Warum die Akzeptanz für die Kreativwirtschaft noch fehle, wollte eins<sup>A</sup> von Michel Pernet wissen. Seine Antwort: «Die Kreativwirtschaft wird zwar von den Kantonen gerne lobend erwähnt, aber nur selten als eigene Branche gesehen. Politiker kommen mit diesem so dynamischen Wirtschaftsbereich oft noch nicht klar, und häufig fehlt es am Verständnis für immaterielle Güter.» Seine Forderung: «Es gilt die Chance der Digitalisierung zu nutzen, sowohl das technische wie das kreative Know-how ist in der Schweiz

# – WACHSTUMS- RTIGER?

Anteil Beschäftigte nach Branchen in der aargauischen Kreativwirtschaft.



vorhanden und könnte besser genutzt werden.» Die teilweise noch fehlende Akzeptanz der Kreativwirtschaft ist für ihn auch ein Generationenproblem.

## FRÜH GEFÖRDERT IN ZÜRICH

Stadt und Kanton Zürich haben die Zeichen der Zeit schon früh erkannt und die Kreativwirtschaft strategisch positioniert. «Die Kreativwirtschaft sei ein Teil der wissensbasierten Ökonomie, deren Stellenwert stetig zunehmen, und ein wichtiger Innovationstreiber», schreibt beispielsweise Zürichs Stadtpräsidentin Corine Mauch – übrigens eine Aargauerin, im Bezirk Bremgarten aufgewachsen – im Vorwort des 3. Kreativwirtschaftsbericht der Stadt und des Kantons Zürich. Auftraggeber dieses Berichtes (2010) sind die Stadtentwicklung, die Standortförderung des Kantons Zürich und die Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK).


## NEUER BEGRIFF «CREATIVE ECONOMIES»

Der 2016 erschienene «Kreativwirtschaftsbericht Schweiz 2016» (ein Projekt der ZHdK in Zusammenarbeit

mit dem RISE Management Innovation Lab der Universität St. Gallen und der Critical-Thinking-Initiative der ETH Zürich) zeigt die Fülle des neuen Begriffs der «Creative Economies» auf und definiert das Spektrum der kreativen Berufe neu: Jeder, der an den Schnittstellen von Kultur, Wirtschaft und Technologie arbeitet und «kreativ» ist, zählt dazu. Also vom Journalisten über den Architekten bis hin zum Grafik-Designer, der beispielsweise bei einem Lebensmittel-Grossisten arbeitet. Die grössten Branchen der Kreativwirtschaft in der Schweiz sind Architektur (55 000 Angestellte), Musik (31 000), Presse (28 000) und Design (25 000). Insgesamt rechnet der Bericht schweizweit 466 000 Arbeitnehmer der Kreativwirtschaft zu.

## 5% DER BESCHÄFTIGTEN IM AARGAU

Die Künstler von einst sind mittlerweile zu Kreativen geworden. Sie arbeiten mit Profis aus Forschung und Wirtschaft zusammen, sie denken unternehmerisch und sehen Marktchancen, Nischen- und Zukunftsmärkte. Ihre Vorbilder sind Firmen wie Apple, Pixar, Tesla oder SpaceX.



Architektur: mit 20 % ein gewichtiger Teil des Kreativkuchens im Aargau. Gleichauf mit dem Software- und Game-Bereich.

