

Research Note n°3 (2020)

# «Sleeping Beauty» III, Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz

Verfasser: Roman Page und Christoph Weckerle

Die vorliegende Research Note ist Teil einer Reihe von vier Research Notes des Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste zur Frage der wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Krise auf den kulturellen Sektor.

**Vorbemerkung** – (Christoph Weckerle)

**Research Note 1** – Roosevelt, die WPA und die US-amerikanische Soforthilfepolitik in den Jahren 1936–1939 (Frédéric Martel)

**Research Note 2** – Die Weltkulturkrise (Frédéric Martel)

**Research Note 3** – Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz (Roman Page, Christoph Weckerle)

**Research Note 4** – Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft (Simon Grand, Christoph Weckerle)

**ABSTRACT** | Seit Februar 2020 hält die COVID-19-Epidemie weite Teile der Weltwirtschaft in ihrem Bann. In der Kreativwirtschaft hat dies nicht nur schwerwiegende wirtschaftliche Folgen, sondern auch Konsequenzen für die Identität und die Organisation dieses Bereichs. Die folgenden vier Notes (1) erinnern an frühere, insbesondere die während der Weltwirtschaftskrise von 1929 eingeführten, Soforthilfeprogramme; (2) untersuchen die aktuelle Lage des gesamten kulturellen Sektors sowie seiner einzelnen Sektoren; (3) präsentieren aktuell verfügbare statistische Daten. Teil (4) liefert eine Reihe von Vorschlägen und Analysen, welche die Kreativwirtschaft mit Bezug auf die etablierten Zugänge neu zu beschreiben versucht.

**Vorbemerkungen**

Research Note III  
Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz

III.1 Creative Economy, Switzerland, 2016-2018

III.2 Analyse der Creative Economy nach Subsektoren und weiteren relevanten Kriterien für die Diskussion über die Auswirkungen von Covid-19

III.3 Fazit

**Vorbemerkungen**

Die Research Notes, die bisher über die Auswirkungen von Covid-19 auf den kulturellen Sektor verfasst wurden, lassen bereits die gesamte Dramatik der Lage erahnen. Nahezu alle kulturellen Einrichtungen, ob Museen und Galerien, Konzerthäuser oder Musik-Clubs, Buchhandlungen oder Bibliotheken, sind geschlossen. Die Nachfrage nach kulturellen Angeboten ist zusammengebrochen. Grossveranstaltungen wurden – zumindest bis zum Herbst – abgesagt und selbst dann ist fraglich, ob sie stattfinden können, weil das auch die Wiederaufnahme des internationalen Flugverkehrs voraussetzt. Viele Kleinunternehmen im Kulturbereich sowie ihre Inhaberinnen und Inhaber sind von Zwangsräumungen bedroht, da sie ihre Miete nicht mehr bezahlen können. Inzwischen wird sogar bemängelt, dass die für kleine und mittlere Unternehmen eingeführten Hilfsmassnahmen nicht für die Kreativwirtschaft geeignet sind.

Dieses Gesamtbild trifft allerdings nicht auf alle Sektoren zu. Streaming-Plattformen, die digitale Inhalte bereitstellen, verzeichnen beispielsweise eine starke Zunahme von Abonnenten und werden häufiger genutzt als vor der Krise. Das Gleiche gilt teilweise für international agierende Agenturen. Innovative Organisationen positionieren sich jetzt neu – mit neuartigen digitalen Angeboten. Die Lage scheint verworren, Standpunkte und Analysen widersprüchlich; alt-bekannt Konzepte, wie etwa staatliche Finanzhilfen für kulturelle Einrichtungen, helfen nicht in allen Fällen weiter.

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist als Zentrum für Forschung und Analyse schon seit mehr als einem Jahrzehnt bestrebt, an den Schnittstellen zu

Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft Entwicklungen zu analysieren, aktuelle Ereignisse in ihren Kontext einzuordnen und zukunftsfähige Strategien zu finden. Ergebnis dieser Arbeit sind auch Research Notes, die punktuell, flexibel und zeitnah publiziert werden. Diese «Research Notes» zu den vom ZCCE bearbeiteten Themen sollten nicht nur der wissenschaftlichen Community zugänglich sein. Denn wir sind überzeugt, dass unsere Beobachtungen und Analysen, auch als «work in progress», schon jetzt dem aktuellen Diskurs wichtige Impulse geben können.

Daher erschien es uns geboten, die Auswirkungen von Covid-19 auf den kulturellen Sektor möglichst zeitnah im Rahmen von vier Research Notes zu untersuchen:

- Research Note 1 stellt die aktuelle Situation in einen historischen Kontext. Sie zeigt, wie man in der Vergangenheit mit einer vergleichbaren Situation «umgegangen» ist und welche Erkenntnisse sich daraus für die heutige Zeit gewinnen lassen;
- Research Note 2 beruht auf Interviews, die auf unterschiedlichen Kontinenten mit Akteurinnen und Akteuren aus dem Kulturbereich geführt wurden. Als gemeinsamer Grundtenor zeichnet sich ab, dass der Bedarf an Unterstützung genauso vielfältig ist wie die extrem heterogenen Gegebenheiten;
- Research Note 3 enthält eine auf öffentlichen Statistiken beruhende Analyse. Wir werten die neuesten verfügbaren Daten zur Schweiz aus und versuchen, Besonderheiten der Kreativwirtschaft hervorzuheben, die in der aktuellen Diskussion zu oft vernachlässigt werden.
- Research Note 4 wird im Juni veröffentlicht. Sie wird die Gelegenheit bieten, alternative

Strategien für die Kreativwirtschaft zu erörtern, die u.a. auf den Research Notes 1 bis 3 basieren.

