

Kreative Pioniere in ländlichen Räumen

Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land

Katja Wolter, Daniel Schiller, Corinna Hesse (Hrsg.)

Einzelbeitrag: Sabine Gollner / Ulrike Sommerer

„Stadt, Land, Plus“ – Projekte von und in der Künstlerkolonie Fichtelgebirge



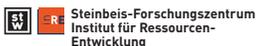
Ressourcenmanagement



Kreative Pioniere in ländlichen Räumen

Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land

Katja Wolter, Daniel Schiller, Corinna Hesse (Hrsg.)



Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird teilweise oder vollständig auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet.

Impressum

© 2018 Steinbeis-Edition

Alle Rechte der Verbreitung, auch durch Film, Funk und Fernsehen, fotomechanische Wiedergabe, Tonträger jeder Art, auszugsweisen Nachdruck oder Einspeicherung und Rückgewinnung in Datenverarbeitungsanlagen aller Art, sind vorbehalten.

Erschienen in der Schriftenreihe zum Ressourcenmanagement des Steinbeis-Forschungszentrum Institut für Ressourcen-Entwicklung

Katja Wolter, Daniel Schiller, Corinna Hesse (Hrsg.)
Kreative Pioniere in ländlichen Räumen. Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land

1. Auflage, 2018 | Steinbeis-Edition, Stuttgart
ISBN 978-3-95663-167-2

Satz: Steinbeis-Edition
Titelbild: Sabine Puschmann (Das Gutshaus am See in Woserin)
Porträt Manuela Schwesig: Susi Knoll
Druck: e.kurz+co druck und medientechnik gmbh, Stuttgart

Steinbeis ist mit seiner Plattform ein verlässlicher Partner für Unternehmensgründungen und Projekte. Wir unterstützen Menschen und Organisationen aus dem akademischen und wirtschaftlichen Umfeld, die ihr Know-how durch konkrete Projekte in Forschung, Entwicklung, Beratung und Qualifizierung unternehmerisch und praxisnah zur Anwendung bringen wollen. Über unsere Plattform wurden bereits über 2.000 Unternehmen gegründet. Entstanden ist ein Verbund aus mehr als 6.000 Experten in rund 1.100 Unternehmen, die jährlich mit mehr als 10.000 Kunden Projekte durchführen. So werden Unternehmen und Mitarbeiter professionell in der Kompetenzbildung und damit für den Erfolg im Wettbewerb unterstützt. Die Steinbeis-Edition verlegt ausgewählte Themen aus dem Steinbeis-Verbund.

191433-2018-06 | www.steinbeis-edition.de

Inhaltsverzeichnis

Interview mit Thomas Sattelberger

Von Kreativlosigkeit in Unternehmen zu Open-Innovation
und regionalen Freiheitszonen.....XII

1. Teil: Entwicklungspotenziale und Standortfaktoren der Kreativ- und Kulturwirtschaft 1

Andreas Müller / Ivo Mossig

Räumliche Verteilung und Entwicklungsdynamik der Beschäftigten
in der Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2007–2016 2

Daniel Vossen / Christoph Alfken / Rolf Sternberg

Kreative im ländlichen Raum – Eine quantitative Bestandsaufnahme28

Ulrike Biermann / Mark-Oliver Teuber

Wirtschaftliche Effekte der Kultur- und Kreativwirtschaft und Implikationen
für den ländlichen Raum.....62

Isabel Adams / Jasmin Zimmermann / Reiner Doluschitz

Kultur- und Kreativgenossenschaften als kooperative Organisationsstruktur.....84

2. Teil: Entwicklungspotenziale und Standortfaktoren der Kreativ- und Kulturwirtschaft 113

Antje Hinz

Kreativität: Haltung, Hoffnungsträger, Hype? Welchen Wert
hat das Immaterielle in unserer Wissensgesellschaft?..... 114

Veronika Schubring / Corinna Hesse / Katja Wolter

Regionen kreativ entwickeln – regionale Potenzialentfaltung
durch Kultur- und Kreativwirtschaft..... 170

Max Höllen / Elmar D. Konrad

Gründungsfinanzierung jenseits der kreativen Cluster Strukturmerkmale
und Handlungsansätze bei der Finanzierung und Förderung der Kultur-
und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum 202

3. Teil: Kreativitäts-Regionen239

Sophia Müller / Marius Mayer

Initiatoren von Innovationsprozessen als Chance für die Regionalentwicklung peripherer ländlicher Räume? – Eine akteursorientierte Untersuchung am Beispiel der Mecklenburgischen Seenplatte..... 240

Christian Rost

Die temporäre Kleinstadt – Das Konzept der Zwischennutzung als Instrument kreativer Stadtentwicklung unter Schrumpfungsbedingungen..... 274

Christina Reissmann / Daniel Schiller

Kreative als Entwicklungspotenzial für den ländlichen Raum – eine Untersuchung am Beispiel der Künstler in Lüchow-Dannenberg und Ludwigslust-Parchim 296

Christian Bülow / Sandra Liebmann

Künstler und Kulturschaffende im ländlichen Raum am Beispiel des Landkreises Rostock..... 334

Martin Engstler / Lutz Mörgenthaler

Kreativwirtschaft im ländlichen Raum. Situationsbeschreibung und Entwicklungspotenziale am Beispiel Baden-Württemberg..... 376

4. Teil : Kreativitäts-Initiativen.....403

Max Mittenzwei

Die Bedeutung von Kreativquartieren für die Regionalentwicklung am Beispiel des Warnow Valley..... 404

Bastian Lange

Kreative Interventionen. Innovationswerkstätten als beispielhafte Impulsgeber für Kollaboration in der Peripherie 442

Andreas Koop

„Stadt.Land.Schluss.“ – ein Anfang..... 468

Sabine Gollner / Ulrike Sommerer

„Stadt, Land, Plus“ – Projekte von und in der Künstlerkolonie Fichtelgebirge 490

Angela Olejko

Vernetzung in der Kultur- und Kreativwirtschaft als Resilienzfaktor
im ländlichen Raum am Beispiel des Kreativstammtisches 514

Literaturverzeichnis539

Verzeichnis der Autoren544

Stichwortverzeichnis553

Sabine Gollner / Ulrike Sommerer
 Kreativagentur It's About Time

„Stadt, Land, Plus“ – Projekte von und in der Künstlerkolonie Fichtelgebirge

Inhaltsverzeichnis

1	Raum	492
2	Wohlstand	498
3	Alles auf Anfang.....	500
4	Frei	503
5	Raumwohlstand.....	506
5	Land in Sicht.....	510
	Literaturverzeichnis	513

„Eigentlich müsste man eine Mauer herumbauen. Oder einen Graben. Beschützen. So schön ist es im Raum Fichtelgebirge – unsere kleine Zeitinsel. Niemanden herein lassen. Nur, wer entschleunigt ist, darf das. Und kommt in den Genuss von Kräutern, Natur, Sport, Ruhe, gutem Essen.“ (Sabine Gollner)

Viele Menschen innerhalb von Großstädten sehnen sich nach einem anderen Lebens-tempo und einem Tapetenwechsel. Die Mieten steigen, der Druck in den Metropolen wächst. Zwei Menschen haben den Sprung gewagt und sind vor sechs Jahren ins Fichtelgebirge gezogen: ein Mittelgebirge voller Wälder, das eingerahmt zwischen den Städten Bayreuth, Selb und Hof liegt, in Oberfranken, im Norden Bayerns. Sie haben den Schritt nicht bereut. Dies ist ihr Bericht über den Raum, den sie – wie vor ihnen schon viele andere Kreative – gefunden haben, und wie sie ihn sich gemeinsam mit anderen zunutze machen und gleichzeitig ihm – dem Raum – nutzen. Es ist ihre Geschichte. Eine sehr persönliche Geschichte mit sehr persönlichen Gedanken und Ideen. (Ulrike Sommerer)

Wir – das ist mein Partner Nigel Amson, gebürtiger Engländer, und ich, Sabine Gollner – ich stamme ursprünglich aus der Region. Seit mehr als zwanzig Jahren machen wir gemeinsam Projekte im Schnittbereich von Film, Kunst und Architektur. Wir – das ist aber auch gleichzeitig KÜKO, unser Netzwerk von Kreativschaffenden im ländlichen Raum Fichtelgebirge. KÜKO möchte mit Projekten und Ideen die nachhaltige Regionalentwicklung bereichern. Zentrales Thema dabei: die Leerstände – Raum für Verwirklichung. Mehr Info unter: www.kueko-fichtelgebirge.de

Was für ein Dilemma – hier sitze ich und will einen Praxisbericht schreiben, und währenddessen ändern sich die Dinge um mich herum mit einer solchen Dynamik, dass ich meinen Bericht alle paar Tage anpassen müsste. Vor drei Jahren schrieb ich meinen ersten Praxisbericht: die ersten drei Jahre Entwicklung der KÜKO (veröffentlicht bei Hanns-Seidel-Stiftung: AMZ 96). Jetzt sind weitere drei Jahre vergangen – und alles ist im Wandel, alles in der Region bewegt sich. Was wir in unseren Strukturplan geschrieben haben, so viel davon hat sich bereits geändert ... Haben wir diesen Effekt ausgelöst, beeinflusst? Wenn ja, woran kann man ihn festmachen, ohne größenwahnsinnig zu erscheinen? Aber sicher, wir haben durch unsere Impulse gerade die Motoren der Gesellschaft in der Region hier inspiriert, sich und ihre Heimat zu thematisieren, ernst zu nehmen, an eine neue Zukunft zu glauben.

