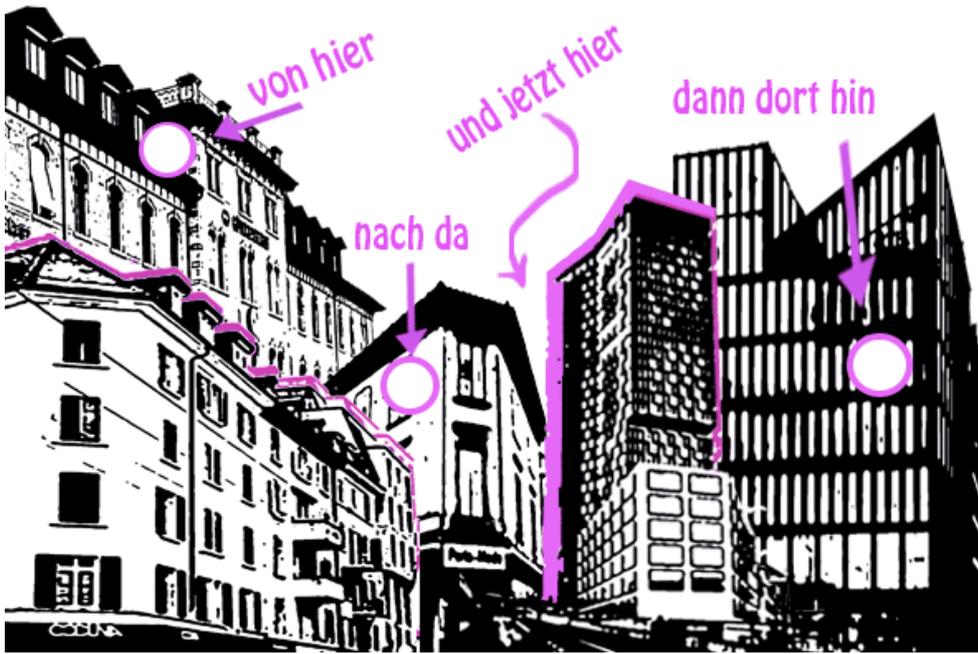

Räume und Bewegungen der Kreativen in Zürich 1989-2014

Eine Studie des INURA Zürich Institut im Auftrag von Stadtentwicklung Zürich, Juni 2015



Räume und Bewegungen der Kreativen in Zürich 1989-2014

INURA Zürich Institut

Juni 2015

Im Auftrag von Stadtentwicklung Zürich

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Summary	5
1 Zürichs Kreative.....	7
1.1 Umfrage – Anzahl Befragte und Gründungen	8
1.2 Teilmärkte der Kreativwirtschaft in der Studie.....	9
1.3 Räumliche Einteilungen in der Studie.....	10
2 Die Räume der Kreativen.....	11
2.1 Arbeitsorte der Kreativen in der Stadt Zürich.....	12
2.2 Kreative in- und ausserhalb der Stadt Zürich.....	14
2.3 Stadtkreise und Gründungsperioden	16
2.4 Kreative in verschiedenen Gebäudetypen	17
2.5 Arbeitsräume der Kreativen.....	18
3 Kreative in Fabrik- und anderen Arealen	21
4 Bewegungen der Kreativen.....	31
4.1 Umzugshäufigkeiten der Kreativen.....	31
4.2 Umzugshäufigkeiten nach Alter der Unternehmung.....	32
4.3 Umzugsgeographie	33
4.4 Verweildauer an einem Standort	34
4.5 Zielorte nach Beendigung von Zwischennutzungen in Arealen	35
5 Gründe für die Umzüge.....	37
6 Schlussbemerkungen	39
7 Literatur.....	43
Abbildungsverzeichnis.....	45
Anhänge.....	I
Anhang 1: Glossar.....	I
Anhang 2: Angaben zur Umfrage.....	III
Anhang 3: Fragebogen.....	VI
Anhang 4: Teilmärkte der Kreativwirtschaft.....	IX



Summary

Die Studie 'Räume und Bewegungen der Kreativen in Zürich von 1989 bis 2014' zeichnet nach, wo in der Stadt Zürich welche Künstler und Kreativen wann gewirkt haben. 445 Befragte gaben Auskunft über ihre Arbeitsräume, Quartiere, Umzüge und Umzugsgründe. Über ein Fünftel der Befragten zählt sich zur Kunst / zum Kunstmarkt, 18% zur Designwirtschaft, je 9% zum Architektur- und zum Filmmarkt. Die darstellenden Künste und die Fotografie haben je über 7% Anteil. Die Resultate sind deshalb sowohl für die Situation und Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft als auch für die Rahmenbedingungen in der Kulturproduktion aussagekräftig.

Die Umfrage hat die Bedeutung der Stadtkreise 4 und 5 als attraktive Standorte der Kreativen bestätigt. Allerdings nahmen im Kreis 5 die Gründungen seit 2000 relativ stark ab, was direkt auf die Umnutzung der Industrieariale zurückgeführt werden kann. Dafür haben sich in jüngerer Zeit die Kreise 3 und 9 als Kreativstandorte stärker entwickelt. 122 Befragte hatten ihren Standort mindestens einmal ausserhalb der Stadt Zürich, der Anteil der ausserhalb der Stadt Zürich tätigen Kreativen sank von 30% im Jahre 1989 auf 12% im Jahre 2014 ab.

Im Fokus der Studie standen auch die ehemaligen Industrieariale, die in den 1990er Jahren zu Orten des Aufbruchs in der Kunst- und Kreativszene wurden, und Zürich zum Image der Party- und Trendstadt verhalfen. Ein Drittel aller Befragten war im Verlauf der Karriere mindestens einmal in einem Areal tätig. Der Anteil der Kreativen in ehemaligen Industriearialen betrug Mitte der 1990er Jahre 27%, ab 2000 sank er unter 20% und lag 2014 bei 11% der Befragten, wovon ein Teil der Kreativen seinen Standort in Industriearialen ausserhalb der Stadt Zürich hatte. Nach dem Ende der Zwischennutzung der Areale liessen sich die jeweiligen Kreativen verstreut in anderen Stadtteilen nieder. Dadurch fielen im Verlauf der Jahre viele Cluster auseinander.

Büro- und Gewerbehäuser als Standorte der Kreativen hatten in den 1990er Jahren Anteile um 25%, ab 2000 lag er bei 39%. Viele Kreative arbeiten zuhause. Bei den Arbeitsräumen sind es zwischen 20% und 25%, hinzu kommen Ateliers, die nicht als Wohnraum angegeben wurden, so dass die 40% Wohnhäuser bei den Gebäudetypen leicht erklärbar sind. Wohnungen als Arbeits- oder Atelierräume sind eminent wichtig bei den Firmengründungen / Aufnahme der Tätigkeiten.

Die Kreativen Zürichs wechseln ihre Standorte oft. In der Umfrage ist ein Viertel der 445 Befragten nie umgezogen. Die restlichen 330 sind 806 Mal umgezogen, d.h. jede Firma

oder Person im Durchschnitt 2.4 mal. Eine Person brachte es von 1989 bis 2014 auf 13 Umzüge. Häufigster Umzugsgrund war die 'Kündigung wegen Umnutzung' (27.5% aller Fälle). Zusammen mit den Gründen 'Miete zu teuer' (13.2%) und 'Abriss' (11.5%) haben damit über die Hälfte aller Umzüge ihren Grund in der dynamischen Stadtentwicklung. Positiv zu verzeichnen sind jene 14% der Befragten, die wegen Firmenwachstum an einen neuen Standort zogen.

Insgesamt zeigt sich in den Räumen und Bewegungen der Kreativen eine grosse Dynamik bei Neugründungen und Standortwechseln. Diese ist eng mit der grossen Dynamik im Zürcher Bausektor mit seinen vielen Umnutzung und Ersatzneubauten verknüpft. Die hohe Umzugsaktivität, der Wechsel von Gebäuden und Quartieren zeigen, dass Stadt- und Raumplanung eine wesentliche Rahmenbedingung in der Entwicklung der Kreativwirtschaft und Kulturproduktion darstellt. In den letzten zehn Jahren haben Verlagerungen der Kreativen von den Fabrikarealen zu Büro- und Gewerbegebäuden stattgefunden. Im Geschäftsflächenmarkt gibt es nach wie vor hohe Leerstandsquoten. Diese sind für die Kreativen, insbesondere die jungen, oft die innovativsten und kreativsten, nicht erschwinglich oder werden nicht zugänglich gemacht. Ein Umdenken bei den Akteuren des Immobilienmarktes bezüglich Preisgestaltung und Gewinnerwartung sowie dem vermehrten Zulassen von Zwischennutzungen könnte neuen Spielraum für das kreative Zürich eröffnen.

1 Zürichs Kreative

Heute arbeiten in der Stadt Zürich rund 44'000 Personen in der Kreativwirtschaft.¹ Eine eindrückliche Zahl, entspricht sie doch über zehn Prozent aller Beschäftigten in der Stadt Zürich. Zu den Kreativen werden Künstlerinnen, Webdesigner, Architektinnen, Musiker, Tänzerinnen, Fotografen, Fernsehproduzierende, Filmemacherinnen, Kulturmanager, Verleger, Buchhändlerinnen gezählt, aber auch alle, die bei den Medienhäusern, in Clubs, Theatern oder der Oper arbeiten.

1989 war der Begriff Kreativwirtschaft noch völlig unbekannt. Allerdings erlebte gerade in jenen Jahren die Kreativszene einen richtiggehenden Wachstumsschub. Einerseits stieg die Nachfrage nach kreativen und kulturellen Produkten und Dienstleistungen stark an, andererseits bewirkte der Strukturwandel, dass unzählige Kreative und Kulturschaffende sich in den ehemaligen Industriearealen niederlassen konnten. Ateliers, Tanzwerkstätten, Prohebühnen, Werkstätten, Partylocations, Architekturbüros und so weiter mieteten sich in den Fabrikräumen als sogenannte Zwischennutzungen günstig ein. Die Kreativszene Zürichs blühte richtiggehend auf. Endlich gab es genug Platz für kulturelle, kunstgewerbliche und neuartige Unternehmungen.

In den Arealen entstanden neue Zusammenarbeiten und unzählige Ideen wurden ausgeheckt und in die Realität umgesetzt. Selten war klar, wie lange eine Zwischennutzung dauern würde und oft konnten die neuen ArealnutzerInnen länger bleiben als gedacht. Trotzdem wurden über die Jahre die meisten Industriegelände umgenutzt. Entweder wurden Fabriken abgerissen und Neubauten realisiert, oder es wurden Teile der Fabriken stehen gelassen und der Rest neu gebaut (z.B. im Steinfelsareal).

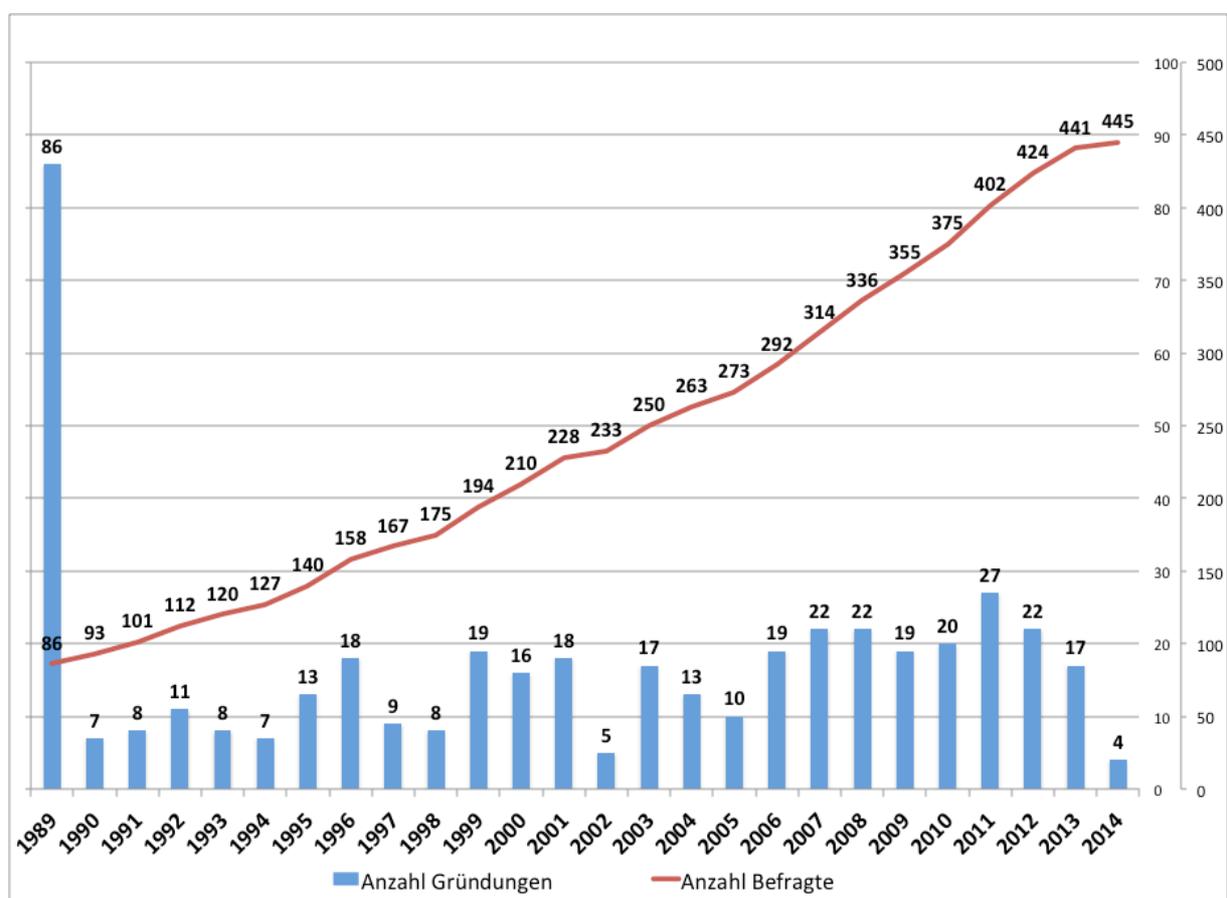
Damit drängte sich zunehmend die Frage auf, wohin all die Arealnutzenden nach Beendigung der Zwischennutzung gezogen sind, ob sie ihre Kunst, ihre Kleinstunternehmen, ihr Architekturbüro weiterbetreiben konnten, ob sie einen ähnlich günstigen Raum fanden. Räumliche Konzentrationen und Veränderungen der Kreativwirtschaft wurden verschiedentlich untersucht (siehe Klaus 2006 und 2008, Heider 2007, Zvecevac 2012). Bis anhin gab es aber kein vertieftes Wissen über die Räume und das Umzugsverhalten der Kreativen. Mit „Räume und Bewegungen der Kreativen in der Stadt Zürich von 1989 bis 2014“ so der Titel der vorliegenden Studie, legt das INURA Zürich Institut im Auftrag von Stadtentwicklung Zürich neue Einsichten in die räumlichen Begebenheiten der Kreativen vor.

¹ Zur Definition von Begriffen dient ein Glossar in Anhang 1, S. I.

1.1 Umfrage – Anzahl Befragte und Gründungen

„Zügle oder bliibe?“ Unter diesem Namen wurde im Sommer 2014 die Online-Befragung zu den Räumen und Bewegungen der Kreativen lanciert. Über neunhundert Personen füllten die Online-Befragung aus. Davon waren 445 Antwortbogen gültig und konnten ausgewertet werden.² Abbildung 1 zeigt auf, wann die Befragten ihre Tätigkeit aufgenommen oder ihr Unternehmen gegründet haben. Von den 445 Befragten waren 86 schon 1989 oder davor aktiv. Danach stieg die Anzahl der Gründungen kontinuierlich an. Die maximale Zunahme ist 2011 mit 27 Gründungen zu verzeichnen.

Abbildung 1: Anzahl Befragte und Anzahl Gründungen pro Jahr 1989-2014



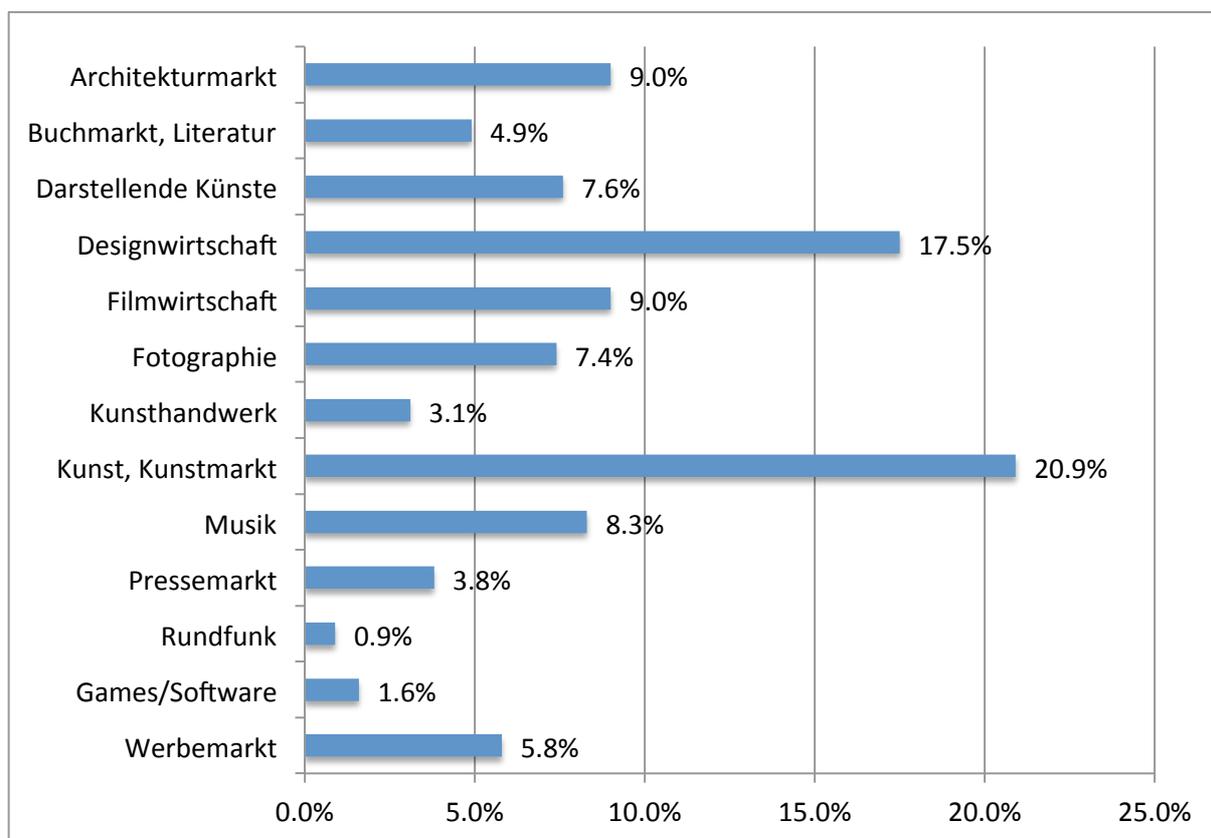
² Detailliertere Informationen zu Umfrage, Methodik, Fragebogen etc. finden sich in Anhang 2, S. III.

