

An den Grossen Gemeinderat

W i n t e r t h u r

Beantwortung der Interpellation betreffend Entwicklung einer langfristigen Kulturmarke für Winterthur, eingereicht von Gemeinderat St. Feer (FDP)

Am 23. Januar 2017 reichte Gemeinderat Stefan Feer namens der FDP-Fraktion mit 7 Mitunterzeichnerinnen und Mitunterzeichnern folgende Interpellation ein:

«Winterthur ist eine Kulturstadt von nationaler und internationaler Ausstrahlung. Doch so wie sich Winterthur als gesamter Standort im Wettbewerb um Firmenniederlassungen mit andern Standorten und Regionen messen muss, so muss sie dies auch im Bereich Kunst und Kultur machen. Die Konkurrenz schläft nicht und macht z.B. mit neuen markanten Kunsthäusern, gebaut von renommierten Architekten, auf sich aufmerksam. Dies geschah zuletzt in Basel, Chur und Vaduz und wird in wenigen Jahren auch in Zürich und Lausanne noch geschehen.

Winterthur ist gefordert, auf diese Entwicklung eine Antwort zu geben und klar zu definieren, wie die Kulturmarke Winterthur ausgestaltet sein soll. D.h. was ist der Markenkern, der Markennutzen und die Markenpersönlichkeit? Eine „me too“ Strategie ist dabei nicht ratsam. Es gilt klare Alleinstellungsmerkmale zu erarbeiten.

Wir leben in einer Stadt der kurzen Wege. Alles ist nah beieinander. Unter dem Aspekt Alleinstellungsmerkmal könnte man die Marke „Kulturmeile“ etablieren. Ein eingängiger Begriff, der die kulturellen Stätten von Winterthur zu einem Ganzen zusammenfasst und letztlich die Kulturgeschichte von Winterthur erzählen lässt (story telling). Die Kulturmeile würde auf bestehenden Gebäuden und Institutionen aufbauen und könnte z.B. bei der kulturell genutzten Halle 53 beginnen und über den bis dann geschaffenen Platz der Künste (siehe entsprechendes Postulat) zum Museum Oskar Reinhart und Kunstmuseum bis hin zum Fotomuseum führen. Das Aneinanderreihen von kulturellen Leuchttürmen soll einer Perlenkette entsprechen.

Deshalb stellen sich uns die folgenden Fragen:

- 1. Wie beurteilt der Stadtrat die Konkurrenzsituation von Winterthur mit anderen Standorten im Bereich Kultur?*
- 2. Wie stellt sich der Stadtrat grundsätzlich zur Idee, dass Winterthur eine langfristige Kulturmarke aufbauen soll?*
- 3. Wie könnten der Markenkern, der Markennutzen und die Markenpersönlichkeit ausgestaltet sein?*
- 4. Welche Möglichkeiten sieht der Stadtrat ganz allgemein in der Umsetzung von den unter Frage 3 definierten Markenkern, Markennutzen und Markenpersönlichkeit?*
- 5. Wie beurteilt der Stadtrat im Speziellen das Modell Neubau analog Basel oder Zürich für Winterthur?*
- 6. Wie beurteilt der Stadtrat im Speziellen den oben skizzierten Vorschlag einer „Kulturmeile“, ein Vorschlag, der auch so als Begriff etabliert werden könnte?*
- 7. Wie könnte eine Kombination der beiden Modelle „Neubau“ und „Kulturmeile“ aussehen?»*

Der Stadtrat erteilt folgende Antwort:

Im Zusammenhang mit dem Zusammenschluss der Standortförderung Region Winterthur und Winterthur Tourismus zur neuen Gesamtorganisation «House of Winterthur» hat der Stadtrat verschiedentlich dargelegt, dass Winterthur mit gutem Grund als herausragende Kulturstadt bezeichnet werden kann. Es handelt sich dabei um eine besondere Stärke unserer Stadt, auf die sich die Ressourcen des Standortmarketings fokussieren müssen, wenn es darum geht, der Marke «Winterthur» noch verstärkt ein eigenständiges, attraktives Profil zu

geben. Wie in der Interpellation zu Recht geltend gemacht, genügt es angesichts der nationalen und internationalen Konkurrenz im heutigen Standortwettbewerb nicht mehr, einfach nur «dabei zu sein». Verwiesen werden kann hierzu auf die einschlägigen Ausführungen einerseits in der Weisung des Stadtrats vom 30. November 2016 zur Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und dem sich in Gründung befindenden «House of Winterthur» (GGR-Nr. 2016.73-2) und andererseits auf die dazugehörige Abstimmungszeitung. Wie der Stadtrat in diesem Rahmen dargelegt hat, gehören zu einem integrierten Standortmarketing für die Stadt Winterthur neben einer Koordinierung der Aktivitäten der verschiedenen Vermarktungsbereiche sowie einer konsequenten Marktorientierung vor allem eine integrale Standortstrategie, die sich auf die drei wesentlichen Stärken unserer Stadt ausrichtet, nämlich als Technologiestandort, als praxisorientierte Bildungslandschaft und als Kulturstadt.

