



KULTURLEITBILD 2020

VISION, ZIELE UND MASSNAHMEN DER USTERMER KULTURPOLITIK



IMPRESSUM

erarbeitet durch die Kulturkommission zwischen Januar 2010 und Mai 2011
verabschiedet durch die Kulturkommission am 12. Mai 2011
überarbeitet durch die Kulturkommission zwischen Juli 2011 und Januar 2012
verabschiedet durch den Stadtrat am 31. Januar 2012

Vorsitz der Kulturkommission: Martin Bornhauser, Stadtpräsident und Abteilungsvorsteher
Präsidiales

Mitglieder der Kulturkommission: Gianni Arena, Marco Brunner, Ursula D'Aloia, Letizia Fiorenza,
Kathrin Frauenfelder (bis 2010), Isabelle Köpfler (ab 2011), Marion Mühlebach, Eveline Ratering und
Werner Reichle

Protokoll, Verfasser und Foto: Roland Boss, Kulturbeauftragter und Leiter GF Kultur

31. Januar 2012



TEIL I: Die Vision

Die zehn knapp formulierten Sätzen halten fest, wie sich die «Usterkultur» in zehn Jahren präsentieren soll:

1. Usterkultur schafft lebendige Heimat von innen und Offenheit für Neues von aussen.
2. Usterkultur wirtschaftet kreativ und kennt für Kooperationen keine Berührungängste.
3. Usterkultur investiert in Kultur, die Glück anstrebt, Fragen stellt und die man anfassen kann.
4. Usterkultur positioniert sich als aufgeschlossener Kulturort in der Region.
5. Usterkultur unterstützt Kinder und Jugendliche und damit die Gestaltung ihrer Zukunft aktiv und vorausschauend.
6. Usterkultur öffnet und belebt Räume und schafft der Bevölkerung Erlebnis- und Lebenswelten.
7. Usterkultur spricht mit Vielfalt viele an, ohne stets allen gefallen zu wollen.
8. Usterkultur pflegt das Erbe und fördert Entwicklung durch Begegnung, Bildung, Reflexion und Unterhaltung.
9. Usterkultur ist aktive Auseinandersetzung ihrer grossen künstlerischen Ressourcen mit lokalen Gegebenheiten.
10. Usterkultur lässt Herzen für Uster schlagen und sichert den Zusammenhalt einer freien und vielseitigen Gesellschaft.

Fazit: Kultur fördert Uster.

Das wird 2020 erkannt und geschätzt, gelebt und unterstützt.

TEIL II: Die sieben kulturpolitischen Zielsetzungen (A bis G)

A INFORMATION UND MARKETING

- Kultur positionieren, deren Nutzen und Wirken sichtbar machen, das Verständnis dafür bei Politik und Bevölkerung erweitern (...Label, Marketing) und so ein gesundes städtisches Selbstbild entwickeln

B ENTWICKLUNG UND GESELLSCHAFT

- Offenheit für lebendige Traditionen bewahren, Verständnis für neue Entwicklungen (...neue Medien) schaffen und Anreize für aktives Integrieren anbieten

C ZUSAMMENARBEIT UND ZUSAMMENHALT

- Kooperationen - in vielfältiger Form sowie nach innen und aussen - zwischen Prozesspartnern (...Stadt, Region, Wirtschaft, Vereine, Kreative, Kulturschaffende) suchen, erfahren und erlebbar machen

D INNENRÄUME UND AUSSENRÄUME

- in Kulturorte mit Zukunft investieren (...eigener Besitz) und Räume für junges Schaffen bereitstellen (Proberäume, Ateliers)

E HALTUNG UND PUBLIKUM

- eine zum Image der Stadt kongruente Kulturpolitik leben und vertreten, die mit der Bevölkerungsentwicklung und dem Urbanisierungsgrad Schritt hält (Angebot, Mittel)

F NISCHEN UND SCHWERPUNKTE

- Vielfalt beim Kulturschaffen (Sparten, bei Laien, Ehrenamtlichen, Profis) anstreben, Stärken sichern und speziell privat initiierte Nischenangebote über Anreize fördern

G SCHULEN UND BILDUNG

- Kinder frühzeitig abholen und kulturell bilden, Mündigkeit und Reflexion anstreben, den Bewohnenden Alltagsausgleich ermöglichen und Verständigung zwischen ihnen unterstützen

