

Postulat Fraktion SP (Katharina Altas/Halua Pinto de Magalhães): Erhebung zur Wertschöpfung der „Kultur-“ und „Kreativwirtschaft“

In Bern existieren zahlreiche Arbeitsplätze mit direktem und indirektem Bezug zur Kultur. Eine Erhebung hierzu liegt leider nicht vor, würde aber viele Anhaltspunkte zur Wertschöpfung der „Kultur-“ und „Kreativwirtschaft“ bieten. Ein vielfältiges Kulturangebot sowie Innovationen im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft sind auch im Interesse einer attraktiven Standortförderung. Ein entsprechendes Angebot strahlt aus und bringt sowohl der Wirtschaft wie auch dem Tourismus Vorteile. Oftmals ist Städtetourismus nämlich auch Kulturtourismus. (vgl. Positionspapier der SP Stadt Bern zur städtischen Kulturförderung, 9.2.2015)

In der Schweiz hängt der Kulturbereich stark von der Finanzierung durch die öffentlichen Gemeinwesen ab. Das Subsidiaritätsprinzip zwischen Bund, Kantonen und Gemeinden ist ein grundsätzlicher Aspekt der Kulturförderung. Während der Bereich Kulturwirtschaft, meist subventioniert oder teil-subventioniert wird, ist die Kreativwirtschaft vorwiegend erwerbswirtschaftlich organisiert. Diese beiden Bereiche haben einen grossen Einfluss auf die Lebensqualität und die Wertschöpfung in der Stadt Bern. Und trotzdem bewegen sich Kulturschaffende oder Beschäftigte der Kreativbranche meist unter prekären Arbeitsverhältnissen (keine gesicherte Altersvorsorge und geringer gewerkschaftlicher Organisationsgrad).

Kultur ist kein Luxus und sollte auch nicht als das betrachtet werden, denn Kulturschaffende halten der Gesellschaft den Spiegel vor: sie ist eine Art Selbstreflexion einer sich ständig wandelnden Gesellschaft – sie schafft aber auch Mehrwert. Die Studie „Wachstum schaffen: Erfassung der Märkte der Kultur- und Kreativwirtschaft in der EU“ wurde im Dezember 2014 vorgestellt.¹ Darin wird festgehalten, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem wirtschaftlichen Gewicht von 535,9 Milliarden Euro und 7,1 Millionen Beschäftigten zu den wichtigsten Arbeitgebern in der EU gehören. Es werden nahezu gleichviele Menschen in der Gastronomie beschäftigt, zweieinhalb Mal mehr als in der Automobilbranche und fünfmal so viele wie in der Telekommunikationsbranche. Die Bildende Kunst erwirtschaftet beispielsweise einen Umsatz von 127,6 Milliarden Euro im EU-Raum. Die Umsätze in diesen Märkten sind bemerkenswert. In anderen Schweizer Städten (Basel und Zürich) wurden entsprechende Studien² bereits durchgeführt und in 13 Teilmärkte aufgeschlüsselt.³ Da in Bern eine etwas andere Situation im Kultur- und Kreativbereich vorliegt, ist das Potential vielleicht auch in weiteren Teilbereichen zu verorten.

Das zeigt, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft eine Wachstumsbranche ist und auch grossen Einfluss auf andere Branchen hat. Sie ist ein wichtiger Diversifizierungs- und Standortfaktor, welche durch die kreative Selbstausbeutung gleichzeitig gewisse soziale Risiken birgt. Auch die Berner Kultur- und Kreativwirtschaft sollte hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung stärker wahrgenommen werden. Eine Erhebung hierzu würde dem Wirtschaftsstandort Bern aufschlussreiche Anhaltspunkte bieten, damit zukunftsfähige AkteurInnen berücksichtigt und entsprechende politische Handlungsfelder definiert werden können.

Deshalb bitten wir den Gemeinderat, eine Erhebung zur Wertschöpfung der „Kultur-“ und „Kreativwirtschaft“ in Auftrag zu geben.

Bern, 29. Oktober 2015

¹ siehe: <http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-de.pdf>

² https://www.stadt-zuerich.ch/prd/de/index/stadtentwicklung/wirtschaftsfoerderung/clusterstrategie/kreativwirtschaft/dritter_zuercherkreativwirtschaftsbericht.html

³ Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt der darstellenden Kunst, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Werbemarkt, Kunsthandwerk, Pressemarkt, Phonotechnischer Markt

Erstunterzeichnende: Katharina Altas, Halua Pinto de Magalhães

Mitunterzeichnende: Martin Krebs, Michael Sutter, Lena Sorg, Gisela Vollmer, Benno Frauchiger, Stefan Jordi, Johannes Wartenweiler, Rithy Chheng, Fuat Köçer, Annette Lehmann, Yasemin Cevik, Nadja Kehrlı-Feldmann, Peter Marbet, Nora Krummen, David Stampfli, Lukas Meier, Ingrid Kissling-Näf

Antwort des Gemeinderats

Kultur schafft Lebensqualität und trägt zur Attraktivität von Stadt und Region bei. Seit gut zehn Jahren wird der kulturelle Sektor in der Schweiz aber nicht nur in der herkömmlichen Sicht wahrgenommen, sondern auch nach wirtschaftlichen Kriterien hinterfragt. Die Zürcher Hochschule der Künste schätzt, dass über 5 Prozent der Beschäftigten in rund 10 Prozent der Schweizer Betriebe der Kultur- und Kreativwirtschaft zugerechnet werden können. Ihr Anteil am BIP liegt bei über 3 Prozent.