„Region im Aufbruch“ – so hieß der Ideenworkshop mit dem bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer, wo ich das erste Mal meine Vision „Künstlerkolonie Fichtelgebirge“ der breiteren Öffentlichkeit vorstellen konnte – ein entscheidender Beitrag, das Fichtelgebirge als Raum zu begreifen, die Landkreisgrenzen durchdringend. Uns war gar nicht klar, wie wichtig dieser Impuls war. Nichts haben wir „erfunden“, aber wir haben unsere Kollegen bestärkt, sich selbst ernst zu nehmen und zu professionalisieren und besser darzustellen.

Nigel Amson und Sabine Gollner haben nichts neu erfunden, aber als Neuzuzügler mit Blick von außen haben sie wie Katalysatoren Elemente neu verknüpft, durch ihre Kommentare die Arbeit ihrer Kollegen moderiert und beeinflusst – immer im Hinterkopf die „Marke Fichtelgebirge“, und dadurch verstärkten sie sicherlich die Ansätze einiger Mitsreiter. Die Holzdrechlerin Sabine Schüller beispielsweise machte bereits alles richtig: 2002 baute sie ihr Familienhaus zur Drechselstube um, mit Werkstatt hinten, vorne Laden, oben eine Galerie, die Raum bietet für Ausstellungen, und sogar für Yoga und Entspannungseminare. Die Plattform KÜKO half ihr, in der Presse besser wahrgenommen zu werden, auch Besucherzahlen steigerten sich. Das positive Feedback bestärkte sie auf ihrem eingeschlagenen Weg – inzwischen gibt es lange Wartezeiten für

Künstler, die bei ihr ausstellen wollen. Ihre Zusammenarbeit aber mit der Fotografin Katrin Horn ist bemerkenswert: Zusammen schärften sie ihre jeweiligen Ausdrucksformen, die sich auf das Fichtelgebirge beziehen. Bei Schüller bedeutete das die Betonung der heimischen Hölzer, bei Horn die Betonung der Magie der Natur. Bei beiden fand eine Qualitätssteigerung in Ausdruck und Produkt statt, die sich auch in vermehrten Verkäufen niederschlug.



Abbildung 1: „Diamantfelsen Luisenburg“ (Quelle: Foto-Art von Katrin Horn, 2014).

1 Raum

Das Land braucht die Kreativen und Gestalter. Und das Land hat Raum für sie. In einer Zeit, in der Kreativschaffende der Städte ihre Mieten kaum noch zahlen können, kann der ländliche Raum zur Rettungsinsel werden – wie umgekehrt die Kreativen Retter des ländlichen Raumes werden können. Hier ist im wahrsten Sinn des Wortes Platz, um zu gestalten, um Ideen auszuprobieren, um sich auf sich und seine Arbeit zu konzentrieren. Weniger Ablenkung. Denn Laufkundschaft gibt es hier nicht.

Als wir 2011 im Fichtelgebirge ankamen, mussten wir uns der Region zuerst nähern – obwohl ich sie ja aus meiner Kindheit kannte. Dennoch, eine Annäherung. Theoretisch mit einem Geschäftsplan, mit einer Bestands- und Potenzialanalyse, praktisch mit Action Research.

Die Region Fichtelgebirge hat ein reiches kulturelles Erbe, ist das größte Zentrum der europäischen Porzellanindustrie, hat über 40 Museen und Galerien, Opernhäuser und Freilichtbühnen. Die Region bietet einen unberührten Naturpark mit urwüchsiger Landschaft. Das Fichtelgebirge hat alles zu bieten, von hervorragender Gastronomie bis hin zu einer Vielzahl von Freizeitaktivitäten. Doch das einst beliebte Urlaubsziel (insbesondere in der Zeit des Kalten Krieges, es lag ja gleich hinter der Mauer, in Westdeutschland, war gerade für Berliner Anlaufpunkt) mit Luftkurorten, Kneippheilkunde und Naturangeboten ist heute durch fehlende Investitionen in den vergangenen Jahrzehnten strukturschwach und unattraktiv geworden. Nicht zuletzt durch leerstehende Gebäude und unlebte Ortskerne.

Nach der Wende zogen viele Industriebetriebe aus dem ehemaligen Zonenrandgebiet weg, der Verlust tausender Arbeitsplätze resultierte daraus. Und dennoch besitzt Oberfranken noch immer die zweitgrößte Industriedichte Europas. Fachkräftemangel ist nun die Folge. Der allgemeine Trend der Landflucht und die demografische Entwicklung verstärken die Problematik, es besteht dringender Handlungsbedarf im Raum Fichtelgebirge. Der starke Einbruch in den traditionellen kunsthandwerklichen Industrien nach der Wende, allen voran in der Porzellan- und Textilindustrie, hat die Region schwer getroffen. Der Strukturwandel im ländlichen Raum Fichtelgebirge, die Überalterung der Gesellschaft und die Abwanderung von jüngeren Gesellschaftsgruppen zeigen bereits ihre Effekte – und viele Prognosen sprechen von einer weiteren Verschlechterung der Situation, wenn nicht neue Wege beschritten werden.

So stellte sich die Situation 2011 dar, und das hat sich inzwischen soo geändert [...] Indem wir die Region als Motiv, als Thema gewählt haben – und dies richtig gut nach außen getragen haben, haben wir den Menschen hier gezeigt, dass ihre Welt einen großen Wert hat. Mit Ausstellungen wie der von Horn und Schüller ist das zum Beispiel gelungen. Unser Impuls hat viele der „Motoren“ hier in der Region inspiriert, Dinge weiter zu drehen, die Lebensart hier zu genießen.

Die Region ist im Aufbruch. Aufschwung ist zu spüren, wie ein gemeinsames Einatmen und Vorsortieren. Und wenn das Netzwerk KÜKO nur ein kleines Rädchen daran gedreht hat, dann wäre ich da sehr stolz darauf.

Eines der ersten Projekte der KÜKO war es, den britischen Bildhauer Ivan Smith nach Bad Berneck einzuladen, zur ersten „KÜKO International Artist-in-Residence im Fichtelgebirge“. Es war ein Projekt der Annäherung, des Herausfindens von Orten. Ganz bewusst wurde das Gespräch mit den Menschen hier gesucht. Action Research: Smith wurde gebeten, fünf für ihn wichtige Orte im öffentlichen Raum zu markieren, die von Bewohnern und Besuchern nicht wahrgenommen werden. Er sollte sie mit einem temporären Medium sichtbar machen. Es sollte nicht lange halten, nur flüchtig sein, wie ein Gespräch. Smith wählte Gepäckspanner, mit denen er die Objekte umspannte, die ihm signifikant erschienen. Ein historisches Wetterhäuschen – ein Relikt aus der Blütezeit der Kurstadt –, eine Kneippstatue, ein Telekom-Hotspot, ein Parkautomat und eine „Knutschbank“. Alles Örtlichkeiten und Dinge, die spezifisch sind für Bad Berneck und die übertragbar sind: glanzvolle Kurgeschichte, Kommunikation und Infrastruktur.



Abbildung 2: „Webbing – Knutschbank“ (Quelle: Artwork & Foto von Ivan Smith, 2012).

Ein bisschen anders laufen die Uhren hier schon. Das merke ich immer, wenn meine Berliner Kollegen bei uns arbeiten. Ihr Tempo ist anders. Schneller. Mit mehr Druck. Sind ungeduldig an der Kasse im lokalen Supermarkt.

Unseren Besuchern aus den Städten empfehlen wir, mindestens vier Tage zu bleiben, auch das ist nicht genug. Aber wer hat schon mehr Zeit? Wir ja auch nicht. Obwohl: Wer denkt, hier gebe es nichts zu tun, irrt natürlich. Wir hatten das auch gedacht, als wir vor knapp

sechs Jahren hierher gezogen sind. Doch wenn man engagiert ist und sich für seine Umwelt interessiert, gibt es hier jede Menge zu tun. Und ganz so romantisch, wie man sich diese Reihe an Kleinstädten, Märkten, Flecken und Dörfern, die es hier gibt, vorstellt, ist es dann auch nicht ...

Der Prozess, sich neu zu erfinden, hat in der Region bereits begonnen. KÜKO ist daran nicht ganz unschuldig. Seit 2012 gibt es in der kulturellen Landschaft des Fichtelgebirges einen neuen Player: die Künstlerkolonie Fichtelgebirge KÜKO e. V. Dieser Verein ist eine Netzwerkinitiative für Kultur- und Kreativschaffende, die mit ihren über 80 Mitgliedern beispielhafte Arbeit als Plattform für Austausch und gegenseitige Inspiration leistet. Sie – beziehungsweise die vielfältigen Tätigkeiten ihrer Mitglieder – machen Kultur als Regionalentwicklungsfaktor wahrnehmbar und stärken diese damit, indem sie sie mehr lokal verankern.