TEIL III: Der Massnahmenkatalog

A. Kulturpolit. Ziel	B. Massnahmen und Beispiele	Prio.	
A) Information und Marketing Kultur positionieren, deren Nutzen und Wirken sichtbar machen, das Verständnis dafür bei Politik und Bevölkerung erweitern und so ein gesundes städtisches Selbstbild entwickeln	A1 Kulturkommunikation: Die Lesbarkeit und Zugänglichkeit von Kulturinformationen (im öffentlichen Raum [ÖR] und adressiert) wird erhöht (u.a. durch Bündelung und Konzentration). Beispiele: A.1.1 Stadt organisiert und unterstützt die Herausgabe eines Kulturbulletins u/o Kulturkalenders A.1.2. aktuelles Kulturfenster auf erster Seite der Homepage implementieren (inkl. Videos) A.1.3. Zusammenfügung und Verbesserung (durch Filtrierung) bestehender Veranstaltungskalender A.1.4 Einsatz neuer Medien (zB Monitore in Stadthaus, etc.) A.1.5. Realisierung eines Kulturpfads im ÖR A.1.6. Kunst-am-(bestehenden)-Bau an neuralgischen im ÖR projektieren (Region Bahnhof) A.1.7. Professionalisierung (Quantität, Qualität) der Kulturberichterstattung fordern und unterstützen	1	
	A2 Fachstelle Kultur: Die Sichtbarkeit der städtischen Kulturanlaufstelle wird erhöht und die Stelle damit aufgewertet.		2
	A3 Kulturaustausch: Dieser ist prioritäre Zielaktivität in der Beziehung zur Partnerstadt.		3
B) Entwicklung und Gesellschaft Offenheit für lebendige Traditionen bewahren, Verständnis für Entwicklungen schaffen und Anreize für aktives Integrieren anbieten	B1 Integration: Beteiligungsprojekte und zeitgemässe –instrumente für die Teile der Wohnbevölkerung schaffen, die in Vergangenheit ungenügend erreicht wurden bzw. deren Integration für das städtische Miteinander relevant sind (Kinder, Jugendliche, Ausländer/innen)	1	
	B2 Gesellschaftsentwicklungsprojekte: Gezielte Förderung von Kooperationsprojekten zur Überwindung gesellschaftlicher Abschottungstendenzen. Beispiele: B.2.1. Anreize schaffen für Kooperationen von gegensätzlichen Gruppierungen B.2.2. Vorgabe von Jahresthemen	2	
	B3 Region: Übernahme der Führungsrolle bei Prozessen der regionalen Kulturentwicklung	3	

<p>C) Zusammenarbeit und Zusammenhalt</p> <p>Kooperationen - in vielfältiger Form sowie nach innen und aussen - zwischen Prozesspartnern suchen, erfahren und erlebbar machen</p>	<p>C1 Kooperationen: Durchführung regelmässiger gemeinsamer Anlässe u/o Implementierung von gemeinsamen Gefässen fördern den Abbau von Berührungängsten sowie Austausch und Verständnis zwischen Kultur, Politik und Wirtschaft. Beispiele:</p> <p>C.1.1. Vernetzung der Kommission Bildung und Kultur (KBK) mit der Kulturkommission (KUKO) bzw. mit dem Wirtschaftsforum Uster (WFU) oder dem Gewerbeverband Uster (GVU) beispielsweise im Bereich Gastronomie</p> <p>C.1.2. gemeinsames Programm von Wirtschaft und Kultur für prosperierende Entwicklung der Stadt anregen</p> <p>C.1.3. Sponsoringpotential (Corporate Social Responsibility) der lokalen Wirtschaft aufzeigen z.B. in Form eines Manuals zuhänden Kulturschaffende</p> <p>C.1.4. Bedeutungsklärung Kultur mit der Tourismusregion Zürcher Oberland TRZO vornehmen und Angebotserfassung verbessern</p>	<p>2</p>
<p>D) Innen- und Aussenräume</p> <p>in Kulturorte mit Zukunft investieren und Räume für junges Schaffen bereitstellen</p>	<p>D1 Kultur- und Tagungszentrum (KTU): Uster hat ein multifunktionales KTU mit grossem und kleinem Saal.</p>	<p>1</p>
	<p>D2 Kreative: Angebot an Ateliers (Wirtschaftsansiedelung) für die Kreativwirtschaft (KMUs und Kulturschaffende) und an Proberäumen für Jugend bereitstellen.</p>	<p>1</p>
	<p>D3 Jugend: Schwerpunktverlagerung der Jugendarbeit von professionell bewirtschafteten Räumen hin zu eigenverantwortlich genutzten Sozialräumen (Innen- und Aussenbereich).</p>	<p>1</p>
	<p>D4 Zwischennutzungskonzept Räume: Freistehende Räume werden systematisch erfasst und für geeignete Zwischennutzungen eingesetzt.</p>	<p>1</p>
	<p>D5 Zeughaus: Zwischennutzung im Zeughaus Gebäude K optimieren (z.B. Eventraum im Erdgeschoss).</p>	<p>2</p>
	<p>D6 Zentrumsgestaltung: Visionäre private und öffentliche Projekte ideell mittragen und die Diskussion darüber multiplizieren. Beispiele:</p> <p>D.6.1. Aabachachse u/o Kulturmeile</p> <p>D.6.2. Eisfeld auf dem Stadthausplatz</p> <p>D.6.3. Containerdorf Basislager (Binzareal in Zürich)</p> <p>D.6.4. Erreichbarkeit der Burg</p> <p>D.6.5. Zukunftsnutzung Schloss-Schüür (Heusser-Staub)</p>	<p>3</p>