Ganz allgemein gehen wir davon aus, dass die derzeitige Krise keine neuen Probleme aufwirft, sondern die bestehenden Schwierigkeiten der Kreativwirtschaft verschärft. Die Research Notes 1 bis 4 sind daher nicht als kurzfristige Empfehlungen zur Lösung der aktuellen Probleme gedacht. Als strategische Analysen sollen sie vielmehr zeigen, wie eine nachhaltige Wertschöpfung

aussehen könnte oder welche Arten der Finanzierung langfristig gebraucht werden.

Den Forschungsgrundsätzen des ZCCE entsprechend betrachten wir den Gegenstand unserer Untersuchung aus verschiedenen Perspektiven: historisch, soziologisch, statistisch oder unternehmerisch. Dabei beleuchten wir das Thema sowohl aus schweizerischer als auch aus einer internationalen Warte.

Christoph Weckerle

#### Vorbemerkungen

#### Research Note III Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz

III.1 Creative Economy, Switzerland, 2016-2018

III.2 Analyse der Creative Economy nach Subsektoren und weiteren relevanten Kriterien für die Diskussion über die Auswirkungen von Covid-19

III.3 Fazit

## Research Note III

### Die Schweizer Kreativwirtschaft Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz

Die vorliegende Research Note 3 liefert eine statistische Analyse zur Creative Economy der Schweiz. Basierend auf der aktuellsten verfügbaren Schweizer Arbeitskräfteerhebung (SAKE) des Bundesamtes für Statistik (BFS)<sup>1</sup>, haben wir eigene Berechnungen und Schätzungen zu Grösse und Struktur der Creative Economy der Schweiz bzw. ihrer Subsektoren durchgeführt. Einzelne der nachfolgenden Tabellen und Graphiken werden für die Schweiz zum ersten Mal publiziert. Die Daten lassen noch keine Aussagen zu möglichen Effekten der Covid-19 Krise zu. Allfällige Auswirkungen werden im Spätsommer analysiert werden können. Wir liefern demnach ein Bild der Vor-Corona

Periode. Auf dieser Grundlage werden wir ein umfassendes Bild möglicher Effekt im Herbst erstellen können.

Dabei stellen wir einen Überblick zur Creative Economy der Schweiz in ihrer Gesamtheit und zu ihren heterogenen Subsektoren her. Das Spannungsfeld zwischen dem Ganzen und seinen Teilen ist eine der Herausforderungen in der aktuellen Debatte in der Schweiz: Wenn es um finanzielle Unterstützung und um Überbrückungskredite geht, wird durch die betroffenen Akteure oft ein homogener Branchenkomplex beschrieben. Gleichzeitig signalisieren alle Subsektoren spezifische Bedürfnisse. Der Live-Bereich bricht zusammen, während digitale

<sup>1</sup> Seit 1991 wird die Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE) im Auftrag des Bundesrats jährlich vom Bundesamt für Statistik (BFS) durchgeführt. Diese telefonische Personenbefragung liefert repräsentative Daten über die Erwerbsstruktur und das Erwerbsverhalten

der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz. Die SAKE wird anhand einer repräsentativen Stichprobe mit jährlich rund 120 000 Interviews durchgeführt.

## Vorbemerkungen

Research Note III  
Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz

### III.1 Creative Economy, Switzerland, 2016-2018

III.2 Analyse der Creative Economy nach Subsektoren und weiteren relevanten Kriterien für die Diskussion über die Auswirkungen von Covid-19

## III.3 Fazit

Formate zulegen. Die Nachfrage nach vielen Designdienstleistungen kommt zum Stillstand, während Schriftstellerinnen und Schauspieler weiterhin an ihren Texten schreiben, ... Research Note 3 versucht demnach einen möglichst vielschichtigen Blick auf die Creative Economy und auf die einzelnen Subsektoren. Dabei haben wir den öffentlichen Sektor bewusst nicht im Blick - auch wenn dies zuweilen herausfordernd ist, da sich öffentlich und privat in einzelnen Bereichen durchmischen.

### III.1 Creative Economy, Switzerland, 2016-2018

Diese statistische Analyse schaut aus der Perspektive der wirtschaftlichen Tätigkeiten und Berufe auf die Creative Economy der Schweiz<sup>2</sup>. Diesem methodischen Zugang liegt die Vermutung zugrunde, dass kreative Berufe auch ausserhalb der Kreativwirtschaft zu finden sind: «This methodology is based on the theoretical and empirical argument that the creative industries are <those industries that specialise in the employment of creative talent for commercial purposes> — that is, have unusually high proportions of their workforce employed in creative occupations (<creative intensity>).»<sup>3</sup>

Basierend auf den Klassifikation von kreativen Berufen und Branchen gemäss UK's

DCMS und Nesta<sup>4</sup>, werden mit der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung (SAKE) die Creative Economy der Schweiz und ihre Komponenten (erwerbstätig als «specialist», «non-specialist» und «embedded») berechnet bzw. geschätzt.

Die Beschäftigung in der Creative Economy ergibt sich dabei durch die Summe der Erwerbstätigen der Creative Industries und aller kreativen Jobs in anderen Branchen (embedded). Die Creative Economy besteht somit aus drei Gruppen von Erwerbstätigen:

1. Non-specialists (support): Erwerbstätige, die in einer kreativen Branche einem nicht-kreativen Beruf nachgehen, etwa eine Buchhalterin in einem Verlag
2. Specialists: Erwerbstätige, die in einer kreativen Branche einen sogenannten kreativen Beruf ausüben, beispielsweise ein Tänzer in einem Ensemble oder eine Journalistin, die für eine Tageszeitung schreibt
3. Embedded: Erwerbstätige, die einen kreativen Beruf in einer Branche ausserhalb der Creative Industries haben, etwa eine Game-Designerin bei einem Finanzdienstleister.

