

## KREATIVE SZENE UND DIGITALE PLATTFORMEN AUF DEM LAND

**SABINE GOLLNER / MARTIN UCKLEY** || Die „Künstlerkolonie Fichtelgebirge“ wurde bereits mehrfach für ihre Projekte auf Basis ihres innovativen und kreativen Netzwerkansatzes ausgezeichnet und wird als bisher bestes Beispiel für eine Bottom-up-Initiative in Bayern angeführt. In diesem Artikel wird die digitale Entwicklung dieses Zusammenschlusses von Kreativschaffenden näher beleuchtet und auch ein Einblick in die praktische Arbeit des Vereins gegeben, die auf der Grundlage der Digitalisierung realisiert wurde.



Abbildung 1: QR-Codes over Bad Berneck

Quelle: Dominic Day / QR-Tour, 2014

## EINLEITUNG

Die Digitalisierung einzelner Aspekte unseres Lebens und die dadurch entstehende Verschmelzung verschiedener Lebensbereiche auf der digitalen Ebene ist ein Prozess, der zunehmend spürbar wird und dessen Einfluss längerfristig noch nicht abzusehen ist, da er mit enormer Geschwindigkeit und Chancenvielfalt voranschreitet. Neben der immer stärker werdenden Vernetzung von Einzelpersonen und der hohen Geschwindigkeit, mit der Daten ausgetauscht werden können, erschafft die Digitalisierung auch völlig neue Formen von Foren und Austauschmöglichkeiten für Menschen mit ähnlichen oder sich ergänzenden Interessen. Insbesondere auf dem Land schafft sie die Möglichkeit einer flexiblen und schnellen Zusammenarbeit, wie es sie noch nie zuvor gegeben hat.

Digitale Plattformen ermöglichen den Zusammenschluss KREATIVER auf dem Land.

Während es in den Städten schon immer Treffpunkte der kreativen Szene gegeben hat, an denen man sich austauschen und vernetzen konnte, war dies, allein schon aufgrund der großen räumlichen Distanz, auf dem Land eher selten der Fall. Auf dem Land ist die Dichte der Kreativschaffenden nicht mit der urbanen Dichte vergleichbar, daher ist eine gute digitale Vernetzung umso wichtiger, um die „kritische Masse“ zur Realisierung von Zusammenarbeit zu überschreiten.

Wie bereits in der AMZ-Ausgabe 96 ausführlich dargestellt,<sup>1</sup> umfasst beispielsweise das Einzugsgebiet der Künstlerkolonie Fichtelgebirge nicht nur das Fichtelgebirge und angrenzende Regionen, sondern die Mitglieder dieses Vereins sind sogar international miteinander verbunden. Ohne digitale Plattformen wäre diese Art und Weise der gemeinsamen Projektgestaltung nur schwer oder gar nicht möglich. Vor allem

für die Klein- und Kleinstbetriebe der Kreativwirtschaft schafft die digitale Vernetzung eine Möglichkeit der Multidisziplinarität und Synergie, die völlig neue Optionen der Zusammenarbeit eröffnet. Die Entwicklung der KÜKO, die speziell die Interaktion und Verflechtung virtueller und ländlicher Räume auf verschiedenste Art und Weise zu nutzen gelernt hat, zeigt exemplarisch sehr deutlich, welche neuen Chancen digitale Plattformen der Kreativbranche eröffnen.

## EIN DIGITALER START

Im November 2011 wurde das Kreativunternehmer-Netzwerk über Facebook gegründet.<sup>2</sup> Nach langer Zeit in Birmingham beschlossen Sabine Gollner und ihr Lebensgefährte Nigel Amson, sich im Fichtelgebirge niederzulassen. Sie waren eine gute und direkte Zusammenarbeit mit anderen Kreativschaffenden gewohnt und stellten fest, dass in ihrer neuen Wahlheimat keinerlei vernetzende Strukturen von Kreativschaffenden bestanden, wie sie sie aus England kannten. Bestens vertraut mit den Vorzügen und Chancen, die ein gut organisierter Zusammenschluss von Kreativschaffenden bedeutet, beschlossen sie kurzerhand die Gründung eines Kreativnetzwerkes und machten sich auf die Suche nach Mitstreitern. Ein kurzer Aufruf in dem bekannten sozialen Netzwerk legte den Grundstein für einen Verein, der mittlerweile an die 90 aktive Mitglieder, einen eigenen Förderverein und gute Kontakte zu über 500 verschiedensten Unternehmen hat<sup>3</sup>. Somit war die Künstlerkolonie (KÜKO) von Anfang an mit der Nutzung digitaler Plattformen verbunden. Durch die Zusammenarbeit mit Bayernkreativ,<sup>4</sup> die sich auch vom Timing her sehr gut ergänzte, wurde der innovative Charakter und auch die Notwendigkeit der modernen Zusammenarbeit in der Kreativwirtschaft nochmals betont und verfestigt.