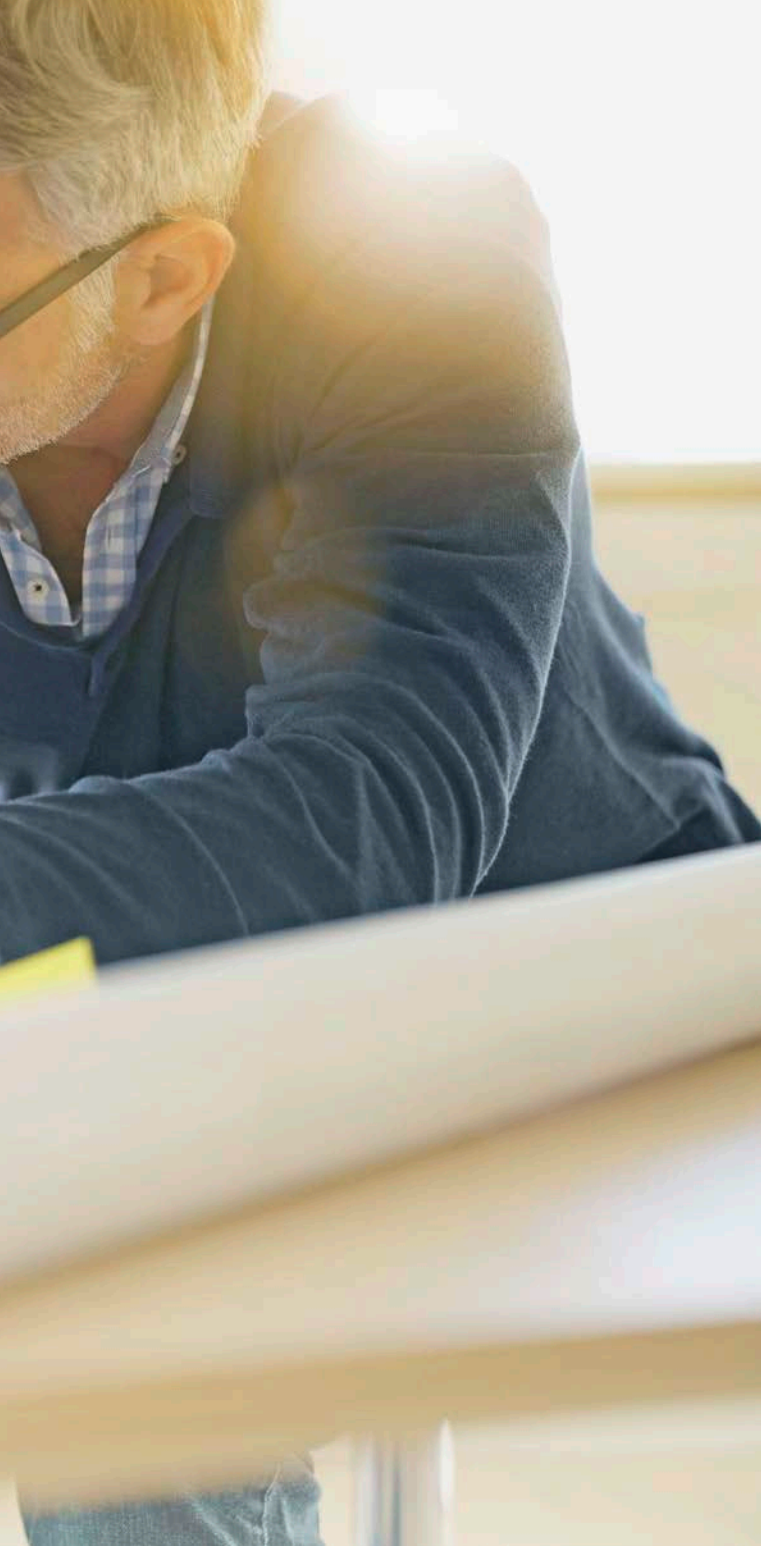
## «Noch fehlt in der Schweiz der Humus für die Kreativwirtschaft, deshalb verlieren wir unsere besten Talente...»

Erstaunlich: Die Schweizer Kreativwirtschaft macht mehr Umsatz als die Uhrenindustrie, rund 6 Prozent aller Beschäftigten sind in ihr tätig. Im Kanton Aargau macht die Kreativwirtschaft rund 11 Prozent aller Firmen aus und 5 Prozent der Beschäftigten. Besonders stark und über dem Schweizer Durchschnitt ist der Kanton Aargau in den Bereichen Architektur und Software-/Game-Entwicklung.

### GEZIELTE ANSIEDELUNG SCHWIERIG

Als eigentliche Hotspots der Kreativwirtschaft in der Schweiz gelten die Städte Zürich und Lausanne. Beide sind

Universitätsstädte. Kantonale Standortförderer vieler Kantone bemühen sich zunehmend um eine Ansiedlung neuer Unternehmen, um ein «Creative Cluster» zu bilden. Das Lockwort heisst auch hier attraktive Rahmenbedingungen. Auf der Webpage des Verbandes der Kreativwirtschaft werden die Anforderungen mit drei T umschrieben: Technologie, Talent und Toleranz. «Kreative Menschen», so ist zu lesen, «lassen sich am ehesten dort nieder, wo diese drei Faktoren als gesellschaftliche Realität existieren und aktiv gefördert werden.»