Tab. 1 zeigt die Erwerbstätigen in der Creative Economy Schweiz für die Jahre 2016 bis 2018 und den Durchschnittswert dieser drei Jahre. Zwischen 2016 und 2018 arbeiteten in der Schweiz im Durchschnitt rund 501 000 Personen in der Creative

<sup>2</sup> Vgl. Page, Roman / Weckerle, Christoph, Creative Economy Switzerland, in Schiller, Janine (Hg.): Unternehmerische Strategien für eine «Positive Ökonomie», 3rd Creative Economies Report Switzerland, Zürich 2018

<sup>3</sup> Bakhshi, Hasan / Hargreaves, Ian / Mateos-Garcia, Juan: A Manifesto for the Creative Economy. Nesta, London 2013.

<sup>4</sup> In der Methodologie des «dynamic mapping» der Innovationsstiftung Nesta wird zuerst ein Set von kreativen Berufen bzw. Tätigkeiten bestimmt («creative occupations»). Anschliessend werden alle Branchen der Wirtschaft auf deren Anteil an diesen kreativen Berufen hin analysiert («creative intensity»). Diejenigen Branchen, welche einen bestimmten Mindestanteil an kreativen Berufen und Tätigkeiten ausweisen, werden dann als «creative» bezeichnet, der Rest als «non-creative». Schliesslich wird nach dem Creative-Trident-Ansatz die Beschäftigung berechnet.

**Tab. 1: Creative Economy Employment, Switzerland, 2016–2018**

Employed persons

	Specialist	Non-Specialist	Creative Industries	Embedded	Creative Occupations	Creative Economy
2016	124,000	134,000	258,000	239,000	364,000	498,000
2017	118,000	137,000	255,000	232,000	350,000	487,000
2018	130,000	142,000	273,000	245,000	375,000	517,000
Average 2016–2018	124,000	138,000	262,000	239,000	363,000	501,000
Share of creative economy in %	25	28	52	48	72	100
Share of total workforce in %	3	3	6	5	8	11

Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Economy. Dies entspricht 11 % aller Erwerbstätigen der Schweiz. Etwa die Hälfte davon (262 000) sind in den Creative Industries erwerbstätig, während die andere Hälfte (239 000) einem kreativen Beruf ausserhalb der Creative Industries in der breiter definierten Creative Economy nachgeht («embedded»).

Betrachtet man nur jene Personen mit einem kreativen Beruf, die sogenannten Creative Occupations (363 000), verdienen sogar etwa zwei Drittel von ihnen (239 00) ihr Geld ausserhalb der Creative Industries.

Die Zahlen können auch in Form eines Creative Trident-Modells dargestellt werden, mit den Branchen als Spalten und den Berufen als Zeile (Tab. 2). Ergänzend zeigt diese Darstellung den Bezug zur Gesamtwirtschaft der Schweiz auf. Es wird deutlich, dass die Erwerbstätigen der Creative Economy, die sich aus der Summe der drei hinterlegten Felder ergeben, rund einen von zehn Jobs in der Schweiz ausmachen.

Die Tabelle zeigt deutlich, dass die Creative Economy in der Schweiz gemäss einer international geläufigen Definition eine substantielle Grösse erreicht haben. Es ist daher folgerichtig und problemlos nachvollziehbar, dass sich die einzelnen Subsektoren in einer Situation, wie sie durch Covid-19 hervorgerufen wird, zu Wort melden.

Es fällt jedoch auf, dass sich die Creative Economy der Schweiz auch in einer Krisensituation kaum in der Lage sieht, ihr Lobbying abzustimmen. Organisationen und Akteure der einzelnen Subsektoren haben je eigene Forderungen und Agenden. Diejenigen von Erwachsenenbildungsinstitutionen unterscheiden sich von Game-Entwicklern oder von Mikrounternehmungen. Erschwerend kommt dazu, dass sich Künstler und Designer kaum als Kreative oder gar Zugehörige zur Creative Economy betrachten. Aus dieser Heterogenität erwächst eine herausfordernde Situation für Förderagenturen und politische Entscheidungsträger.

**Tab. 2: Creative Trident, Switzerland, Average 2016–2018**

Employed persons

	Creative Industries	Non-Creative Industries	All Industries
Creative Occupations	Specialists 124,000	Embedded 239,000	Creatively-occupied jobs 363,000
Non-Creative Occupations	Non-Specialists 138 000	Non-Creative 4,138,000	Non creatively-occupied jobs 4,275,000
All Occupations	Working in the Creative Industries 262,000	Working outside the Creative Industries 4,377,000	Workforce 4,639,000

Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Vorbemerkungen

Research Note III  
Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der SchweizIII.1 Creative Economy,  
Switzerland, 2016-2018**III.2 Analyse der Creative Economy nach Subsektoren und weiteren relevanten Kriterien für die Diskussion über die Auswirkungen von Covid-19**

III.3 Fazit

Ist die Creative Economy nun ein systemrelevanter Branchenkomplex, welcher in die Covid-19 Stützprogramme integriert werden soll, oder handelt es sich lediglich um einen Dachbegriff, welcher unterschiedlichste Subsektoren verbindet?

Wie soll man mit dieser Herausforderung umgehen? Auf internationaler Ebene hat sich der Diskurs in den letzten Jahren weiterentwickelt.

Waren es anfangs in erster Linie quantitative Zugänge (Anzahl Beschäftigte, Anteil am BIP), so werden zunehmend qualitative Zugänge verwendet. Der Fokus liegt z.B. auf der Funktion der Creative Economy im Wertschöpfungs-system der Gesamtwirtschaft (WIPO, 2017<sup>5</sup>) oder auf der Entwicklung eines neuen Innovationsverständnisses (Nesta). Solche Argumentationslinien weisen dann über einzelne Subsektoren hinaus.