Diese Entstehung legt nahe, wie sehr die Digitalisierung mittlerweile dazu beiträgt, Menschen und Interessensgemeinschaften zu verbinden. Jedoch ist es an dieser Stelle auch wichtig zu betonen, dass eine digitale Plattform kein reales Treffen ersetzen kann. Die Lebendigkeit und Aktivität entwickelte die Netzwerkinitiati-



chen auch nicht mehr so leicht und eindeutig voneinander trennen, wie auch die Praxisbeispiele später deutlich belegen werden. Gemeinsam ist allen Kreativbranchen, dass ihrer Arbeit ein schöpferischer Akt zugrunde liegt. Der menschliche Faktor der kreativen Leistung ist also unabdingbar.

Ein großer Vorteil der Wahrnehmung der Kreativwirtschaft als Wirtschaftszweig liegt darin, dass mittlerweile das wirtschaftliche Potenzial kreativer Leistungen mehr und mehr erkannt und gewürdigt wird und somit auch die Förderung und Vernetzung kreativer Unternehmen als sinnvoll erachtet wird. Das gerne noch in den Köpfen vorhandene Bild des „Armen Poeten“ weicht langsam der Erkenntnis, dass Kreativschaffende als Kleinst- und Kleinunternehmer einen entscheidenden Wirtschaftsfaktor in diesem Land darstellen und mit ihren Leistungen schon lange eine tiefe Verflechtung mit anderen Wirtschaftszweigen eingegangen sind. Am deutlichsten wird diese Verknüpfung sicher in der Werbebranche, doch auch die anderen Kreativwirtschaftsbereiche sind sowohl Kunden als auch Dienstleister für verschiedenste Unternehmen. Die Kreativbranche bewegte sich 2014 bei der Bruttowertschöpfung mit 64 Milliarden Euro bundesweit in einem Größenbereich zwischen der Energiebranche und den Finanzdienstleistern.<sup>6</sup> Ein Bewusstsein für diesen nicht unerheblichen Wirtschaftsfaktor entwickelt sich jedoch nur schleichend.

**Digitale Plattformen sind ein Mittel zur KREATIVEN ARBEIT.**

Während die Kreativwirtschaft insbesondere in den großen Städten schon lange über gut vernetzte Treffpunkte, Austauschmöglichkeiten und Interessensvertretungen verfügt, ist die Branche im ländlichen Bereich weitgehend auf sich selbst gestellt. Hier mangelt es teilweise noch sowohl am Selbstverständnis der Kreativen als Unternehmer als auch an Öffentlichkeitsarbeit und politischer Unterstützung. Diese

Situation hat ihre ganz eigenen Chancen und Herausforderungen:

Es fehlen sowohl fördernde Strukturen als auch ein Bewusstsein für die Chancen des Marktes. Wenn man sich beispielsweise bei der Agentur für Arbeit zu Berufsmöglichkeiten in der Kreativbranche beraten lassen möchte, muss man schon viel Glück haben, um an Mitarbeiter zu geraten, die einem wirklich weiterführende Informationen vermitteln. Glücklicherweise gibt es mittlerweile immer mehr Bestrebungen, diese Verhältnisse zu ändern. Nach wie vor ist jedoch von Kreativschaffenden viel Initiative und Durchhaltevermögen gefragt, um sich wirklich zu etablieren. Gerade auf dem Land ist es oft schwer, die entsprechende Orientierung zu finden, denn durch den großen Anteil an Kleinst- und Kleinbetrieben sind Branchenvertreter kaum sichtbar und bilden in den seltensten Fällen aus. Oft müssen sich auch künstlerische und innovative Ansätze gegen eine sehr tief verankerte Grundskepsis durchsetzen und brauchen einen langen Zeitraum für Akzeptanz und Inklusion in ländliche Gemeinschaften, während diese Etablierung im urbanen Raum oft wesentlich schneller vonstattengeht. Die einzelnen Kreativunternehmer wohnen teilweise weit voneinander entfernt und es gibt wenige Berührungspunkte zwischen Unternehmen und Kreativschaffenden im Alltag.