Im Bereich Kultur sind es allem voran die hochkarätigen Kunstsammlungen und Museen von internationalem Format, mit welchen sich die Stadt Winterthur im Standortwettbewerb von der Konkurrenz abgrenzen kann. Dank dem Museumskonzept mit seiner «Drei-Häuser-Strategie» bietet sich nun die Chance, die nationale und internationale Ausstrahlung der Sammlungen und Ausstellungen noch zu verstärken, indem die verschiedenen Sammlungen und Häuser in einen einzigen, zeitgemässen Betrieb zusammengeführt werden. Winterthur verfügt andererseits mit dem Fotomuseum und der Fotostiftung auch über eines der schweizweit wichtigsten Zentren der Fotografie und wird darum bisweilen auch als Hauptstadt der Fotografie bezeichnet. Wie der Stadtrat in oben erwähnter Weisung sodann ebenfalls dargelegt hat, zählt das Musikkollegium Winterthur zu den traditionsreichsten musikalischen Institutionen Europas. Mit den Internationalen Kurzfilmtagen Winterthur verfügt die Stadt sodann über ein wichtiges, international wahrgenommenes Filmfestival und mit den Musikfestwochen in der Steinberggasse auch über ein schweizweit einzigartiges «Openair» inmitten der Altstadt. Ferner besitzt Winterthur eine vielfältige Theaterszene; mit seinem städtischen Theater stellt sie das grösste Gastspielhaus in der Schweiz und mit dem privat initiierten Casinotheater belegt sie auch den nationalen Spitzenplatz bezüglich Comedy. Nicht zuletzt ist das «Swiss Science Center Technorama» das einzige seiner Art in der Schweiz und weltweit eines mit den höchsten Besucherzahlen.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass die Stadt Winterthur über ein breites und hochwertiges kulturelles Angebot mit einem beträchtlichen Facettenreichtum verfügt. Ziel des integrierten Standortmarketings unter Federführung des Vereins «House of Winterthur» wird es unter anderem sein, in Zusammenarbeit mit den involvierten Institutionen diesen für unsere Stadt typischen Erfolgsfaktor im Sinn einer attraktiven Kulturmarke auch als Differenzierungsmerkmal gegenüber anderen Standorten noch stärker in der öffentlichen Wahrnehmung zu verankern. «House of Winterthur» wird seinen Betrieb auf Anfang des kommenden Jahres aufnehmen, basierend auf einer Leistungsvereinbarung mit der Stadt Winterthur.

Zu den einzelnen Fragen:

Zur Frage 1:

«Wie beurteilt der Stadtrat die Konkurrenzsituation von Winterthur mit anderen Standorten im Bereich Kultur?»

Die Stadt Winterthur hat mit ihren national und international ausgerichteten Kulturinstitutionen und Festivals, aber auch mit ihrem regional ausgerichteten Kulturleben ein eigenständiges Profil mit beträchtlichem Potential. Im Bereich der bildenden Kunst wird dank der Umsetzung des vorerwähnten Museumskonzepts künftig ein attraktiver Museumsbetrieb möglich, welcher hinsichtlich Qualität und Bedeutung seiner Sammlungen hinter Basel und Zürich zur Nummer Drei unter den Schweizer Kunstmuseen aufrücken wird. Die geografische Lage der

Stadt, insbesondere die Nähe zur Stadt Zürich mit seinem reichhaltigen Kulturangebot, ist zweifellos eine Herausforderung, die es beim Aufbau und der Weiterentwicklung einer Kulturmarke für Winterthur zu berücksichtigen gilt.

Zur Frage 2:

«Wie stellt sich der Stadtrat grundsätzlich zur Idee, dass Winterthur eine langfristige Kulturmarke aufbauen soll?»

Wie eingangs erwähnt, zählt die Kultur zu jenen drei grossen Stärken unserer Stadt, auf welcher der Verein «House of Winterthur» mit dem Instrumentarium des integrierten Standortmarketings aufbauen wird. Gemäss Leistungsvereinbarung mit der Stadt wird es zu dessen zentralen Aufgaben gehören, die Marke «Winterthur» als Wirtschaftsstandort, Freizeit- und Geschäftsdestination, Kulturplatz sowie Bildungsort weiter zu entwickeln. Darin enthalten ist auch der Aufbau einer Kulturmarke.

Zu den Fragen 3 und 4:

«Wie könnten der Markenkern, der Markennutzen und die Markenpersönlichkeit ausgestaltet sein?»

«Welche Möglichkeiten sieht der Stadtrat ganz allgemein in der Umsetzung von den unter Frage 3 definierten Markenkern, Markennutzen und Markenpersönlichkeit?»