## III.2 Analyse der Creative Economy nach Subsektoren und weiteren relevanten Kriterien für die Diskussion über die Auswirkungen von Covid-19

Wir sind überzeugt, dass für zukunftsfähige Aussagen zur Creative Economy der Schweiz detailliertere Analysen der einzelnen Subsektoren und ein erweitertes Analyseraster notwendig ist. Die nachfolgenden Kapitel setzen sich zum Ziel, hier einen ersten Beitrag zu leisten.

<sup>5</sup> World Intellectual Property Report 2017: Intangible capital in global value chains. Geneva : World Intellectual Property Organization (WIPO) 2017.

**Tab. 3: Employment in the Creative Economy by Sub-sectors, Switzerland, Average 2016–2018**  
Employed persons

	Specialist	Non-Specialist	Creative Industries	Embedded	Creative Occupations	Creative Economy
IT, software and computer services	37,000	43,000	80,000	76,000	113,000	156,000
Advertising and marketing	10,000	11,000	21,000	71,000	81,000	92,000
Architecture	29,000	26,000	54,000	23,000	52,000	77,000
Design: product, graphic and fashion; crafts	10,000	8,000	18,000	44,000	54,000	63,000
Music, performing and visual arts	12,000	20,000	32,000	7,000	19,000	39,000
Publishing	8,000	11,000	19,000	9,000	17,000	28,000
Film, TV, video, radio and photography	14,000	8,000	22,000	4,000	18,000	26,000
Museums, galleries and libraries	5,000	10,000	15,000	4,000	9,000	19,000
<b>Creative Economy</b>	<b>124,000</b>	<b>138,000</b>	<b>262,000</b>	<b>239,000</b>	<b>363,000</b>	<b>501,000</b>

Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

### III.2.1 Employment by Sub-sectors in the Swiss Creative Economy

Die für die gesamte Creative Economy der Schweiz errechneten Werte lassen sich für einzelne Subsektoren ausweisen. Die meisten Erwerbstätigen sind in den Subsektoren IT, software and computer services (156 000), Advertising and marketing (92 000) sowie Architecture (77 000) zu finden. Diese drei Subsektoren stellen rund zwei Drittel aller Erwerbstätigen in der Creative Economy.

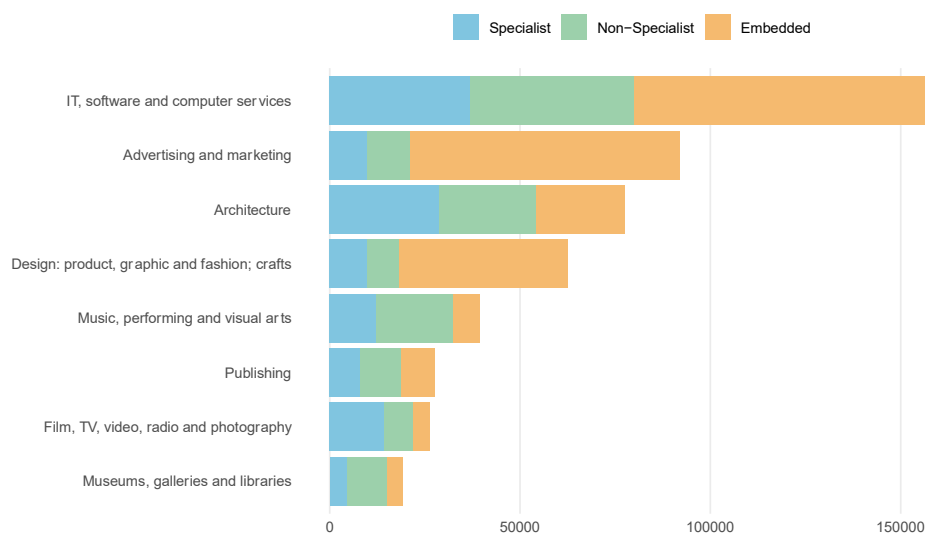
Tab. 3 zeigt, dass für die Creative Industries das Verhältnis zwischen «specialists» und «non-specialists » unterschiedlich ausfällt. Während für die Subsektoren Film, TV, video, radio and photograph oder

Architecture der Anteil der «Specialists» überwiegt, ist das Verhältnis bspw. für den Subsektor Music, performing und visual arts umgekehrt. Eine erste Interpretation könnte dahin gehen, dass die Produktionen in diesen Bereichen personalintensiver und diversifizierter realisiert werden als die Kernleistungen der Architecture.

Ähnliches zeigt sich für die Gruppe der «embedded». Während der hohe Wert für Advertising and marketing oder Design: product, graphic and fashion; crafts darauf hinweist, dass diesbezügliche Berufe dezentral in den Unternehmen angesiedelt und stark ausserhalb der Werbe- bzw. Designbranche zu finden sind, kann der vergleichsweise niedrige Wert für Museums, galleries and libraries umgekehrt gelesen werden. Dabei handelt es sich jedoch lediglich um erste



**Fig. 1: Employment in the Creative Economy by Sub-sectors, Switzerland, Average 2016–2018**  
Employed persons



Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Interpretationen, welche im Austausch mit Branchenkennern vertieft werden müssen.

Es ist allgemein bekannt, dass die Beschäftigungsverhältnisse in der Creative Economy heterogen sind. Gross Subsektoren wie Werbung oder IT / Software stehen neben kleineren wie Museen und Galerien. In der Schweiz ist hingegen wenig erkannt, dass einzelne Subsektoren einen sehr hohen Anteil an sogenannten «embedded» Akteuren ausweisen. Für die Diskussion möglicher Massnahmen gälte es demnach zu berücksichtigen, dass die Auswirkungen von Covid-19 auf die Kreativwirtschaft selbst lediglich ein relevanter Aspekt sind. Der hier verwendete Ansatz der Creative Economy zeigt auf, dass ein möglicher Einbruch in ausgewählten Subsektoren sich auch auf weitere Bereiche der Schweizer Volkswirtschaft auswirken kann.