Gleichzeitig bietet der ländliche Raum eine Vielzahl von einzigartigen Möglichkeiten und Perspektiven, die sich gut und sinnvoll nutzen lassen. Das Fehlen von Strukturen ermöglicht es den Kreativschaffenden, ihre eigenen Strukturen aufzubauen und zu entwickeln. Dank der digitalen Medien kann man sich gut über bereits bestehende Strukturen und Netzwerkstrategien informieren und diese entsprechend der eigenen Bedürfnisse und Wünsche modifizieren. Leerstand und Landflucht sind Probleme, die auch der Fichtelgebirgsregion durchaus nicht fremd sind. Jedoch bieten genau diese Verhältnisse auch die Chance auf günstige Immobilienpreise für Neugründungen und für eine erhöhte Aufgeschlossenheit von Immobilienbesitzern gegenüber innovativen Raumnutzungskonzepten. Ein gutes Beispiel hierfür ist das kürzlich entstandene Projekt Coworking in der Schaltzentrale (Abb. 3).

Abbildung 3: Die Schaltzentrale



Quelle: Lena Wenz 2017

Ländliche Regionen bieten eine große Vielfalt an Naturerlebnissen und haben oft eine interessante und abwechslungsreiche Geschichte. Dies sind gute Voraussetzungen für moderne Konzepte im Tourismus. Gerade im Bereich Touristik ist eine enge und zielführende Zusammenarbeit mit der Kreativwirtschaft unabdingbar. Neben Landschaft und Regionalgeschichte sind Kreativ- und Kulturevents der größte Besuchermagnet. Abgesehen von einer guten Zusammenarbeit in Werbung und Marketing gibt es hier ein großes Potenzial für Kombinationsangebote und Synergieeffekte, gerade auch im Bereich Wellness- und Eventtourismus. Diese Bereiche kommen heutzutage nicht mehr ohne digitalisierte Anteile aus. Die neuen Medien sind Grundvoraussetzung für Plattformen, die eine gute Anbindung und Erreichbarkeit der Kunden gewährleisten und aus dem Geschäftsalltag nicht mehr wegzudenken sind. Gerade diese Technologiebereiche werden von Kreativschaffenden intensiv und innovativ genutzt und können die bereits bestehenden Strukturen stärken und wettbewerbsfähig machen. Ein auf diesem Gebiet richtungsweisendes Projekt ist die 2016 mit dem ADAC-Tourismuspriis ausgezeichnete QR-Tour (s. Abb. 1).

Digitale Plattformen sind sowohl ein Mittel zur kreativen Arbeit als auch das Ergebnis dieser Arbeit. Sie entstehen nicht aus sich selbst heraus, sondern sind Teil eines kreativen Schöpfungsaktes. Die Gestaltung ist interagierende

Kreativität. Neue Medien haben sich weiterentwickelt. Sie sind nicht mehr nur der Träger von Information, sondern durch ihre unbeschränkte Vielfalt an Möglichkeiten selbst zum Ausdruck von Kreativität geworden. Gerade Webdesign und Mediendesign sind boomende Geschäftszweige der Branche und auch die Werbung kommt nicht mehr ohne intensive Kenntnis der technischen Gegebenheiten aus. Plattformen sind nicht mehr nur einfache Mittel zum Zweck, sondern besitzen ihre ganz eigene Ästhetik, die, genau wie andere Formen des kreativen Ausdrucks, mit den Rezipienten kommuniziert. Sie sind nicht nur Ausdruck technischer Möglichkeiten und ein Mittel zur Kontaktaufnahme und für den Verkauf, sie sind gelebte und belebte digitale Kreativität.