Der Gemeinderat erachtet die Kultur- und Kreativwirtschaft als einen wichtigen volkswirtschaftlichen Bereich, auch wenn er statistisch unbefriedigend erfasst wird und mehr als Kultur- denn als Wirtschaftsbereich wahrgenommen wird. Der Gemeinderat bekennt sich denn auch zu Bern als „Kulturfabrik“ (siehe Strategie Bern 2020) und erarbeitet derzeit die neuen, programmatischen Leitsätze zur Kultur, welche die Richtlinien für die künftige Entwicklung im Kultur- und Kreativbereich angeben. Der Gemeinderat erachtet es aber nicht als seine Aufgabe, eine spezifische Erhebung zur Wertschöpfung in Auftrag zu geben. Verschiedenste Institutionen wie etwa das Bundesamt für Kultur oder Pro Helvetia behandeln das Thema bereits eingehend und tiefgründig.

Kultur- und Kreativwirtschaft im Kanton Bern

Auch zum Kanton Bern gibt es Schätzungen zum Umfang der Kultur- und Kreativwirtschaft. Gemäss den jüngsten Berechnungen der Zürcher Hochschule der Künste steht der Kanton Bern für mehr als 10 % der Schweizer Kultur- und Kreativwirtschaft:

	Arbeitsstätten			Vollzeitäquivalente		
	BE	Schweiz	in %	BE	Schweiz	in %
1_Musikwirtschaft	1350	9460	14	2110	20710	10
2_Buchmarkt	530	4290	12	1190	7830	15
3_Kunstmarkt	750	5910	13	800	7220	11
4_Filmwirtschaft	260	2400	11	570	7140	8
5_Rundfunkmarkt	20	120	17	730	7200	10
6_Markt der Darstellenden Kunst	400	2890	14	860	9170	9
7_Designwirtschaft	980	8630	11	1710	16420	10
8_Architekturmarkt	1540	14890	10	4580	41020	11
9_Werbemarkt	330	3330	10	1540	14410	11
10_Software-/ Games-Industrie	680	7020	10	4750	34860	14
11_Kunsth Handwerk	170	1230	14	550	4500	12
12_Pressemarkt	630	5290	12	2130	19930	11
13_Phonotechnischer Markt	220	1710	13	1130	8650	13
Total Kreativwirtschaft	7850	67170	12	22660	199090	11

Quelle: BFS, STATENT 2011, eigene Berechnungen Zürcher Hochschule der Künste & Statistisches Amt Kanton Zürich, weitere Informationen www.creativeeconomies.com, Februar 2016.

Kultur- und Kreativwirtschaft in der Stadt Zürich

Eine aktuelle Untersuchung zur Wertschöpfung der Kultur- und Kreativitätswirtschaft stammt von der Julius Bär Stiftung und betrifft die Stadt Zürich.⁴ Die Abteilung Kulturelles der Stadt Bern geht, wie auch die Kulturverantwortlichen anderer Schweizer Städte, davon aus, dass die Grundaussagen von allgemeiner Bedeutung sind und auch für Bern zutreffen. Eine eigene Erhebung würde keine grundlegend neuen Erkenntnisse über den Anteil an Wertschöpfung und Arbeitsplätzen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft bringen. Hier die wichtigsten Ergebnisse der Züricher Studie: Die 61 öffentlich geförderten Kulturinstitute der Stadt Zürich produzierten 2013 Kulturdienstleistungen im Wert von 296 Mio. Franken (Die Kulturdienstleistungen entsprechen der Summe aus den Einnahmen aus Eintritten und den diversen Nebeneinkünften sowie den öffentlichen und privaten Subventionen.) Damit verbunden waren eine Bruttowertschöpfung von 212 Mio. Franken sowie rund 1 360 Arbeitsplätze (Vollzeitstellen). Fazit: Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, und das nicht nur in Zürich.

Nicht zu vergessen sind die Sekundäreffekte. Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Stadt und der Region profitieren von der wirtschaftlichen Tätigkeit der öffentlich geförderten Kulturinstitute. Aber auch zahlreiche Unternehmen aus anderen Bereichen haben einen Nutzen. So etwa sind mehrere regionale Unternehmen als Zulieferer entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Produktionsprozesses involviert.

Auch die Spillover-Effekte sind nicht zu vernachlässigen. Häufig profitieren von den Besuchen von Kulturveranstaltungen auch andere lokale Tourismusbetriebe, beispielsweise wenn der Besuch mit Shopping verbunden wird oder zu einem verlängerten Aufenthalt mit verbundenen Hotel- und Restaurantausgaben führt.