### III.2.2 Employment by Major Region

Mit 130 000 Erwerbstätigen in der Creative Economy stellt die Grossregion Zürich rund ein Viertel (26 %) der Creative Economy Schweiz, gefolgt von Espace Mittelland (97 000, 19 %), Genferseeregion (83 000, 17 %), Nordwestschweiz (66 000, 13 %), Ostschweiz (60 000, 12 %), Zentralschweiz (49 000, 10 %) und Tessin (16 000, 3 %).

Der Anteil der Erwerbstätigen der Creative Economy an der Gesamtwirtschaft (Share of total workforce) ist in der Region Zürich (15 %) grösser als im Gesamttraum Schweiz (11 %), während in den restlichen Grossregionen der Anteil unter demjenigen im Grossraum Schweiz liegt.



**Fig. 2: Employment in the Creative Economy by Major Region, Switzerland, Average 2016–2018**

Employed persons, Share of total workforce in %



Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Die Region Zürich könnte in besonderem Masse von einer Krise in der Creative Economy betroffen sein. Als Wirtschaftsmotor der Schweiz würde sich dies in einzelnen Bereichen auf die gesamte Schweiz auswirken. Für die Diskussion von zukunftsfähigen Creative Economy-Szenarien braucht es demnach Analysen auf regionaler und nationaler Ebene.

### III.2.3 Employment by Level of Education

In der Creative Economy ist der Anteil der Erwerbstätigen mit einer Ausbildung auf Tertiärstufe (62 %) deutlich höher als in der Gesamtwirtschaft (40 %).

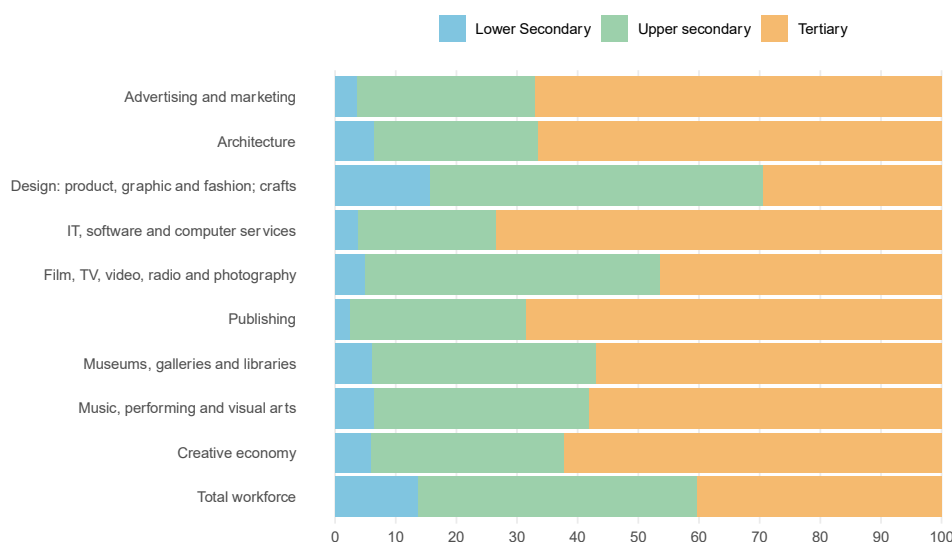
Die Subsektoren IT, software and computer services (73 %), Publishing (68 %),

Advertising and marketing (67 %) und Architecture (66 %) haben die höchsten Anteile Erwerbstätiger mit Tertiärausbildung. Der Subsektor Design: product, graphic and fashion; crafts (30 %) hingegen hat den tiefsten Anteil.

Die Creative Economy weist einen substantiellen Anteil an Personen mit Tertiärababschluss aus. Für diese Gruppe von Hochqualifizierten kann von einer ausgeprägten intrinsischen Motivation für ihre Tätigkeit ausgegangen werden. Dies sind wichtige Voraussetzungen für innovative Ökosysteme im Bereich Startup oder Innovation.

Die Unterschiede in den Subsektoren sind teilweise deutlich. Es ist aus unserer Sicht jedoch lohnenswert, diesen Fokus in Zukunft zu vertiefen.

**Fig. 3: Employment in the Creative Economy by Level of Education, Switzerland, Average 2016–2018, Employed persons, Shares in %**



Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

### III.2.4 Employment by Age Class

In der Creative Economy ist der Anteil der Erwerbstätigen im Alter von 25–39 Jahren (38 %) höher und der Anteil der Erwerbstätigen im Alter 55 und mehr (18 %) tiefer als in der Gesamtwirtschaft (32 % und 21 %).

Die Subsektoren IT, software and computer services (42 %), Advertising and marketing (42 %) und Film, TV, video, radio and photography (42 %) haben die höchsten Anteile Erwerbstätiger im Alter von 25–39 Jahren. Die Subsektoren Music, performing and visual arts (32 %), Museums, galleries and libraries (26 %) und Publishing (25 %) hingegen haben die höchsten Anteile Erwerbstätiger im Alter von 55 und mehr Jahren.

Der Anteil der Personen in der Altersgruppe 25-39 ist in der Creative Economy

höher als in der Gesamtwirtschaft - und dies in beinahe allen Subsektoren.