1.2 Teilmärkte der Kreativwirtschaft in der Studie

Die meisten Studien gliedern die Kreativwirtschaft in Teilmärkte. Eine international einheitliche Einteilung gibt es bisher nicht. Für diese Studie kommt die Einteilung des Dritten Zürcher Kreativwirtschaftsberichts (Anhang 4) in leicht angepasster Form zur Anwendung. Die Anpassungen betreffen einerseits den Teilmarkt Fotografie, welcher in der Regel auf Presse, Kunst und Werbung aufgetrennt wird. In dieser Studie wird er als eigener Teilmarkt behandelt. Damit wird der Bedeutung der Fotografie mit 7.4% der Befragten Rechnung getragen (Abbildung 2). Andererseits fehlt mangels Teilnahme an der Umfrage der phonotechnische Markt in den Auswertungen.

Mit knapp 21% aller Befragten ist der Anteil der im Teilmarkt Kunst Tätigen relativ hoch. In der Regel führen die Architektur- und die Designwirtschaft die Liste anzahlmässig an, sowohl bei den Arbeitsstätten als auch bei den Beschäftigten.³ Der Games- und Softwaremarkt ist untervertreten. Ansonsten hat sich in der Umfrage eine gute Verteilung der Vertretung der Teilmärkte ergeben.

Abbildung 2: Befragte nach Teilmärkten in %

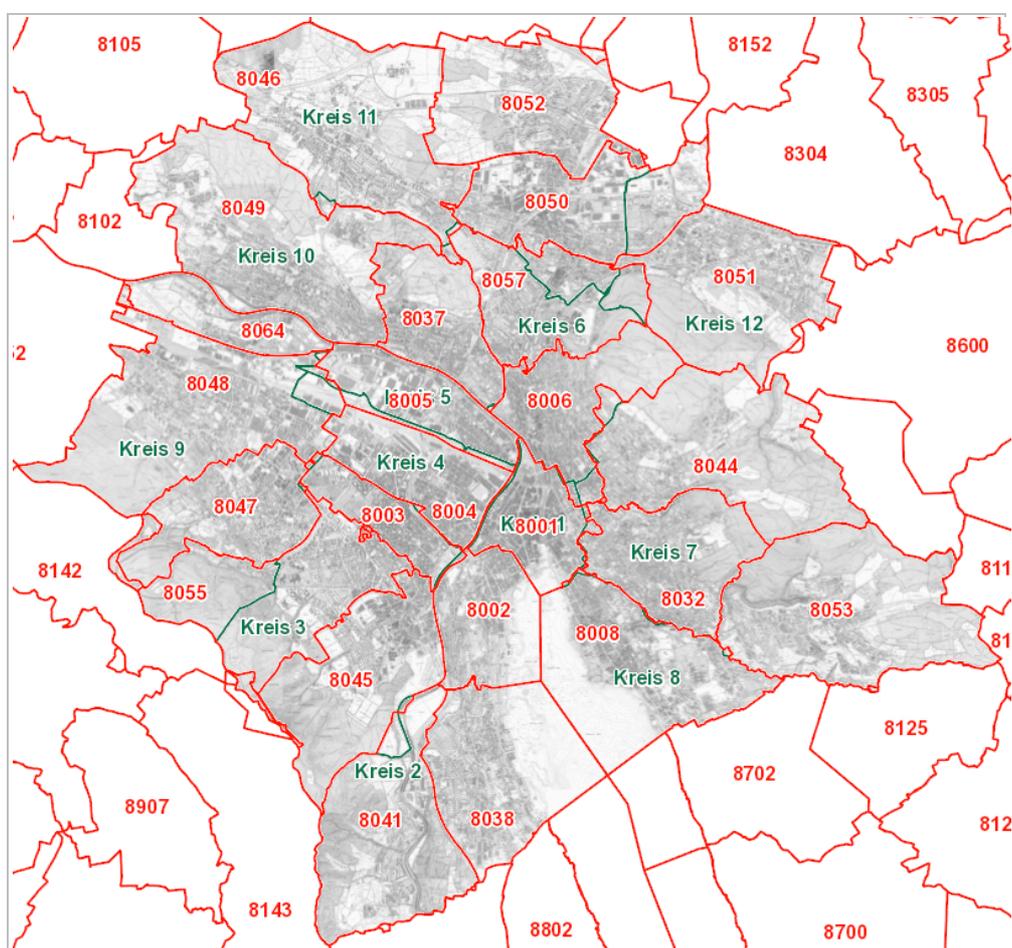


³ Vgl. Klaus (2006), Weckerle und Söndermann (2008), Weckerle und Theler (2010).

1.3 Räumliche Einteilungen in der Studie

Um die Räume der Kreativen adäquat zu erfassen, wurden Gebietseinteilungen für die Stadt Zürich vorgenommen. Dies sind zum einen die Zürcher Stadtkreise, zum andern die Postleitzahlgebiete (Abbildung 3). In der Umfrage wurden die Kreativen nach der Postleitzahl gefragt, die zur Adresse ihres Arbeitsortes gehört oder gehörte. Für eine bessere Übersicht in der Auswertung wurden die Postleitzahlgebiete zu Stadtkreisen zusammengefasst und in Grenzfällen entsprechend zugeordnet.

Abbildung 3: Stadtkreise und Postleitzahlgebiete in der Stadt Zürich

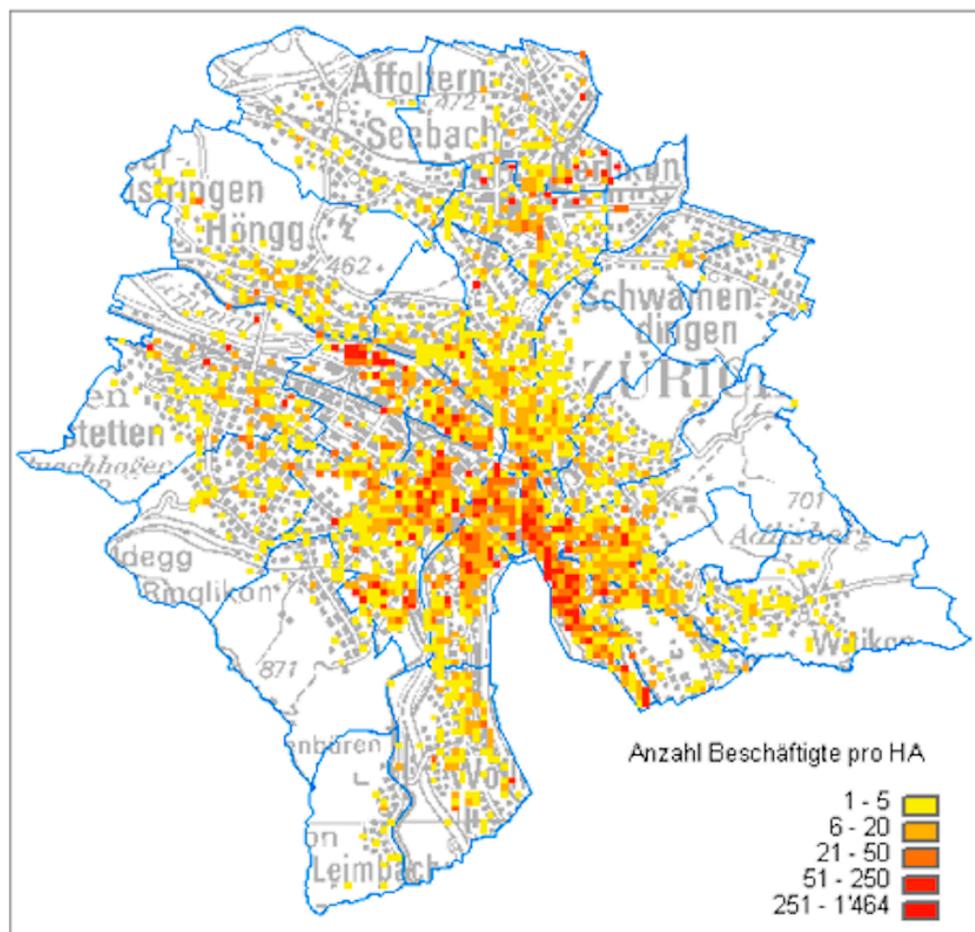


Quelle: <http://www.stadtplan.stadt-zuerich.ch/zueriplan/stadtplan.aspx> (5.9.14)

2 Die Räume der Kreativen

Es gibt drei Arten von Räumen, die für Kreative relevant sind: Erstens die Arbeitsmöglichkeiten, Ateliers, Werkstätten, Büros etc., in denen sie ihren Tätigkeiten ausüben. Zweitens haben die Liegenschaften, in denen sie tätig sind, eine nicht zu unterschätzende Bedeutung für die Zusammenarbeit und den Ideenaustausch unter den Kreativen. Dabei nehmen bestimmte Areale, z.B. Fabrikareale, als Cluster eine besondere Stellung ein. Diese werden in Kapitel 3 behandelt. Drittens weisen bestimmte Quartiere oder Stadtkreise für Kreative wichtige Standortfaktoren wie Zentralität, Szenenähe, Urbanität und weitere auf. Abbildung 4 zeigt, wo sich Kreative in der Stadt Zürich im Jahr 2005 konzentrierten. Hohe Dichten (rot eingefärbt) sind insbesondere in den Kreisen 1, 3, 4, 5 und 8 sichtbar.⁴

Abbildung 4: Verteilung Beschäftigte in der Kreativwirtschaft Stadt Zürich 2005



Quelle: Klaus, Ph. und D. Bentz (2008)

⁴ Neuere Daten sind aufgrund des Systemwechsels von der Betriebszählung des Bundesamtes für Statistik zur Strukturerhebung ab 2010 (s. Glossar in Anhang 1) nicht direkt vergleichbar mit diesen Zahlen.

2.1 Arbeitsorte der Kreativen in der Stadt Zürich

Die räumliche Verteilung der Kreativen in der Umfrage widerspiegelt die Bedeutung der Stadtkreise 3, 4, 5 als Standorte für Kreative und KünstlerInnen (Abbildung 5). Die Kreativen aus anderen Stadtkreisen, wie zum Beispiel Kreise 1, 7 und 8 sind allerdings in der Befragung etwas unterrepräsentiert, wie aus der Verteilung der Zahl der Arbeitsstätten 2011 in der Kreativwirtschaft ersichtlich ist (Abbildung 6). Andererseits ist der Kreis 9 in der Umfrage überrepräsentiert.

Seit 1989 haben sich die Stadtkreise als Standorte der Kreativen unterschiedlich verändert. In Abbildung 7 ist die Verteilung der Kreativen in Prozentanteilen für die Jahre 1989, 1994, 1999, 2004, 2009 und 2014 abgebildet. Während die Anwesenheit der Kreativen in den Kreisen 2, 5, 7 und 8 deutlich abnimmt, ist in den Kreisen 3 und 9 eine deutliche Zunahme zu verzeichnen.

Abbildung 5: Befragte in den Stadtkreisen Zürichs 2011 (Total 402)

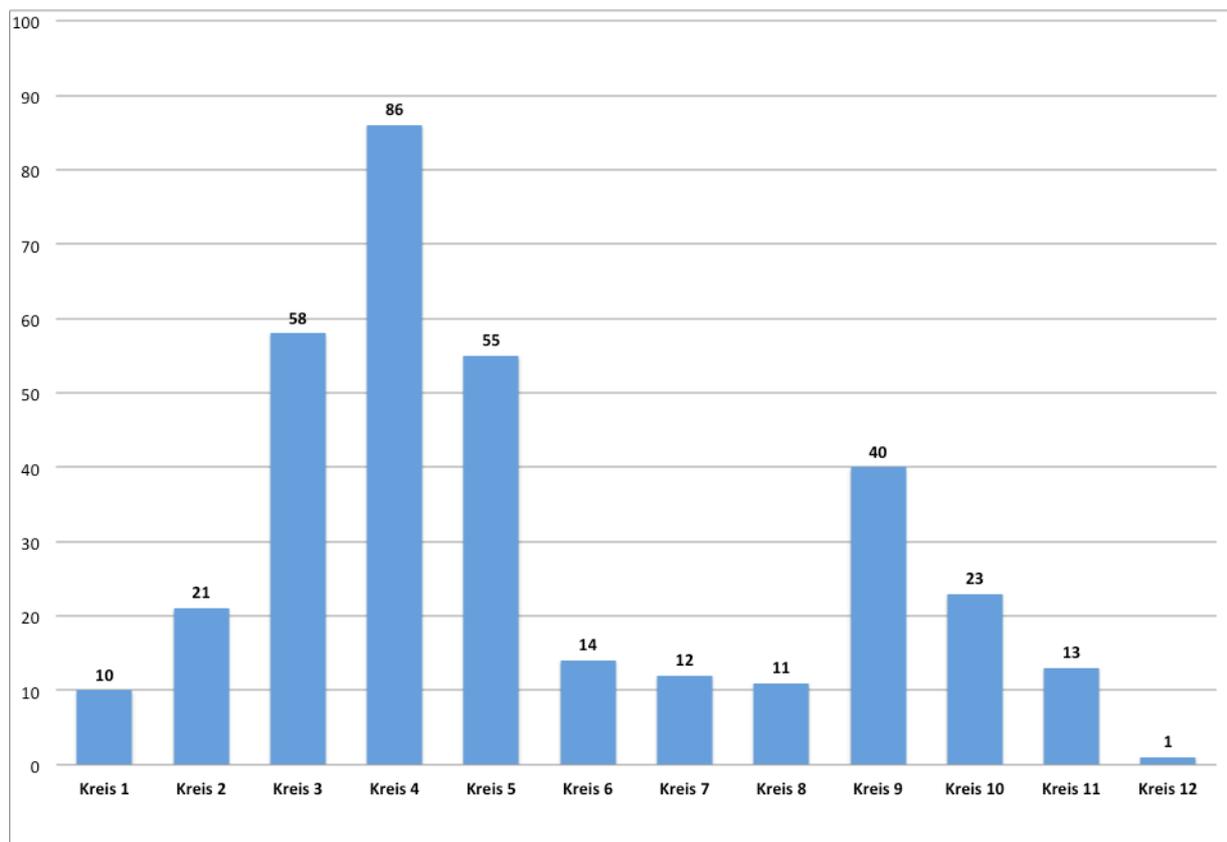


Abbildung 6: Arbeitsstätten Kreativwirtschaft Stadt Zürich 2011 StatEnt⁵ (Total 7654)

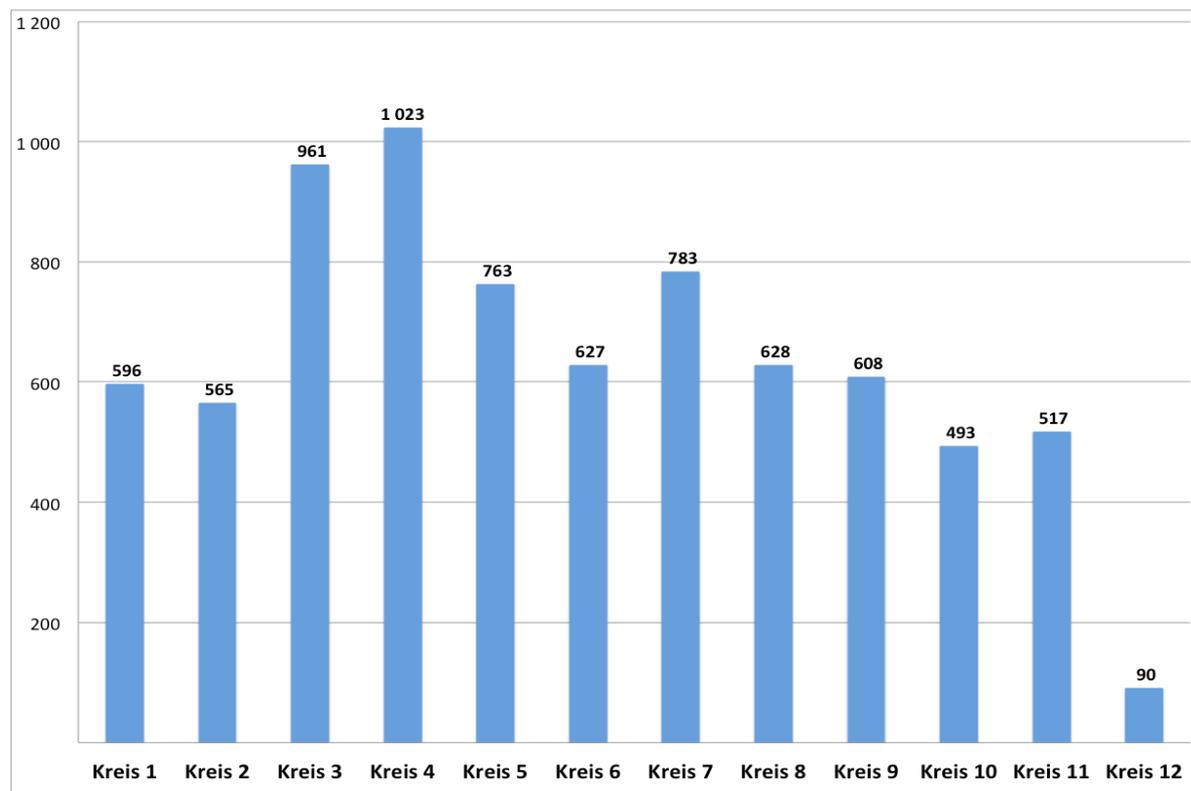
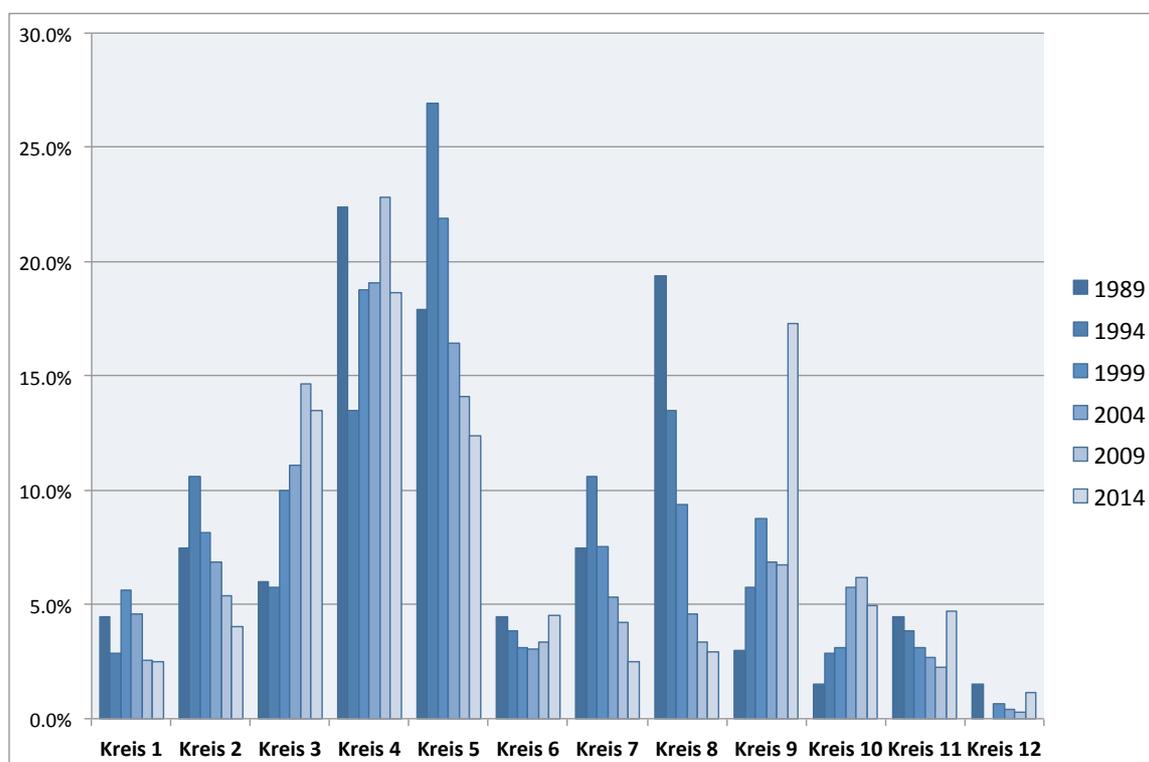