Wie bereits erwähnt, entstand die Künstlerkolonie Fichtelgebirge über einen Aufruf auf der Social-Media-Plattform Facebook. Auch heute noch ist KÜKO dort aktiv und betreibt verschiedene Kanäle, um intern zu kommunizieren und um ein möglichst großes Umfeld anzusprechen.<sup>7</sup> Es wird also einerseits eine geschlossene Gruppe genutzt, um schnell und flexibel untereinander vernetzt zu sein, andererseits wird der öffentliche Kanal als Sprachrohr verwendet, um eine möglichst breite Masse an interessierten Menschen zu erreichen, um Termine und Events anzukündigen oder auch um Mitglieder und deren Projekte einem breiteren Publikum vorzustellen. Facebooknutzung ist und bleibt ein wichtiges Mittel zur Kommunikation, allerdings wird es nicht ansatzweise den Bedürfnissen des Vereins und seiner Mitglieder gerecht. Daher wurde von Mitgliedern durch die aktuelle Webseite eine neue Plattform geschaffen, die die Kreativschaffenden miteinander vernetzt, sowohl die einzelnen Kreativen als auch deren Werdegang und Werke präsentiert, Interessierte über die Struktur und Veranstaltungen der Künstlerkolonie Fichtelgebirge informiert und als Anlaufstelle für Auftraggeber funktioniert.

Gerade diese Multifunktionalität ist für eine gute Plattform entscheidend. Sie muss möglichst viele Aspekte und Anforderungen erfüllen, dabei jedoch stets klar und übersichtlich bleiben. Sie ist keine Einbahnstraße, sondern erlaubt vielfältige Möglichkeiten der Interaktion und Information. Insbesondere im kreativen Bereich muss

sie Aufforderungscharakter besitzen. Besucher sollen sich informieren wollen, Dienstleister finden oder Lust bekommen, eine der vielen Veranstaltungen zu besuchen. Denn eine digitale Plattform ist eine Ergänzung, ein hilfreiches Werkzeug, aber eben nicht der Ersatz für erlebte Kunst und Kreativität. Auf welche Weise diese Vernetzung mit der physischen Welt interagiert, soll eine Beschreibung praktischer Anwendungen verdeutlichen.

### QR-TOUR

Der Grundgedanke, der dem preisgekrönten digitalen Projekt QR-Tour Bad Berneck & Goldkronach<sup>8</sup> zugrunde liegt, war folgender: Kinder aus der Stadt sollten Lust bekommen, die Region Fichtelgebirge zu erkunden. Über eine App für das Tablet sollte der Anreiz geschaffen werden, die Region und ihre vielfältigen Sehenswürdigkeiten zu erkunden. Entstanden ist eine Anwendung von neuer Technologie, die weit aus mehr kann als das, was sie ursprünglich wollte, in ihrer Bedienung jedoch kinderleicht geblieben ist. Denn die App bietet Anreize für die ganze Familie und eine umfangreiche Sammlung an interessanten und unterhaltsamen Geschichten. Sie ist sowohl eine digitale Schnitzeljagd, die zur Erkundung der Region einlädt, als auch ein interaktives Reisetagebuch, das man über die verschiedensten Medien ansehen kann. So lassen sich auch Regentage zur Erkundung der Region nutzen. Ein weiterer Vorteil der Tour ist die Tatsache, dass sich die einzelnen in Bad Berneck und Goldkronach verteilten Wegpunkte ohne Verbindung zum Netz nutzen lassen. Somit kann man sich völlig frei von Netzempfang und Gebühren auf Erkundungstour bege-

ben. Die Tour selbst eröffnet einen innovativen digitalen Zugang zu Gebäuden und Plätzen. So kann man beispielsweise über die App das Innenleben vieler Gebäude betrachten, die nicht direkt zu betreten sind. Die App fungiert als digitaler Reiseführer, der es den Besuchern ermöglicht, ihre ganz persönliche Tour zu gestalten und bietet dabei neue Einblicke, historischen Tiefgang und eine Vielfältigkeit, die anderweitig nicht erfahrbar wäre (Abb. 4).