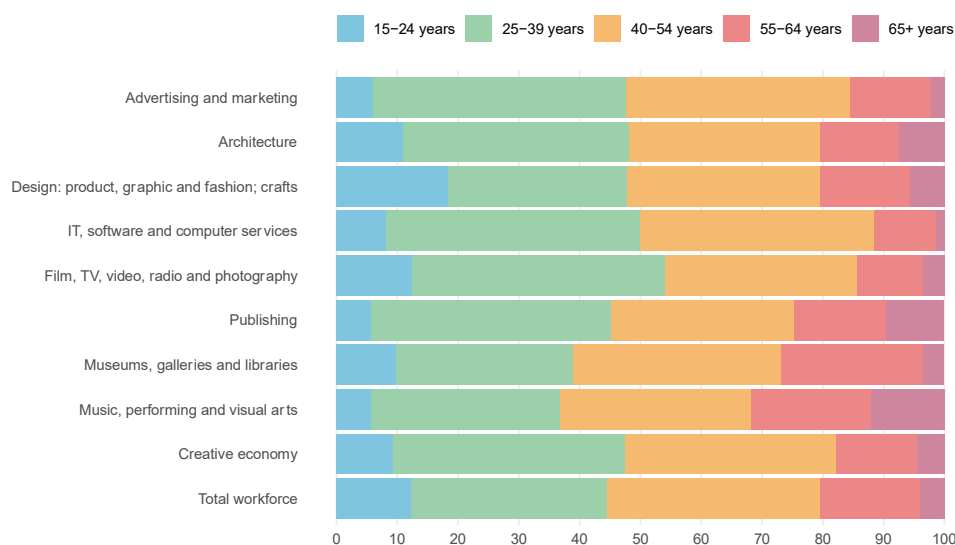
Dies weist auf einen relevanten Anteil an vergleichsweise jungen Akteuren in dieser Ökonomie hin. In vertieften Analysen gilt es deren Vernetzung mit einer internationalen Startup-Szene zu beschreiben.

### III.2.5 Employment by Work-time Percentage

In der Creative Economy ist der Anteil der Vollzeit-Erwerbstätigen (68 %) leicht höher und der Anteil der Teilzeit-Erwerbstätigen (32 %) leicht tiefer als in der Gesamtwirtschaft (64 % und 36 %).

Die Subsektoren IT, software and computer services (82 %), Advertising and marketing (75 %), Design: product, graphic and fashion; crafts (72 %) und Architecture (71 %) haben die höchsten Anteile Vollzeit-Erwerbstätiger.

**Fig. 4: Employment in the Creative Economy by Age Class, Switzerland, Average 2016–2018**  
Employed persons, Shares, in %



Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

Die Subsektoren Museums, galleries and libraries (69 %), Music, performing and visual arts (65 %) und Publishing (54 %) hingegen weisen die tiefsten Anteile Teilzeit-Erwerbstätiger aus.

Der Vergleich von Vollzeit- und Teilzeitanstellungen in den Creative Economy ergibt ein interessantes Bild. Während Förderagenturen oft von einer hohen Zahl an Teilzeitanstellungen ausgehen, weist die Graphik einen beträchtlichen Anteil an Vollzeitstellungen aus. Dies gilt sowohl für die meisten Subsektoren als auch die Creative Economy in ihrer Gesamtheit. Gleichwohl finden sich innerhalb der Subsektoren beträchtliche Unterschiede - z.B. zwischen Musik und Architektur. Mögliche Stützmassnahmen für die Creative Economy sollten sich jedoch nicht schwerpunktmässig an Teilzeitbeschäftigung ausrichten.

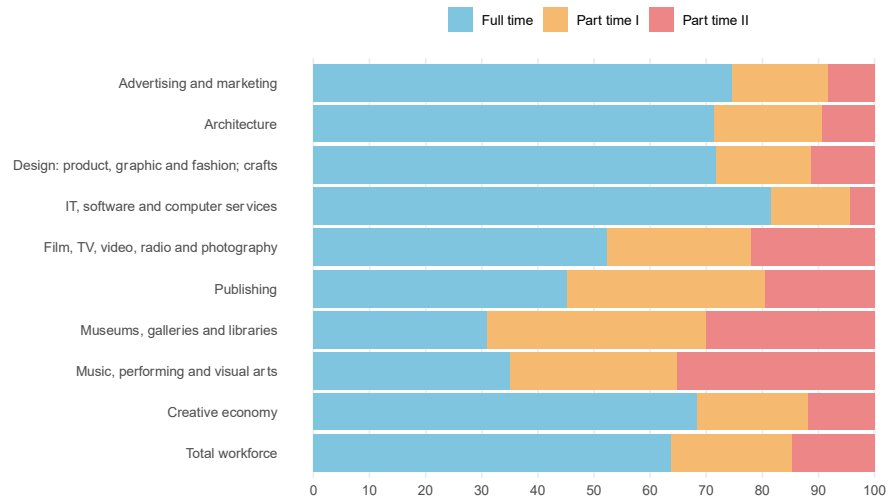
### III.2.6 Employment by contract form

In der Creative Economy ist der Anteil der Erwerbstätigen in einer dauerhaften Anstellung (70 %) leicht tiefer und der Anteil der Selbständig-Erwerbstätigen (21 %) höher als in der Gesamtwirtschaft (74 % und 15 %).

Die Subsektoren Advertising and marketing (81 %) und IT, software and computer services (79 %) haben die höchsten Anteile Erwerbstätiger in einer dauerhaften Anstellung und die tiefsten Anteile Selbständig-Erwerbstätiger (13 % und 12 %).