Abbildung 7: Arbeitsorte der Befragten in Zürcher Stadtkreisen (5-Jahresschritte) in %

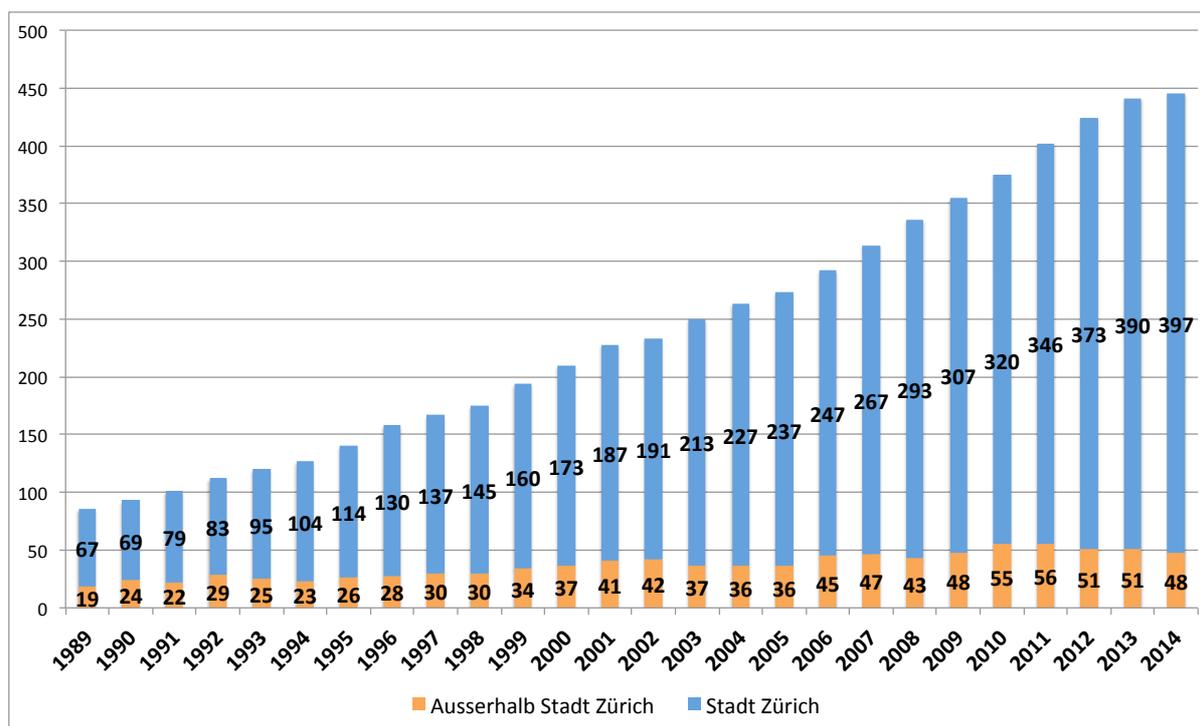


⁵ siehe Glossar in Anhang 1

2.2 Kreative in- und ausserhalb der Stadt Zürich

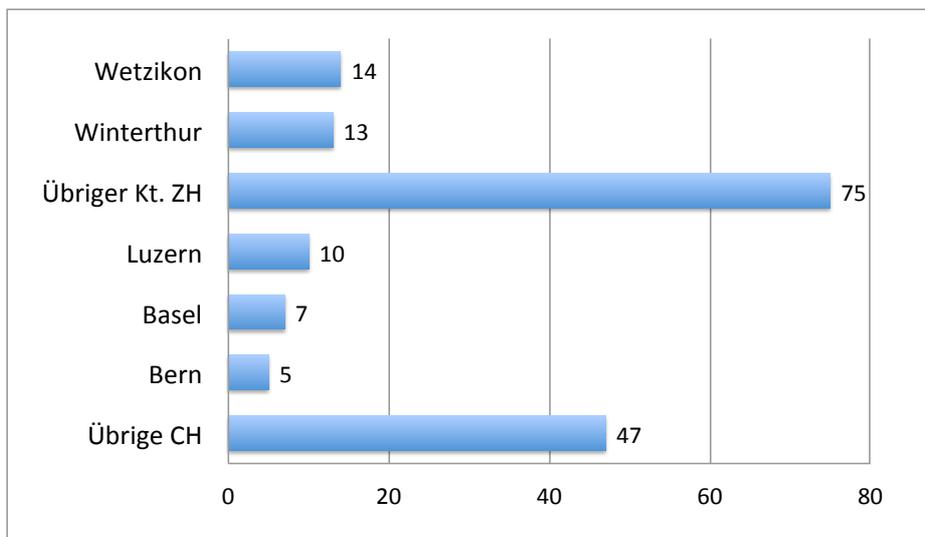
Seit 1989 hielt sich immer ein Teil der befragten Kreativen ausserhalb der Stadt Zürich auf. Der Anteil nahm von 1989 bis 2014 von fast 30% auf 12% ab (Abbildung 8). 122 Befragte hatten ihren Arbeitsort im Untersuchungszeitraum mindestens einmal ausserhalb der Stadt Zürich. Zwanzig Befragte arbeiteten nie in der Stadt Zürich.

Abbildung 8: Befragte in und ausserhalb der Stadt Zürich



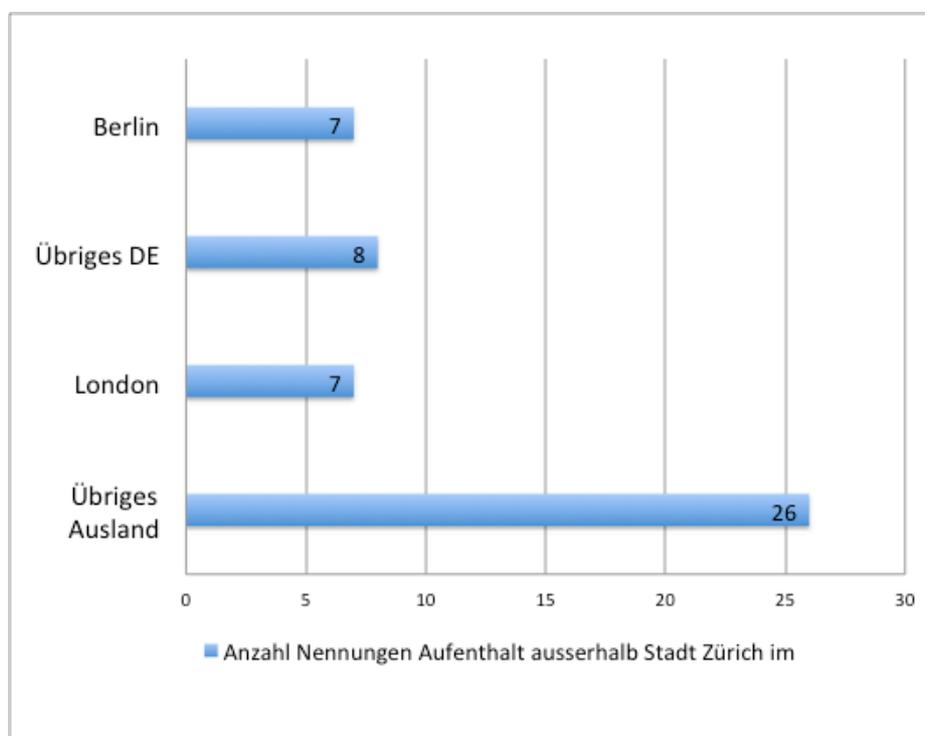
Als Standorte ausserhalb der Stadt Zürich (Abbildung 9) wurden insbesondere Wetzikon, Winterthur, Luzern, Basel und Bern genannt. Die anderen Nennungen verteilen sich auf den übrigen Kanton Zürich und die übrige Schweiz.

Abbildung 9: Standorte ausserhalb Stadt Zürich in der Schweiz (171 Nennungen)



Bei den Aufenthalten im Ausland (Abbildung 10) werden Orte in Deutschland fünfzehn mal genannt, davon sieben mal in Berlin, sowie 33 Orte in anderen Ländern, davon London mit sieben Nennungen am häufigsten.

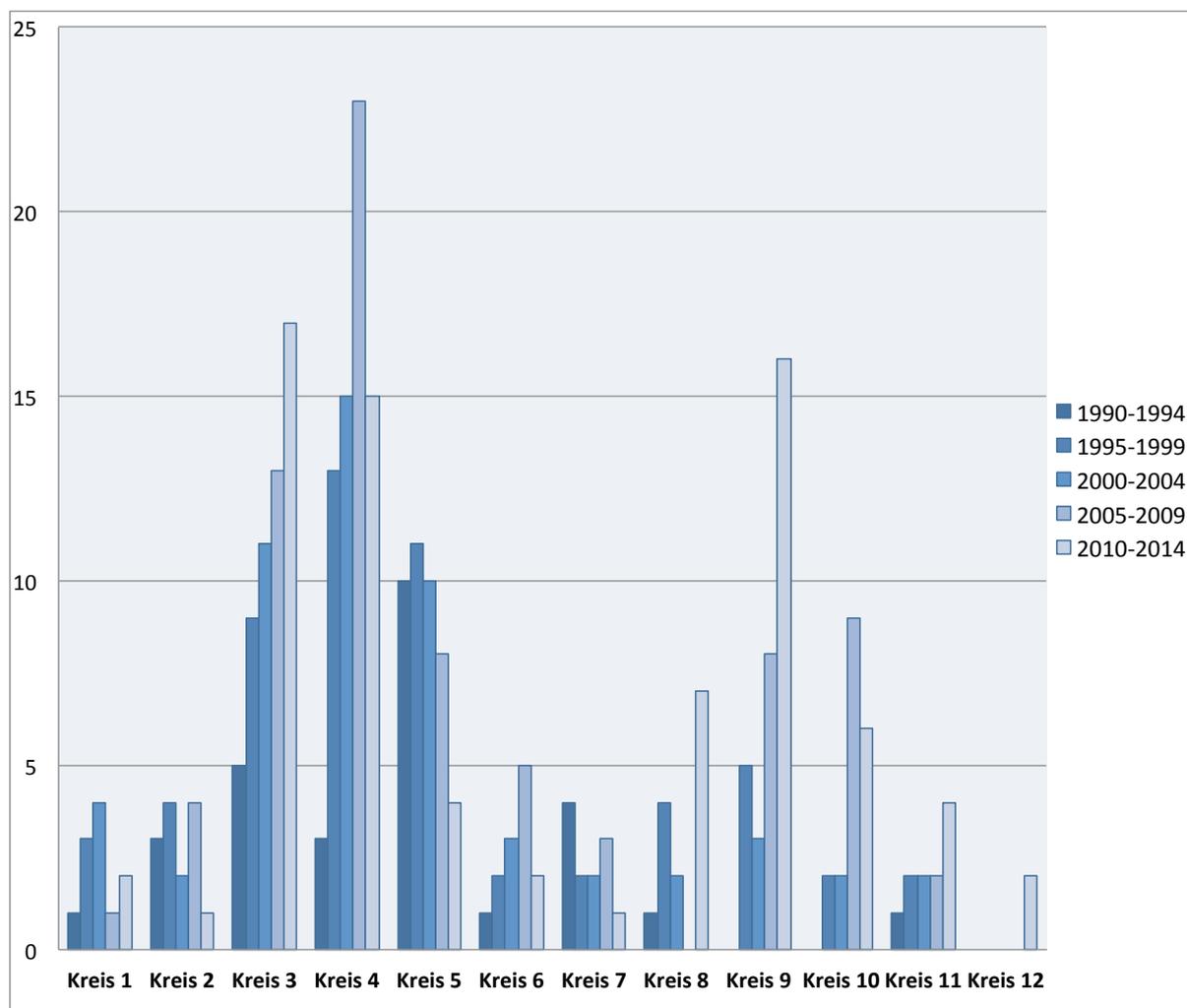
Abbildung 10: Standorte im Ausland (48 Nennungen)



2.3 Stadtkreise und Gründungsperioden

Aus Abbildung 11 wird der Verlauf der Gründungsaktivitäten der Befragten über die letzten 25 Jahre in den zwölf Zürcher Stadtkreisen ersichtlich. Auffallend hoch ist die Anzahl Gründungen in den Kreisen 3, 4 und 9 in der jüngsten Periode von 2010 bis 2014. Ebenso auffallend ist die stete Abnahme der Gründungen im Kreis 5 in den drei 5-Jahres Perioden seit dem Jahr 2000. Dies ist ein deutliches Indiz, dass sich die Konditionen für Start-ups im Kreativsektor im Kreis 5 verschlechtert haben, was auf den zunehmenden Verlust günstiger Räume in den ehemaligen Industriearealen im äusseren Kreis 5 zurückzuführen ist.

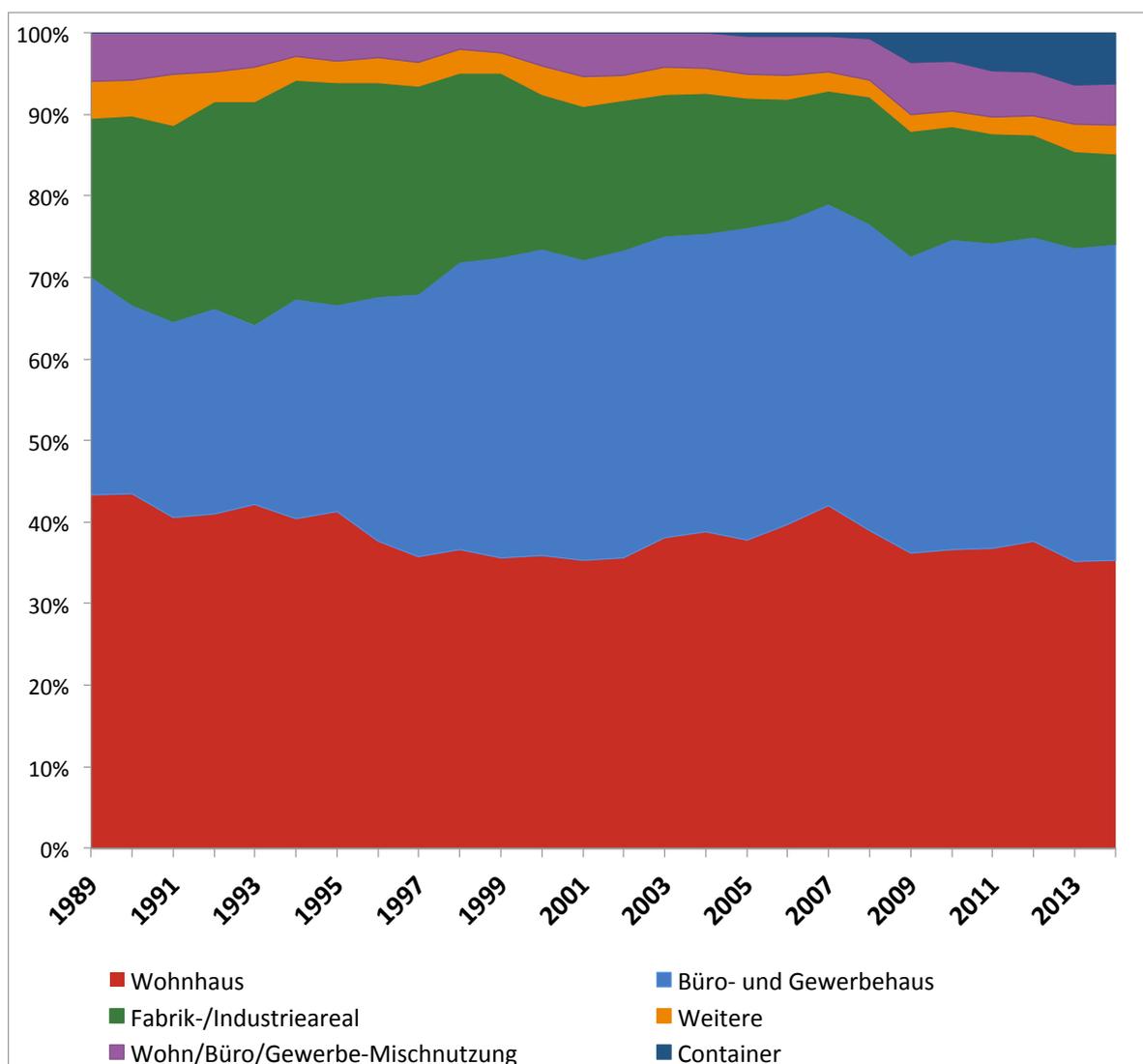
Abbildung 11: Anzahl Gründungen nach Stadtkreisen, 5-Jahresperioden



2.4 Kreative in verschiedenen Gebäudetypen

Die Anzahl der Befragten, die in einem Büro- und Gewerbehaus arbeiten, nahm im Untersuchungszeitraum von rund 30% auf 40% zu. Zwischen 35% und 45% der Befragten arbeiten in einem Wohnhaus. Ab 2008 treten Container als neuer Gebäudetyp in Erscheinung. Besonders gut lässt sich auch der Verlauf des Anteils Kreativer in Fabrik-/Industriearalen verfolgen: Ab 1989 nahm er zu und erreichte in den Jahren 1993 bis 1995 das Maximum. Von 1996 bis 2003 verharrte der Anteil Befragter in Fabrik-/Industriearalen auf relativ hohem Niveau und nahm danach kontinuierlich ab. Unter ‚Weitere‘ gaben die Befragten beispielsweise ‚Garage‘, ‚Galerie‘, ‚Portierhaus Friedhof‘ an.