Die QR-Tour war in vielerlei Hinsicht das Initiativprojekt für die KÜKO. Sie stellte das erste größere Werk dar, das durch die regionale Vernetzung der Kreativen entstand. Die QR-Tour zeigte am Endergebnis, wie fruchtbar und effektiv sich Synergieeffekte gemeinsam nutzen lassen. Wie diese Zusammenarbeit sowohl die einzelnen Kreativbereiche zusammenführen als auch einen Mehrwert für die Region und die regionale Entwicklung erschaffen kann. Durch die gemeinsame Arbeit an der QR-Tour und die Berufsfelder, die sich anschlossen, wirkte sie auf die Mitglieder und die Region stark verbindend und ist sicherlich die Initialzündung, die die Netzwerkinitiative zu einem stabilen Gefüge verschweißte. Im Endeffekt erfolgte eine Vernetzung, die weit über die erfolgreiche Arbeit der Kreativschaffenden hinausreichte. Sie führte eine Verknüpfung mit der Gastronomie und dem Handel herbei, zeigte einen innovativen Umgang mit bestehenden Leerständen, wirkte durch die Bürgerbeteiligung identitätsstiftend, stimuliert Tourismus und fördert die Regionalentwicklung. Die Effekte der digitalen Vernetzung von Kreativschaffenden auf dem Land sind also nicht nur für diese selbst förderlich und hilfreich, sondern schaffen Möglichkeiten und Unterstützung

Abbildung 4: Unterwegs mit der QR-Tour



Quelle: Dominic Day / Kreativagentur It's About Time 2017

für Projekte und Branchen, die weit über die reine Kreativität hinausreichen. Sie ist somit ein hervorragendes Beispiel für den belebenden Effekt, den eine starke und gut vernetzte Kreativwirtschaft auf dem Land bewirken kann.

**NEUE WEBSEITE**

Um das Kreativunternehmer-Netzwerk zeitgemäß und vielschichtig zu repräsentieren, wurde von mehreren Mitgliedern, insbesondere von Julian Lang und Lena Wenz, eine Webseite<sup>9</sup> erstellt, die in Design und Funktion dem aktuellen Stand entspricht. Diese Plattform funktioniert vielschichtig und bietet sowohl den Mitgliedern des Vereins als auch Besuchern alle relevanten Möglichkeiten des Austauschs. Über die Webseite ist es den Mitgliedern der KÜKO möglich, sich mit einem eigenen Profil darzustellen.<sup>10</sup> Zudem ist diese Übersicht der Mitglieder jederzeit nach Sparten zu ordnen. So finden Auftraggeber schnell und zielsicher die Kreativschaffenden, die für ihr Projekt relevant sind. Die Initiative auf der neuen Webseite führte auch dazu, dass relativ schnell ein Platz für das angestrebte Coworking gefunden wurde, zeigte also deutlich, wie sehr eine gute und attraktive Plattform auch bei der Suche nach Wirtschaftspartnern hilfreich sein kann. Die Seite liefert interessante Informationen über die Entstehung und Intention der Künstlerkolonie Fichtelgebirge und bietet auch über die Newsfunktion einen kontinuierlichen Einblick in aktuelle Projekte.

Mitglieder haben jederzeit die Möglichkeit, bevorstehende Veranstaltungen über den Veranstaltungskalender publik zu machen, interessierte Besucher und Kollegen können dadurch in Erfahrung bringen, wo sich der nächste Besuch lohnt.

In Planung befindet sich ein digitaler Marktplatz, um auch direkt über die Plattform Produkte der Kreativschaffenden zu erwerben. Nicht zuletzt bietet die neue Webseite auch die Möglichkeit, sich mit anderen Unternehmen und Auftragsgebern zu vernetzen. Neben den Kontaktformularen für die einzelnen Kreativen und den Verein ist hierfür noch eine Erweiterung des Angebotes unter dem Namen KÜKO Business geplant. Die Gestaltung der Seite wurde von Bayernkreativ mit unterstützt und wird aufgrund ihrer guten Bedienbarkeit und funktionellen Struktur als Maske für weitere ähnliche Projekte dienen.