## IN DEUTSCHLAND EIN ZENTRALER WIRTSCHAFTSBEREICH

Während in der Schweiz die Kreativwirtschaft noch um Anerkennung kämpft, gilt die Kreativwirtschaft in Deutschland als ein «zentraler Wirtschaftsbereich für Innovation, Wachstum und Beschäftigung». So heisst es in einem Strategiepapier des Deutschen Bundestages von 2016:

«Autoren, Filmemacher, Musiker, bildende und darstellende Künstlerinnen und Künstler, Architekten, Designer und die Entwickler von Computerspielen schaffen künstlerische Qualität, kulturelle Vielfalt, kreative Erneuerung und stehen zugleich für die wirtschaftliche Dynamik einer auf Wissen und Innovation basierenden Ökonomie.»

## MAUERBLÜMCHENDASEIN

Obwohl die Kreativwirtschaft 11% der Gesamtwirtschaft ausmacht, fristet sie, so der Verband Kreativwirtschaft Schweiz, «in vielen Köpfen von Politikern ein Mauerblümchendasein». Sie hätten häufig den Künstler oder Grafiker vor Augen, der in seinem Homeoffice allein vor sich werkle. Dass der Industriedesigner in der Hightech-Unternehmung oder der Grafiker in der Pharmaindustrie auch einen Teil der Kreativwirtschaft darstelle, sei ihnen wohl oft nicht bewusst.

## NEUER KULTURBEGRIFF GEFORDERT

Vertreter der Kreativwirtschaft fordern von der Politik nicht nur Anerkennung und bessere Rahmenbedingungen, sondern auch einen neuen Kulturbegriff. Auch die Kulturförderung soll neu definiert werden. Statt immer die gleichen Institutionen und einzelne Autoren und Künstler einseitig zu fördern, sei vermehrt in die Strukturen zu investieren. Strukturen, die den Start-ups den Weg hin zu einer erfolgsorientierten Unternehmung erleichtern. Bei den Kulturförderstellen

## TALENTE WANDERN AB

«Noch fehlt in der Schweiz der Humus für die Kreativwirtschaft, deshalb verlieren wir unsere besten Talente immer und immer wieder an Hotspots wie Berlin und Los Angeles», erklärt Michel Pernet vom Verband Kreativwirtschaft Schweiz. «Unser Ziel ist die Schaffung eines Center of Creative Economies, einer Art Creative Silicon Valley, das den Austausch der besten Unternehmen der Kreativwirtschaft ermöglicht, die Zusammenarbeit mit den besten Technologiefirmen fördert und den Wissenstransfer von den Hochschulen in die Wirtschaft sicherstellt.»

kommen solche Wünsche eher schlecht an. Kulturförderung, so die Meinung, sei eben keine Wirtschafts- oder Standortförderung. Der Verband der Kreativwirtschaft wurde in dieser Angelegenheit kürzlich bei Bundesrat und Wirtschaftsminister Johann Schneider-Ammann und Aldo Caviezel, Präsident der Konferenz der kantonalen Kulturbeauftragten (KBK), vorstellig. Das Meeting soll positiv verlaufen sein...

## GAMIFIKATION SCHAFFT NEUE JOBS

Pro Helvetia und das Bundesamt für Kultur berichten regelmässig von den Erfolgen Schweizer Game-Designer an internationalen Anlässen. Das aufstrebende und ansteckende Medium wird in der Schweiz gefördert und ist im Aargau überdurchschnittlich stark vertreten.

Laut der Swiss Game Developers Association (SGDA) hat sich die Zahl der Schweizer Start-ups in der Game-Industrie von einigen wenigen Exoten im Jahr 2005 auf über 80 Betriebe 2018 erhöht. Für die bescheidene Branchengrösse gewinnt die Schweiz – gemäss SGDA – vergleichsweise viele internationale Game-Preise. Zwar sagt SGDA-Präsident Matthias Sala: «Die Game-Industrie ist das beste zukunftsweisende Beispiel, wie ein aufstrebendes Medium sich als Wirtschaftszweig international erfolgreich durchsetzt und Arbeitsplätze schafft.» Dass die Erfolge letztlich nicht unbedingt in der Schweiz anfallen, zeigt das Beispiel des Aargauer Spielentwicklers Simon Füglister (26, Untersiggenthal). Von der Zürcher Hochschule der Künste fürs Gamedesign-Studium abgelehnt, ging der junge Designer an die Games Academy in Frankfurt. Sein erstes selbst entwickeltes Spiel verhalf ihm in der Szene zum Durchbruch. Mittlerweile arbeitet er in einem internationalen Team von Game-Entwicklern.