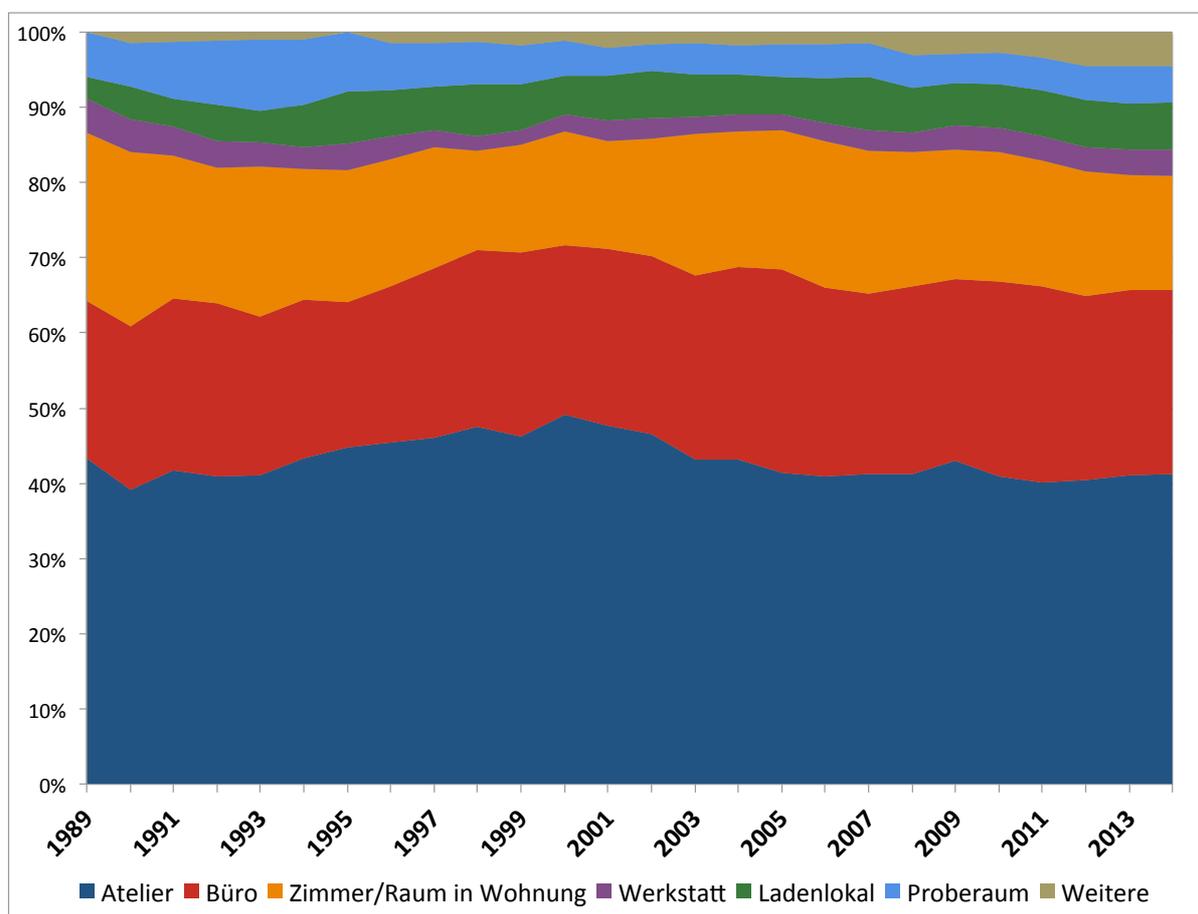
Abbildung 12: Befragte nach Gebäudetypen in %, Stadt Zürich



2.5 Arbeitsräume der Kreativen

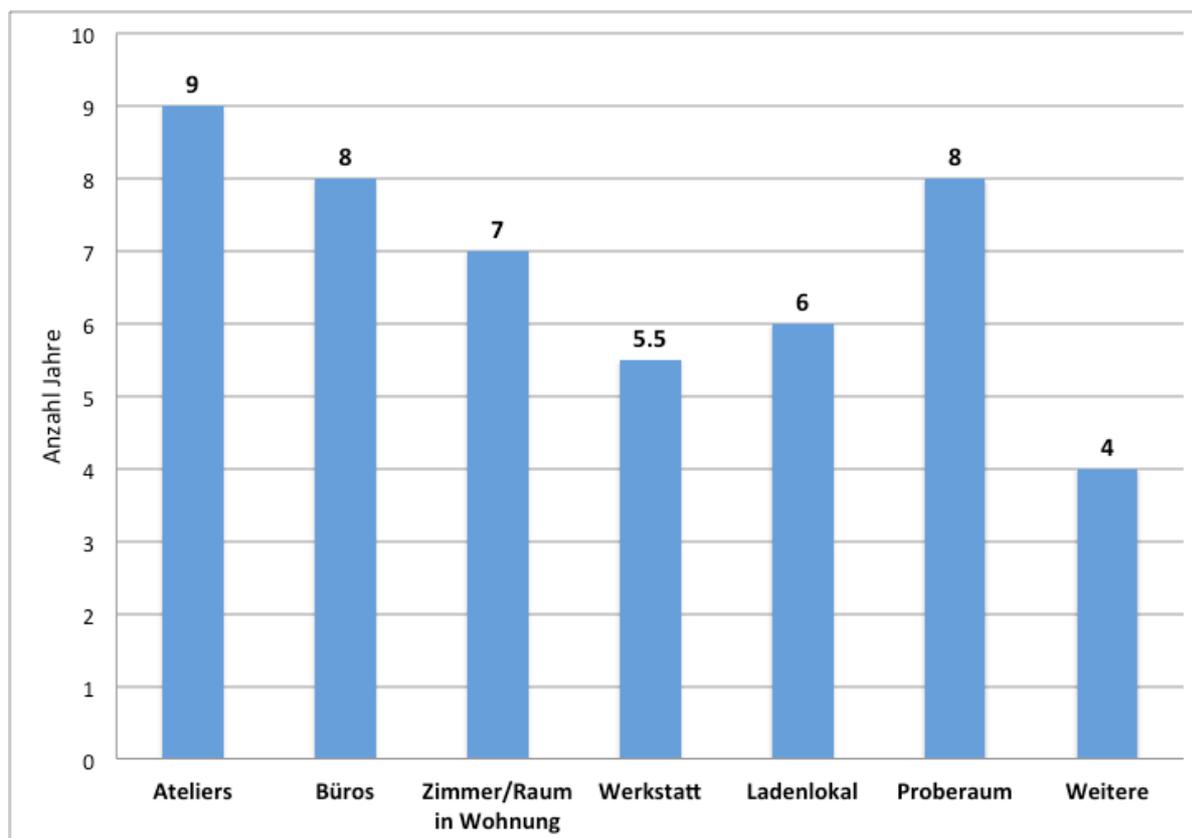
Der Anteil der in Ateliers tätigen Befragten liegt über die ganze Periode bei rund 40%, mit einem Maximum von 47% im Jahr 2000 (Abbildung 13). Die Anzahl Befragten, die in Büros arbeiten, nahm zunächst ein wenig zu und blieb nach 2000 konstant. Der Anteil der Befragten, die in Wohnungen arbeiten, beträgt etwa 25%, etwas weniger um die Jahrtausendwende und in den letzten drei Jahren. Proberäume wurden in vermehrtem Masse Mitte der 1990er Jahre genannt, danach nahmen die Anteile wieder ab.⁶ Unter 'Weitere' gaben die Befragten unter anderem folgende Raumtypen an: 'Garage', 'Tonstudio', 'Galerie', 'Bürohaus kombiniert mit Abfüllanlage'.

Abbildung 13: Arbeitsraumtypen der Kreativen in %, Stadt Zürich



⁶ Unter dem Begriff 'Proberaum' sind folgende Angaben zusammengefasst: Probebühne, Musik-/ Bandlokal, Tanzproberaum.

Abbildung 14: Aufenthaltsdauer nach Raumtyp, Stadt Zürich (Median)



Ateliers, Büros und Proberäume haben in der Aufenthaltsdauer einen Median von 9 (Ateliers) bzw. 8 Jahren, Werkstätten hingegen nur einen von 5.5 Jahren (Abbildung 14). Zimmer bzw. Räume in Wohnungen liegen mit sieben Jahren zwischen den beiden Werten. Zuhause zu arbeiten (Homeoffice, Atelier in der Wohnung) ist nicht nur Geschmackssache, sondern ist je nach dem auch Ausdruck für die wirtschaftliche Situation. Wohnungen wurden immer wieder als Option bei schlechtem Geschäftsgang genannt oder, wenn kein neuer geeigneter Arbeitsort gefunden wurde.



3 Kreative in Fabrik- und anderen Arealen

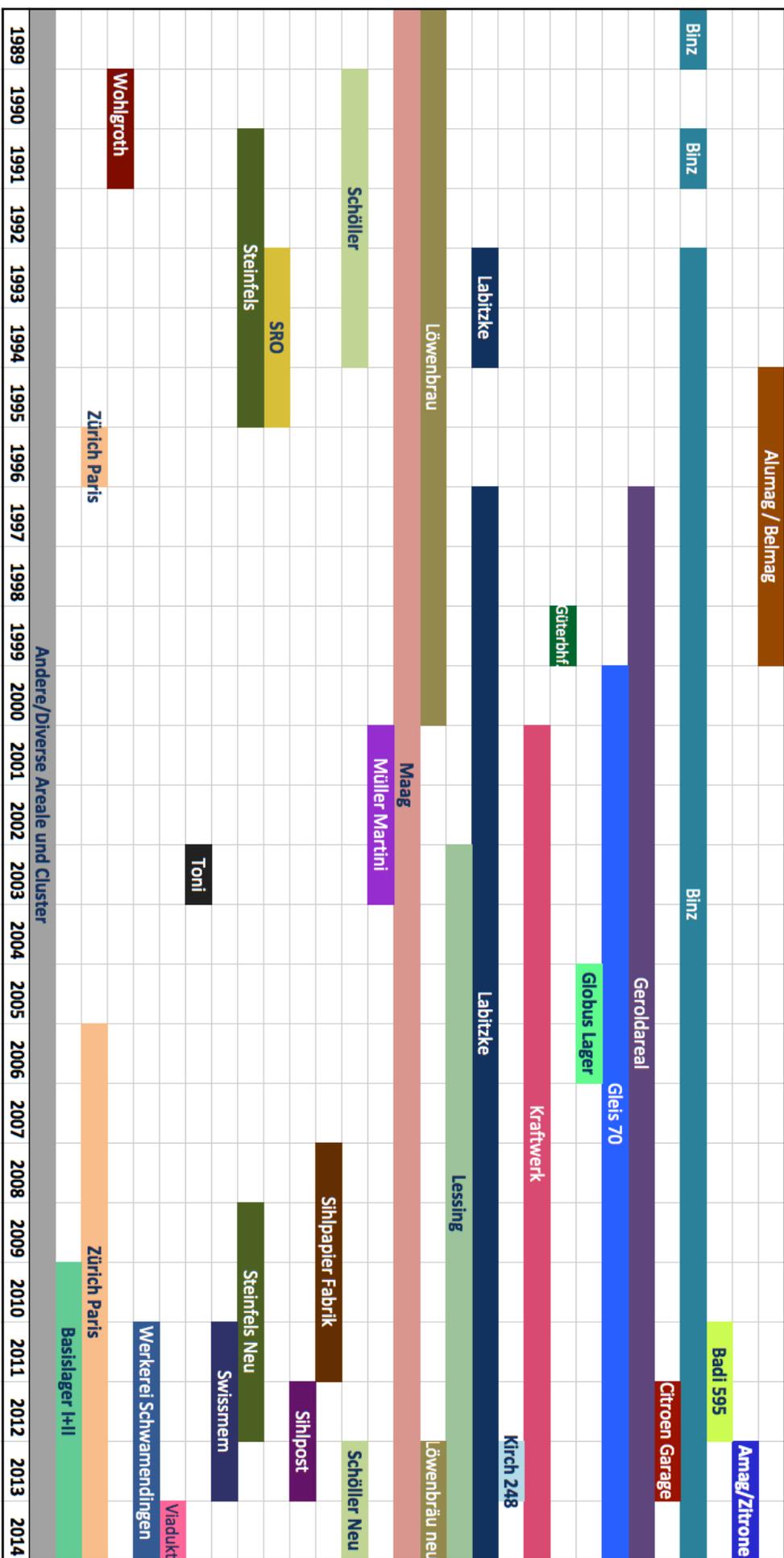
Fabrik- und andere Areale spielen in der Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft, des Kulturlebens und der Partystadt eine wichtige Rolle. Heute über die Grenzen hinaus bekannte Architekturbüros, berühmte Videokünstlerinnen oder erfolgreiche Umhängetaschenproduzenten begannen Ende der 1980er und anfangs 1990er Jahre ihre Karriere in ehemaligen Fabrikarealen. Gleichzeitig mit ihnen packten viele Kreative die Gelegenheit und zogen in die Areale ein, starteten zu günstigen Konditionen ein Unternehmen oder ihre Einzelfirma, richteten eine Werkstatt oder ein Atelier ein. Ausserdem erwachte Zürich als Partystadt. Gerade in den Produktionshallen der Fabriken waren Technoparties bald an der Tagesordnung. Die Zwischennutzungen brachten unterschiedlichste Akteure und Aktivitäten zusammen. Es entwickelten sich innovative Szenen und damit Cluster der Kunst und der Kreativwirtschaft.

Gleichzeitig gibt es immer wieder neue Orte, die von Kreativen angeeignet werden und sich zu Clustern entwickeln. Neben den neuen Zwischennutzungen wie zum Beispiel 'Zitrone' oder 'Werkerei' gibt es etliche Cluster, die viele Jahre lang bestanden haben und auch solche, die immer noch bestehen. Als Kreativcluster sind vor allem die ehemaligen Industrieareale bekannt, welche seit dem Ende der Industrieproduktion und in zunehmendem Masse ab Ende der 1980er Jahre für sogenannte Zwischennutzungen geöffnet wurden.⁷ In zunehmendem Masse und mit Anwachsen der Kreativszenen dienten neben Fabrikarealen auch Büroliegenschaften und Gewerbebauten als Arbeitsorte. Diese sind bis heute beliebte Orte der Kreativproduktion, da sie ebenfalls die Möglichkeit zum gemeinsamen Arbeiten, für Informationsaustausch und sonstige Vernetzungen bieten. Diese Cluster werden des Weiteren zusammen mit den ehemaligen Fabrikarealen als 'Areale' bezeichnet. Zwischennutzungen, die aufgegeben werden mussten (z.B. wegen Abriss oder Umnutzung), werden im Folgenden als 'beendete Areale' bezeichnet. Abbildung 15 zeigt, in welchen Arealen sich Befragte in welchen Jahren aufgehalten haben.

Areale haben unterschiedliche Organisationsformen. Es gibt Liegenschaften, die von den MieterInnen, meist als Verein organisiert, selbst verwaltet werden (Bsp. Zitrone). Weiter gibt es Liegenschaften, die genossenschaftlich organisiert sind (Bsp. Kraftwerk1, Gleis 70 u.a.m.). Die Mehrheit bilden Areale mit privaten oder institutionellen Eigentümern, welche die Liegenschaft entweder selber verwalten oder von spezialisierten Firmen verwalten lassen.

⁷ vgl. Angst et al. 2010

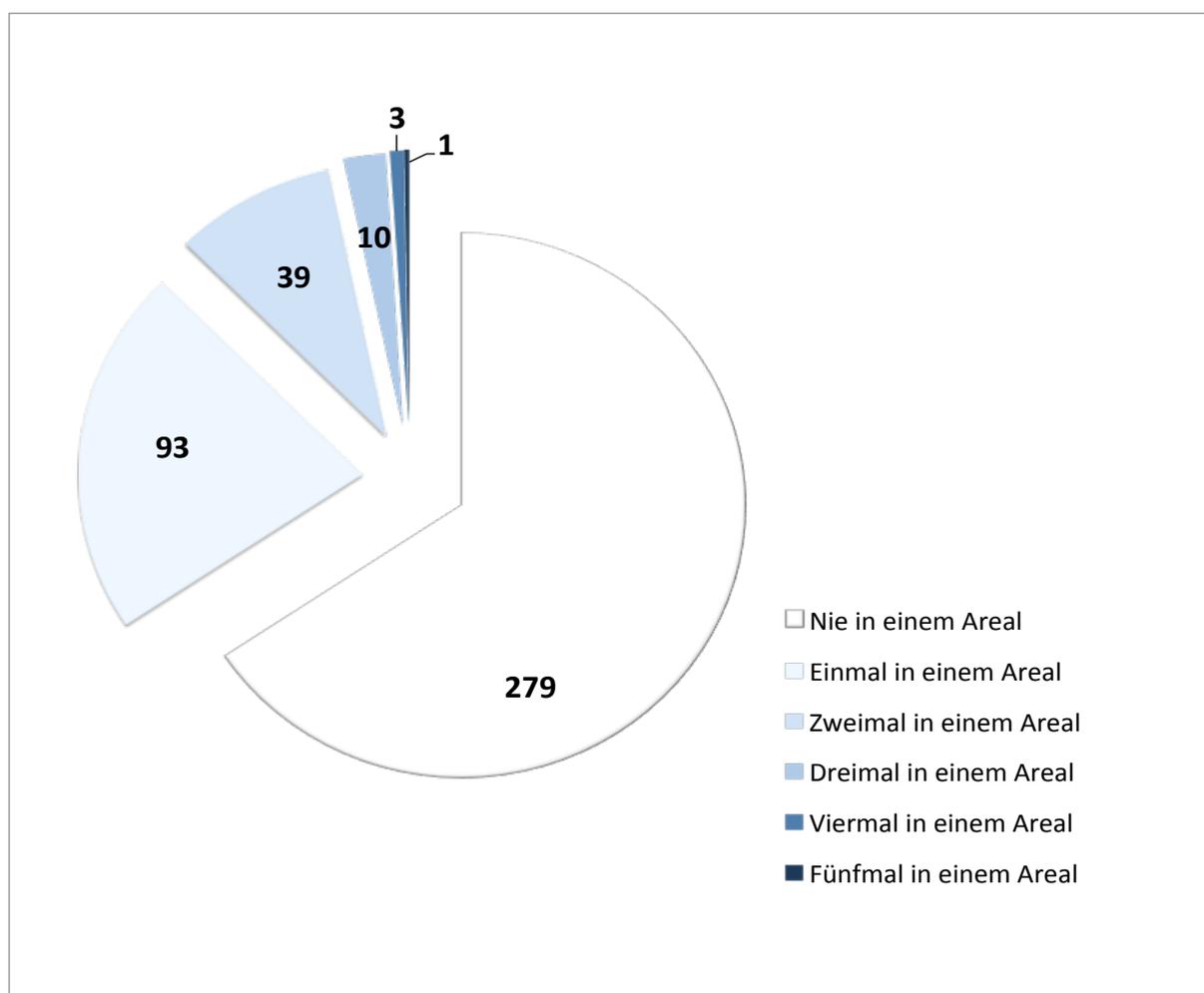
Abbildung 15: Aufenthalte der Befragten in Arealen



Unter den Arealen gibt es solche, die nach der Umnutzung wieder von Kreativen belegt wurden. Dabei handelt es sich um die ehemaligen Fabrikareale Löwenbräu, Schöller und Steinfels. Mit Ausnahme des Löwenbräuareals sind es nicht die gleichen Kreativen, die nach der Umnutzung oder dem Neubau wieder in den Arealen sind. Die Überbauung, die auf dem Schöllerareal in Etappen 1999 und 2002 fertiggestellt wurde, heisst Limmatwest.

Wie Abbildung 16 zeigt, waren von allen Befragten zwei Drittel nie und ein Drittel mindestens einmal in einem Areal tätig. Von diesem Drittel (146 Befragte) waren ein Viertel (39) zweimal in einem Areal, zehn Befragte dreimal, drei viermal. Eine Person oder ein Kreativunternehmen war im Laufe der Karriere in fünf unterschiedlichen Arealen tätig.