In der eingangs erwähnten Weisung des Stadtrats zur Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt Winterthur und «House of Winterthur» sind die Wesensmerkmale der Kulturmarke Winterthur, die auf den vorhandenen Stärken in diesem Bereich aufbauen, bereits beschrieben. Zur Verfeinerung der Markenpositionierung – Gestaltung von Markenkern, Markennutzen und Markenpersönlichkeit – sind zum aktuellen Zeitpunkt noch keine genaueren Angaben möglich. Dieser Prozess wird unter Federführung des Vereins «House of Winterthur» und unter Einbezug aller relevanten Akteure im Rahmen der Entwicklung der Markenstrategie erfolgen, die erst in Angriff genommen wird. Mitwirken wird dabei auch ein für kulturelle Belange bestellter Fachbeirat, welcher dem Vereinsvorstand zur Seite gestellt ist.

Zur Frage 5:

«Wie beurteilt der Stadtrat im Speziellen das Modell Neubau analog Basel oder Zürich für Winterthur?»

Neue Bauten für kulturelle Institutionen können, sofern sie eine gewisse Grösse und ein architektonisches Renommee ausweisen, attraktiv sein und auch als kultureller Standortfaktor wirken. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die Planung markanter und damit in der Regel auch kostspieliger Neubauten für Kulturinstitutionen nur sinnvoll ist, wenn die öffentliche Hand sowie private Geldgeberinnen und Geldgeber bereit sind, sowohl die dafür erforderlichen Investitions- und wiederkehrenden Unterhaltskosten als auch die höheren Betriebskosten der kulturellen Nutzerinstitution mitzutragen. So wurde beispielsweise der Erweiterungsbau des Kunstmuseums Winterthur von Gigon/Guyer im Jahr 1995 mit privaten Spenden finanziert.

Die Stadt Zürich verfügt über finanzkräftige Investoren und Basel über ein Mäzenatentum, welches das Kulturleben nach wie vor mit sehr hohen Beiträgen unterstützt. Beides ist in Winterthur in vergleichbarer Grössenordnung (noch) nicht vorhanden. Mindestens mittelfristig dürfte daher die Erstellung eines repräsentativen Neubaus für eine Kulturinstitution aufgrund der anhaltenden Finanzknappheit der Stadt eher unwahrscheinlich sein. Hinzu kommt, dass solche Neubauten in der Regel Millionenbeträge im zweistelligen Bereich zugunsten der so genannten Hochkultur bedeuten. Selbst wenn ein Neubau in Winterthur finanziell grundsätzlich möglich wäre, wäre es eine kulturpolitische Frage, ob die Stadt ihre beschränk-

ten Mittel künftig in diesem Sinn noch einseitiger binden will. Die Stadt beschreitet deshalb zum Beispiel mit der Umsetzung des Museumskonzepts oder mit der Halle 53 Wege, die finanziell nicht derart einschneidend sind und sich bereits heute realisieren lassen.

Zu den Fragen 6 und 7:

«Wie beurteilt der Stadtrat im Speziellen den oben skizzierten Vorschlag einer „Kulturmeile“, ein Vorschlag, der auch so als Begriff etabliert werden könnte?»

«Wie könnte eine Kombination der beiden Modelle „Neubau“ und „Kulturmeile“ aussehen?»

Die so genannte «Kulturmeile» entlang der Stadthausstrasse ist ein Begriff, der schon vor zehn Jahren eingeführt worden ist und welchen die Stadtregierung damals einerseits mit dem Museumskonzept und andererseits visuell mit einem «plan lumière» zeitweilig etabliert hatte. Das Beleuchtungskonzept ist umgesetzt, und als das Festival «Internationale Lichttage» noch durchgeführt wurde, wurde diese Achse regelmässig bespielt und konnte sie sich in den Köpfen festsetzen. Ob eine Wiederbelebung als «Kulturmeile» Sinn macht oder ob im heutigen Kontext neue Begriffe passender sind, wird im Rahmen der Erarbeitung einer Kulturmarke zu prüfen sein.

In diesem Zusammenhang wird sich in baulicher Hinsicht auch die Frage nach der längerfristigen Zukunft des Erweiterungsbaus des Kunstmuseums stellen. Über ein erhebliches städtebauliches Entwicklungspotential verfügt ferner die Fläche direkt vor dem Kunstmuseum, welche heute als Parkplatz genutzt wird, und ebenso die freiräumliche Verbindung zwischen dem Kunstmuseum und dem Museum Oskar Reinhart an der Stadthausstrasse.

Schliesslich wird bei alledem stets auch die Frage der finanziellen Machbarkeit eine Rolle spielen. Die Realisierbarkeit der beiden Ideen «Neubau» und/oder «Kulturmeile» wird letztlich massgebend auch von der finanziellen Unterstützungsbereitschaft Privater und der künftigen Finanzlage der Stadt abhängig sein.

Die Berichterstattung im Grossen Gemeinderat ist dem Vorsteher des Departements Kulturelles und Dienste übertragen.

Vor dem Stadtrat

Der Stadtpräsident:

M. Künzle

Der Stadtschreiber:

A. Simon