**DIGITALE SYNERGIE**

Die Vernetzung durch die digitalen Plattformen hat bereits jetzt schon zu verschiedenen erfolgreichen Gemeinschaftsprojekten geführt. Hier haben sich Kreative aus diversen Sparten gefunden und gemeinsam erfolgreich zusammengearbeitet. Die erste Zusammenarbeit der „Kreativagentur It’s About Time“ und dem Medienunternehmen „Schrottfilm“ gewann beispielsweise gleich nach der Realisierung ihrer Arbeit zwei Wettbewerbe.<sup>11</sup>

Abbildung 5: Gerammelte Werke: Texte Martin Uckley, Gestaltung & Illustration Lena Wenz, 2017



Mediendesignerin Lena Wenz, Webdesigner Julian Lang und der Autor und Poetry Slammer Maestro Confusione realisierten gemeinsam eine Autorenhomepage und ein Buch (Abb. 5), die sich in kongruentem und ansprechendem Design präsentieren.<sup>12</sup> Nur durch die koordinierte Zusammenarbeit über digitale Netzwerke konnte diese Arbeit so gut funktionieren. Ein großer Teil des Designs des Buches wurde beispielsweise auf La Gomera geschaffen, der stetige Austausch war jedoch dank der Vernetzung über die Plattformen kein Problem und das vielschichtige Werk war nur durch die gute und produktive Zusammenarbeit der Beteiligten möglich. Dies macht deutlich, dass man durch Synergie mehr erreichen kann als durch ein Soloprojekt. Mittlerweile gibt es unzählige weitere Beispiele für fruchtbare und eindrucksvolle Kooperationen der Netzwerkmitglieder.

**Eine attraktive Plattform hilft bei der Suche nach WIRTSCHAFTSPARTNERN.**

### **COWORKING**

Mit der Schaltzentrale<sup>13</sup> ging ein weiterer großer Wunsch des Kreativunternehmer-Netzwerkes in Erfüllung. Der Coworking Space ist eine Schnittstelle von realem und digitalem Raum. Es handelt sich um Arbeitsräume und Arbeitsplätze, die sich flexibel, kurzzeitig und projektbezogen buchen lassen. Dies bietet die Möglichkeit, jederzeit aus dem virtuellen Raum eine reale Plattform zu schaffen. Es entfallen lästige Fristen, Kautionen und Provisionen. Gerade durch das flexible und innovative Konzept der Raumgestaltung entspricht diese Form der Zusammenarbeit gut den Bedürfnissen der Kreativbranche. Mit ihrer zentralen Verkehrsanbindung und der vorhandenen Infrastruktur schafft die Schaltzentrale einen guten und zentralen Anlaufpunkt für Kreative in der Region. Sei es zum Erfahrungsaustausch, zur gemeinsamen Arbeit oder auch als Beratungsmöglichkeit. Aufgrund

der guten Zusammenarbeit und der gemeinsamen Initiative für das Projekt gibt es auch eine Kreativ-Etage, auf der Mikro-Unternehmer aus dem Kreativsektor sowie Existenzgründer Sonderkonditionen erhalten. Mit der Schaltzentrale hat die Netzwerkinitiative einen absolut neuen Schritt gewagt. Das urbane Konzept des Coworking Space entwickelte sich ursprünglich aus der fehlenden Förderung für Kleinunternehmer. Da es jedoch dem ländlichen Raum an einer vergleichbaren Dichte von Kreativunternehmern fehlt, musste das Konzept angepasst und weiterentwickelt werden. Gerade hier spielte die gute Vernetzung der Kreativunternehmer eine wichtige Rolle. Andererseits zeigte sich auch, wie hilfreich es ist, wenn die öffentliche Hand das Potenzial eines Kreativunternehmer-Netzwerkes erkennt und fördert. Der Auftrag und die Unterstützung des Amtes für Ländliche Entwicklung Oberfranken<sup>14</sup> für die Initiierung eines Coworking Space führte innerhalb kurzer Zeit dazu, dass sich mit der Alfred Wedlich Spedition GmbH<sup>15</sup> ein Partner aus der freien Wirtschaft fand, der die passenden Räumlichkeiten zur Verfügung stellte. Mittlerweile sind bereits die ersten Mieter in das Gebäude eingezogen, es gab bereits mehrere Events und Konferenzen und Teile des Gebäudes dienten auch schon als Kulisse für Musikvideoaufnahmen einer Band, die Teil der Netzwerkinitiative ist. Dieses Beispiel zeigt sehr deutlich, wie eine Zusammenarbeit zwischen Behörden, Kreativunternehmern und Wirtschaft weitreichende positive Effekte auf die Region haben kann.