Abbildung 16: Befragte in Arealen

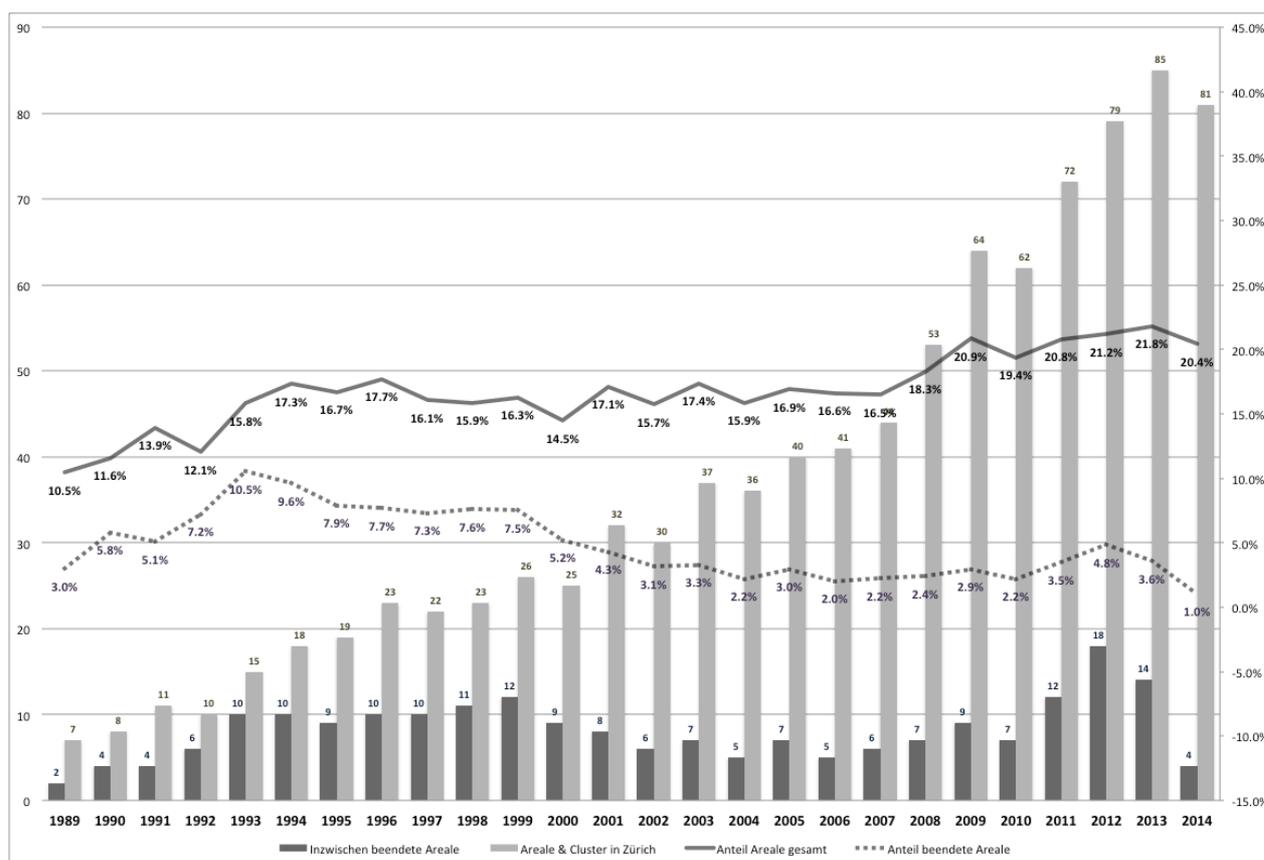


In Abbildung 17 ist der Anstieg des Anteils von Kreativen in Arealen zwischen 1989 bis 1996 gut ersichtlich. Dies widerspiegelt die Zunahme von Zwischennutzungen insbesondere in ehemaligen Industriearealen. Bis 2007 folgt eine längere Periode, in der sich der Anteil konstant verhielt mit Schwankungen zwischen 14.5% und 17.7%. In den anschliessenden Jahren stieg der Anteil wiederum an und verharrte zwischen 18.3% und 20.4%. Dieser letzte Anstieg hat mit neu angeeigneten Arbeitsorten im Kreis 9 sowie diversen Arealen in Büro- und Gewerbeliegenschaften in anderen Stadtkreisen zu tun (z.B. Basislager, Werkerei).

Der Anteil von Befragten, die sich jeweils in inzwischen beendeten Arealen befanden, nahm bis 1993 auf über 10% zu, sank bis 1999 leicht auf 7.5%, sackte bis 2002 auf 3.1% ab, blieb dann auf tiefem Niveau bis 2010 (2.2%), worauf er nochmals auf 4.8% anstieg und danach wieder abnahm.

Insgesamt finden sich bei den beendeten Arealen eine Abnahme der Arbeitsorte der Kreativen seit 1993 (z.B. Abriss Schöller Areal 1995) und ein leichter Anstieg bei den noch bestehenden Arealen und Clustern ab etwa dem gleichen Zeitpunkt.

Abbildung 17: Befragte in bestehenden und beendeten Arealen



Der Kreis 5 (PLZ 8005) ist traditionell stark in der Kreativwirtschaft vertreten. Ab Ende der 1980er Jahre lassen sich Kreative in den Industriearealen im äusseren Kreis 5 nieder. Etwa zehn Jahre später nimmt der Anteil der Kreativen in Arealen im Kreis 5 immer mehr ab (Abbildung 18), was auf die Umnutzung der Industrieareale zurückzuführen ist, und beträgt 2014 schliesslich noch 12.4%.

Abbildung 18: Anteil befragte in Arealen in ausgewählten Stadtkreisen/PLZ

Postleitzahl	Jahr	Anteil Befragte in Arealen
8005	1989	14.0%
	1994	22.0%
	1999	18.0%
	2004	16.4%
	2010	14.0%
	2014	12.4%
8048	1989	1.2%
	1994	3.8%
	1999	5.7%
	2004	5.0%
	2010	4.2%
	2014	13.0%
8008	1989	15.1%
	1994	11.0%
	1999	7.7%
	2004	4.6%
	2010	3.4%
	2014	2.9%

In Altstetten (PLZ 8048) nimmt der Anteil der Kreativen in Arealen von sehr wenigen (1.2%) im Jahre 1989 auf fast 6% zu, nimmt dann bis 2010 (4.2%) wieder ab und erhöht sich bis 2014 auf 13%.

Auch der Kreis 8 (PLZ 8008) hatte verschiedene Areale. 1989 befanden sich rund 15% der Befragten im Kreis 8 in Arealen. Dieser Anteil hat kontinuierlich abgenommen und beträgt 2014 noch 2.9%.

In der Umfrage genannte Areale

In der nachstehenden Liste sind alle Areale aufgeführt, welche die Befragten als Arbeitsorte nannten.

* bezeichnet Areale, in denen die Zwischennutzung durch Abriss und/oder Umnutzung beendet wurde.

Areale in der Stadt Zürich

Kreis 1

Ehemaliges Haus Sprüngli, 8001
 Haus zur Bastei, Bärengasse 29, 8001, *
 Musik Hug-Gebäude, Limmatquai 28, 8001,
 Zwischennutzung
 Racher Haus, Marktgasse 12, 8001,
 Zwischennutzung
 Select Haus, Limmatquai 16, 8001

Kreis 2

Lessing, Lessingstrasse, 8002
 Sihlpapier Fabrik, 8002, *
 Rote Fabrik, Seestrasse, 8038

Kreis 3

Alumag / Belmag, 8045, *
 Basislager 8045, ab 2012 8048
 Binz, 8045
 Globus Lager, 8045, *
 Binz 39, 8045/8005
 Colab, Zentralstrasse 37, 8003
 Karthago, Zentralstrasse 150, 8003
 Sanitas Hub, Manessestrasse 170, 8045
 Winterhalder, Werdstr. 128, 8003

Kreis 4

Alte Metzgerei / Madame Erismann,
 Erismannstrasse 31, 8004
 city-west, Hohlstrasse 108, 8004
 Hardplatz 15, 8004

Güterbahnhof, 8004, *
 Kalkbreite, Badenerstr. 177, 8003, *
 Koch18, Kochstrasse 18, 8004
 Müller/Rundumholz, Müllerstrasse 47,
 8004, Zwischennutzung
 Perla Mode, Langstrasse, 8004
 Piaggiohaus, Ankerstrasse, 8004
 Plaza, Badenerstrasse, 8004
 Schöneegg, Schöneeggstrasse 5, 8004
 Sihlpost, 8004
 Tessinerkeller, Neufrankengasse 16, 8004,
 Zwischennutzung, *
 Tramdepot, Elisabethenstrasse 43, 8004
 Volkshaus, 8004

Kreis 5

Geroldareal, 8005
 Kraftwerk1, Hardturmstrasse 261, 8005
 Kuoni Hochhaus, Klingenstrasse, 8005
 Löwenbräu, 8005, * und neu eröffnet
 Maag, 8005, *
 Müller Martini, Josefstrasse, 8005, *
 Schiffbau, Schiffbaustrasse 10, Escher-Wyss
 Areal, 8005
 Schöllerareal, Limmatstrasse, 8005, *
 Steinfels, 8005, *
 SBB Areal, Neugasse 145b, 8005
 Toni Areal, 8005, *
 Viaduktbögen, 8005, * und neu eröffnet
 Walo, Limmatwest, Limmatstrasse 73, 8005

Welti-Furrer-Areal, Zollstrasse 116, 8005

Werkhof, Josefstr. 20, 8005

Wohlgroth, Klingenstrasse, 8005, *

Zürich Paris, Hardturmstrasse 66, 8005

Kreis 6

SRO, Kugellagerfabrik, 8057, *

Dynamo, 8006

Kreis 7

Gymnos, Gladbachstrasse 119, 8044

Kreis 8

Kirche 248, Kichenweg, 8008, *

Link, Mühlebachstr. 52, 8008

Swissmem, 8008, *

Kreis 9

Albizke, 8047

Allega, Baslerstrasse, 8048

Amag/Zitrone, 8048, *, umgezogen

Badi 595, Badenerstrasse 595, 8048, *

Citroen Garage, Badenerstrasse 415, 8048, *

Fabrizke areal, 8048

GGA Genossenschaft Gewerbehaus

Altstetten, 8048

Gleis 70, Hermetschloostrasse, 8048

Kumag-Areal, Letzigraben 114, 8047

Labitzke, 8048, *

Turbinenbräu, Badenerstrasse 571, 8048

UBS Areal, Flüelastrasse 32, 8047

Utogrund, Bandraum, Dennlerstrasse, 8047

Rautstrasse, 8047

Kreis 10

Fabrik am Wasser, 8049

Siedlung Nordbrücke, Rötelsteig, 8037

Tanzhaus Wasserwerk, 8037

Turbinenhaus, Am Wasser 55, 8049

Kreis 11

Giesserei Nyffenegger, Birchstrasse 106, 8050

Noerd, Binzmühlestrasse 170, 8050

Nordring Leutschenbach,

Schärenmoosstrasse, 8052

Raketenfabrik GSMBA, Neunbrunnenstr. 90, 8050

Rigling Areal, Leutschenbachstr. 40-44, 8050

Kreis 12

Werkerei Schwamendingen, 8051

Areale ausserhalb Stadt Zürich

Alte Spinnerei, Kemptal

Blaue Fabrik, Thalwil

Bleiche, Wald ZH

Eskimo, Pfungen

Fabrik Schönau, Wetzikon

Geistlich Areal, Schlieren

Giessen Areal, Wädenswil

Hunzikerareal, Uster

Lagerplatz, Winterthur

Spinnerei Streiff, Wetzikon

Spinnerei, Langnau a.A.

SUVA – Gebäude, Winterthur

Turicaphonareal, Uster

Weststrasse, Wetzikon

Zwicky Areal, Wallisellen

Beispiele für Areale in der Stadt Zürich Fotos Philipp Klaus ©



Schöllerareal 1994



Alumag-Belmag, 2001



Lessingstrasse 2010



Toni Areal 2005



Maag Areal 2003



Maag Areal, 2008



Gauss Stierli Areal, 2004



Basislager 2013



Steinfelsareal 1993



Schölleraal 1994



Alumag-Belmag 1998



Toni Areal 1993



Güterbahnhof 2011



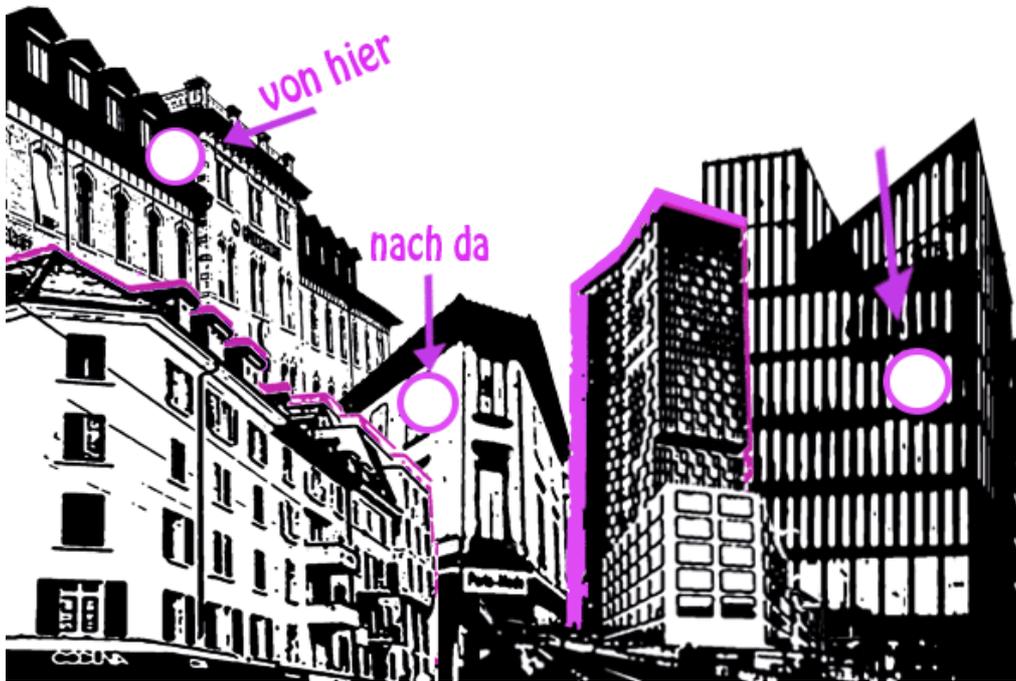
Löwenbräu Areal 2001



Sihlpapier 2002



Manegg 2001



4 Bewegungen der Kreativen

In Zürich West und Zürich Nord sind fast alle ehemaligen Fabrikareale umgenutzt. Die Umnutzungen des Maagareals, Güterbahnhofs und Löwenbräuareals sind z.T noch jung. Kreative gelten als mobil, da sie nicht nur in flexiblen Arbeitsverhältnissen wirken, sondern oft umziehen. Wie oft sie tatsächlich umziehen, von wo nach wo und wann, wird auf den folgenden Seiten aufgezeigt. Die Frage nach dem Warum der jeweiligen Umzüge ist Gegenstand von Kapitel 5.

4.1 Umzugshäufigkeiten der Kreativen

445 Befragte sind **806 mal** umgezogen.

Im Durchschnitt sind alle Befragten **1.8 mal** umgezogen.

Von den 445 Befragten sind 115, also **ein Viertel, nie umgezogen**.

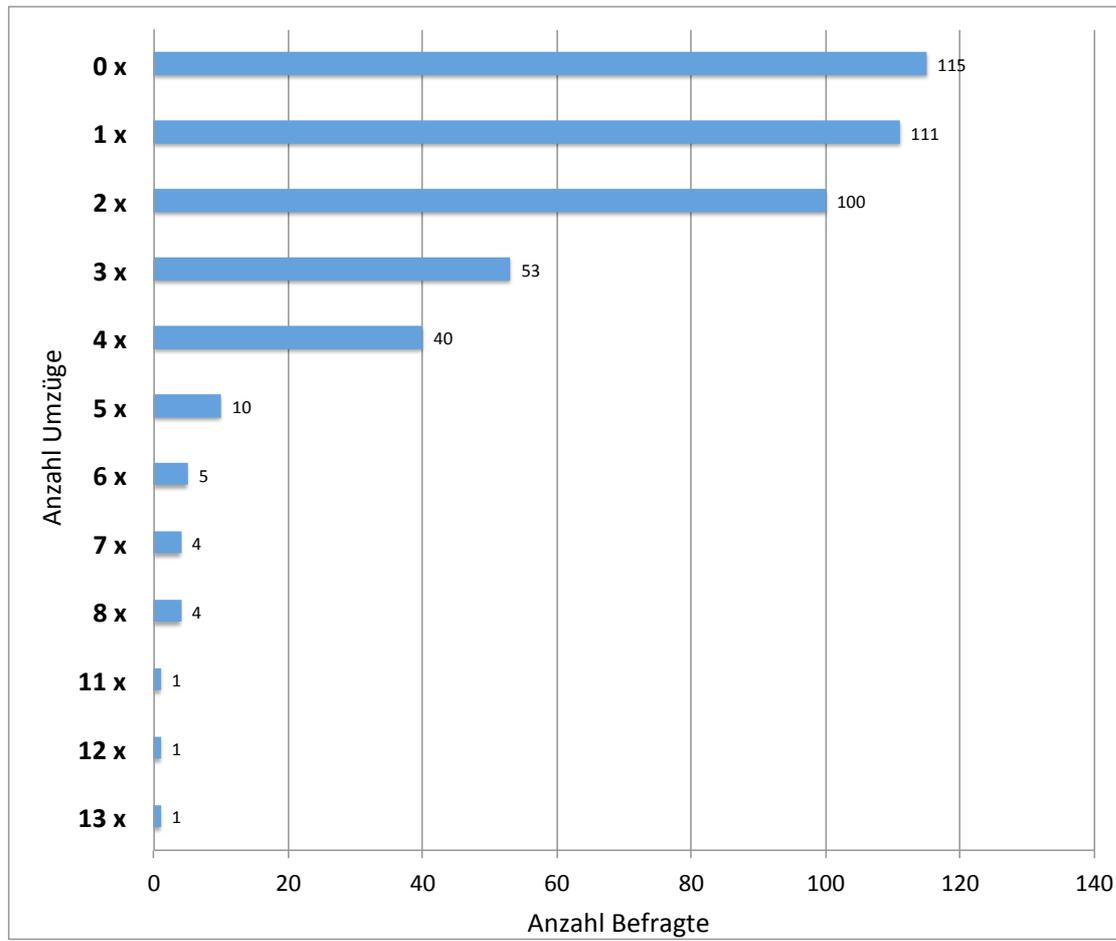
Wenn jene 115, die nie umgezogen sind, abgezogen werden, sind die anderen 330 Befragten im Durchschnitt **2.4 mal** umgezogen.

111 sind einmal, 100 sind zweimal, 53 sind **dreimal**, 40 sind **viermal** umgezogen.

Die übrigen **26** sind **176 mal** umgezogen, **im Durchschnitt 6.8 mal**.

Eine Person ist 13 mal umgezogen und zwar zwischen 1989 und 2014.

Abbildung 19: Umzugshäufigkeit aller Befragten



4.2 Umzugshäufigkeiten nach Alter der Unternehmung

Von den 1989 oder früher gegründeten Unternehmen sind 16 von 86 bis 2014 nie umgezogen.

Von den 1990 bis 1999 gegründeten Unternehmen sind 94 von 108 bis 2014 mindestens einmal umgezogen, also 89% der jeweiligen Befragten.

Von den 2000 bis 2009 gegründeten Unternehmen sind 123 von 161 bis 2014 mindestens einmal umgezogen. Das sind 76% der jeweiligen Befragten.

Von den 2010 bis 2014 gegründeten Unternehmen sind 47 von 90 mindestens einmal umgezogen, was 52% der jeweiligen Befragten entspricht.

