

## Eva Pauline Bossow, Managing Director des Zurich Centre for Creative Economies «Leider hat Quniny nur eine limitierte Auflage!»

Eva Pauline Bossow ist Managing Director des Zurich Centre for Creative Economies an der Zürcher Hochschule der Künste. Sie glaubt im digitalen Zeitalter noch an den persönlichen Austausch.

Interview: Jean-Marc Grand Bild: zVg



Eva Pauline Bossow.

### Welches waren die drei Markenikonen in Ihrer Kindheit oder Jugend?

Sesamstrasse, Janosch und Viva.

### Mit welchem Produkt, mit welcher Marke beginnt Ihr Tag am Morgen und endet der Tag am Abend?

Mit einem ersten Kaffee vor Tagesanbruch, meist mit Bohnen der Zürcher Firma Stoll, und einem Buch zur Nacht.

«Ich beginne meinen Tag mit einem Kaffee, meist mit Bohnen der Zürcher Firma Stoll.»

### Welches Produkt oder welche Firma steht heute für exzellentes Marketing?

Eine Firma, deren Content-Marketing ich überzeugend finde, ist WeTransfer. Sie haben mit WePresent einen Newsletter geschaffen, in dem progressive Kreative weltweit gefeiert (und bezahlt) werden – eine Inspiration und eine Denkpause, die ich immer, wenn sie kommen, mitnehme. Die Positionierung, die sie sich als Filesharing-Dienst und Werbepartner erarbeitet haben, ist ohnehin bemerkenswert. Da würde ich gerne mal hinter die Kulissen schauen.

### Welche Geschäftsidee oder welches Produkt hat Sie in letzter Zeit am meisten begeistert?

Eines meiner Lieblingsprodukte der letzten

Jahre war der Longboard-Stroller des Kinderwagenherstellers Quinny, ein Buggy auf einem Longboard, mit dem wir durch Zürich gecruist sind. Spass pur! Leider ist unser Sohn inzwischen zu gross, und Quinny hat nur eine limitierte Auflage produziert, sonst hätten wir uns als Vertriebspartner beworben.

### Welcher Marketingtrend oder welches Marketingthema ist für Sie momentan am wichtigsten? Warum?

Kein direktes Marketingthema, aber da unser Forschungs- und Kompetenzzentrum zu einem grossen Teil fremdfinanziert wird, sind Gespräche mit potenziellen Projekt- und Sponsoringpartnern für uns wichtig.

«Es besteht die Gefahr, dass wegen Corona Budgets überarbeitet werden und die Absicherung fehlt.»

### Wie kommunizieren Sie hauptsächlich mit Ihren Kunden (direkter Kundenkontakt, Social Media usw.)?

Das Zurich Centre for Creative Economies ist Teil der Zürcher Hochschule der Künste, – statt Kunden sind es Anspruchsgruppen, die zentral sind. Dazu gehören natürlich die Studierenden, die ZHdK-Angehörigen und unsere Partner, aber auch andere Forschungs- und Bildungsinstitutionen, Unternehmen, Akteure der Creative Economies, die Politik und öffentliche Institutionen. Das Feld ist breit und international. Der direkte Austausch via Mail, Telefon und persönliche Treffen ist wichtig, sonst kommunizieren wir aber auch indirekt über Newsletter und Veranstaltungen.

### Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen künftig die grössten Chancen?

Derzeit sind viele Institutionen und Unternehmen auf der Suche nach neuen Antworten, einem Perspektivenwechsel und wollen vermehrt die Sicht der kommenden Generationen in ihre Arbeit einbeziehen. Als Teil einer grossen multidisziplinären Kunsthochschule und aufgrund langjähriger Forschung kennen wir die Besonderheiten, Potenziale und Impacts der Künste für andere Bereiche.

Diese sichtbar zu machen, zu erforschen, die Akteure auszubilden und eine Plattform für Interaktion und Kreation zu bieten, ist unser Ziel. Aufgrund der genannten Offenheit und verschiedener Gespräche könnte dafür ein guter Moment sein.

### Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen in Zukunft die grössten Risiken?

Wie bei vielen, deren Arbeit auch von Partnerschaften und externer Finanzierung abhängt, besteht die Gefahr, dass aufgrund von Corona Budgets überarbeitet werden und dann die langfristige Absicherung fehlt.

### Push or Pull

#### Homeoffice oder Büro?

Zwei Drittel Büro, ein Drittel Homeoffice.

#### Entrepreneurship oder Corporate Management?

Entrepreneurship.

#### Studium der Wirtschaft, der Kommunikationswissenschaften oder der Psychologie?

Die Mischung war perfekt. Ich würde gerne noch Industriedesign hinzufügen.

#### Berner Symphonieorchester oder Berliner Philharmoniker?

Erstere kenne und schätze ich sehr. Bei Zweiteren finde ich die Experimentierfreude wegweisend. Mit der Digital Concert Hall haben die Berliner Philharmoniker zum Beispiel schon 2008 begonnen und waren in einer entsprechend guten Ausgangsposition. Derzeit spielen die Musikerinnen und Musiker, die alle drei Tage einen PCR-Test machen, dort fast wöchentlich ein Konzert vor leeren Rängen und streamen es live, mit 7000 bis 9000 digitalen Zuschauern. Aber klar, auch sie wünschen sich verständlicherweise wieder einen normalen Spielbetrieb.

#### Zentrum Paul Klee oder Fondation Beyeler?

Hängt von den jeweiligen Ausstellungen und Programmen ab.

#### LinkedIn oder Facebook?

LinkedIn.

#### E-Health oder Hausarzt?

Ich möchte meine Hausärztin und ihre Praxis auch über digitale Kanäle erreichen und konsultieren können. Das «oder» gibt es hoffentlich nicht mehr lange.

#### Online-Partnervermittlung oder Treffen in der realen Welt?

Auch hier, am besten kombiniert. In welcher Reihenfolge spielt dabei nicht mal eine Rolle. Den ersten Eindruck kann man sich online oder offline verschaffen und dann das Kennenlernen in der «echten» oder der virtuellen Welt vertiefen. Spannend ist, wie es dann weitergeht!