Viele Mitglieder der KÜKO sind lokal kulturell aktiv und agieren oft als Impulsgeber und Motoren.

Ausschlaggebend für eine Neuorientierung waren unsere noch kleinen Kinder – wir wohnten in einer Metropole in England und bemerkten irgendwann, dass wir dort nur noch die Parks und Naherholungsgebiete der Stadt nutzten. Sogar unsere Einkäufe machten wir lieber in den umliegenden Kleinstädten, statt in die City zu fahren. Wir wären gerne aufs Land gezogen, konnten es uns aber nicht leisten. Wer etwas auf sich hält, zieht in England aufs Land! So stellte sich das dar, die Preise für ein Haus waren für uns unerschwinglich. Dann aber recherchierten wir Immobilien im ländlichen Raum in Deutschland und bingo! – wir fanden viele verlockende Angebote. Die hohe Lebensqualität dieser ländlichen Gegend für unsere Familie mit wunderbarer Natur vor der Tür, kombiniert mit zivilen Preisen für Immobilien und Lebenshaltung zog uns an: 2011 kauften wir in Bad Berneck ein geräumiges Haus. Arbeiten und Wohnen unter einem Dach, am Waldrand. Für einen Bruchteil dessen, was wir schon in der nächsten Stadt bezahlt hätten – ganz zu schweigen von einer der Metropolen. Geschäfte, Schule, Arzt – trotz Idylle ist alles fußläufig erreichbar.

Als wir ankamen, suchten wir – so wie wir es aus England gewohnt waren – das Netzwerk, die potenziellen Komplizen, Mitarbeiter, Partner. Die Industrie- und Handelskammer (IHK) konnte uns nicht weiterhelfen, die Kleinstunternehmer aus dem Kreativsektor waren ihnen weitgehend unbekannt. Aber wir brauchten Fotografen, Webdesigner, Autoren, Programmierer, Übersetzer und Designer, um unsere Arbeit aufnehmen zu können.

Wir waren erstaunt, dass gerade hier – bei fehlender urbaner Dichte – angeblich keine wahrnehmbaren Netzwerke existieren sollten?

Was nicht da ist, muss gemacht werden. Amson und Gollner schufen sich das Netzwerk selbst, initiierten KÜKO, vernetzten die Kreativen in der Region. Und nicht nur das, sie schafften den Kreativen auch einen Raum, Raum, von dem es in der Region jede Menge gibt. Begriffe wie „demografischer Wandel“ und „strukturschwach“ kann und will hier niemand mehr hören. Ortskerne veröden, hässliche Vororte entstehen. Der ländliche Raum braucht kreative Lösungen für seine leeren Mitten. Umgekehrt steigen in den Städten die Mieten, Wohn- und Arbeitsraum wird knapp. Ein guter Zeitpunkt, das Potenzial des ländlichen Raums zu bewerben und Kreativschaffende in die Region zu ziehen.

Wer – wie Gollner ursprünglich – von hier ist, weiß es eh: Die Region hat viel zu bieten, Mitleid mit der vermeintlich abgehängten Region ist fehl am Platz, die Menschen hier müssen nicht bedauert werden. Sie dürfen benedigt werden. Aber: Die Menschen und die Region müssen sichtbar gemacht werden. Gollner und Amson sind überzeugt, dass die Region und ihre Leerstände großes Potenzial gerade für die kleinteilige Kreativszene haben.

Das Problem mit Leerständen ist nichts Fichtelgebirgs-Typisches. Der österreichische Architekt Roland Gruber beschäftigt sich mit der Stadtplanung – insbesondere im ländlichen Raum. Er spricht, wenn er über die Probleme des ländlichen Raums spricht, von einem Donut-Effekt.

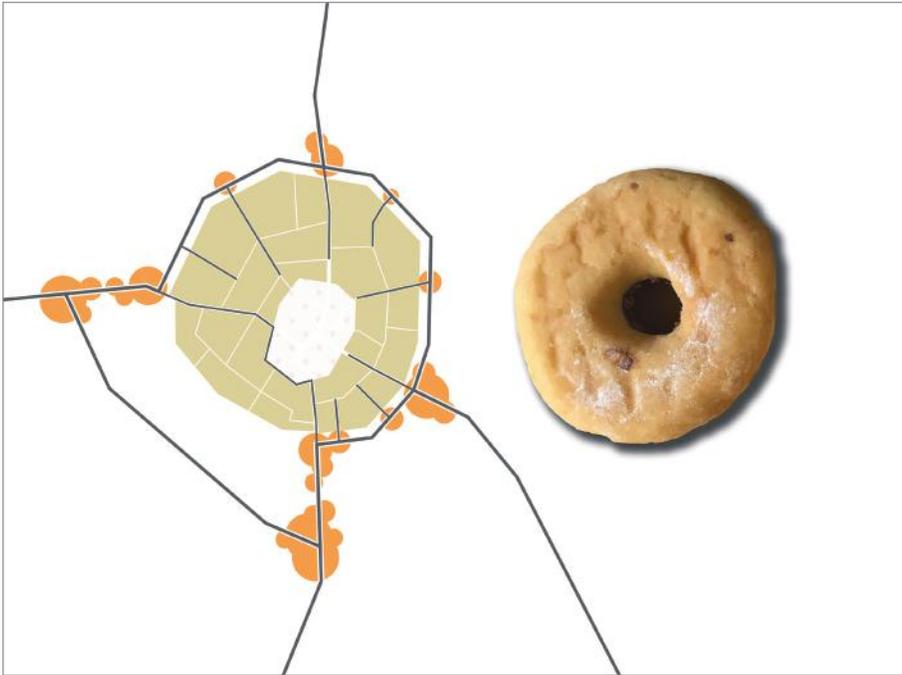


Abbildung 3: „Der Donut Effekt“ (Quelle: Grafik von nonconform / Kroiss; Foto von nonconform / Gruber).

Um die Orte herum entsteht ein Gürtel an unattraktiver Versorgungsinfrastruktur, z. B. Supermärkte, und an Wohnbebauung – Häuser, die vermutlich in 30, 40 Jahren wieder leer stehen werden. Und in der Mitte: nichts. Ortskerne veröden, verfallen. Wie bei einem Donut, einer Art Krapfen, dem die Marmelade in der Mitte fehlt. Das passiert natürlich auch in der Region. Zeit für eine Umkehr.

2 Wohlstand

Überall in Europa versuchen sich Gemeinden als Kreativregionen zu etablieren, da sie die Vorteile der Kreativen auf dem Land erkennen. Von Kreativen gehen entscheidende Impulse aus, die der ganzen Region gut tun. Das Fichtelgebirge ist es längst, eine Kreativregion. Hier gibt es eine kulturelle Geschichte voller Porzellan und historischer Baukultur. Ideenreichtum, Gestaltungskraft, handwerkliches und technisches Geschick seiner Bewohner haben Oberfranken in der Vergangenheit immer wieder zu interna-

tionalen Erfolgen geführt. Orte wie Selb im Fichtelgebirge oder Münchberg gehörten lange zu den Hochburgen der Porzellan- und Textilindustrie. Von den massiven Veränderungen der internationalen Märkte und Wertschöpfungsketten der vergangenen Jahrzehnte war Oberfranken dennoch besonders betroffen. Doch längst ist die nordbayerische Region wieder auf einem erfolgreichen Kurs. Das östliche Oberfranken kann zum kreativen Innovationsinkubator werden.

Was wir haben: Geschichte, Kreativität, Zeit, Platz. Wohlstand in vielerlei Hinsicht also. Das gilt es jetzt positiv zu vermarkten.

Eine historische Zusammenarbeit: Dass die Landkreise und Städte Hof, Wunsiedel und Bayreuth landkreisübergreifend arbeiten, ist verrückt, oder?

Mit dem von bayernkreativ unterstützten Modellprojekt „Creative Valley Hochfranken“ wollen die Landkreise Wunsiedel im Fichtelgebirge, Stadt und Landkreis Bayreuth, Stadt und Landkreis Hof die traditionellen Stärken ihrer Region neu beleben (Kirsch, 2017).

Marc Eichner ist Designer und visueller Künstler in Wunsiedel und einer der ersten, die auf den Aufruf auf Facebook von KÜKO reagierten. Von Anfang an war er einer der wichtigsten Gestalter des Außenauftritts, Design und des Brandings der KÜKO. Von ihm zum Beispiel stammt das Logo. Zur Kunstnacht Selb 2013 wagte er es, gemeinsame Bilder mit dem bekannten Selber Künstler Hari Beierl auf große Leinwände zu malen. 2016 wurde ein Bild aus dieser Serie über Saatchi & Saatchi verkauft. 2017 wird er zusammen mit dem Fotografenpaar Feig Fotodesign für eine Kalendergestaltung für den German Design Award nominiert. Meine Beobachtung: obwohl ein talentierter Designer – in der Kollaboration, der Zusammenarbeit, wird seine Arbeit noch stärker. Ein Synergieeffekt, der auch für viele andere gilt.