Die zwischen 2000 bis 2014 gegründeten Unternehmen zogen im Durchschnitt je 1.31 Mal um.

4.3 Umzugsgeographie

Die Kreise 3, 4, 5 und 9 zeigen die häufigsten Bewegungen in den letzten 25 Jahren. Während sich die Zu- und Wegzüge in den Kreisen 3, 4 und 5 über den ganzen Beobachtungszeitraum die Waage halten, gibt es im Kreis 9 deutlich mehr Zuzüge (108) als Wegzüge (66). Etwas weniger stark ausgeprägt ist der positive Saldo im Kreis 11 und nur leicht positiv im Kreis 6. Die anderen Stadtkreise, sowie der Kanton Zürich, die Schweiz und das Ausland haben mehr Weg- als Zuzüge. Die Kreise 7 und 8 verlieren am meisten.

Abbildung 20: Zu- und Wegzüge der Befragten

Lesebeispiel: vom Kreis 3 zogen drei Befragte in den Kreis 1, 4 in den Kreis 2, 23 zogen im Kreis 3 um, achtzehn in den Kreis 4. Drei zogen aus dem Kreis 1, vier aus dem Kreis 2 zu.

von nach	Kreis 1	Kreis 2	Kreis 3	Kreis 4	Kreis 5	Kreis 6	Kreis 7	Kreis 8	Kreis 9	Kreis 10	Kreis 11	Kreis 12	ZH	CH	Ausl.	Total Wegzüge
Kreis 1	8		3	4	4	3	2	1	1		1					27
Kreis 2		5	4	4	3			1		2	1	1	7		4	32
Kreis 3	3	4	23	18	5	2	1	2	18	3	1		6	1	4	91
Kreis 4	2	2	19	48	16	5	5	1	15	7	1		4	3	5	133
Kreis 5	3	1	9	20	29	2	1	3	16	10	3		4	1	5	107
Kreis 6	3	1	1	1	4	6		4	3	1			1			25
Kreis 7	1	3	2	3	7		7	3	5		2		4	2	1	40
Kreis 8	3	2	5	4	6	2	9	11	4	2	2		1		1	52
Kreis 9	1	1	8	7	10	1		5	26	1	3		1	1	1	66
Kreis 10		1	4	6	4	1	2	4	7	5	2			4	1	41
Kreis 11			2	3	3	1				1	5		2		2	19
Kreis 12					1		1					1	1			4
ZH		3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	2	31	6	1	74
CH	1	3	3	3	3		1	1	7	2	1		7	19	2	53
Ausl.		4	4	7	7	1	1		2		1			3	11	41
Total Zuzüge	25	30	90	132	106	28	32	39	108	37	27	4	69	40	38	

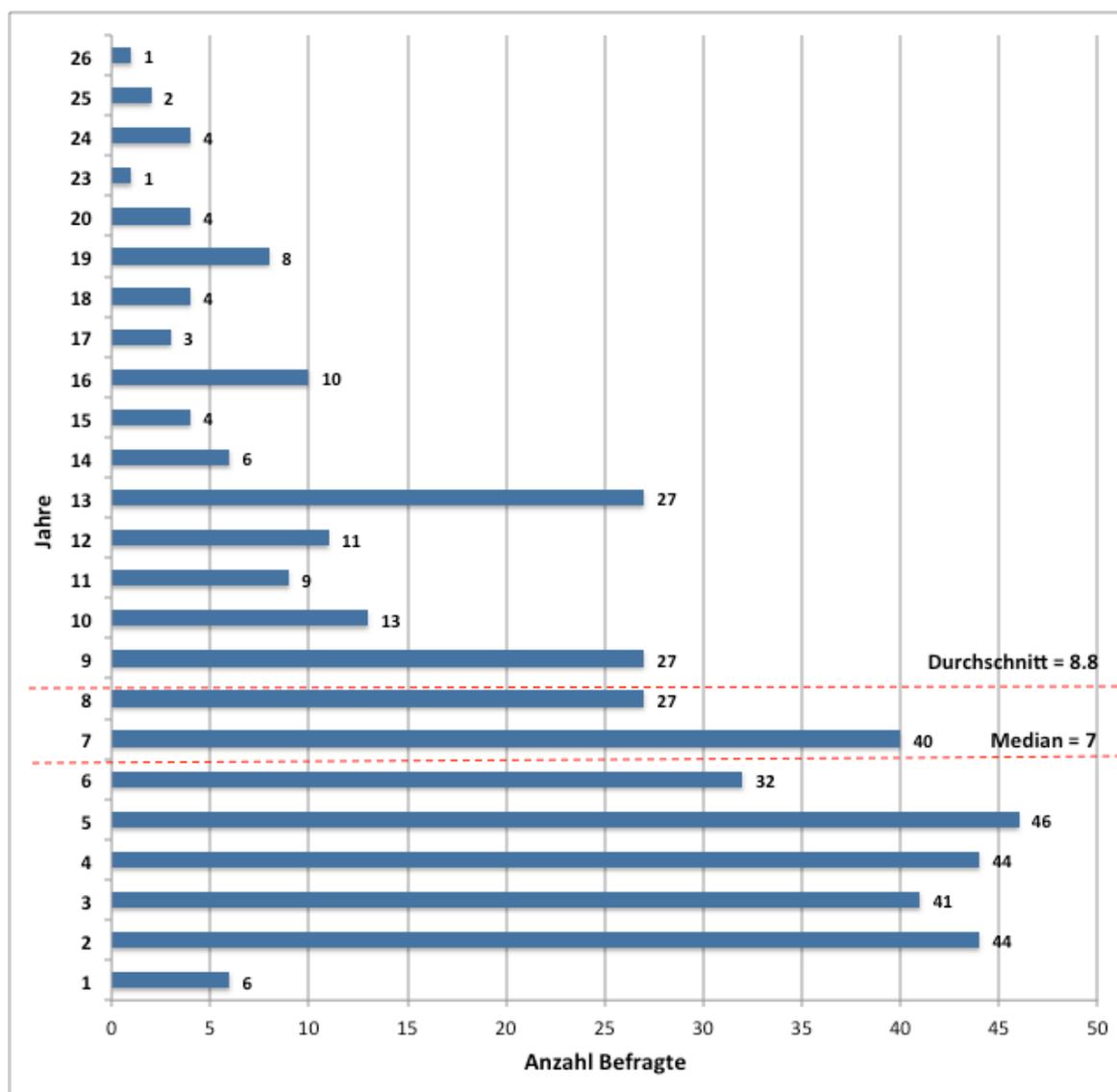
Legende

Kein Wert	1-3	4-6	7-9	10-19	20 +
-----------	-----	-----	-----	-------	------

4.4 Verweildauer an einem Standort

Da die Kreativen oft umziehen, ist auch anzunehmen, dass sie sich nicht sehr lange an einem Standort aufhalten. Im Durchschnitt ergeben sich 8.8 Jahre Aufenthaltsdauer pro Standort. Der Median beträgt jedoch nur 7 Jahre, was in Abbildung 21 deutlich wird: Allein bei den 2-jährigen Aufenthaltsdauern finden sich 44 Befragte, ähnlich bei den 3-, 4- und 5-jährigen Aufenthaltsdauern.

Abbildung 21: Durchschnittliche Verweildauer an einem Standort



4.5 Zielorte nach Beendigung von Zwischennutzungen in Arealen

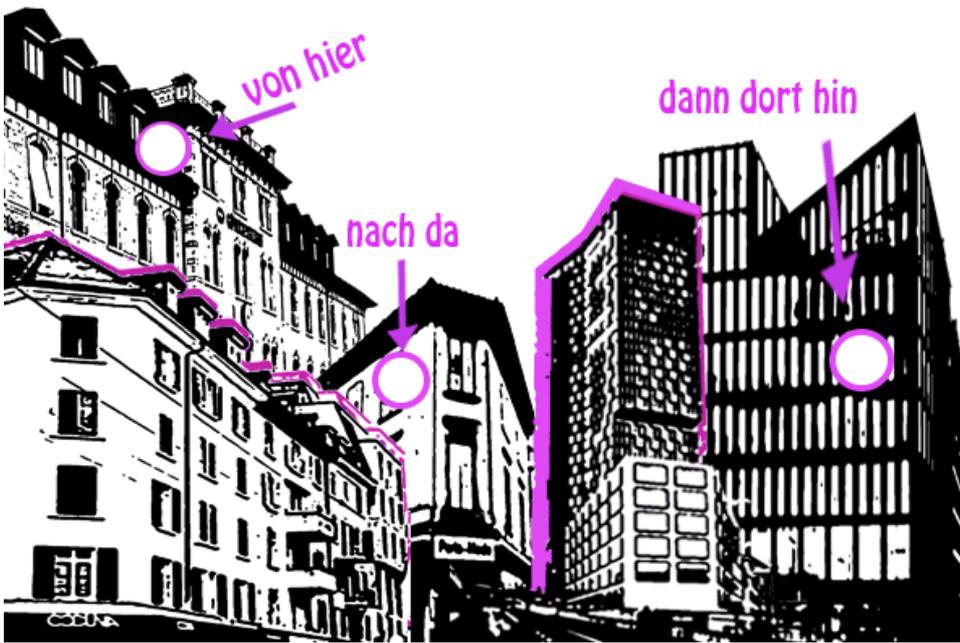
Die Beendigung von Zwischennutzungen in Arealen (beendete Areale) durch Abriss und Neubau oder Umnutzung bedeutete in den letzten 25 Jahren für hunderte von Kreativen, dass sie einen neuen Standort für Ihre Tätigkeiten suchen mussten. Allein im Maagareal waren vor der Umnutzung gegen hundert Kreative (Personen oder Firmen) tätig. Ein Umzug bedeutet nicht nur die Suche nach neuen geeigneten Räumlichkeiten, sondern auch das Verlassen eines Clusters, welcher in der Zeit der Zwischennutzung herangewachsen ist. Daher wurde untersucht, aus welchen Arealen die Kreativen wohin gezogen sind, ob andere Kreative an die gleichen Orte gezogen sind, oder ob sie sich verstreut haben.

Eine genauere Untersuchung der Zielorte der Kreativen wurde für folgende Areale vorgenommen:

Alumag-Belmag // Badi 595 // Citroen Garage // Globus Lager // Güterbahnhof
// Kirche 248 // Labitzke // Lessing // Löwenbräu // Maag // Müller-Martini //
Perla Mode // Schöllerareal // Sihlpapier Fabrik // Sihlpost // SRO // Steinfels
// Swissmem // Toni Areal // Wohlgroth // Basislager (Binz)

In den aufgezählten Arealen waren 65 Befragte tätig, bis die Gebäude abgerissen und/oder umgenutzt wurden. Beim Umzug der 65 Befragten zog nie eine weitere Person oder Firma an den gleichen Standort. Das heisst jeder Befragte, jede Befragte aus einem beendeten Areal zog alleine an einen anderen Standort. Die Streuung der neuen Standorte nach Wegzug aus beendeten Arealen ist markant.

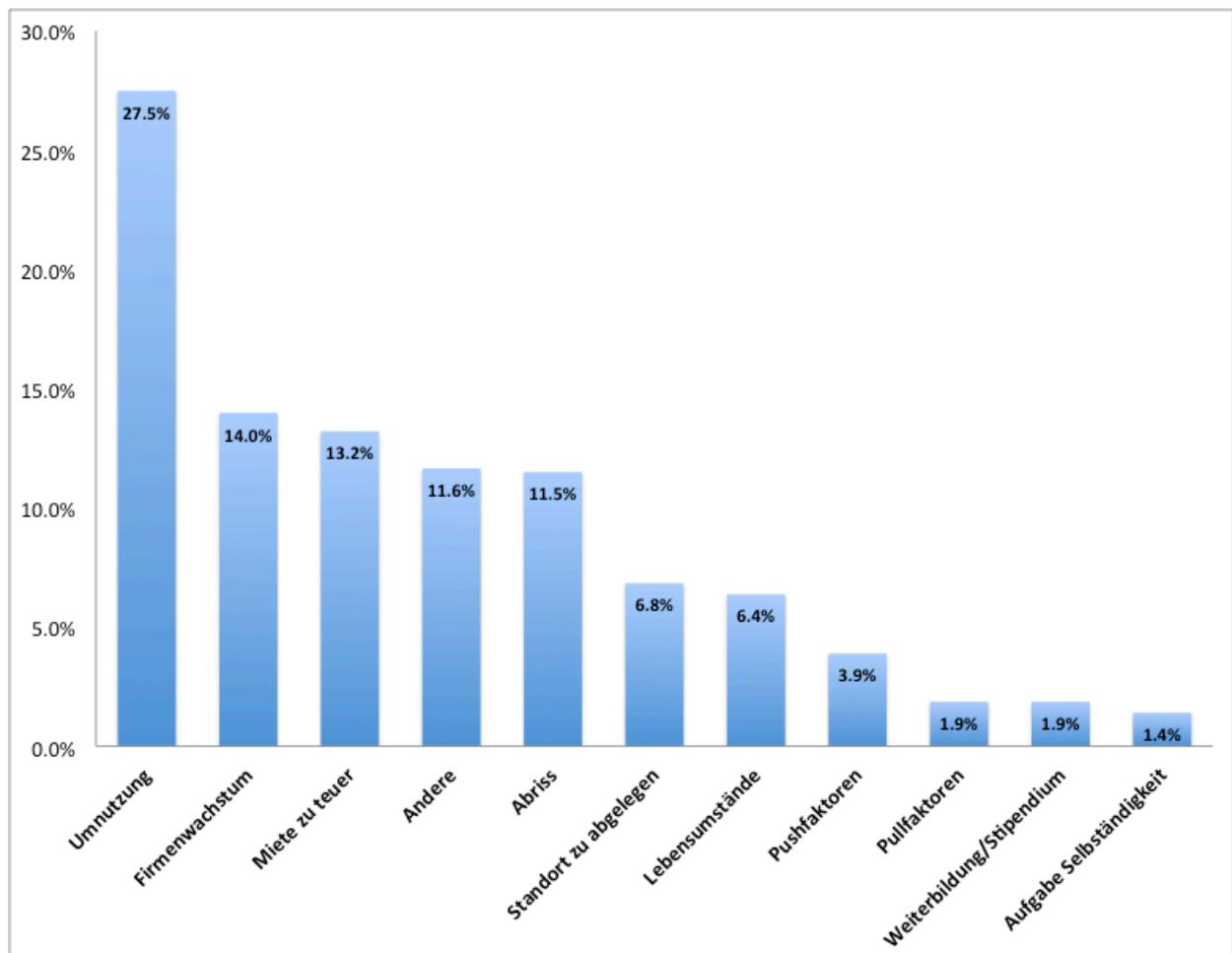
51 Befragte sind in ein anderes PLZ-Gebiet gezogen und vier haben die Stadt Zürich verlassen. Zehn Befragte (15%) sind innerhalb des gleichen PLZ-Gebietes umgezogen: Eine Befragte in PLZ 8002, zwei in PLZ 8045, vier in PLZ 8004 und drei in PLZ 8005.



5 Gründe für die Umzüge

Mehr als ein Viertel (27.5%) aller zwischen 1989 bis 2014 vollzogenen Umzüge der Befragten in der Stadt Zürich haben ihren Grund in einer 'Kündigung aufgrund Umnutzung' (Abbildung 22). 'Kündigung wegen Abriss' wurde von 11.5% der Befragten genannt. Zusammen machen diese Veränderungen im Gebäudebestand von Zürich fast 40% aller Kündigungsgründe der Kreativen aus. Ein positives Ergebnis sind die 14% 'Firmenwachstum' als zweithäufigst genannter Umzugsgrund. Dies unterstreicht die rege Aktivität in der Zürcher Kreativwirtschaft, welche seit nunmehr zwanzig Jahren konstant Beschäftigungswachstum aufweist.

Abbildung 22: Umzugsgründe, Stadt Zürich



Ein weiterer wichtiger Umzugsgrund ist die zu teure Miete (13.2%). Diese betrifft nicht nur Arbeits-, sondern auch Wohnräume, denn, wie in Kapitel 2.5 gezeigt wurde, werden Wohnräume auch verbreitet als Arbeitsräume genutzt. Kreative und KünstlerInnen mieten sich häufig in preisgünstigen Räumlichkeiten ein, mehr als 20 Prozent in Arealen (s. Kap. 3), welche meistens früher oder später umgenutzt oder abgerissen werden.

Die Standortwahl ist in der Kreativwirtschaft ein wichtiges Element. Dabei geht es nicht unbedingt darum, eine Arbeitsstätte in der City zu haben, sondern in einem Quartier zu sein, wo sich andere Kreative und KünstlerInnen befinden. Fast 7 Prozent der Umzüge hatten ihren Grund in der Abgelegenheit des Standorts.

Lebensumstände sind Umzugsgründe, die nicht spezifisch für die Kreativwirtschaft allein sind. Darunter fallen Trennungen, Familiengründungen, Neuanfänge, Jobwechsel, private Gründe etc. (6.4% der Nennungen).

In der Umfrage konnten die Befragten eigene Gründe angeben. Diese wurden in der Auswertung in Push- und Pullfaktoren aufgeteilt, also Gründe, die die Befragten entweder von einem Standort verdrängten (push) und solche, bei denen sie sich durch einen anderen Ort angezogen fühlten (pull). Unter Pullfaktoren fallen Aussagen wie: „besseres Atelier mit Licht“, „schöne neue Büros“, „ruhiger und nicht mehr Grossraumatelier“, „Lust auf Bürogemeinschaft“, „Atelier gefunden“, „Tapetenwechsel und günstige Gelegenheit“ u.ä. Bei den Pushfaktoren wurden etwa folgende genannt: „ohne Heizung, Eiskalt im Winter“, „Raum war ungeeignet“, „unsichere Zukunft“, „zunehmende Immissionen aufgrund Trendquartierisierung“, „Drogenszene Letten“, „lästiger Abwart“, „Auflösung Ateliergemeinschaft“, „keine Fenster“.

6 Schlussbemerkungen

Bandräume, Büro- und Gewerbehäuser, Portierloge beim Friedhof, Garagen, Wohnungen, Fabrikhallen, Ladenlokale, Bürohaus bei Abfüllanlage – das Spektrum der Räume der Kreativen ist breit. Und sie wechseln sie oft. Im Durchschnitt zogen alle befragten Kreativen 1.8 mal um. Eine Person brachte es zwischen 1989 und 2014 auf 13 Umzüge. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer an einem Standort beträgt fast neun Jahre. Ein Fünftel aller Befragten wechselte schon nach ein bis drei Jahren den Standort.

Zürichs Kreativwirtschaft ist in den vergangenen 25 Jahren stark gewachsen. Gründe dafür sind mit den weltweiten Prozessen der Ökonomisierung der Kultur sowie der Kulturalisierung der Ökonomie verbunden (Klaus 2006). Ebenso hat die Zürcher Bevölkerung im Zuge einer regelrechten Reurbanisierung und einer boomenden Wirtschaft zugenommen. Entsprechend hat eine starke bauliche Entwicklung in Zürich stattgefunden. Das Wachstum von Bevölkerung und Wirtschaft betrifft vor allem die letzten zehn Jahre.