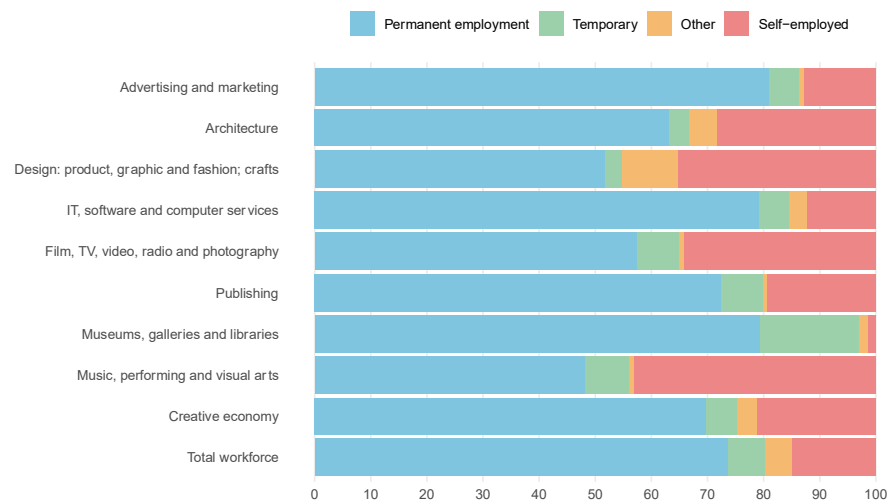
Die Subsektoren Music, performing and visual arts (48 %) and Design: product, graphic and fashion; crafts (52 %) hingegen weisen die tiefsten Anteile Erwerbstätiger in einer dauerhaften Anstellung und die höchsten Anteile Selbständig-Erwerbstätiger (43 % und 35 %) aus.

**Fig. 5: Employment in the Creative Economy by Work-time Percent, Switzerland, Average 2016–2018**  
Employed persons, Shares in %



Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

**Fig. 6: Employment in the Creative Economy by Contract Form, Switzerland, Average 2016–2018**  
Employed persons, Shares in %



Quellen: BFS, SAKE; eigene Berechnungen Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK)

## Vorbemerkungen

## Research Note III

Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz

III.1 Creative Economy, Switzerland, 2016-2018

III.2 Analyse der Creative Economy nach Subsektoren und weiteren relevanten Kriterien für die Diskussion über die Auswirkungen von Covid-19

## III.3 Fazit

Diese Graphik weist auf weitere Aspekte hin, welche in den laufenden Diskussionen um die Kreativwirtschaft kaum eine Rolle spielen. Hier zwei Beispiele: In Übereinstimmung mit internationalen Entwicklungen sehen wir in den Creative Economy eine starke Tendenz zur Unternehmensgründung. (Berücksichtigt man die Tatsache, dass amtliche Statistiken kaum in der Lage sind, informelle Netzwerke oder atypische Formen wie Kollektive zu erfassen, dürfte diese Tendenz sogar noch stärker sein.)

Die Unterschiede zwischen den Subsektoren sind beträchtlich und spiegeln unterschiedliche rechtliche und institutionelle Rahmenbedingungen, z.B. zwischen Museen und der Bildenden Kunst wider. Der Anteil an dauerhafter Anstellung in der Creative Economy entspricht in etwa demjenigen der Gesamtwirtschaft. Das gilt auch für den Anteil der befristeten Anstellungen.

Es gilt zu klären, wie solche Aspekte sowohl von Seiten der Akteure und Organisationen der Creative Economy als auch von Vertretungen von Politik oder Dachverbänden vermehrt in Argumentationsketten aufgenommen werden können.

## III.3 Fazit

Unsere Analyse beschreibt die Creative Economy als ein relevantes und robustes Set an Subsektoren innerhalb der Schweizer Gesamtwirtschaft. Diese Erkenntnisse stimmen mit den Creative Economy Berichten überein, welche das ZCCE (und seine Vorgängereinstitutionen) seit mehr als zehn Jahren publiziert.<sup>6</sup> Wir stellen jedoch auch fest, dass diese Subsektoren sich immer wieder unterscheiden, teilweise beträchtlich. Und drittens wird deutlich, dass einige neue Analyse Kriterien auf Aspekte hinweisen, welche in der Schweiz noch kaum diskutiert sind.

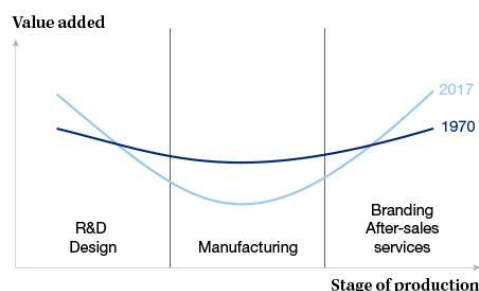
Wir sind überzeugt, dass die Kombination von solchen Analysen basierend auf öffentlichen Statistiken («Zooming out») mit der Untersuchung von Praktiken und Prozessen einzelner Akteure und Organisationen («Zooming in») zu einem differenzierten Bild der Creative Economy führen wird. Auf diese Weise wird es gelingen, die Creative Economy als Branchenkomplex zu beschreiben, der für die Schweiz im Allgemeinen und für ihr Wirtschafts- und Innovationssystem im Spezifischen von hoher Relevanz ist (s. dazu Research Note 4).

Dabei kann sich die Schweiz auch an internationalen Entwicklungen orientieren. In den letzten Jahren hat die Forschung zum Thema Innovation (WIPO, 2017) mögliche Argumente für die Relevanz der Creative Economy geliefert. So wurde gezeigt, dass der Stellenwert von Forschung und Design zu Beginn von Wertschöpfungsketten bzw. von Branding, Storytelling oder Community Management am Ende im Vergleich zur klassischen Produktion ständig zugenommen hat. Entsprechend ist Wertschöpfung im 21. Jahrhundert auf verschiedenen Ebenen

<sup>6</sup> Siehe [www.zhdk.ch/zcce](http://www.zhdk.ch/zcce)

mit Kernkompetenzen der Creative Economy verknüpft. Die Gründe dafür sind ebenfalls breit diskutiert. Auf der einen Seite gilt es auf das ausgeprägte Bedürfnis nach Distinktion einer urbanen und gebildeten Mittelklasse mittels «einzigartigen» Produkten und Dienstleistungen zu reagieren. Andererseits hat produktionsseitig eine «Economy of Speed» die traditionelle Economy of Scale abgelöst. Neue, innovative Produkte und Dienstleistungen müssen unablässig entwickelt und lanciert werden. Die Creative Economy ist zum zentralen Player in einer kognitivkulturell geprägten Ökonomie geworden<sup>7</sup>.