Abbildung 4: „Colaboration“ – Acryl / Leinwand (Quelle: Marc Eichner und Hari Beier).

3 Alles auf Anfang

Gollner und Amson wussten, als sie in die Region zurückkamen, instinktiv, dass hier viele Kreativschaffende leben und arbeiten – es nahm sie nur keiner wahr. Sie waren nicht sichtbar. Um das zu ändern, gründete sich die Künstlerkolonie KÜKO. Den Erfolg, den sie mit ihrer Künstlerkolonie hatten, hatte niemand auch nur erahnt. Auch Fachleute wie Jürgen Enninger, damals Berater für das Bundeskompetenzzentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft Bayern, waren begeistert: Es gäbe noch niemanden, der sich um den ländlichen Raum kümmere. Für die KÜKO-Initiatoren das Stichwort und ein nun gefundener Schwerpunkt, der ihnen selbst zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht klar gewesen war. Ein riesiges Thema. Nur keiner da, der sich dieses Themas annahm.

Endlich: Kollaboration. Zusammen bewegten sich die verschiedenen Kreativen, fühlten sich bestärkt. Wer vorher mit seinem Können hinterm Berg gehalten hatte, wurde durch die Zusammenarbeit mutiger. Zusammen sind wir mehr als die Summe der Einzelteile. Jeder hat gute Ideen. Aber die gemeinsamen Ideen sind oft die besten.

KÜKO e. V. ist mit inzwischen 90 Mitgliedsunternehmen und -selbstständigen das mitgliederstärkste Unternehmensnetzwerk der Kultur- und Kreativwirtschaft in Oberfranken. Die Mitglieder des Vereins sind in allen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Aufgrund seiner überregionalen Ausstrahlung und der über Jahre erfolgreichen Netzwerkaufbauarbeit wurde der 2012 gegründete Verein durch die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung als einziges Netzwerk in Bayern mit dem Titel „Bewegungsmelder Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland“ ausgezeichnet. Die Plattform für regionale Kreativunternehmer arbeitet branchenübergreifend und widmet sich verschiedenen Themen der Regionalerneuerung im ländlichen Raum Fichtelgebirge, unter anderem Identität und kulturelles Erbe, Außendarstellung, Fachkräftemangel. KÜKO zielt insbesondere darauf, ansässige Unternehmen zu stärken, um Abwanderung vorzubeugen, sowie neue Kreativschaffende anzuziehen. Temporär und langfristig. Innovative Nutzungen und Wiederbelebung von Leerständen spielen dabei eine zentrale Rolle, nicht zuletzt auch, um die Kreativbranche als Regionalentwicklungsfaktor erkennbar zu machen. Schließlich gehen von der Kultur- und Kreativwirtschaft entscheidende Impulse aus.

Ein Erfolgsmodell. Bis auf den Namen, der schmeckt den Mitgliedern nicht mehr ganz so sehr. Zu sehr lenke Künstlerkolonie vom Thema ab, da sich viele Mitglieder nicht als Künstler im eigentlichen Sinn verstehen. „Kreativ-Unternehmer-Netzwerk“ nennt sich KÜKO inzwischen.

Die Ziele des Netzwerkes wurden am Anfang sehr klar definiert: Kreativschaffende in der Region sollen ermutigt werden, sich geschäftlich an prominenteren Orten zu positionieren und zu professionalisieren. Städtische Kollegen sollen geworben werden, regionale und überregionale Kreative sollen vermittelt werden. Ideen sollen entwickelt, Veranstaltungen dokumentiert werden.

Wenn da nur die Sache mit dem Geld nicht wäre. KÜKO findet keine Geldgeber, wird bisher als Verein nicht öffentlich gefördert, hat aber einen eigenen Förderverein. KÜKO finanziert sich allein über Projektarbeiten. Auch wenn das Netzwerk bereits als wichtiger Spieler im ländlichen Raum gehandelt wird, seine Arbeit starke Wirkung zeigt, etabliert

ist es noch nicht. Was fehlt, ist eine offizielle Rolle, ein offizieller Auftrag. Das Amt für Ländliche Entwicklung (ALE) machte 2016 einen mutigen Schritt, indem das Modellprojekt für die Initiierung eines Coworking Spaces im ländlichen Raum an Sabine Gollner zusammen mit dem Netzwerk KÜKO vergeben wurde. Verwaltung und Kreativschaffende nähern sich durch solche Prozesse an, steigern die Wertschätzung und Wahrnehmung der Arbeit auf beiden Seiten. Aber ein solcher Auftrag ist noch immer eine Seltenheit (vgl. Gollner / Uckley, 2018).

Oft sind gerade für solche Initiativen die klassischen Förderwege nicht zugänglich, sagt Katja Fischer. Sie arbeitet für die Internationale Bauausstellung Thüringen und beschäftigt sich unter anderem mit wichtigen „Spielern“ im ländlichen Raum. Diese „hidden champions“, wie sie erfolgreiche Firmen und Einrichtungen nennt, die man häufig übersieht, wenn man über den ländlichen Raum spricht, sei ein gewisser Innovationsgeist gemein. Sie seien es, die in einer Region gesellschaftliche Standards aufrechterhalten. Selbst wenn es wenige sind – der ländliche Raum braucht sie, um stabil zu sein. Gibt es sie nicht, wäre dieser Raum verloren. Gemeinsam ist diesen Akteuren auch, dass sie sich für eine Region verbindlich einsetzen. Um derartige Netzwerke – wie auch KÜKO – zu unterstützen, gebe es inzwischen vermehrt finanzielle Förderprogramme für private Initiativen. Es wird inzwischen erkannt, dass es diese hidden champions sind, die eine Region stabilisieren und sich für sie auch verantwortlich fühlen.

Manchmal ist es schon etwas frustrierend als Kreative auf dem Land zu arbeiten. In den Städten scheinen manche Entwicklungen und Erkenntnisse schneller zu greifen.

Auch Kommunen und Unternehmen in der Region selbst können aber etwas für die Kreativwirtschaft tun. Ganz einfach, indem sie Aufträge vergeben, und scheinen sie noch so klein zu sein. Die Fotografin aus dem Ort erhält den Auftrag, eine Veranstaltung zu dokumentieren, der Maler von nebenan kann Diskussionsergebnisse auf ungewöhnliche Art sichtbar machen.

Die öffentliche Hand soll es den Unternehmern vormachen: durch Modellprojekte erklären zu was Kreativschaffende fähig sind.

Und wenn es sie (noch) nicht gibt, die Kreativen im Ort? Keine Sorge, es gibt sie. Es sind die, die meist etwas schräg wirken, die abseits stehen beim Dorffest und bei der Bürgerversammlung mit dauernden Nachfragen auffallen, es sind oft die, die anecken.

Und es lohnt sich für alle Beteiligten, in Kontakt zu treten. Die Kreativen, die schon da sind, gilt es sichtbar zu machen. Die anderen müssen geworben werden.

4 Frei

Verstecktes Potenzial: Die Kreativen im ländlichen Raum gibt es, das zeigt nicht nur die Geschichte von Gollner und Amson, sondern viele weitere. Vier Beispiele:

Andrea Wunderlich ist Kalligrafin. Sie lebt in Goldkronach (knapp 4000 Einwohner). Hier hat sie ein ehemals leerstehendes Feuerwehrhaus zum Atelier und einem Ort für Workshops umgebaut, sie lebt auch in diesem ehemaligen Feuerwehrhaus. Während sie Kunden aus aller Welt bedient, genießt sie das private Umfeld – ein Gegenpol zu ihren Geschäftsreisen. Sie ist mobil, sitzt in der Mitte Europas, Autobahn und Flughafen sind gut erreichbar. Hier, auf dem Land, könne sie sich ein „superkomfortables Arbeiten in toller Umgebung leisten“.

Auch Milieugestalter und Kirchenmalermeister Volker Wunderlich lebt in Goldkronach. Nicht nur, weil er von hier stammt. Auch, weil hier die Lebenshaltungskosten relativ niedrig sind. Weltweit tätig zu sein, funktioniert auch vom ländlichen Raum aus. „Ob es beruflich läuft, hängt nicht vom Standort ab“, sagt er. Man müsse so oder so Marktforschung betreiben. Von wo aus man dann arbeite, sei letztlich egal. Und für ihn persönlich überwiegen nun einmal die Vorteile des Landes.

Annette Hähnlein ist ebenfalls im Fichtelgebirge aufgewachsen. Nach einem Kunststudium in München zog es sie zurück in die Region. Zunächst mietete sie sich mit ihrem Mann eine leerstehende Fabrik, wollte das Areal auch kaufen. Als sich dieser Plan zerschlug, suchten sie ein neues Domizil und fanden es in einem ehemaligen Bauernhof. Dort arbeitet die Bildhauerin jetzt, betreibt seit kurzem auch eine Praxis für Kunst und Therapie. Hähnlein ist überzeugt vom ländlichen Raum: günstige Lebenshaltungskosten, die Natur als Quelle für Inspiration, zum Kraft schöpfen und entschleunigen. Natürlich, sagt sie, müssen Künstler, die „Spinnerten“, auf dem Land stärker gegen Vorurteile kämpfen, als dies in großen Metropolen der Fall sei, in denen Künstler regelrecht zum Stadtbild gehören. Doch inzwischen sei sie hier mit ihrer Arbeit akzeptiert, habe sich einen guten Namen erarbeitet.