Die genannten Prozesse und Veränderungen widerspiegeln sich in der Befragung. So sind die baulichen Entwicklungen in den Räumen und Bewegungen der Kreativen nachvollziehbar. Exemplarisch zeigt sich dies im Kreis 5. Die Zwischennutzungen in den ehemaligen Industriearealen ermöglichten eine starke Zunahme der Anzahl Kreativen. Von 1989 bis 1994 gab es mehr Zuzüge als Wegzüge und viele Neugründungen. Ab 1995 bis 2004 überwogen die Wegzüge. Danach waren Zu- und Wegzüge wieder ausgeglichen. Hingegen gingen die Neugründungen im Kreis 5 ab 2000 zurück. Bereits anfangs neunziger Jahre wurden Zwischennutzungen von Fabrikarealen beendet (z.B. Wohlgroth, z.T. Steinfels), weitere folgten. Heute sind es noch zwei oder drei ehemalige Industrieareale (Gerold, Welti-Furrer), die Zwischennutzungen beherbergen. Die anderen Areale (Maag, Schölller, Steinfels, Escher-Wyss etc.) wurden abgerissen und/oder umgenutzt. Der äussere Kreis 5 hat im Verhältnis zu anderen Stadtteilen einen beträchtlichen Bedeutungsverlust als Standort für die Kreativwirtschaft erlitten.

Der Kreis 4 ist sowohl in den Betriebszählungen als auch in unserer Studie der wichtigste Standort für die Kreativen. Von 1989 bis 1994 gab es allerdings negative Zuzugsaldi, die sich in der neuesten Periode 2010 bis 2014 wiederholten. In den gleichen Perioden waren auch die Neugründungen auf tiefem Niveau. Dazwischen, also von 1995 bis 2009 gab es starke Zuzugs- und ebensolche Gründungszahlen. Die Mieten im Wohnungsmarkt, der für die Kreativen fast genauso wichtig ist wie der Büroflächenmarkt, stiegen in den letzten Jahren stark. Vermehrte Investitionen im Liegenschafts-

markt, machten es für einen Teil der Kreativen schwierig, den Standort im Kreis 4 zu halten und verminderten seine Attraktivität für Zuzüge und Neugründungen.

Die Veränderungen im Kreis 3 gleichen jenen im Kreis 4 in den jeweiligen Perioden. Der grösste Unterschied besteht in der Zunahme der Neugründungen im Kreis 3 von 2010 bis 2014. Der Kreis 3 nahm einen Teil der Kreativen aus dem Kreis 4 auf.

Die Entwicklungen der Kreise 7 und 8 ähneln einander. In beiden finden sich mehr Zu- als Wegzüge in der Periode 1989-1994, mehr Weg- als Zuzüge in den drei folgenden 5-Jahresperioden und ein starker Negativsaldo bezüglich Zuzügen von 2010 bis 2014. Die Neugründungen nahmen ab, nur nach 2010 nahm sie im Kreis 8 zu. Diese gehen auf die Zwischennutzungen zurück, die mittlerweile beendet sind. Auch in diesen Stadtkreisen zeigen sich die Veränderungen im Liegenschaftensmarkt und das Steigen der Mietpreise in den Bewegungen der Kreativen.

Erst in den letzten fünf Jahren scheint der Kreis 9 zum Ausweichstandort für Kreative geworden zu sein. Der Kreis 9 weist in der Periode 2010 bis 2014 zum Teil stark positive Zuzugssaldi aus. Hinzu kommen grössere Neugründungsaktivitäten, so dass der Kreis 9 im Jahr 2014 anzahlmässig gemäss Umfrage zum zweitstärksten Stadtkreis geworden ist.

Die bauliche Dynamik der Stadt Zürich und die steigenden Preise widerspiegeln die von den Befragten angegebenen Umzugsgründe. Von allen von den Kreativen getätigten Umzügen war bei 27.5% der Grund eine Kündigung wegen Umnutzung und bei 11.5% eine wegen Abriss. Eine zu teure Miete wurde von 13.2% der Umziehenden als Grund genannt.

Über den ganzen Untersuchungszeitraum machen die „Zimmer in Wohnung“ immer mindestens 20% der Arbeitsraumtypen aus. Der Anteil dürfte noch höher sein, da die Angabe von Atelier oder Büro auch die Arbeit in einer Wohnung bedeuten kann und der hohe Anteil an Wohnhäusern bei den Gebäudetypen von bis zu 40% diese Annahme stützt. Wohnungen als Arbeitsräume haben mitunter auch die Funktion eines Puffers, sei es bei schwächerem Geschäftsgang oder wenn keine sonstigen Arbeitsräume gefunden werden.

Die ehemaligen Fabrikareale waren für die Kreativwirtschaft und das kulturelle Leben der Stadt Zürich ein Glücksfall. Hier entstanden neue Ideen, neue Produktionen, neue Zusammenarbeiten. Mit Beendigung der Zwischennutzungen gehen auch die ortsspezifischen Cluster auseinander. 85% aller Befragten, die in Arealen waren, welche umgenutzt wurden, liessen sich in anderen Quartieren nieder, nur 15% im gleichen. Aus

keinem der Areale zogen nach Beenden der Zwischennutzung Firmen oder Personen gemeinsam an einen neuen Ort.

Die Gründungsaktivitäten haben sich in den letzten fünf bis zehn Jahren verlagert. Der Kreis 3 ist diesbezüglich attraktiver geworden, ebenso der Kreis 9. Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass im Kreis 3 in jüngerer Zeit mehr Büroliegenschaften zwischengenutzt oder sonst an Kreative vermietet werden. Dies ist in den anderen Kreisen ähnlich, aber weniger stark. Neugründungen wurden auch in anderen Quartieren, die etwas weniger als Standorte für Kreative bekannt sind, vermehrt getätigt (Kreise 6, 10, 11). Viele Neugründungen beginnen in Wohnungen. Im Kreis 9 wurden verschiedene Gebäude, vor allem Gewerbehäuser, frei für Kreative.

Die Zahlen zu den Umzügen der Kreativen dürfen als aussergewöhnlich oder gar spektakulär bezeichnet werden. Personen, die 8, 11 oder 13 mal umgezogen sind, mögen vielleicht Lebenskünstler sein, aber eine gewisse Stabilität wünschen sich auch die extrem nomadisierenden Kreativen. Ein 50-jähriger Künstler äusserte sich an einer Podiumsdiskussion von Creative Zurich Initiative zum Thema Zwischennutzungen folgendermassen: "Ich möchte eigentlich nicht alle zwei oder drei Jahre an einem neuen Ort Gipswändchen hochziehen".

Die Umfrage hat eine unglaubliche Anzahl von Informationen erbracht. Es hat sich eine Kumulation von Biographien mehrerer hundert Menschen ergeben, die in der Stadt Zürich (und zwischendurch auch mal ausserhalb) ihren Aktivitäten nachgehen. Sie versuchen gute Rahmenbedingungen für sich bezüglich Arbeitsräumen und Arbeitsumgebungen zu schaffen. Dafür erbringen sie einen grossen Aufwand, der sich in der Vielfalt der Arten von genutzten Räumen und in einer unerwartet hohen Anzahl von Umzügen ausdrückt.

Die Bedeutung der Kreativwirtschaft bezüglich Beschäftigung, Innovation, Lebensqualität, Image ist heute weitem anerkannt. Dies zeigen die Beliebtheit der Creative City und Creative Class Diskussionen der letzten Jahre.⁸ Strategien der Unterstützung dieses Wirtschaftssektors unterscheiden sich von Land zu Land und von Stadt zu Stadt.⁹ Es gibt Regierungen, die gar nichts unternehmen, andere entwickeln breit angelegte Programme. Sicher ist, dass die Räume für die Kreativ- und Kulturproduktion eine wichtige Rolle spielen, seien dies geeignete Arbeitsräume, inspirierende Arbeitsumfelder in den Quartieren oder Netzwerke.

Dies bestätigt sich auch in der Studie "Räume und Bewegungen der Kreativen 1989-2014". Insbesondere Neugründungen, sehr oft die innovativsten und kreativsten Unter-

⁸ vgl. Florida, Richard (2001, 2008) und Landry, Charles (2012)

⁹ vgl. Ebert, Ralf, Klaus R. Kunzmann und Bastian Lange (2012)

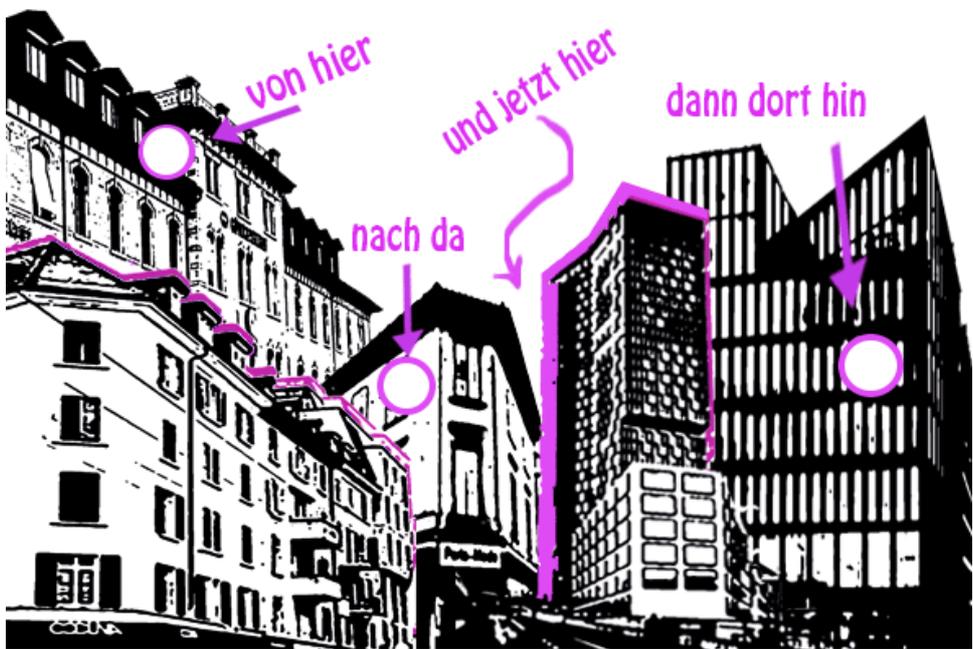
nehmen, sind auf günstige Rahmenbedingungen bezüglich Standort, Mieten und Netzwerke angewiesen. In Städten mit angespannten Immobilienmärkten sind die Kreativen oft in Zwangssituationen. Zürich verfügt über einen angespannten Wohnungsmarkt. Dieser ist für die Kreativen relevant, insofern ein beträchtlicher Teil von ihnen zuhause arbeitet und die Miete auch für andere Kreative als Fixkosten zentral sind.

Der Geschäftsflächenmarkt jedoch zeichnet sich durch grosse innerstädtische Leerstände aus, die für junge Kreative bis dato entweder nicht erschwinglich geworden oder nicht zugänglich gemacht worden sind. Hier liegen noch Potenziale für zukünftige innovative und kreative Unternehmen brach. Dafür braucht es aber bei den Akteuren im Immobilienmarkt ein Umdenken bezüglich Preisgestaltung und Gewinnerwartung sowie dem vermehrten Zulassen von Zwischennutzungen.

Insgesamt zeigt sich in den Räumen und Bewegungen der Kreativen eine grosse Dynamik bei Neugründungen und Standortwechseln. Diese Dynamik ist eng mit der grossen Dynamik im Bausektor in der Stadt Zürich verknüpft. Die hohe Umzugsaktivität, der häufige Wechsel von Arbeitsorten und Quartieren zeigen, dass Stadt- und Raumplanung eine wesentliche Rahmenbedingung in der Entwicklung der Kreativwirtschaft und der Kulturproduktion darstellt.

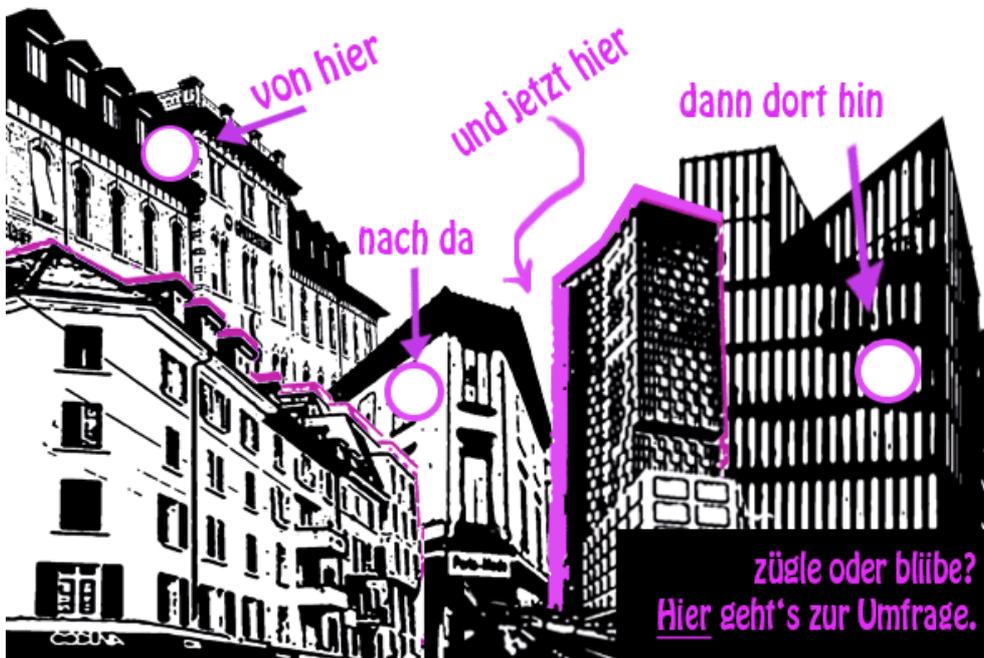
7 Literatur

- Angst, Marc, Philipp Klaus, Tabea Michaelis, Rosmarie Müller, Stephan Müller, Richard Wolff (Hrsg.)(2010): *zone*imaginaire - Zwischennutzungen in Industriearealen*. Zürich, vdf-Verlag.
- Borghoff, Birgitta, Philipp Klaus und Thomas Lang (2014): *Die Kultur und Kreativwirtschaft in Winterthur und Region. Eine empirische Entwicklungs- und Potenzialstudie*. School of Mangement and Law, ZHAW Winterthur.
- Ebert, Ralf, Klaus R. Kunzmann, Bastian Lange (2012): *Kreativwirtschaftspolitik in Metropolen*. Hamburg, Rohn.
- Florida, Richard. *The Rise of the Creative Class and how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York 2002.
- Florida, R. (2008) *Who's Your City?: How the Creative Economy Is Making Where You Live the Most Important Decision of Your Life*. Basic Books: New York.
- Heider, Katharina (2007): *Der Einfluss der Kreativwirtschaft in Zürich auf die Entwicklung von Stadtquartieren*. Diplomarbeit, Universität Dortmund.
- Keller, Fritz (2014): *Creative City Zürich: Ideen brauchen Platz*. In: EB NAVI, Wege zur Weiterbildung, EB Zürich.
- Klaus, Philipp (2006): *Stadt, Kultur, Innovation. Kulturwirtschaft und kreative innovative Kleinunternehmen in der Stadt Zürich*. Zürich, Seismo-Verlag.
- Klaus, Philipp, Dominic Bentz und Claudia Hofstetter (2008): *Geographie der Kreativwirtschaft. Visualisierung und Interpretation der räumlichen Entwicklung der Zürcher Kreativwirtschaft*. In: Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht, Zürich.
- Klaus Philipp (2009): *Urbane Kontexte der Kulturproduktion – Räume der Kreativwirtschaft*, in: DISP 175, 4/2008, S. 17 – 25.
- Landry, Charles & Jonathan Hyams (2012): *The Creative City Index. Measuring the Pulse of the City*. London, Comedia.
- Lange, Bastian (2007): *Die Räume der Kreativszenen. Culturepreneurs und ihre Orte in Berlin*. Bielefeld, Transcript Verlag.
- Oehler, Patrick (2006): *Zentrale Zwischennutzer in der Stadt Zürich, Das Maag Areal im Kontext des Escher Wyss Quartiers*. Diplomarbeit am Geografischen Institut der Universität Zürich, Abteilung Wirtschaftsgeografie.
- Weckerle, Christoph und Hubert Theler (2010): *Dritter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht, Stadtentwicklung Zürich und Wirtschaftsförderung des Kantons Zürich*.
- Weckerle, Christoph und Michael Söndermann (2008): *Empirisches Porträt der Kreativwirtschaft Zürich*. In: Zweiter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht, Zürich
- Zvecevac, Christina (2012): *Die Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft in Bezug auf Räume. Eine Situationsanalyse zu den Fördermassnahmen der Stadt Zürich und Bedürfnisabklärung bei Kreativen*. Master Thesis MAS Arts Management, ZHAW Winterthur.



Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Anzahl Befragte und Anzahl Gründungen pro Jahr 1989-2014	8
Abb. 2: Befragte nach Teilmärkten in %.....	9
Abb. 3: Stadtkreise und Postleitzahlgebiete in der Stadt Zürich	10
Abb. 4: Verteilung Beschäftigte in der Kreativwirtschaft Stadt Zürich 2005.....	11
Abb. 5: Befragte in den Stadtkreisen Zürichs 2011 (Total 402)	12
Abb. 6: Arbeitsstätten Kreativwirtschaft Stadt Zürich 2011 StatEnt (Total 7654)	13
Abb. 7: Arbeitsorte der Befragten in Zürcher Stadtkreisen (5-Jahresschritte) in %	13
Abb. 8: Befragte in und ausserhalb der Stadt Zürich	14
Abb. 9: Standorte ausserhalb Stadt Zürich in der Schweiz (171 Nennungen).....	15
Abb. 10: Standorte im Ausland (48 Nennungen).....	15
Abb. 11: Anzahl Gründungen nach Stadtkreisen, 5-Jahresperioden.....	16
Abb. 12: Befragte nach Gebäudetypen in %, Stadt Zürich	17
Abb. 13: Arbeitsraumtypen der Kreativen in %, Stadt Zürich	18
Abb. 14: Aufenthaltsdauer nach Raumtyp, Stadt Zürich (Median).....	19
Abb. 15: Aufenthalte der Befragten in Arealen.....	22
Abb. 16: Befragte in Arealen.....	23
Abb. 17: Befragte in bestehenden und beendeten Arealen.....	24
Abb. 18: Anteil befragte in Arealen in ausgewählten Stadtkreisen/PLZ.....	25
Abb. 19: Umzugshäufigkeit aller Befragten	32
Abb. 20: Zu- und Wegzüge der Befragten	33
Abb. 21: Durchschnittliche Verweildauer an einem Standort	34
Abb. 22: Umzugsgründe, Stadt Zürich.....	37



Anhänge

Anhang 1: Glossar

5-Jahresschritte – Wiedergabe von Resultaten von jedem fünften Jahr, z.B. 1989, 1994, 1999 etc. Die dazwischen liegenden Jahre werden nicht berücksichtigt.

5-Jahresperioden – Wiedergabe von Resultaten für eine Periode von jeweils fünf Jahren, z.B. 1989-1993, 1994-1998, 1999-2003 etc.

Areale – Zusammenhängendes Gebiet oder Gebäude, dessen ursprüngliche Nutzung eingestellt wurde, und in welchem anschliessend – mit oder ohne Erlaubnis der Eigentümer – Arbeitsorte von Kreativen (und anderen Personen) entstanden sind. Dabei spielen besonders günstige Mietpreise, mangelnde Alternativen im Büro- und Wohnungsmarkt, multiple Nutzungsmöglichkeiten, sowie die Nähe und der Austausch zu anderen Kreativunternehmern vor Ort (Cluster) eine wichtige Rolle.

