

Kreativ wirtschaften in Basel

Autor(en): Thomas Bürgi
Quelle: Basler Stadtbuch
Jahr: 2010

<https://www.baslerstadtbuch.ch/.permalink/stadtbuch/36f0ec11-6bfa-4978-9fdc-d7161d299e70>

Nutzungsbedingungen

Die Online-Plattform www.baslerstadtbuch.ch ist ein Angebot der Christoph Merian Stiftung. Die auf dieser Plattform veröffentlichten Dokumente stehen für nichtkommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung gratis zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrücke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des vorherigen schriftlichen Einverständnisses der Christoph Merian Stiftung.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Die Online-Plattform [baslerstadtbuch.ch](http://www.baslerstadtbuch.ch) ist ein Service public der Christoph Merian Stiftung.

<http://www.cms-basel.ch>

<https://www.baslerstadtbuch.ch>

Kreativ wirtschaften in Basel

Aus dem Brachfeld der Ideen und Innovationen

Thomas Bürgi

Basel ist Forschungsstandort für Life Sciences mit einer einzigartigen Konzentration von Kompetenzen, einem sogenannten Cluster. Forschung lebt von Neugierde, von Mut, Innovation und Ideen. Die Life-Sciences-Industrie errichtet, siehe die Novartis, zur Förderung wissenschaftlicher Kreativität eigene Campuses, Thinktanks des Fortschritts.

Auch ausserhalb dieser Zentren sind Innovation und Kreativität wichtige Treiber der Stadt- und Wirtschaftsentwicklung, zumal in einer Gesellschaft, deren Zukunft auf Wissen basiert. Kreativität schafft Neues, entsteht oft unverhofft und unvermittelt, ist aber das Produkt harter Arbeit. Sie stellt Bestehendes in Frage. Während Basel den Life-Sciences-Cluster zu Recht seit Langem grosszügig unterstützt, liegt das Feld der Kreativwirtschaft hinsichtlich gezielter Förderung noch weitgehend brach.

Sperriger Begriff

Kreativwirtschaft ist ein wenig eleganter, ja sperriger Begriff. Abgeleitet von «creative economy» oder «creative industries», verweist er nicht etwa darauf, dass die Wirtschaft an und für sich zum Kreativen tendiert. Vielmehr bezeichnet er jenen Teil der Wirtschaft, welcher sich der Kunst und Kultur verschrieben hat und kreative (aber nicht immer lukrative) Produkte für einen kommerziellen Markt erzeugt. «Eine Hilfskonstruktion», nennt Raphael Rossel, der für Basel eine grundlegende Studie verfasst hat, den Begriff Kreativwirtschaft.¹ Tatsächlich verweigert ein Teil jener Akteure, die von der Kreativwirtschaft leben, diesem Begriff ihre Gefolgschaft. Rossels Studie zufolge sehen sich besonders jüngere Kunst- und Kulturschaffende eher ungerne an ihre Rolle in der Erwerbswirtschaft erinnert oder gar darauf reduziert – wohl nicht zuletzt deswegen, weil sie ihre Vereinnahmung befürchten.

Denn unbestritten ist der gesellschaftliche und unternehmerische Bedarf an Kreativität. Sie stellt eine wünschenswerte Ressource für Wandel und Fortschritt dar. Gleichzeitig erwächst aber auch der Wunsch, sie produktiv zu machen und zu steuern. Gemäss

plausiblen Schätzungen bietet die Kreativwirtschaft in der Schweiz nicht weniger als 200 000 Personen eine Vollzeit- oder Teilzeitstelle. Im Jahr 2005 erwirtschafteten die in der Kreativwirtschaft – vorab in Klein- und Kleinunternehmen – Tätigen ein Umsatzvolumen von 61,7 Milliarden Franken.² Die baselstädtische Kreativwirtschaft wies 2008 11 300 Beschäftigte in rund 1800 Arbeitsstätten auf, was 7,1 Prozent aller beschäftigten Personen und 16,7 Prozent der Betriebsstätten des Kantons entspricht.³

Offenes System

Die Kreativwirtschaft bezeichnet ein offenes System, eine Querschnittsbranche. Sie umfasst unterschiedliche Wirtschaftszweige aus den Sektoren Produktion, Dienstleistungen und Handel. Je nach Quelle werden ihr elf oder dreizehn Teilmärkte zugerechnet: Neben der Musik-, Film- und Designwirtschaft finden sich der Buch-, Rundfunk-, Presse-, Werbe- und Architekturmarkt ebenso wie die Software-/Games-Industrie, der phonotechnische Markt, aber auch das Kunsthandwerk und die Darstellende Kunst.

Komponisten und Toningenieure, Schriftstellerinnen und Journalistinnen, Bildende Künstler und Restauratoren, Drehbuchautorinnen und Filmschauspielerinnen, Moderatoren, Artistinnen, Tänzer und Kabarettisten, Designerinnen und Gestalterinnen, Architekten und Landschaftsplaner, Werbetexterinnen und Modeschöpferinnen, Software- und Games-Entwickler, Kunsthandwerker und so weiter – sie alle und viele mehr sind Akteurinnen und Akteure auf einer Bühne, der zunehmende Bedeutung zugesprochen und vorausgesagt wird.