### POLITISIEREN MIT GAMES

Computer-Games können nicht nur Jugendliche ansprechen und müssen nicht weitgehend sinnfrei sein. Den Beweis erbringt OpinionGames – ein Start-up aus Brugg, das auch komplexe Themen aus Politik und Gesellschaft spielerisch vermitteln will. Das aus einer Masterarbeit an der Zürcher Hochschule der Künste hervorgegangene Start-up von CEO Benjamin Lemcke trat erstmals mit einem ausgearbeiteten Spiel zur zweiten Gotthardröhre an die Öffentlichkeit. Ob Atomausstieg, Gotthardsanierung, Grundeinkommen oder AHV-Revision – OpinionGames sieht ihre Chance sowohl in der Politik, in der Wirtschaft wie auch im Bildungsbereich. «Der Standort Brugg war für uns goldrichtig», betont Art Director Sebastian Imbach. Beim Start-up – 2016 gegründet – läuft es für das Zweierteam richtig gut. «Die Kunden schätzen Schweizer Arbeit», meint er. Die Gamifikation biete sehr viele und neue Möglichkeiten. Unterschätzt würde von den Kunden häufig noch der zeitliche und finanzielle Aufwand. «Die dritte Dimension kostet halt», betont Imbach lachend.



## Das RUZ Aarau-West: Wo Unternehmer Zukunft schaffen.

«Im RUZ erhalten Sie für jede Phase Ihres Unternehmens volle Unterstützung auf Augenhöhe. Wir messen uns am Erfolg unserer Mandate und fokussieren uns auf die Kernthemen «Digitalisierung und digitaler Wandel», «Innovationen für Produkte und Verfahren», «Effektivität und Effizienz», «Firmennachfolge und Generationenwechsel» sowie «Neue Geschäftsmodelle und Strategien». Es ist das, was für Industrie und Gewerbe gerade jetzt besonders relevant ist.

Im RUZ tauscht man sich gegenseitig aus und widmet sich den Fragen rund um dynamisches Unternehmertum. Buchen Sie ein kostenloses Unternehmertumsgespräch, besuchen Sie Events und Workshops oder werden Sie Clubmitglied. Im RUZ fühlen Sie sich verstanden. Ganz nach dem Motto: «Für Unternehmer. Von Unternehmern.»



Felix Heimgartner, Leiter a.i. RUZ Aarau-West

RUZ Aarau-West • Muhenstr. 48 • 5036 Oberentfelden  
Tel. 062 724 16 16 • [www.ruz.ch](http://www.ruz.ch)

Aarau-West • Baar • Burgdorf • Gossau • Yverdon-les-Bains

### Impuls-Veranstaltung

**Digitale Trends, die auch vor KMU nicht Halt machen.**

Mit Stefan Jeker, Leiter RAI Lab Raiffeisen Schweiz  
Mittwoch, 23. Mai | 18.30 – 21.00 Uhr



### Impuls-Veranstaltung

**Big Data verändert die Welt!**

Mit IBM Trendforscher Moshe Rappoport  
Mittwoch, 20. Juni | 18.30 – 21.00 Uhr



Das Unternehmerzentrum der Raiffeisen Gruppe  
Le Centre des Entrepreneurs du Groupe Raiffeisen  
Il centro imprenditoriale del Gruppo Raiffeisen



# EINGELADEN



Engagieren auch Sie sich in Ihrer Freizeit für Kultur?  
Dann sind Sie eingeladen, 50 Aargauer Museen gratis  
neu zu entdecken!

Willy Nabholz entschlüsselt  
im Freiwilligenprogramm vom  
Museum Aargau Geheimnisse.



Ana Schoch sorgt am  
Metschglatsch-Openair  
für Ordnung hinter der Bar.



PATRIMOINE2018  
KULTURERBE2018  
PATRIMONIO2018  
PATRIMONI2018

1.4.2018 – 31.3.2019  
[www.eingeladen.ch](http://www.eingeladen.ch)