Beendete Areale – Areale, welche zwischengenutzt wurden und bei der Umfragedurchführung aufgrund von Abriss, Umbau oder Umnutzung nicht mehr als Arbeitsstätte von Kreativunternehmen verfügbar sind.

Cluster – Lokalitäten (wie einzelne Strassen, Gebäude, oder Bürogemeinschaften) mit einem hohen Anteil an Kreativunternehmern. Cluster ergeben sich meist aus der Attraktivität eines Standortes gepaart mit dem Vorteil von Austausch und Zusammenarbeit mit anderen Kreativunternehmen

Betriebszählung – "Die Betriebszählung (BZ) ist eine gesamtschweizerische Befragung aller Betriebe und Unternehmen des zweiten und dritten Sektors. Ihre Zielsetzung besteht in der vollständigen Erfassung aller wirtschaftlichen Produktionseinheiten unter ökonomischen, sozialen und räumlichen Gesichtspunkten. Die BZ aktualisiert das Betriebs- und Unternehmensregister (BUR) und dient als Referenz für eine Reihe von Statistiken." Quelle: Statistik Schweiz http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/erhebungen_quellen/blank/blank/bz/01.html Die letzte Betriebszählung (BZ) basierend auf Erhebungsdaten wurde im Jahr 2008 durchgeführt.

Kreative – Sammelbegriff für künstlerisch, schöpferisch, tätige Personen, die sowohl angestellt als auch selbständig erwerbend sein können.

Kreativwirtschaft – „Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen / kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Der verbindende Kern jeder kultur- und kreativwirtschaftlichen Aktivität ist der schöpferische Akt von künstlerischen, literarischen, kulturellen, musischen, architektonischen oder kreativen Inhalten, Werken, Produkten, Produktionen oder Dienstleistungen.“ *Deutscher Bundestag (2007)*¹⁰

PLZ – Postleitzahl. Postleitzahlen sind Ziffernkombinationen, die Gebiete angeben, innerhalb derer sich eine Örtlichkeit (Gebäude, meist mit Strassenname und -nummer) zur Zustellung von Post befindet. In der Stadt Zürich sind Postleitzahlgebiete wie folgt nummeriert (s. auch Abbildung 3, Seite 10): 8001, 8002, 8003, 8004, 8005, 8006, 8008, 8032, 8037, 8038, 8041, 8044, 8045, 8046, 8048, 8049, 8050, 8051, 8052, 8053, 8055, 8057, 8064. Weitere Postleitzahlen beziehen sich auf Postfachanlagen.

Vollerhebung – "Bei einer Vollerhebung werden alle Individuen einer Grundgesamtheit in eine Untersuchung aufgenommen, beispielsweise direkt befragt (z. B. alle Studenten einer Universität). Es findet keine Auswahl in Form einer Stichprobe statt." Quelle: Statista

<http://de.statista.com/statistik/lexikon/definition/141/vollerhebung/>

Strukturerhebung – „Bei der Strukturerhebung wird ein kleiner Teil der Bevölkerung schriftlich befragt. Die Erhebung ergänzt die Informationen der Register und liefert zusätzliche Statistiken zur Struktur der Bevölkerung. Die Strukturerhebung wird seit 2010 im Rahmen der neuen, jährlichen Volkszählung realisiert. Hauptaugenmerk dieser Erhebung ist die Beobachtung der sozio-ökonomischen und der sozio-kulturellen Strukturen der Bevölkerung in der Schweiz.“ Quelle: Statistik Schweiz

StatEnt – "Die STATENT markiert einen Wechsel bei den Methoden, die vom BFS für die Vollerhebung der Strukturen der in der Schweiz ansässigen Unternehmen und Arbeitsstätten verwendet werden. Bisher wurden die Daten mit periodisch durchgeführten Erhebungen bei den Unternehmen erfasst. Die jährliche STATENT-Erhebung informiert über die Unternehmen und die Beschäftigten, die der AHV-Beitragspflicht unterstehen (Unselbstständig- und Selbstständigerwerbende, deren Jahreseinkommen mindestens Fr. 2300.– beträgt). Die STATENT erfasst alle öffentlichen und privaten Unternehmen und Arbeitsstätten der Landwirtschaft, der Industrie, des Gewerbes und des Dienstleistungssektors." Quelle: Statistik Schweiz

http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/erhebungen_quellen/blank/blank/statent/02.html

¹⁰ Deutscher Bundestag (2007): Schlussbericht der Enquete-Kommission "Kultur in Deutschland", Berlin.

Anhang 2: Angaben zur Umfrage

Fragen

- Jahr der Aufnahme der Tätigkeit / Firmengründung
- Adresse, PLZ
- Angabe des Areals (z.B. Maag-Areal)
- Art des Arbeitsraums
- Haus-Typ
- Umzug nach Jahr
- Umzugsgrund

Statistik Teilnehmende

842 Personen haben an der Umfrage teilgenommen

463 haben die Umfrage beendet, davon

354 auswertbar

87 bereinigt und auswertbar

25 nicht verwertbar

379 haben die Umfrage nicht oder unkorrekt beendet, davon

372 nicht verwertbar

4 bereinigt und auswertbar

Insgesamt: 445 auswertbar (53%), 397 nicht auswertbar (47%)

Die grosse Zahl der nicht auswertbaren Antworten hat unterschiedliche Ursachen, darunter: Wechsel von Selbständigkeit zu Angestelltenverhältnis und zurück, mehrere Jobs oder Räume gleichzeitig, komplexe Raumbiographien, technische Gründe (Durchklicken bei Nicht-Umzug).

Methode

Für die Jahre 1989 bis 1995 gibt es keine Statistiken zu Beschäftigung, Arbeitsstätten, Strukturen der Kreativwirtschaft. Ab 1995 war es möglich, Auswertungen nach Branchen (z.B. darstellende Kunst, Museen) aus den Betriebszählungen des Bundesamtes für Statistik vorzunehmen. Die letzte Betriebszählung als Vollerhebung wurde 2008

durchgeführt. Seit 2010 gibt es Strukturhebungen (s. Glossar, Anhang 1). Die Zahlen daraus lassen sich allerdings nicht mit den früheren Betriebszählungen vergleichen.

Für die Bearbeitung der Fragestellungen wurde deshalb entschieden, eine Primärerhebung durchzuführen. Diese wurde als Online-Umfrage konzipiert und mit dem Umfragetool von ‚umfrageonline.ch‘ erstellt. Die Auswertungen und Berechnungen wurden mit dem Statistikprogramm SPSS vorgenommen.

Mobilisierung der Teilnehmenden

Es wurde eine breite Abdeckung bezüglich der Tätigkeiten und Teilmärkte in der Befragung angestrebt. Umfrageteilnehmende wurden über verschiedene Kanäle angesprochen.

Einladungen zur Teilnahme an der Umfrage:

- Email-Versände (auch Email-Newsletter)
- Facebook-Seiten, -Gruppen, -Posts
- Homepages

Über dreissig Berufsverbände aller Teilmärkte der Kreativwirtschaft, öffentliche und private Institutionen wurden eingeladen, den Umfragelink entweder ihren Mitgliedern zuzustellen, auf ihre Homepages zu stellen oder auf Facebook-Seiten zu posten. Untenstehend sind jene aufgeführt, die sich verdankenswerterweise bereit erklärten, die Umfrage den Mitgliedern oder Adressaten beliebt zu machen. Die von uns erstellte Umfrage-Facebook-Seite wurde vielfach geteilt und geliked. Etliche Versände wurden als Teilnahmeerinnerung wiederholt. Ausserdem erschien am 6. August 2014 ein Hinweis im Zürichteil des Tagesanzeigers.

Facebook-Seiten, -Gruppen, -Posts

:digital brainstorming

Creative Commons Schweiz

Pro Helvetia

ImpactHub (ca. 350 Mitglieder)

Schweizer Berufsfotografen und Fotodesigner SBF

NEAR association suisse pour la photographie

Homepages

Creative Commons Schweiz

vfg - vereinigung fotografischer gestalterInnen. Newsticker

Creative Zurich Initiative – creativezurich.ch

inura.ch

E-Mail Versände

astej, theater für junges publikum (Newsletter) – www.astej.ch

Autorinnen und Autoren der Schweiz, AdS (Zürcher Mitglieder) – www.a-d-s.ch

Bar- und Clubkommission Zürich, BCK (Newsletter) – www.barundclubkommission.ch

Basislager Containersiedlung (MieterInnen) – www.basis-lager.ch

F+F Schule für Kunst und Mediendesign (Mitglieder) www.ffzh.ch

Formforum (Mitglieder Kanton Zürich) – www.formforum.ch

Liste Berufsschule für Gestaltung Zürich, 121 Adressen

Liste div., ca. 400 Adressen

Liste INURA Zürich Institut, 213 Adressen

Liste Stadtentwicklung Zürich / Wirtschaft, 283 Adressen

Medien Form Farbe (Absolventen des Lehrgangs Typografischer Gestalter und Dozenten Bereich Gestaltung) www.medienformfarbe.ch

Raumbörse, Dynamo Zürich, Stadt Zürich (Newsletter) – www.dynamo.raumboerse-zh.ch/

Restkultur, 502 Adressen – www.restkultur.ch

Schweizer Syndikat Medienschaffender, SSM (800 Adressen) – www.ssm-site.ch

Schweizerischer Werkbund, SWB (Mitglieder Ortsgruppe Zürich) – www.werkbund.ch

Standortförderung des Kantons Zürich (Newsletter) – www.standort.zh.ch/

Swiss Film Producers' Association, SFP (Zürcher Mitglieder) – www.swissfilmproducers.ch

Swiss Graphic Designers Berufsverband, SGD (Mitglieder Raum Zürich) – www.sgd.ch

UNIMA Suisse Vereinigung Puppen- und Figurentheater, (Zürcher-Mitglieder) – www.unimasuisse.ch

Vereinigung KünstlerInnen–Theater–VeranstalterInnen Schweiz, ktv (Newsletter) – www.ktv.ch

Visarte Zürich, Berufsverband visuelle Kunst Gruppe Zürich (Mitglieder) – www.visarte-zuerich.ch

Werkerei Schwamendingen (MieterInnen) – werkerei-schwamendingen.ch

Zürich liest (Newsletter) – www.zuerich-liest.ch

Anhang 3: Fragebogen

Nachfolgend ist der Aufbau und Inhalt des Fragebogens exemplarisch festgehalten. Alle für das Beispieljahr 2000 (siehe Seite VIII) angegebenen Fragen wurden (sofern ein Umzug stattgefunden hat) jährlich erfasst.

1. Einstiegsseite

«Zügle oder bliibe?»

Die Geschichte der kreativen Zwischennutzungen, Kultur- und Produktionsräume von 1989 bis 2014.

Bist Du Grafikerin, Künstler, Architektin, Musiker, Fotografin Journalist, Eventveranstalterin, Verleger, Schriftstellerin, DJ, Clubbesitzer, Modemacherin, Buchhändlerin, Industriedesigner, Werberin, Tontechniker etc...? Freischaffend, selbstständig, Kleinstunternehmen?

Dann nimm Dir bitte kurz Zeit und beantworte unsere Fragen!

Das INURA Zurich Institut untersucht im Auftrag von Stadtentwicklung Zürich die Geschichte und die gegenwärtige Situation der kreativen Zwischennutzungen, Kultur- und Produktionsräume. Dabei wollen wir herausfinden, wie schwierig die Situation für Kreativschaffende ist.

Das Ausfüllen des Fragebogens dauert im Durchschnitt 10 Minuten.

Unter den Teilnehmenden verlosen wir 15 x 2 Tickets für das Filmpodium Zürich.

Wir sind für jede Beantwortung und Weiterleitung dankbar.

Vielen Dank!

Alle Antworten bleiben anonym und werden vertraulich behandelt. Die Resultate werden voraussichtlich Ende Frühling 2015 veröffentlicht. Auftraggeberin: Stadtentwicklung Zürich

2. Teilmärkte

Frage: In welchem Bereich arbeitest Du mehrheitlich?

Antwortmöglichkeiten: Auswahlliste gemäss den Teilmärkten des dritten Kreativwirtschaftberichtes Zürich (s. Anhang 4), zusätzlich mit Fotografie als eigenem Teilmarkt (Pflichtfrage). Mehrfachnennungen möglich.

3. Gründung

Frage: Aufnahme der Berufstätigkeit / Firmengründung im Jahr?

Antwortmöglichkeit: Auflistung aller Jahre zwischen 1989 und 2014 (Pflichtfrage). Das Jahr 1989 war mit dem Vermerk „oder früher“ versehen.

Automatische Weiterleitung zum entsprechenden Jahr X der Firmengründung

4. Adresse

Frage: Jahr X: An welcher Adresse hast Du in diesem Jahr gearbeitet?

Antwortmöglichkeit: Auswahl zwischen „In der Stadt Zürich“ und „Ausserhalb der Stadt Zürich“ (Pflichtfrage).

Je nach Antwort andere Weiterleitung bei 5.

5a) Adresseangabe in der Stadt Zürich

1. Frage: Jahr X: Adressangabe: Strasse und Nr.

Antwortmöglichkeit: Texteingabefeld (Pflichtfrage)

2. Frage: Postleitzahl

Antwortmöglichkeit: Auswahlliste mit allen Postleitzahlen der Stadt Zürich (Pflichtfrage). Als Hilfe wurde zusätzlich eine Karte mit den Postleitzahlen eingeblendet.

Anschliessend Weiterführung bei 6.

5b) Adressangabe ausserhalb der Stadt Zürich

Frage: Jahr X: Bitte Strasse, Ort, Land angeben

Antwortmöglichkeit: Texteingabefeld (Pflichtfrage)

Anschliessend Weiterführung bei 6.

6. Angaben zum Standort /Areal

1. Frage: Jahr X: wenn möglich: Bezeichnung des Areals, z.B. Maag-Areal

Antwortmöglichkeit: Texteingabefeld (Optionale Eingabe)

2. Frage: Art des Arbeitsraums

Antwortmöglichkeiten: Auswahlliste bestehend aus: „Atelier, Büro, Ladenlokal, Werkstatt, Zimmer/Raum in Wohnung, Anderes“ (Pflichtfrage). Bei der Wahl von „Anderes“ musste zwingend das dazugehörige Texteingabefeld ausgefüllt werden. Keine Mehrfachnennungen möglich.

3. Frage: Haus-Typ

Antwortmöglichkeit: Auswahlliste bestehend aus: „Büro-/Gewerbehaus, Container, Fabrik/Industrieareal, Wohnhaus, Anderes“ (Pflichtfrage). Bei der Wahl von „Anderes“ musste zwingend das dazugehörige Texteingabefeld ausgefüllt werden. Keine Mehrfachnennungen möglich.

4. Frage: Umzugsgrund oder Firmenstart

Antwortmöglichkeit: Auswahlliste bestehend aus: „Miete zu teuer, Kündigung wegen Umbau/Um-nutzung der Liegenschaft, Kündigung wegen Abriss, Zu wenig Platz wegen Firmenwachstum, Quartier zu langweilig, Standort zu abgelegen/isoliert, Anderes“ (Pflichtfrage). Mehrfachnennungen möglich. Bei der Wahl von „Anderes“ musste zwingend das dazugehörige Texteingabefeld ausgefüllt werden.

Umfrage-logik: Mit den Fragen 1-4 sind alle Angaben zum jeweils laufenden Jahr X abgeschlossen.

7. Angabe zu neuem Umzug

Frage: Jahr +1: An welcher Adresse hast du in diesem Jahr gearbeitet? (Pflichtfrage)

Antwortmöglichkeit: Auswahlliste mit „gleiche Adresse wie im letzten Jahr“ oder „neue Adresse“

Umfrage-logik: Wenn kein Umzug stattgefunden hat, wird dieselbe Frage für das jeweils nächste Jahr wiederholt. Hat ein Umzug stattgefunden, fängt die Abfrage für das entsprechende Jahr wieder bei Schritt 4 (Adresse) an.

8. Abschluss

Umfrage-logik: Erscheint sobald alle Angaben bis und mit dem Jahr 2014 eingegeben wurden.

1. Frage: Bist du an den Daten der Umfrage interessiert? (Optional)

Antwortmöglichkeit: Auswahlliste mit „ja“ und „nein“.

Falls „ja“: Frage nach der E-Mailadresse (Textfeld)

2. Frage: Machst du mit an der Verlosung für das Filmpodium Zürich

Antwortmöglichkeit: Auswahlliste mit „ja“ und „nein“.

Falls „ja“: Frage nach der E-Mailadresse (Textfeld)

3. Weiterleitung

Anschliessend erfolgt eine Weiterleitung auf eine Web-Seite von inura.ch, wo den Teilnehmenden gedankt wird, sowie die Möglichkeit besteht, die Umfrage via Facebook zu teilen und mehr Informationen zu erhalten (<http://www.inura.ch/projekte/schluss.html>).

Beispiel für das Jahr 2000:

<p>Seite 62</p> <p>2000</p> <p>An welcher Adresse hast Du in diesem Jahr gearbeitet? *</p> <p>15 x 2 Tickets zu gewinnen, durchhalten, danke!</p> <p><input type="radio"/> gleiche Adresse wie im letzten Jahr</p> <p><input type="radio"/> neue Adresse</p> <p>Seite 63</p> <p>2000</p> <p>Adresse ... *</p> <p><input type="radio"/> in der Stadt Zürich</p> <p><input type="radio"/> ausserhalb der Stadt Zürich</p> <p>Seite 64</p> <p>Arbeitsort 2000</p> <p>Bitte Adresse angeben (Strasse und Nr.) *</p> <p><input type="text"/></p> <p>Postleitzahl *</p> <p><input type="text" value="Bitte wählen..."/></p> <p>Plan Postleitzahlen Zürich</p>	<p>Art des Arbeitsraums *</p> <p><input type="radio"/> Atelier</p> <p><input type="radio"/> Büro</p> <p><input type="radio"/> Ladenlokal</p> <p><input type="radio"/> Werkstatt</p> <p><input type="radio"/> Zimmer/Raum in Wohnung</p> <p><input type="radio"/> Anderes: <input type="text"/></p>
---	---

Anhang 4: Teilmärkte der Kreativwirtschaft

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| 1. Musikmarkt | 8. Architekturmarkt |
| 2. Buchmarkt | 9. Werbemarkt |
| 3. Kunstmarkt | 10. Software-/Games-Industrie |
| 4. Filmwirtschaft | 11. Kunsthandwerk |
| 5. Rundfunkwirtschaft | 12. Pressemarkt |
| 6. Markt der darstellenden Kunst | 13. Phonotechnischer Markt |
| 7. Designwirtschaft | |

Quelle: Dritter Zürcher Kreativwirtschaftsbericht, Zürich 2010.

Impressum

Ausführung:

INURA Zürich Institut

Hardturmstr. 261

CH-8005 Zürich

+41 44 563 86 92 // www.inura.ch

Philipp Klaus; Projektleitung, Konzept, Text,
Fotos

Stefan Donati; Statistische Bearbeitung und
Auswertung, Redaktion.

Christina Zvecevac; Online-Befragung, Illustration
'zügle oder bliibe?', S. 4, 20, 30, 36, 42, 46

Auftraggeberin:

Stadtentwicklung Zürich

Juni 2015