E) Haltung und Publikum Eine zum Image der Stadt kongruente Kulturpolitik leben und vertreten, die mit der Bevölkerungsentwicklung und dem Urbanisierungsgrad Schritt hält	E1 Kulturakzeptanz: Die Politik anerkennt Kultur - auch als Kunst im ÖR - als bedeutsamen Imageträger einer Wohnstadt am Wasser und setzt deren Angebote und Ausstrahlung gezielt ein. Beispiele: E.1.1. Ustermer Politiker für Kulturveranstaltungen gewinnen und einbinden E.1.2. Verstärkte Positionierung der Kultur im offiziellen Auftritt der Stadt (z.B. in städtischen Schriften) E.1.3. Imagekorrektur: Die Modernität des Stadthauses oder Relaunch nach 50 Jahren: Ausstattung der öffentlichen Räume mit neuer Kunst, Neugestaltung Trauzimmer, etc	1
	E2 Nationale Einbettung: Die Stadt Uster ist Mitglied der Städtekonferenz Kultur und fördert entsprechende Austauschprojekte.	2
	E3 Stadtarchiv: Die Stadt hat ihre Akten im Archiv materiell und elektronisch sicher gelagert, sachgemäss aufgearbeitet und präsentiert sie anwendungsfreundlich und in ansprechender Form. Beispiele: E.3.1. Das Stadtarchiv Uster ist weitgehend ein elektronisches Archiv. Ausnahmen sind historisch / ästhetisch bedeutende Originale vor 1900 (Urkunden Abt.I, Akten, Abt.II, Pläne Abt. V, Drucksachen, Abt. VI), die spezifisch zu bezeichnen und aufzubewahren sind, sowie natürlich private Schenkungen und Deposita von Firmen, Personen und Vereinen. E.3.2. Das Stadtarchiv/die Kläui-Bibliothek ist 2020 eine einzige, an einem Ort zusammengeführte Institution (s. Stadtratsbeschluss Nr. 458 vom 17. Sept. 2002) unter dem Namen «Stadtarchiv Uster». Am besten zu verwirklichen in einem Kulturgüterschutzgerechten Neubau. E.3.3. Die Aufarbeitung der Akten wird auf 80 % gesteigert (erhöhte Personalressourcen).	2
	E4 Zielgruppenerweiterung: Im Sinne eines Versuchs zur Publikumsgewinnung - als Bestandteil der städtischen Kulturförderung - Kulturgutscheine an die Bevölkerung abgegeben, die diese bei ausgewählten lokalen Anbietenden einlösen können.	3
F) Nischen- und Schwerpunkte Vielfalt beim Kulturschaffen anstreben, Stärken sichern und speziell privat initiierte Nischenangebote über Anreize fördern	F1 Jazz: Unterstützung der Gründung Stiftung «swissjazzorama» und damit Konsolidierung von Uster als schweizerischen Zentrum des Jazz'.	1
	F2 Nischenkultur: Uster investiert gezielt in attraktive Nischen und bewahrt die kulturelle Grundversorgung durch private Anbietende, die explizit auch die Bildende Kunst mit einschliesst.	2
	F3 Schwerpunkte: Die Kulturkommission kann befristete Schwerpunktförderungen beschliessen. Beispiele:	3

	F.3.1. Tanz F.3.2. Literatur F.3.3. Video F.3.4. Song	
G) Schulen und Bildung Kinder frühzeitig abholen und kulturell bilden, Mündigkeit und Reflexion anstreben, den Bewohnenden Alltagsausgleich ermöglichen und Verständigung zwischen ihnen unterstützen	G1 Bildungskultur: Sich für eine Kinderkulturfachperson innerhalb der Schulen starkmachen, welche Aktivitäten entfacht und Informationen bündelt.	1
	G2 Jugendpolitik: Umsetzung der Massnahmen aus «Bericht und Konzept Jugendpolitik»	1
	G3 Bildungsgutscheine: Der Einsatz von Kulturgutscheinen für Kinder prüfen.	1
	G4 Mittelsteuerung Kinder- und Jugendförderung: Neuausrichtung/Neugewichtung. Beispiel: G.4.1. Stärkung bestehender gewachsener Angebote mit grosser Ausstrahlung (z.B. Abenteuerspielplatz Holzwurm)	1
	G5 Kunst-macht-Schule: Das Angebot umfasst neu auch Veranstaltungsbesuche. Beispiele: G.5.1. Kinderrucksack (4x Kultur/Jahr; Theater, Musik, Bildende Kunst, neue Medien) G.5.2. Kulturvermittlung in den bzw. in die Schulen G.5.3. Vernetzung mit kantonaler Fachstelle Schule und Kultur	2
	G6 Jugendkultur: Konsolidierung «Usterbühne» als Sommerevent im ÖR.	3

Stadt Uster
 Kultursekretariat
 Gotthardweg 1
 8610 Uster
 044 944 7206
 kultursekretariat@stadt-uster.ch
www.uster.ch/kultur

Februar 2012