Silberschmied Ismael Conde Ruiz siedelte sich 2015 in Selb an und betreibt eine Schmiedewerkstatt in einem ehemals leerstehenden Industrieareal. Seine Wurzeln liegen eigentlich in der Stadt – mit diesem Hintergrund suchte er sofort nach seiner Ankunft in der Region den Kontakt zu anderen Künstlern. Und fand die KÜKO. Weitere Info unter: www.kueko-fichtelgebirge.de/kreative

In der Region arbeiten die Kulturschaffenden nicht im luftleeren Raum. Es gibt zahlreiche Ausbildungsmöglichkeiten und Lehrtätigkeiten an weiterführenden Schulen und Hochschulen der Region, wie Steintechnik und Gestaltung, Textil- und Produktdesign.

Pluspunkt der Region ist auch das kulturelle Leben, die Freilichtbühne auf der Luisenburg etwa. Mit diesen weichen Standortfaktoren wie Kultur- und Nachtleben sollen gezielt Kreative aus den Städten angezogen werden. Kreative sind auch immer Schnittstellen in die Städte. Sie haben ihre Wurzeln im ländlichen Raum, Verbindungen reichen aber nach draußen. Sie sind damit auch wichtige Botschafter für den ländlichen Raum, gute Partner für eine Region. So können sich Stadt und Land auch gegenseitig befruchten.

Wir möchten mit KÜKO Projekten und Ideen auch eine nachhaltige Regionalentwicklung bereichern. Leerstand ist eines der zentralen Themen für das Netzwerk für Kultur- und Kreativschaffende, überzeugt davon, dass Leerstände großes Potenzial gerade für die kleinteilige Kreativszene bieten.

Hier spielt auch das Amt für Ländliche Entwicklung (ALE) eine entscheidende Rolle. Es wird nicht nur in Symposien und Workshops die Frage diskutiert, wie Verwaltung lokale und oft ehrenamtliche Macher und Kreativunternehmer besser unterstützen kann. Vor einer Unterstützung steht immer auch das Verständnis für die Kreativen. Das Amt ist der Meinung, dass in den vergangenen 20 Jahren zum Beispiel bei der Dorferneuerung viel falsch gelaufen ist, und setzt nun verstärkt darauf, die Kreativszene zu entwickeln. Es sieht das Potenzial und beginnt vermehrt mit den Kreativschaffenden zu arbeiten. Auch die Städtebauförderung ermutigt Gemeinden zu innovativen Prozessen. Aus dem Gedanken heraus entstand eben auch der Auftrag an Sabine Gollner und KÜKO für „Coworking im Ländlichen Raum“.



Abbildung 5: Um den Begriff „Coworking“ in der Region bekannt zu machen, veranstalteten wir als Kick-Off des Projekts die Aktion „Digitale Nomaden aufm Traktor“ (Quelle: Lena Wenz, 2016).

Coworking Spaces im ländlichen Raum Bayern ist Wirtschaftsförderung für Kleinunternehmer im ländlichen Raum. Vier Gemeinden erstellten Konzepte, um sich für die Umsetzung des Coworking Space Fichtelgebirge zu bewerben. Das Modellprojekt hat mehrere Ziele. Einerseits soll mit dem Aufbau eines Coworking Spaces in der „Gesundheits- und Wohlfühlregion Fichtelgebirge“ ein Beitrag geleistet werden, die Kreativszene zu fördern. Kreativen und unternehmerischen Menschen soll durch diesen Infrastrukturaufbau eine Plattform geboten werden, die Wirtschaftskraft der Region zu stärken.

Der Coworking Space soll in einem leerstehenden Gebäude im Ortskern einer der beteiligten Gemeinden stattfinden, das bestenfalls auch baulich aufgewertet wird. Auch das kann das Image der Region positiv beeinflussen.

Seitdem ich diese Beschreibung geschrieben habe, haben sich Dinge schon wieder geändert: Coworking in der „Schaltzentrale“ eröffnet jetzt, im August 2017. Das Projekt wird durch einen Unternehmer gestützt. Eine sensationelle Entwicklung, aber perfekt: Die öffentliche Hand setzte Fördermittel ein, um Impulse zu setzen und zusammen mit Kreativen ein erstes Konzept zu entwickeln und einen Raum dafür zu finden. Wer hätte gedacht, dass ein Unternehmer diesen Impuls so schnell aufgreift und dann mit Privatmitteln unterstützt. Natürlich nutzt er den Prozess der Gentrifizierung, will langfristig sein 4000 m² Areal

*beleben. Für 18 Monate gibt es also Sonderkonditionen für Unternehmer aus dem Kultur- und Kreativbereich, Start-ups und Kleinstunternehmer in der Schaltzentrale, Bad Bern-
eck. Mehr dazu unter: www.schaltzentrale.bayern*

5 Raumwohlstand

Kreative beleben einen Ort, werten ihn und die Immobilie, die genutzt wird, auf. Dies zeigt auch das Beispiel eines Symposiums, das KÜKO 2013 verantwortete. Das grenzübergreifende Symposium (Deutschland, Tschechien) wurde durch die Euregio Egrensis gefördert und fand in einer leerstehenden Papierfabrik in Bad Alexandersbad statt. Eine Etage der Fabrik wurde als internationales Gruppenatelier aufgewertet, drei Jahre später wurde die Fabrik, die lange als Problemfall galt, verkauft und einem neuen Konzept zugeführt.

Kreative haben die Fähigkeit, neu zu denken, ungewöhnliche Ansätze zu entwickeln – ideale Voraussetzungen also, um für das Potenzial von Leerständen zu werben. In großen Städten werden Industrieflächen schon lange von kreativen Gruppen wiederbelebt. Oft als Zwischennutzung, ehe sich neue Industrie wieder dafür interessiert. Und wieder die Frage: Warum sollte das im ländlichen Bereich anders sein?

Diesen Weg beschreitet das Projekt *Frei.Raum.Leben.Fichtelgebirge*. Hier werden leerstehende Gebäude an Kreative vermittelt, die diese möglichst mietfrei, aber gegen Übernahme der Nebenkosten beziehen können. Besondere Zielgruppe sind hier Kreative in den Metropolen, denen sozusagen der Raum ausgeht. Dieses Projekt läuft im Auftrag des Heimatministeriums, Projektträger ist der Landkreis Wunsiedel, KÜKO fungiert hier als Projektpartner.

Durch die Netzwerkinitiative „Kreative Deutschland“ traf ich die Planerin Stefanie Raab von der Zwischennutzungsagentur Coopolis, Berlin. Ich lud sie ein im Fichtelgebirge einen Vortrag zu halten, über ihre erfolgreiche Arbeit für Neukölln, wo Coopolis über 200 leerstehende Läden an Kreativschaffende vermittelt und damit maßgeblich zur Regenerierung des Berliner Stadtteiles beigetragen hatten. Das Thema „Leerstand als Potential“ schlug ein und bildete die Grundlage für weitere Projekte in der Region, unter anderem „Frei.Raum.Leben“. Mehr Info: www.freiraumleben-fichtelgebirge.de

Leerstand bietet Freiraum für Kreativität und Unternehmergeist. Kreative haben oft einen anderen Blick auf leer stehende Läden, Fabriken, Werkstätten. Sie erkennen Potenziale, die andere oft nicht mehr wahrnehmen, sie sehen Raumwohlstand wo andere Leerstand sehen. Unter dem Slogan „Freiraum sucht Freigeist“ werden durch Frei.Raum. Leben Kreativschaffende aus den Metropolen gezielt angesprochen, die Region für sich zu entdecken. Lokale Unternehmer werden ermutigt, sich in Immobilien bei sich im Ort sichtbar zu machen. Beide haben etwas davon: der Kreative günstigen Raum, der Immobilienbesitzer eine Aufwertung seines ansonsten leer stehenden Gebäudes. Denn die Alternative sähe trostlos aus. Ein immer weiter verfallendes Gebäude, das trotzdem Geld kostet und an Wert verliert.

Urbane Erfolge auf den ländlichen Raum zu übertragen ist eine Herausforderung, wir befinden uns mittendrin in der Umsetzung, noch sind lange nicht alle Fragen beantwortet, vielleicht noch nicht einmal gestellt; und ausreichende Ressourcen sind nach wie vor ein schwieriges Thema.

Auch mit multimedialen Mitteln, besonders kurzen Filmbeiträgen, will KÜKO verstärkt für die Region Fichtelgebirge werben. Es gibt genug Kreative in der Region, die porträtiert werden können und die Mut und Lust auf die Region machen. Menschen, die zeigen können, hier ist eine andere Art des Arbeitens möglich: weniger Hektik, mehr Freiraum, entspannte Wege und – vor allem – günstiger Arbeits- und Lebensraum. Abgesehen von dem Werbeeffect nach außen können solche Portraits der Kreativen auch nach innen wirken. Regionale Kreativschaffende werden gestärkt und ermutigt, auch sich selbst sichtbarer zu machen. Es ist zu hoffen, dass sich durch das Projekt Frei. Raum. Leben auch viele lokale Kreative entschließen, sich Leerständen anzunehmen und sich gleichzeitig zu professionalisieren. Sie helfen dadurch mit, Ortsmitten und Ortsteile wiederzubeleben.