### **WIE FÄLLT MAN NICHT DURCHS (DIGITALE) NETZ?**

All diese Beispiele verdeutlichen, dass eine gute digitale Vernetzung und die Zusammenarbeit auf und mit digitalen Plattformen insbesondere für die Kreativszene auf dem Land eine essenzielle Bedeutung hat. Natürlich sind reale Treffen weiterhin unersetzbar, die digitale Welt ermöglicht aber einen schnellen und fruchtbaren Austausch und das Coworking schafft mit seiner flexiblen und kommunikativen Struktur die perfekte effektive Schnittstelle zwischen beiden Bereichen. Der positive Effekt einer florierenden Kreativwirtschaft für die ländliche Bevölkerung, andere Wirtschaftszweige, die

Kulturregion, den Tourismus und die gesamte Regionalentwicklung wurde ausführlich beleuchtet. Es sei auch nochmals daran erinnert, dass die Kreativbranche aufgrund ihrer Mikrostruktur zwar weniger sichtbar ist als Großunternehmen, jedoch ein enormes wertschöpfendes Potenzial besitzt, das als Wirtschaftsfaktor nicht zu vernachlässigen ist. Gerade diese Struktur der Kreativunternehmen beinhaltet auch ein großes Plus: Aufgrund ihrer Vielfältigkeit und der weitläufigen Präsenz hat sie das Potenzial zur Beständigkeit. Sie wird nicht obsolet oder unwirtschaftlich, wie es beispielsweise mit Produktionsstätten von Großunternehmen passieren kann. Kreativwirtschaft ist innovativ, flexibel und besitzt nicht zu vernachlässigende Trendsetterqualitäten. Genau dadurch kann sie mit einer großen Nachhaltigkeit arbeiten. Diese Nachhaltigkeit wird durch eine gute Vernetzung gefördert. Durch den stetigen Kontakt miteinander befruchten sich die Kreativschaffenden gegenseitig. Es eröffnen sich Möglichkeiten für neue Märkte und Aufträge sowie für flexible und zielgerichtete Zusammenarbeit, die genau aufgrund dieser Konstellationen stets einen zukunftsweisenden Charakter haben wird.

Um dieses wertvolle Potenzial zu nutzen und gerade auch dem Nachwuchs, Zuwanderern und Heimkehrern eine gute Chance auf Teilhabe an der regionalen Entwicklung zu bieten, um die Wettbewerbsfähigkeit und die Attraktivität für Erwerbstätige von ländlichen Regionen in Konkurrenz zu den Großstädten zu steigern, muss noch einiges getan werden. Sowohl das Bundesministerium für Wirtschaft als auch die Bayerische Regierung hat dieses Potenzial mittlerweile erkannt und insbesondere mit Bayern-kreativ wurden erste wichtige Schritte initiiert. Auch die hervorragende Zusammenarbeit mit dem Amt für Ländliche Entwicklung in Oberfranken ist beispielhaft und hat der Kreativbranche einen guten Impuls gegeben. Doch die Unterstützung und Förderung für diesen wichtigen Arbeitsmarktsektor ließe sich noch weit aus verbessern. So wäre es sinnvoll, Vernetzung und Plattformen für Kreative zu unterstützen und bekannt zu machen. Die Netzwerkarbeit der KÜKO ist beispielsweise eine Form von Standortmarketing und Wirtschaftsförderung, die aus einer Bottom-up Initiative gewachsen ist.

Viele Ressourcen sind nötig, um diese Arbeit auf hohem professionellem Niveau digital zu begleiten. Hierfür erhält KÜKO aktuell noch keine öffentlichen Mittel. Dies schränkt ihre Umsetzungsarbeit und Reichweite stark ein. Gerade die digitale Vernetzung der Akteure im ländlichen Raum kann sich nicht auf rein ehrenamtliche Tätigkeiten beschränken. Die Förderung von erfolgreichen Modellen wie KÜKO ist ein essenzieller Baustein, um diesem Trend langfristigen Erfolg zu sichern und ihn wirklich im Rahmen der Regionalentwicklung fruchtbar zu machen.

