

Der «rurbane Speckgürtel»: Hierzulande arbeiten deutlich mehr Kreative als gedacht

Potenzial Liechtenstein kann durchaus mit Zürich oder Wien mithalten, was die im Land arbeitenden Kreativen angeht. Das soll auch Vorteile für die heimische Wirtschaft haben.

VON DANIELA FRITZ

Weltweit wird Liechtenstein hauptsächlich als attraktiver Finanz- und Industriestandort wahrgenommen. Im Fürstentum schlummert aber weitaus mehr Potenzial - kreatives Potenzial, das sichtbar gemacht werden müsse. Aus eben diesem Grund veröffentlicht das Forschungsteam «Park» der Universität Liechtenstein den ersten Kreativwirtschaftsbericht für das Fürstentum. «Die Kreativwirtschaft ist ein bedeutender Wachstumsmarkt und Innovationsmotor», ist Teamleiter Peter Staub überzeugt. Sie werde als Hoffnungsträger vieler Standorte und Regionen wahrgenommen und könne das Image Liechtensteins verändern und dem Land ein kreatives und innovatives Bild verleihen. Diese Entwicklungschancen wurden von anderen Ländern bereits seit längerem erkannt. In Österreich und der Schweiz gibt es bereits seit 2003 respektive 2005 ähnliche Berichte und entsprechende Projekte, die die Kreativwirtschaft fördern soll.

«Rurban» statt urban

Vergleicht man den Liechtensteiner Status quo mit diesen beiden Ländern, ergibt sich aber eine überraschende Erkenntnis: Liechtenstein als «rurbane Speckgürtel» - eine Mischung aus typisch urbanen und typisch ländlichen Elementen - kann durchaus mit Städten wie Wien



Das Forschungsteam «Park» veröffentlicht den ersten Kreativwirtschaftsbericht für das Fürstentum Liechtenstein (v. l.): Ruth Jochum-Gasser, Celina Martinez-Cañavate, Vera Kaps und Teamleiter Peter A. Staub. (Foto: Paul Trummer)

oder Zürich mithalten. «Nicht nur städtische Vorzüge ziehen Kreative an, auch der ländliche Raum ist attraktiv», fasst Ruth Jochum-Gasser, ebenfalls Teil der Forschungsgruppe, zusammen. Gerade Liechtenstein biete mit seinem Mix aus Kleinheit, direkten Wegen zu Entscheidungsträgern sowie seiner grenzüberschreitenden Lage einen idealen Standort für Kreative. Das zeigt sich insbesondere am Anteil kreativ Arbeitender an der Gesamtwirtschaft. Im Jahr 2008 waren

«Die Kreativwirtschaft ist ein bedeutender Innovationsmotor.»

PETER STAUB
FORSCHUNGSLEITER «PARK»

2209 Personen in Liechtenstein Kreativschaffende, dies sind sieben Prozent der Beschäftigten. Diese Zahl ist durchaus vergleichbar mit den Städten Wien (8 Prozent) und Zürich (9 Prozent). Die meisten Beschäftigten stammen dabei aus der Designwirtschaft (27,4 Prozent), dem Architekturmarkt (15,3 Prozent) und der Softwarebeziehungswirtschaft (13,8 Prozent). Und das Fürstentum zieht weitere Kreative an. Gemäss dem Bericht ist die Kreativwirtschaft allein von

2005 bis 2011 um 23 Prozent gewachsen. Im Vergleich zu den umliegenden Schweizer Kantonen weist Liechtenstein damit das höchste Wachstum im Verhältnis zu seiner Grösse auf. Während es in diesem Zeitraum hierzulande 2,6 Prozent mehr Kreative pro Quadratkilometer sind, ist es in Graubünden lediglich 1 Prozent mehr. Im Kanton St. Gallen hat die Zahl der in der Kreativwirtschaft Beschäftigten sogar um 0,6 Personen pro Quadratkilometer abgenommen. Für Vorarlberg gibt es für denselben Zeitraum keine vergleichbaren Zahlen, wie das Forschungsteam erklärt. Betrachtet man die aktuellsten Zahlen aus dem

Jahr 2011, lässt sich jedoch vermuten, wie der Vergleich ausgefallen wäre. Im Verhältnis zur Grösse des Landes weist Vorarlberg eine Dichte von 3,95 Prozent auf, während in Liechtenstein sogar 14 Prozent aus der Kreativwirtschaft stammen. Auffallend ist zudem der hohe Anteil an Freelancern in der Branche. 2011 beschäftigt ein Drittel der Teilmärkte in der Kreativwirtschaft mehr Teilzeit- als Vollzeitbeschäftigte. Zudem gibt es viele Nano- oder Mikrounternehmen, die lediglich ein bis zwei Personen beschäftigen.

Kioske als «kreative» Arbeitsstätte

Doch wer gilt denn nun eigentlich als «kreativ»? Künstler? Ja. Musiker? Natürlich. Auch Tänzer, Schauspieler, Filmemacher, Architekten, Schriftsteller, Journalisten, Fotografen und Grafiker zählen laut des Kreativwirtschaftsberichts dazu. Nach den 13 in dem Bericht festgelegten Kategorien gehören aber auch Diskotheken und Nachtclubs (als Teil der Musikwirtschaft) sowie Kioske beziehungsweise Detailhändler mit Zeitungen und Zeitschriften (Untergruppen des Pressemarktes) zur Kreativwirtschaft. Dies, weil sie auch Teil der Wertschöpfungskette sind und mithelfen, kreatives Schaffen zu verbreiten. Die Kategorisierung der Teilmärkte entstammt der schweizerischen Systematik der Wirtschaftszweige (NOGA) und wurde für diese Studie herangezogen, um die Vergleichbarkeit mit den Nachbarantonen zu gewährleisten.

Präsentation der Ergebnisse

Heute Dienstag, den 30. September 2014, ab 18 Uhr werden die Ergebnisse des ersten Kreativwirtschaftsberichts im Rahmen der Vortragsreihe der IIA «Architektur und Wirtschaft» im Kunstraum Engländerbau präsentiert. In einer Podiumsdiskussion haben die Gäste die Gelegenheit, mit dem Forschungsteam und weiteren Fachleuten ins Gespräch zu kommen.