Unterschätztes Gebiet

Ein Wachstumsmarkt mit Zukunft schickt sich an, endlich neu entdeckt zu werden. In Basel eingebettet in eine Kulturlandschaft mit «Landmarks», mit weithin sichtbaren Leuchttürmen wie der «Art», mit einer wohl einmaligen Museumsdichte und Museumsqualität, dem Mehrspartentheater, den herausragenden Stärken in Architektur und Design, wartet dieser Markt auf seine Chance. Gemäss Christian Felber, Direktor der Christoph Merian Stiftung (CMS), ist es höchste Zeit, «ein völlig unterschätztes Gebiet mit anderen Augen zu betrachten» und der Kreativwirtschaft im urbanen Raum endlich jene Bedeutung zuzusprechen, die ihr aufgrund ihres Beitrags an die Wertschöpfung und der Schaffung von Arbeitsplätzen zusteht. Felber betont, dass in Basel einerseits Räume für Kreativitäts- und Innovationsentwicklung fehlen, andererseits Tausende von Quadratmetern an Bürofläche brachliegen. Die CMS prüft, inwiefern anlässlich der Entwicklung des Dreispitzareals in unmittelbarer Nähe zur Hochschule für Gestaltung und Kunst die Ansiedlung von Akteuren der Kreativwirtschaft ermöglicht respektive erleichtert werden kann.

Es wäre dies eine Antwort auf die Forderung nach mehr und geeigneteren Räumen, allenfalls auch zur Zwischennutzung, wie dies die vom Amt für Wirtschaft und Arbeit

Basel-Stadt (AWA) in Auftrag gegebene Studie von Rossel darlegt. Ihr zufolge dominieren in Basel drei stark entwickelte Märkte: die Designwirtschaft mit einer Vielzahl von kreativen Disziplinen, der Architekturmarkt sowie der Kunstmarkt. Andere Teilmärkte der Kreativwirtschaft weisen eine deutlich schwächere Ausprägung auf. Der Pressemarkt, die Software- und Games-Industrie sowie der Werbemarkt haben sich zwischen 2001 und 2005 gar rückläufig entwickelt.

Forderungen der befragten Kunst- und Kulturschaffenden betreffen neben Raumangelegenheiten unter anderem eine Veränderung des Fokus von Politik und Gesellschaft, das heisst den Einsatz einer grösseren Brennweite, die über die Spitzenkultur hinaus auch kleinere Akteure und Aktivitäten ins Blickfeld mit einschliesst.

Geforderte Förderung

Die Kreativwirtschaft bereichert Diskurse, kreiert Denkanstösse, provoziert zuweilen Widerspruch. Sie fördert und fordert Wirtschaft und Gesellschaft gleichermaßen. Und sie fordert Förderung. Samuel Hess, Leiter Bereich Wirtschaft im AWA, unterstützt die Forderung nach vermehrter Beachtung und Unterstützung. Hess setzt auf Vernetzung der Kreativ-Akteure untereinander und auf Transfer- und Schnittstellen mit Vertretern der Absatzmärkte. Als probate Mittel erachtet er insbesondere Events, Jobs und Projekte. Die Studie dient als Basis für ein Programm zur Förderung der Basler Kreativwirtschaft, das unter der Leitung von Martin Heller durch ein mehrheitlich verwaltungsexternes Gremium erarbeitet und lanciert wird. Überdies sollen Fördermittel im Umfang von 996 000 Franken die Umsetzung des Programms in den Jahren 2011–2013 ermöglichen.

Beat von Wartburg, Leiter Abteilung Kultur der CMS, arbeitet währenddessen gemeinsam mit dem Gewerbeverband Basel-Stadt, Stellwerk, Kulturstadt jetzt und der Gebert Rütli Stiftung an einem Ideenpapier, das gleichermaßen Strategien und Massnahmen für die Kreativwirtschaft in Basel zum Inhalt hat. Dabei geht er ebenso wie seine Partner davon aus, dass der zu fördernde Bereich eine Schlüsselfunktion für die Entwicklung des urbanen Raums Basel einnehmen werde. Gleichsam als notwendigen Aufbruch aus der Verspätung stuft er die laufenden Aktivitäten rund um Basels Kreativwirtschaft ein. Zürich, so ist von Wartburg überzeugt, habe viel früher begriffen, um welches Potenzial es sich handle. Dabei gehe es nicht nur um Kleinunternehmen, sondern auch um grosse Firmen mit einer ebensolchen Wertschöpfung, wie zum Beispiel das Unternehmen Google (das sich in Zürich niedergelassen hat). Die Nordwestschweizer Hochschule für Gestaltung und Kunst «produziere» jährlich Hunderte von Studienabgängern, die es in Basel zu halten gelte. Eines der wichtigsten Ziele seiner Arbeitsgruppe ist die konkrete Förderung der «creative industries» durch verschiedenste Instrumente, wobei die Schaffung von Raum nur eine in einem Bündel möglicher Massnahmen darstellt.

Gute Rahmenbedingungen spielen für eine lebendige Kreativwirtschaftsszene eine entscheidende Rolle. Rahmenbedingungen umfassen nicht nur Förderprogramme, Räume und Marktzugang, sie beziehen sich auch auf handfeste Wirtschaftsdaten – die mehr als günstig sind: Für die Wirtschaft der Nordwestschweiz erwartet der Ökonom Rainer Füg hinsichtlich 2010 ein Wachstum von drei Prozent, für 2011 nach vorsichtiger Schätzung eines von zwei Prozent. Damit liesse sich bestens kreativ wirtschaften.

Anmerkungen

- 1 Rossel, Raphael (Hg.): Studie zur Basler Kreativwirtschaft. Strukturdaten, Positionen, Handlungsfelder. Basel 2010, S. 40.
- 2 Weckerle, Christoph u. a. (Hg.): Kreativ Wirtschaft Schweiz. Daten, Modelle, Szene. Basel 2008, S. 39.
- 3 Departement für Wirtschaft, Soziales und Umwelt Basel-Stadt: Medienmitteilung vom 20. Mai 2010, S. 1.