Die makroökonomische Wirkungsanalyse der erwähnten Studie zeigt ebenfalls interessante Ergebnisse. Anhand eines regionalen Input-Output-Modells wurde quantifiziert, wie stark die regionale Wirtschaft via Sekundär- und Spillover-Effekte gesamthaft von der Kulturwirtschaft profitiert. Die Grundaussagen treffen auch auf Bern zu.

Die wichtigsten Kernaussagen der Wirkungsanalyse sind:

- Insgesamt ist mit der wirtschaftlichen Aktivität der Kulturbetriebe in der Stadt Zürich ein Wertschöpfungseffekt von 291 Mio. Franken verbunden. Der direkte Effekt bei den Kulturbetrieben beträgt 212 Mio. Franken. *Mit jedem Franken Wertschöpfung der öffentlich geförderten Kulturbetriebe werden damit 37 Rappen Wertschöpfung bei anderen städtischen Unternehmen ausgelöst.*
- *Mit jedem zweiten Arbeitsplatz bei den öffentlich geförderten Kulturinstituten kommt über Folgeeffekte ein zusätzlicher Arbeitsplatz bei anderen Unternehmen der Stadt Zürich zustande.* Insgesamt werden mit dem Betrieb der öffentlich geförderten Kulturinstitute der Stadt Zürich 2016 Arbeitsplätze geschaffen.
- Aufgrund der Zulieferer- und Pendlerverflechtungen zwischen der Stadt und dem restlichen Kantonsgebiet *profitieren auch Unternehmen ausserhalb der Stadtgrenzen.* Hier entstehen eine zusätzliche Bruttowertschöpfung von 23 Mio. Franken sowie 219 zusätzliche Arbeitsplätze.
- *Je Gast in den öffentlich geförderten Kulturinstituten entsteht bei anderen Unternehmen innerhalb des Kantons Zürich eine Wertschöpfung von Fr. 60.00.*
- *Pro Subventionsfranken an die Kulturinstitute entsteht bei Unternehmen ausserhalb der Kulturbranche im Kanton Zürich eine Wertschöpfung von 50 Rappen.*

⁴ Kultur als Wirtschaftsfaktor, Julius Bär Stiftung, 2015.

Internationale Analyse

Auf der internationalen Ebene haben Diskussionen und Berichte zu Kultur- und Kreativwirtschaft seit Beginn der 1990-Jahre Hochkonjunktur. Berechnet wurde jüngst, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft weltweit Einnahmen in der Höhe von US\$ 2 250 Milliarden und 29.5 Millionen Arbeitsplätze schafft. Dies entspricht 1 % der weltweit aktiv beschäftigten Bevölkerung.⁵

Arbeit der Fachhochschule Bern

Das Wirtschaftsamt hat 2013 eine Bachelorarbeit in Auftrag gegeben, in der die politischen Handlungsfelder für die Förderung der Kreativwirtschaft im Raum Bern untersucht werden.⁶ Der Fokus dieser qualitativen Untersuchung lag auf den Akteuren der Kreativwirtschaft und weniger auf Zahlen. Wichtige Erkenntnisse sind die fehlende Sichtbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie und das fehlende Verständnis für diese. Die Autorin kommt zum Schluss, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft zu wenig als wichtiger Wirtschaftsfaktor anerkannt wird und sieht folgenden Handlungsbedarf:

1. Erarbeitung einer Berner Strategie für die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft, um das Bewusstsein für die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Politik, den Medien, der Öffentlichkeit und der Wirtschaft zu schärfen.
2. Die Kreativwirtschaft soll bei der strategischen Weiterentwicklung des Standorts miteinbezogen werden. Ein spezielles Augenmerk ist auf die Pflege der ansässigen Unternehmen aus der Kreativwirtschaft zu legen.
3. Angemessene Förderung mit richtigem Ansatzpunkt: gute Standortbedingungen schaffen, Plattformen und Netzwerke fördern, Hilfe zur Selbsthilfe usw.
4. Keine komplizierten, langwierigen administrativen Abläufe, um die hohe Fähigkeit der Kreativwirtschaft zur Selbstorganisation nicht zu stören.

Der Gemeinderat spricht sich dafür aus, diese Empfehlungen im Rahmen der gesamtstädtischen Kulturstrategie und bei der Standortentwicklung miteinzubeziehen.

Folgen für das Personal und die Finanzen

Keine.

⁵ Cultural times. The first global map of cultural and creative industrie, CISAC, Dezember 2015.

⁶ Politische Handlungsfelder für die Förderung der Kreativwirtschaft im Raum Bern, Ebeling Amanda, Bachelor Thesis, Berner Fachhochschule, 15. Mai 2014.

Antrag

1. Der Gemeinderat beantragt dem Stadtrat, das Postulat erheblich zu erklären.
2. Die Stellungnahme gilt gleichzeitig als Prüfungsbericht.

Bern, 6. April 2016

Der Gemeinderat