Leerstehende Objekte waren auch Impulsgeber für eine digitale Stadtführung in Bad Berneck und Goldkronach, die QR-Tour: Besucher erhalten Zugang zu Gebäuden, die normalerweise verschlossen oder sogar verschwunden sind. Das über LEADER geförderte Kulturtourismus-Projekt erhielt den zweiten Platz beim ADAC Tourismuspreis Bayern 2016.

KÜKO diente hier als Talente-Pool, aus dem die Dienstleister ausgewählt wurden. Gleichzeitig ist die QR-Tour ein Showcase für regionales Talent, beispielsweise für den auf Schmetterlinge und Orchideen spezialisierten Fotografen Florian Fraaß.

Ein leerstehendes Stadtmuseum war das erste Puzzleteilchen: wie konnte man hier Zugang schaffen, ohne dass die Stadt vier Millionen Euro „Schlüsselgeld“ zahlen müsste? Obwohl das Team vorher noch nie im Tourismusbereich gearbeitet hatte, erkannten sie, dass ihre Ideen der „Sichtbarmachung“ von Kulturgeschichte und -gegenwart durch digitale Medien hier gut und kostengünstig angebracht werden konnten.

Gollner und Amson entwarfen mit ihrem Team ein Konzept, das mit Bürgerbeteiligung identitätsstiftend nach innen wirken, und nach außen ein kunstvoll gestaltetes und mehrsprachiges Tourismusprojekt werden würde – mit dem Ziel wieder Besucher – und mittelfristig auch neue Anwohner – in die einst blühende Kurstadt zu locken.



Abbildung 6: „Marked Places, QR-Tour Bad Berneck“ von Dominic Day (Quelle: QR-Tour / Dominic Day, 2015).

Von Künstlern erstellt, beinhaltet die kostenlose App über 40 Filme, 1000 Fotos und Hunderte von Texten. Bürger der Gemeinden trugen Anekdoten und Geschichten bei. Burgen- und Stadtgeschichte, Botanik und Natur, Kunst und Architektur, Goldbergbau und Gesundheitsthemen wie Kneipp wurden in ein zeitgemäßes Format gesteckt. Die QR-Tour verbindet als Schnitzeljagd einzigartig Spiel und Spaß, Stadtführung, Lernplattform und Wandern. Die QR-Tour will Menschen zum Wandern in

der Natur anregen, und zielt darauf sogar die „Gaming Generation“ vom Sofa zu holen. Mehr Info: www.qr-tour.de

Wir schaffen fast nebenbei Zugang zu Kunst für Menschen, die im normalen Leben wenig Interesse haben sich mit künstlerischen Themen zu beschäftigen. Gleichzeitig haben wir auch durch das Projekt bezahlte Arbeit für Kreative in die Region geholt.

Im strukturschwachen ländlichen Bereich Oberfrankens bedarf es anderer Antworten als beispielsweise in Tourismus-Zentren größerer Städte. Durch „QR-Tour“ müssen keine neuen physikalischen Attraktionen geschaffen werden, existierende und bereits vergangene Sehenswürdigkeiten werden zugänglich gemacht. Das Projekt ist ein unerwarteter Impuls aus dem ländlichen Raum: vielschichtige Besucherunterhaltung, die man eher in einer Großstadt erwarten würde.

Der britische Filmemacher Dominic Day wohnte und arbeitete über sechs Monate bei uns im Fichtelgebirge, um Filme, Animationen und Fotografie für die QR-Tour zu erstellen. Als zweiter „KÜKO artist-in-residence“ vermittelte er auch technische Fähigkeiten – morgens um 4 Uhr, nach Aufstieg auf einen unserer Berge: er zeigte Workshop-Teilnehmern wie man einen Sonnenaufgang in Stopp-Frame-Technik fotografiert.

Auch solche zeitweisen Aufenthalte von Künstlern dienen dem Image der Region. Vier bis fünf Künstleraufenthalte sollten pro Jahr im Fichtelgebirge stattfinden, davon mindestens einer mit einem internationalen Künstler. Entsprechende Testläufe hatten ein positives Echo. Die Künstler könnten von ansässigen Künstlern betreut werden, Künstlerhäuser in Bad Berneck (Kreis Bayreuth), Rehau (Kreis Hof), Wirsberg (Kreis Kulmbach), Bibersbach (Kreis Wunsiedel) wären Anlaufstationen. Großstadtkünstler können so den ländlichen Raum und seine Themen für sich entdecken, am eigenen Leib erfahren, wie sich wohnen und arbeiten zusammenfügen. Gerade ist Bad Berneck dabei, den bekannten Architekten Peter Haimel für die Stadt zu begeistern. Es gilt, groß zu denken, auf sich aufmerksam zu machen.

Wichtig ist auch, die Kunst- und Kreativszene weiter zu kartieren, das kann online geschehen, die Künstler können sich selbst einbringen. Eine solche Plattform wiederum bietet potenziellen Kunden aus Industrie und Gewerbe Kontaktmöglichkeiten. Im Januar 2017 brachte KÜKO in Kooperation mit dem Kompetenzzentrum BayernKreativ ihre Internetplattform auf einen zeitgemäßen Stand und initiierte eine Plattform für Kultur- und Kreativschaffende unter dem Motto „connecting creative workers to

local economy“. Das Resultat waren viele Neumitglieder: eines der Hauptmotive, sich an Netzwerken zu beteiligen, ist die Akquise von Aufträgen.

5 Land in Sicht

So wie sich Roland Gruber, der quirlige „Donut“-Architekt aus Österreich, mit interessantem Ansatz dem ländlichen Raum widmet – gibt es jetzt viele andere Kreative, die das Land entdecken.

Peter Haimerl beispielsweise, auch ein Architekt. Er setzt durch seine Architektur und clevere Planung städtebauliche Impulse wie kein anderer. Von ihm ist der Konzertsaal in Blaibach im Bayerischen Wald, zu dem nicht nur Konzertliebhaber pilgern, sondern auch Architektur-Touristen.

Es ist mir gelungen, Peter Haimerl von der Kleinstadt Bad Berneck zu begeistern. In der Stadt muss das Ufer eines Flusses befestigt werden. Der Entwurf der Verwaltung war vor allem eines. Praktisch. Haimerl schafft hier mit seinen Ideen eine elegante Uferpromenade. Nicht nur praktisch. Sondern schön.



Abbildung 7: „Renderings zur Uferbebauung für Bad Berneck“ (Quelle: Peter Haimerl. Architektur, 2017).

Auch Haimerl sieht das Potenzial vom Land. Explodierende Mietpreise der großen Städte erlauben keinen Gestaltungsspielraum mehr. Die Kleinstädte will er als „Zukunftslabore“ begriffen wissen, sie können zu einer belastbaren Form des Zusammenwohnens und -arbeitens werden. Es gelte, die Potenziale der Landgemeinden und ländlichen Regionen aufzuzeigen und gemeinsame Projekte auf den Weg zu bringen. Haimerl ist überzeugt davon, dass so auch Abwanderung gestoppt, bestenfalls auch Zuzug oder Rückkehr angeregt werden könne. „Eine neue Identität, mit den Bürgern erarbeitet, kann alte Strukturen wiederbeleben und aufgrund der niedrigeren Lebenshaltungskosten Raum für Experimente bieten“, schreibt Haimerl.

Nichts hängt hundert Jahre auf einer Seite – die Fichtelgebirgler können und wollen nichts mehr hören von demografischem Wandel und Strukturschwäche. Denn es stimmt einfach nicht. Die Kurve biegt sich wieder nach oben. Kleinstädte wie Bad Berneck verzeichnen seit kurzem wieder einen positiven Bevölkerungszuwachs.

Allerdings gibt es nicht das Allheilmittel für alle Orte im ländlichen Raum. Rundumschläge haben in der Stadtentwicklung ausgedient. Nur individuelle Lösungen greifen. Eine Stadt muss von innen her entwickelt sein. Um wieder Grubers Donut-Theorie-Beispiel zu nennen: Jeder Ort hat seine eigene Marmeladenrezeptur, die gilt es zu finden.

Leerstand auf dem Land braucht kreative Lösungen und Zuwachs. Mittlerweile werden in ganz Oberfranken Investitionen angeregt. Städtebauförderung und Förderung durch das Amt für Ländliche Entwicklung (ALE) sowie Sonderförderprogramme wie zum Beispiel die Förderoffensive Nord-Ost Bayern geben inzwischen auch Geld dazu.

Und wen wir gerne in unsere Zeitinsel Fichtelgebirge einladen: kreative Menschen, die ihren Raum mitgestalten wollen, teilhaben wollen am gesellschaftlichen Wandel. Hier, in den kleinen Orten und Gemeinden kann man Resultate der eigenen Arbeit viel direkter spüren und sehen, was passiert, wenn man sich einbringt. Das ist in den Metropolen sehr viel schwerer. Auf'm Land rufe ich einfach den Bürgermeister an, wenn mir wieder irgendeine Aktion einfällt.

