

Interview mit den Veranstaltern



v.l.n.r.: Mag. Anja Hasenlechner, Gen.-Sekr. Dr. Reinhold Mitterlehner, Abg.z.NR Carina Felzmann, Dipl.oec. Selma Prodanovic

Im Interview: Vorsitzende Abg.z.NR Carina Felzmann und ihre Stellvertreterinnen, Mag. Anja Hasenlechner und Dipl.oec. Selma Prodanovic.

Frage: Das diesjährige arge creativ wirtschaft austria-Symposium steht ganz im Zeichen des Sports. Warum gerade heuer Sport als Thema?

Felzmann: Wir verknüpfen das Thema Kreativwirtschaft mit anderen Themen, die gut zum Österreich-Image passen, um dieses enorme Potenzial aufzuzeigen. Es gibt noch genug Ideen für die Zukunft: Warum sind zum Beispiel die Starthäuschen bei den Schirennern noch nicht architektonisch gestaltet? Der Start der SchirennläuferInnen ist ständig im Fernsehen ... das wäre eine neue Botschaft, wie wir sie uns vorstellen können.

Wir werden konkrete Beispiele und mögliche Per-

spektiven der Kreativwirtschaft im Sport präsentieren. Teil unserer Arbeit ist es auch, Menschen, Projekte und Themen zu vernetzen, so wie wir es nun zwischen Sportinstitutionen, Kreativen und der Wirtschaft planen – und das rechtzeitig vor der EM 2008.

F: Wie lässt sich nun Sport – Kreativität – Wirtschaft verbinden?

Hasenlechner: Österreichisches Design im Sport – von den Sportgeräten über die Mode bis zu Eventveranstaltungen – ist international anerkannt, Österreichische Designer entwickeln Wintersportgeräte wie Ski oder Snowboards, aber es könnte noch viel mehr Initiativen, Impulse und Entwicklungen geben. Ein Land, in dem Sport so eine zentrale Rolle spielt, kann hier si-

cher noch einiges an kreativem Potenzial schöpfen. Dass es auch andere Felder gibt, wird das Symposium aufzeigen – so z. B. durch Christian Bauer, den Projektleiter von André Heller, der den kulturellen Teil der Deutschen Fußballweltmeisterschaft 2006 plant. Auch Sportverbände haben längst erkannt, was ihnen Kreativität bringen kann und dass sie sich letztendlich auch in messbare wirtschaftliche Zahlen umlegen lässt. Sport und Kreativität beeinflussen sich gegenseitig – positiv.

F: Kann Österreich mit Sport im Ausland punkten?

Prodanovic: Ja. Der Sport beeinflusst generell das Image eines Landes. Die arge creativ wirtschaft austria wird auch auf internationaler Ebene „Kreativität und Sport made in austria“ hinaustragen.

Österreichische Sportevents sorgen laufend im Ausland für Aufsehen. Aber auch Länder wie die Vereinigten Emirate oder Japan, die mittlerweile Sportarten und Ideen aus Europa importieren und dann entsprechend kreativ inszenieren, motivieren uns, neue Wege zu gehen.

Hasenlechner: Zum Ausland: In London wird derzeit im Designmuseum die Entwicklung von Surfboards ausgestellt. Hier wird das Thema sogar schon wissenschaftlich im Museum aufgearbeitet – da haben wir noch Aufholbedarf.

F: Eine eher praktische Frage: Kann Sport betreiben die eigene Kreativität beeinflussen?

Hasenlechner: Ich betreibe regelmäßig Sport. Dafür muss Zeit sein – für mich ist Sport ein wesentlicher Beitrag, meine Kreativität im Fluss zu halten. Ich bin überzeugt davon, dass auch andere über sportliche Aktivitäten zu guten Ideen kommen ...

Felzmann: Ja, dem schließe ich mich an, ohne Sport könnte ich mir überhaupt nicht vorstellen, große Arbeitspensen zu bewältigen – und schon gar nicht, Kreativideen zu entwickeln ...

F: Was wird das Thema der arge creativ austria im nächsten Jahr?

Prodanovic: Ein großes Thema 2006 wird Creative Europe – auch im Rahmen der EU-Präsidentschaft – sein. Wir haben in Österreich mittlerweile schon viel erreicht, auch wenn noch viel zu tun ist. Aber auch wir wollen uns weiterbewegen – entsprechend unserem Motto „move on!“. Wir wollen mit dem Thema die first mover in Europa und daher auch eine Art Initiator für ein Creative Europe sein. Österreich kann mittlerweile viele best practices aufweisen – wie zum Beispiel unser ImPulsprogramm creativwirtschaft oder unsere Networking-Events. Daher werden wir schon jetzt zu zahlreichen internationalen Konferenzen und Diskussionen eingeladen – wir bleiben dran!

Felzmann: Neben Creative Europe und dem Sport werden wir uns auch demnächst dem Tourismus widmen. „Kreativität im Tourismus“ wird das Thema unseres nächsten Buches „homo creativus austriacus II“. Neben den thematischen Zugängen sind wir natürlich auch strategisch sehr aktiv. Für den Herbst planen wir den Aufbau eines nationalen „Advisory Boards“ mit ExpertInnen aus den verschiedenen Kreativsektoren, aus der Forschung, aus verschiedenen Institutionen, um die nationale Strategie „Österreich als Kreativstandort national und international zu etablieren“ voranzutreiben.

Hasenlechner: Und wir setzen ebenso stark auf die Netzwerkveranstaltungen wie das Network-Breakfast, die Spittelberger Gespräche und natürlich diese Symposien – denn wir haben es auch als unsere Aufgabe definiert, Raum für persönliche Kontakte in der Kreativwirtschaft zu schaffen.

Danke für das Gespräch.