### **Eine verbesserte Berufsberatung für KREATIVE wäre wünschenswert.**

Es besteht zudem noch ein großes Potenzial in der Wahrnehmung der Kreativwirtschaft als Standortfaktor sowohl innerhalb der Bevölkerung als auch in der Politik. Eine Verbesserung des Beratungsangebotes für Kreativeinsteiger wie für bereits bestehende Kreativschaffende hinsichtlich ihres wirtschaftlichen Marktwertes wäre sicher zielführend. Dies sollte beispielsweise auf der Ebene der Berufsberatung Einzug finden. Mit Informationsangeboten, die am besten zusammen mit kreativschaffenden Unternehmen in Zusammenarbeit mit Politik und anderen Wirtschaftszweigen angegangen werden, wäre eine derartige Förderung am wirkungsvollsten umzusetzen. Denn welche Branche wüsste besser, wie man effektiv und unterhaltsam Menschen anspricht und auf interessante Art und Weise wichtige Botschaften vermittelt als die Kreativwirtschaft?

Modellprojekte der Verwaltung, die gemeinsam mit einem Kreativunternehmer-Netzwerk erarbeitet und umgesetzt werden und bei denen die Kreativschaffenden auch entsprechend ihrer Leistungen angemessen entlohnt werden, stimulieren die Ideenentwicklung durch die Unternehmen. Der Erfolg der Schaltzentrale ist hierbei ein hervorragendes Beispiel:

Wenn die öffentliche Hand als Impulsgeber fungiert, werden diese Impulse auch begeistert von privaten Unternehmen umgesetzt. Besser und direkter lässt sich kaum fördern.

---

|| **SABINE GOLLNER**

Gründerin und Vorsitzende der KÜKO, der Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V., freischaffend tätig als Impulsstrategin in Stadt- und Regionalentwicklung, Medienproduktion und Öffentlichkeitsarbeit, Bad Berneck

---

|| **MARTIN UCKLEY**

Germanist, Autor, Ge(werbe)Texter, Lektor und Mitglied der Netzwerkinitiative Künstlerkolonie Fichtelgebirge (KÜKO), Neudrossenfeld

<sup>12</sup> Näheres zur Entstehung des Werkes und den beteiligten Kreativschaffenden unter: <https://kueko-fichtelgebirge.de/synergie-in-aktion/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>13</sup> <https://schaltzentrale.bayern/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>14</sup> <http://www.landentwicklung.bayern.de/oberfranken/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>15</sup> <http://wedlich.com/>, Stand: 1.10.2017.

---

**ANMERKUNGEN**

<sup>1</sup> Gollner, Sabine: Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V., in: Argumente und Materialien zum Zeitgeschehen 96/2014, S. 37-52.

<sup>2</sup> Ebd., S. 40-41. Hier wird die Gründung und Anfangsentwicklung des Vereins ausführlich beschrieben.

<sup>3</sup> <https://kueko-fichtelgebirge.de/about/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>4</sup> <http://bayern-kreativ.de/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>5</sup> [http://www.wirtschaftsministerkonferenz.de/WMK/DE/termine/Sitzungen/09-12-14-15-WMK/09-12-14-15-leitfaden-9.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&tv=1](http://www.wirtschaftsministerkonferenz.de/WMK/DE/termine/Sitzungen/09-12-14-15-WMK/09-12-14-15-leitfaden-9.pdf?__blob=publicationFile&tv=1), Stand: 1.10.2017.

<sup>6</sup> Monitoringbericht des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie 2016, [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/kuk-monitoringbericht-2016-kurzfassung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&tv=18](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/kuk-monitoringbericht-2016-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile&tv=18), S. 6, Stand: 1.10.2017.

<sup>7</sup> Interne Seite: <https://www.facebook.com/groups/222751294459603/>, Stand: 1.10.2017. Vereinsseite: <https://www.facebook.com/KuenstlerkolonieFichtelgebirge/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>8</sup> <http://www.qr-tour.de/>, Stand: 1.10.2017. Mehr über die Tour und ihre Entstehung findet sich auch in AMZ 96/2014, S. 49-50.

<sup>9</sup> <https://kueko-fichtelgebirge.de/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>10</sup> <https://kueko-fichtelgebirge.de/kreative/>, Stand: 1.10.2017.

<sup>11</sup> Wirbel in Wirbenz 1 & 2, Bioenergieregion Bayreuth, <http://energy-in-art.de/satelliten/>, Stand: 1.10.2017.