Und wer weiß, vielleicht können wir hier sogar teilhaben an einer positiven Gentrifizierung: Jetzt günstig kaufen, in einigen Jahren das Haus möglicherweise mit Gewinn weiterverkaufen. Dann eventuell weiterziehen und helfen, andere Orte zu beleben. Gentrifizierung – das hat in Berlin funktioniert, wird schon längst von Spekulanten eingesetzt.

Warum soll dies den Berlinern vorbehalten sein? Es kann auch im ländlichen Raum funktionieren.

Literaturverzeichnis

Gollner, S. / Uckley, M. (2018): Kreative Szene und digitale Plattformen auf dem Land, In: Franke, S./ Magel, H. (Hrsg.): Digitalisierung – Neue Plattformen für Beteiligung und Demokratie auf dem Land?, Hanns-Seidel-Stiftung, S. 93–102.

Gollner, S. (2014): Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V., in Franke, S./ Magel, H. (Hrsg.): AMZ96 Ländliche Kultur – unterschätzt!, Hanns-Seidel-Stiftung, 2014, S. 37–52.

Kirsch, C. (2017): Silicon Valley? Creative Valley!, in: Zukunft Fichtelgebirge #3, 2017–2018, Nr.3, S. 49, online: https://issuu.com/foerdereinfichtelgebirge/docs/zukunft_20fichtelgebirge_20_233_20-, Abruf: 24.04.2018.

Verzeichnis der Autoren

Adams, Isabel: M. Sc. Agribusiness, geb. 1989, Studium an der Fachhochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen und an der Universität Hohenheim. Doktorandin an der Forschungsstelle für Genossenschaftswesen der Universität Hohenheim.

Alfken, Christoph: Dr. rer. nat., geb. 1984, Diplom-Wirtschaftsgeograph. Mitarbeiter beim Regionalverband Ruhr im Referat Regionalentwicklung, Studium der Geographie an der Leibniz Universität Hannover und der Wirtschaftsuniversität Wien (Diplom, 2011), Promotion an der Leibniz Universität Hannover (2016). Forschungsinteressen: Kreativwirtschaft, Regionalentwicklung, GIS und Regionalstatistik.

Biermann, Ulrike: B. A., geb. 1990, Junior Consultant bei Georg Consulting Immobilienwirtschaft, Regionalökonomie.

Bülow, Christian: Dr. rer. nat., geb. 1983, Studium Magister Geographie mit den Nebenfächern Politikwissenschaft und Amerikanistik (2003–2011) an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald und der Baltischen Föderalen Universität Kaliningrad, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Regionale Geographie des Institutes für Geographie/Geologie der Universität Greifswald (seit 2011), Mitglied im interdisziplinären Forschungskonsortium „Think Rural!“ der Universität Greifswald, Autor von verschiedenen Fachpublikationen zur Entwicklung ländlicher Räume (insbes. in Mecklenburg-Vorpommern).

Doluschitz, Reiner: Prof. Dr. sc. agr., geb. 1956, Professor für Landwirtschaftliche Betriebslehre an der Universität Hohenheim, Fachgebiet Agrarinformatik und Unternehmensführung, Leiter der Forschungsstelle für Genossenschaftswesen an der Universität Hohenheim; Direktor Food Security Center Universität Hohenheim; Prodekan der Fakultät Agrarwissenschaften; Mitglied des Agroscope Scientific Board, CH; Mitglied des Kuratoriums der Raiffeisen-Stiftung, Mitglied des Stiftungsrats der Genossenschaftlichen Stiftung für Entwicklungszusammenarbeit GESTE-Baden-Württemberg; Mitglied des Aufsichtsrats der Volksbank Göppingen, Vorsitzender des Kuratoriums des Wissenschaftsfonds der Qualität und Sicherheit GmbH, Bonn.

Engstler, Martin: Prof. Dr. rer. pol, geb. 1965, Professor für Dienstleistungsmanagement an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart (seit 2010), Studiendekan des

Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien (seit 2011) sowie des Masterstudiengangs Wirtschaftsinformatik (seit 2015), Co-Leiter des Institut für Kreativwirtschaft IKW (seit 2010) bzw. des Forschungsleuchtturms Creative Industries and Media Society CREAM (seit 2016) am Institut für Angewandte Forschung IAF der HdM, Projekt- und Forschungsgruppenleiter am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) (1997–2009) bzw. am Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT) der Universität Stuttgart (1992–1997), Sprecher der GI-Fachgruppe Projektmanagement (seit 2013), aktuelle Forschungsinteressen: ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft sowie deren Wechselwirkungen mit anderen Industriezweigen, Gestaltung zukünftiger Dienstleistungsprofile, Management vernetzter Wertschöpfungsstrukturen, Projekt- und Innovationsmanagement, Change Management, Herausgeber, Autor bzw. Co-Autor von über 100 Veröffentlichungen zum Projekt-, Dienstleistungs- und Innovationsmanagement, u. a. Initiator und Co-Autor der seit 2012 jährlich durchgeführten Studienreihe „Trendbarometer Kreativwirtschaft Baden-Württemberg“, Referent auf zahlreichen nationalen und internationalen Fachtagungen.

Gollner, Sabine: B. Arch., geb. 1968. Als Impulsstrategin führt sie Projekte im Schnittbereich von Architektur und Stadtplanung, Film und Kunst durch, mit Schwerpunkt Partizipation. Freischaffend tätig als Film-, App und Medienproduzentin, sowie in Öffentlichkeitsarbeit, Regionalentwicklung und Leerstandsmanagement. Nach Abschluss ihres Architekturstudiums in Newcastle upon Tyne und einer Ausbildung in Fernseh- und Filmproduktion betrieb sie von 1996 bis 2011 die interdisziplinäre Multimediafirma „It’s About Time Productions“ in Birmingham, UK. Sie war viele Jahre als Dozentin für freies Zeichnen und Aktzeichnen an der University of Central England tätig. 2011 zog sie zurück nach Deutschland und gründete die Kreativagentur „It’s About Time“. Ihr Kulturtourismus- und partizipatives Stadtentwicklungsprojekt QR-Tour Bad Berneck und Goldkronach (www.qr-tour.de) erhielt beim ADAC Tourismuspreis Bayern 2016 den zweiten Platz. 2016 Erstellung Integriertes Stadtentwicklungskonzept für Bad Berneck, mit Coopolis, Berlin. 2017 Initiierung eines Coworking Spaces im Fichtelgebirge, die ‚Schaltzentrale‘, im Auftrag des Amts für Ländliche Entwicklung. Gründerin und Vorsitzende der KÜKO: Künstlerkolonie Fichtelgebirge e. V., einer preisgekrönten kreativwirtschaftlichen Netzwerkinitiative für den ländlichen Raum. www.kueko-fichtelgebirge.de

Hesse, Corinna: M. A. (Musikwissenschaft, Kunstgeschichte, Germanistik), geb. 1968, Kulturjournalistin, Medienproduzentin, Autorin und Verlegerin (Silberfuchs-Verlag),

Sprecherin der Kreative MV (Netzwerk für Kultur- und Kreativwirtschaft Mecklenburg-Vorpommern) und Vorstandsmitglied der Kreative Deutschland (Bundesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft). Arbeitsschwerpunkte: mediale Wissensvermittlung, Fortbildung für Kreativschaffende, Kreativwirtschaft im ländlichen Raum.

Hinz, Antje: Mag. Artium (Musikwissenschaft, Journalistik, Slawistik), geb. 1970, Wissenschaftsjournalistin, Wissensdesignerin, Medienproduzentin, Verlegerin, Speakerin, Moderatorin, Initiatorin und Betreiberin des multimedialen Medien- und Branchenportals MassivKreativ (seit 2015) über die Kultur- und Kreativwirtschaft mit über 100 Artikeln und Filmen über Kreativität und Kulturwandel, Cross Innovation und soziale Innovationen, Künstlerische Interventionen, Stadt- und ländliche Entwicklung; Impulsvorträge, Kreativ-Workshops, Interviews, Moderation, Dokumentation von Tagungen und Kongressen, u. a. für IHKs, Wirtschaftsförderungen, Kreativwirtschaft und Universitäten, z. B. TU Dortmund / SFS, Ecce – European Center For Creative Economy; Mitbegründerin im Silberfuchs-Verlag, Labor Für Gesellschaftliche Wertschöpfung in Hamburg und Mecklenburg-Vorpommern (seit 1995); Zentralredaktion, Konzeptentwicklung und Gestaltung von KulturLandschaftsRouten in Westmecklenburg und Koordination der fünf Fokusregionen im Rahmen eines Leitprojektes im Auftrag der Metropolregion Hamburg (2016–2018); Kuratorin eines Ausstellungsprojektes zum lebendigen, immateriellen Kulturerbe der UNESCO in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Büro Impuls-Design (seit 2016); Bloggerin für das Wirtschaftsmagazin Impulse (seit 2015); zuvor 1995–2005: freiberuflich als Rundfunkjournalistin, Moderatorin, Feature-Autorin und Reporterin für ARD, Deutschlandfunk sowie Deutschlandfunk Kultur (früher Dradio Kultur) tätig; 1996–1998: Diplomaufbaustudiengang Kulturmanagement an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg; 1994–1995: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Reihe NDR-Kammerkonzerte; 1993: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Schleswig-Holstein-Musik Festivalorchester in Salzau sowie Tourneebegleitung nach Wien, Rimini und Santander; 1989/90: Hörfunkvolontariat beim Staatlichen Komitee für Rundfunk der DDR (1989/90), zahlreiche Nominierungen und Hörbuchpreise, u. a. 2008 Jahrespreis der Deutschen Schallplattenkritik, 2012 Bundespreis Kultur- und Kreativpiloten Deutschland, 1995 Wissenschaftspreis der Stiftung Mitteldeutscher Kulturrat Bonn für Magisterarbeit „Zum Problem der Akustischen Kunst am Beispiel der Hörstücke von Georg Katzer“.

