

Der Landbote
8401 Winterthur
052/ 266 99 01
www.landbote.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 30'174
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 375.018
Abo-Nr.: 1053061
Seite: 7
Fläche: 38'714 mm²

«Wir brauchen mehr Kooperation statt Konkurrenz»



Welchen Stellenwert Kultur und Kreativwirtschaft in Winterthur und Umgebung besitzen, hat Birgitta Borghoff erforscht.

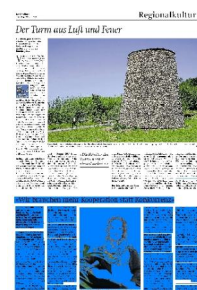
Moritz Hager

REGION Die ZHAW hat sich mit der Kultur und Kreativwirtschaft in Stadt und Region Winterthur befasst. Fazit: Es geht noch mehr, wenn man will. Die Projektleiterin der Studie Birgitta Borghoff, erklärt, wo Chancen liegen.

Sie legen die erste Studie dieser Art für Winterthur und Umgebung vor. Wozu braucht die Region eine solche Studie?

Birgitta Borghoff: Am ZHAW-Zentrum für Kulturmanagement interessieren wir uns unter anderem für die Erforschung von Unternehmertum im Bereich der Kultur und Kreativwirtschaft. Weltweit werden Kreativwirtschaftsstudien erstellt, um auf die wachsende Bedeutung des Kreativsektors als wichtigen Impulsgeber und Innovationstreiber aufmerksam zu machen, aber auch um sich in der Standortkonkurrenz zu positionieren. Winterthur wird als Kulturstadt, weniger als Kreativstandort wahrgenommen. Die Bevölkerung ist seit 1990 um 22 Prozent gewachsen, allerdings ist die Beschäftigung nicht mitgewachsen. Mit der Studie wollten wir die Potenziale der Kultur und der Kreativwirtschaft sichtbar machen. Dies ist auch für die Standortförderung der Region Winterthur und des Kantons Zürich von Bedeutung, die sich neben der Stadtentwicklung Winterthur als Auftraggeber beteiligt haben.

Sie haben statistische Daten ausgewertet, Experten befragt und weiterführende Empfehlungen zur Entwicklung der Kultur und Kreativwirtschaft formuliert. Was ist Ihr Befund?



Der Landbote
8401 Winterthur
052/ 266 99 01
www.landbote.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 30'174
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 375.018
Abo-Nr.: 1053061
Seite: 7
Fläche: 38'714 mm²

Die Kultur und Kreativwirtschaft in Winterthur und Umgebung ist wie ein Baum, der in der Stadt starke Wurzeln hat, die nicht immer sichtbar sind, aber genährt werden müssen. Die Äste und Blätter ragen in die Region hinaus. Durch bessere Vernetzung der Beteiligten und Teilmärkte untereinander könnte man eine gemeinsame Identität schaffen, die auf Kooperation statt Konkurrenz basiert. Kultur und Kreativwirtschaft werden vielerorts noch immer als Gegensätze verstanden. Das Vertrauen, dass man gemeinsam mehr erreichen kann, muss noch entwickelt werden.

Woran liegt das?

Häufig ist es eine Frage der mangelnden Kommunikation. So werden aufseiten der Befragten Informationen über zuziehende Kreativunternehmungen vermisst. Es ist nicht sichtbar, was alles schon vorhanden ist. Vieles wirkt noch im Verborgenen. Eine neutrale Koordinationsstelle könnte den Prozess des Sichtbarmachens moderieren. Sinnvoll wäre, Projekte von interdisziplinären Teams, also verschiedenen Kultur- und Kreativsparten, gezielt zu unterstützen.

Sie empfehlen ein Designforum oder eine Halle für Grossveranstaltungen, um Winterthur für Kultur und Kreativwirtschaft attraktiver zu machen. Verlagern sich Angebote und Dienstleistungen dann nicht noch mehr in die Stadt?

Das regionale Kulturangebot ist stark verwurzelt in der Region und nahe bei den Menschen. Aber wenn Wertschöpfung generiert werden soll, müssen auch gewis-

se Infrastrukturen und Kapazitäten gegeben sein: Kultur und Kreativwirtschaft brauchen ein urbanes Umfeld, da dort Kooperationen mit Akteuren und Institutionen möglich sind. Mit dem Gewerbemuseum Winterthur sind hier ideale Möglichkeiten für eine weiterführende Vernetzung auch mit der Region gegeben. Man darf aber nicht vergessen, dass in der Kreativwirtschaft eine überdurchschnittliche Anzahl Kleinstunternehmen wie Design- oder Architekturbüros, Schriftsteller, Musiker oder Journalisten arbeiten und die Kreativwirtschaft nicht einfach mit Kommerz gleichgesetzt werden kann. Aus der Perspektive des Forscherteams sollten Kulturförderung und Wirtschaft enger zusammenarbeiten. Dass hier ein Umdenken stattfindet und man aufgeschlossener aufeinander zugeht, haben wir in unseren Untersuchungen schon festgestellt.

Das Kulturangebot in der Region ist eher traditionell ausgerichtet. Haben jüngere Kreativfelder wie Game-Entwicklung, Design und Werbung überhaupt eine Chance «in der Provinz»?

Ja, aber sie müssen sich vernetzen und das ist eine wechselseitige Beziehung. Es braucht mehr Teamgeist als Einzelkämpfertum, aber es liegt in der Natur der Sache: Wer etwas machen will, fängt einfach mal an – egal wo er ist.

Kostenlose Bestellung der Studie «Die Kultur und Kreativwirtschaft in Winterthur und Region» unter www.zkm.zhaw.ch
Gabriele Spiller