### Production in the 21<sup>st</sup> century – a growing smile



Quelle: World Intellectual Property Report 2017

Es wird genau zu prüfen sein, ob die Auswirkungen von Covid-19 der Produktion erneut einen höheren Stellenwert zuweisen werden, oder ob das Bild des «growing smile» sich noch verstärken wird. Andererseits zeigt die Forschung am ZCCE, dass Akteure und Organisationen in der Creative

Economy sich durch gewisse Haltungen und Kompetenzen auszeichnen, welche allen Subsektoren gemein scheinen: (Der Stellenwert solcher Haltungen und Kompetenzen für das Schweizer Innovationssystem wird gerade erst erkannt.<sup>8</sup>)

- Gemäss Analysen des ZCCE steht die Creative Economy für «radical claims about which future models could be possible, both as an innovative opening-up of perspectives and as a critical debate on the present and thus also on the world as it is.» Akteure und Organisationen der Creative Economy sind demnach Spezialistinnen und Spezialisten darin, über die Welt nachzudenken, wie sie sein könnte - im Gegensatz dazu wie sie ist.

- Die Creative Economy steht «not only to formulate radical claims in an abstract manner and to translate these into speculative designs, but also to carry such claims into practice so that they can be concretely tested and made tangible.» Aus diesem Grund war die Creative Economy seit jeher ein Ort für alternative Geschäftsmodelle und Wertschöpfungskonstellationen.

- Die Creative Economy steht für «platforms on which designs and their materialisations can be controversially negotiated from different perspectives and with the help of heterogeneous evaluation criteria.»<sup>9</sup> Es bestehen enge Bezüge zwischen der Creative Economy und Hochschulen und einem breiteren kulturellen Ökosystem; z.B. den Ateliers an Kunst- und Designhochschulen oder den Laboren an technischen

<sup>7</sup> Andreas Reckwitz, Das Ende der Illusionen Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne, Suhrkamp Verlag, Berlin 2019

<sup>8</sup> L'apport des sciences humaines et sociales à l'innovation en Suisse, Étude dans le cadre du rapport « Recherche et innovation en Suisse 2020 » Partie C, étude 2 Hugues Jeannerat, Olivier Crevoisier, Gaël Brulé, Christian Suter Institut de Sociologie, Maison d'analyse

des processus sociaux (MAPS), Université de Neuchâtel 2020

<sup>9</sup> Grand, Simon / Weckerle, Christoph, What's next? Die Zukunft der Kultur- und Kreativwirtschaft wird von ihren Akteuren entworfen, in, Hedinger, J. / Meyer, T., (Hrsg.): What's next? Kunst nach der Krise, Ein Reader, Kadmos

Hochschulen. Jedoch auch kulturelle Institutionen wie z.B. Museen sind ebenfalls Orte, wo solche Debatten stattfinden und wo alternative Zugänge verhandelt werden.

- Und selbstverständlich besteht die Creative Economy aus Subsektoren, welche jenseits von radikalen Behauptungen, Spekulationen oder Diskussionen solche alternativen Zugänge auch entwickeln, testen und implementieren. In lokalen und vertrauten Kontexten genauso wie im digitalen Raum; als kleine und spezialisierte Unternehmung genauso wie in globalen Netzwerken.

In Research Note 4 werden Simon Grand und Christoph Weckerle Strategien diskutieren, welche von den in den Notes 1 - 3 beschriebenen Kernkompetenzen der Creative Economy ausgehen und so versuchen, die aktuellen Diskussionen in der Schweiz weiterzuentwickeln.

Roman Page, Christoph Weckerle

---

Die vorliegende dritte Research Note ist Teil einer Reihe von vier Research Notes des Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) an der Zürcher Hochschule der Künste zur Frage der wirtschaftlichen Auswirkungen der Coronavirus-Krise auf den kulturellen Sektor.

SIEHE AUCH:

**Research Note 1** – Roosevelt, die WPA und die US-amerikanische Soforthilfepolitik in den Jahren 1936–1939 (Frédéric Martel)

**Research Note 2** – Die Weltkulturkrise (Frédéric Martel)

**Research Note 3** – Die Schweizer Kreativwirtschaft: Auf Statistiken basierende Überlegungen zu den aktuellen Debatten in der Schweiz (Roman Page, Christoph Weckerle)

**Research Note 4** – Jenseits der aktuellen Debatten: Alternative Strategien zur Analyse der Kreativwirtschaft (Simon Grand, Christoph Weckerle)



## ZURICH CENTRE FOR CREATIVE ECONOMIES (ZCCE)

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist ein internationales Kompetenzzentrum, das sich in Forschung und Analyse den Creative Economies sowie dem Wissenstransfer in die Hochschulbildung und Praxis widmet. Unsere Fachgebiete sind: Kulturpolitik, Digitalisierung, Smart Cities, Kunst- und Designkarrieren, Kritik & Theorie und unternehmerische Strategien.

Wir arbeiten eng mit unseren internationalen Partnern, Forschern, Akademikern und Startup-Gründern zusammen.

Das Zurich Centre for Creative Economies (ZCCE) ist Teil der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK).

Frédéric Martel, Academic Director  
Eva Pauline Bossow, Managing Director

### KONTAKT

Zurich Centre for Creative Economies  
Zurich University of the Arts  
Toni-Areal, Pfingstweidstrasse 96  
8031 Zürich, Switzerland  
creative.economies@zhdk.ch  
www.zhdk.ch/zcce

Mai 2020