Höllen, Max: M. A. Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Forschungsassistent am iuh – Institut für Unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz. Forschung und Lehre in den Disziplinen Unternehmertum, Businessplanung und Cultural Entrepreneur-

ship. Promotionsprojekt zu Finanzierung und Förderung von Gründungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Duales Studium Public Administration (Allgemeine Verwaltung, B. A.) und gehobene Beamtenlaufbahn (Regierungsinspektor) beim Land Rheinland-Pfalz, im Anschluss Masterstudium Kulturwissenschaft und Kulturmanagement am Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg. Projekt- und Kulturmanager für die Volkshochschule Stuttgart, u. a. inhaltliche Konzeption der Frühjahrstagung großstädtischer Volkshochschulen zum Thema Learning Cities. Kreativmanagement für einen Comiczeichner, Illustrator und Spielentwickler. Selbstständige Tätigkeit als Kulturmanager und Cartoonist, Comiczeichner und Karikaturist.

Konrad, Elmar D.: Prof. Dr. rer. pol., geschäftsführender Leiter des iuh – Instituts für Unternehmerisches Handeln der Hochschule Mainz. Interdisziplinärer Professor für Allgemeine BWL, insbesondere unternehmerisches Handeln und Existenzgründung, für die Fachbereiche Technik, Gestaltung und Wirtschaft. Wissenschaftlicher Projektleiter des hochschulübergreifenden Gründungsbüros Mainz. Studium Wirtschaftsingenieurwesen sowie angewandte Kulturwissenschaft an der Universität Karlsruhe (dem heutigen Karlsruhe Institute of Technology). Wissenschaftliche Forschungs- und Lehrtätigkeiten am Institut für Angewandte Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung und am Zentrum für Angewandte Kulturwissenschaft. In seiner Dissertation verband er die Bereiche Unternehmertum und Kulturarbeit und promovierte im Jahr 2000 zum Thema Kulturunternehmertum. Forschungsfokus und intensive Publikationstätigkeit im Bereich Cultural Entrepreneurship (u. a. zu Erfolgsfaktoren in der Kulturarbeit, Einfluss von Netzwerken im Kultursektor, Finanzierungsstrukturen und Unternehmertum in der Kultur- und Kreativwirtschaft). Von 2007 bis 2010 Initiator und Leiter des Fachs Kulturarbeit und Kreativwirtschaft der Technischen Universität Dortmund. Mitherausgeber der Edition Kreativwirtschaft im Kohlhammer-Verlag Stuttgart. Lehrbeauftragter an verschiedenen akademischen Einrichtungen für die Bereiche Cultural Entrepreneurship, Arts Management, Business-Planning in Creative Industries. Initiator und bis 2016 Leiter des Arbeitskreises Cultural Entrepreneurship im Förderkreis Gründungs-Forschung e. V. Seit 2017 Mitglied des Sprechergremiums der DENKFABRIK Gründerhochschulen.

Koop, Andreas: Dipl.-Designer (sfg) und Master of Advanced Studies (MAS), geb. 1970. Gründer und Inhaber der designgruppe koop (seit 1995); das Büro erhielt 50 nationale und internationale Auszeichnungen für seine Arbeiten. Seit 2002 Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen in Deutschland und Österreich. Seit 2008 Kolum-

nist für das Designmagazin „Novum“. 2010 Initiierung der Buchreihe „design|er|leben“ für den österreichischen Designverband designaustria (und Autor zahlreicher Monographien). 2015 Konzeption und Durchführung des (ersten) transdisziplinären Symposiums „Stadt.Land.Schluss.“; seit 2016 Fachbeirat beim „Bundespreis ecodeign“. 2016/17 Mitglied des Entwicklungsteams zur Neukonzeption der Designstudiengänge an der FHV in Dornbirn. Mitglied in verschiedenen Juries und Kommissionen zur Bewertung von BA- und MA-Arbeiten. Im Rahmen von Designforschungsprojekten entstanden Bücher wie das Standardwerk „NSCI – das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920–1945“ und am Institut „Design2context“ von Ruedi Baur an der ZHDK in Zürich „Die Macht der Schrift – eine angewandte Designforschung“. Vertreter eines ökologischen und „werte-orientierten Designs“.

Lange, Bastian: Dr. phil., geb. 1970, ist Stadt- und Wirtschaftsgeograph. Seine Forschungstätigkeit konzentrierte sich in den letzten Jahren zum einen auf Fragen der Wertschöpfung in Kreativ-Märkten. Zum anderen forscht er zur Rolle von sozialen Orten in offenen Produzentennetzwerken und die damit einhergehende Funktion dieser sozialen Orte für offene Innovationsprozesse mit Institutionen, Zivilgesellschaft und kleineren und mittleren Unternehmen sowie Großkonzernen. Seit 2014 ist Bastian Lange Mitglied im BMBF-geförderten Forschungsverbund COWERK und befasst sich mit Postwachstumsstrategien offener Werkstätten. Bastian Lange ist Mitglied im Verband der Geographen an Deutschen Hochschulen (VGdH), Mitglied des Georg-Simmel-Zentrums für Metropolenforschung der HU Berlin, im Editorial Board der Zeitschrift *International Journal for Creative Industries*, seit 2013 nominiertes Mitglied im Auswahlgremium der staatlichen schwedischen Forschungsförderung Formas und im Jahr 2016 in der Jury der Wiener Wirtschaftsförderung. Er hatte 2011–2012 eine Gastprofessur an der Humboldt Universität zu Berlin inne. Er hat in Marburg und Edmonton Geographie, Ethnologie und Stadtplanung studiert und an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, Institut für Geographie, 2006 promoviert. Das Interesse der Dissertation richtete sich auf die Frage, wie junge Unternehmen und Kreativszenen städtische Orte aneignen und umdeuten. Damit konnte gezeigt werden, wie sich Positionierungen in sozialen Netzwerken erklären und wie diese jungen kulturellen Unternehmer Zugangsstrategien zu neuen Märkten erschließen.

Liebmann, Sandra: M. Sc., geb. 1990, Studium Bachelor of Science in Geographie mit Nebenfach Soziologie an der Ruprecht-Karls-Universität in Heidelberg (2010–2013), Master of Science in „Tourismus und Regionalentwicklung“ an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald (2013–2016), Beauftragte für den ÖPNV im Landratsamt Starnberg (seit 2016).

Mayer, Marius: Prof. Dr. rer. nat., geb. 1982, Juniorprofessor für Wirtschaftsgeographie und Tourismus an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald. Diplom-Studium der Wirtschaftsgeographie, Betriebswirtschaftslehre und Sozial- und Wirtschaftsgeschichte an der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München. Promotion zum Dr. rer. nat. an der Julius-Maximilians-Universität (JMU) Würzburg. Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der LMU, der Eidgenössischen Forschungsanstalt Wald, Schnee und Landschaft (WSL) in Birmensdorf/Zürich sowie der JMU. Forschungsinteressen und Arbeitsgebiete: Wirtschaftsgeographie, besonders Freizeit-, Tourismus- und Schutzgebietsforschung, Umwelt- und Regionalökonomie, Innovations- und Diffusionsforschung. Räumliche Schwerpunkte: Deutschland, Mitteleuropa, Alpen, Schutzgebiete, ländliche Räume.

Mittenzwei, Max: B. Sc., geb. 1993. Studium der Geographie 2012–2015 an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald, seit 2015 Masterstudent Tourismus und Regionalentwicklung. Arbeit am Institut für Wirtschafts- und Sozialgeographie seit 2013.

Mörgenthaler, Lutz: geb. 1984, Studium Mediapublishing (B. A.) an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart; seit 2013 akademischer Mitarbeiter am Institut für Kreativwirtschaft (IKW) bzw. des Forschungsleuchtturms Creative Industries & Media Society (CREAM). Seit 2016 Forschung mit den Schwerpunkten Strukturwandel und wirtschaftspolitische Förderung der Kreativwirtschaft im ländlichen Raum, Netzwerkkonzepte zur Förderung von Innovationen in der Verlagsbranche und die Förderung und Entwicklung der Kreativwirtschaft im Donaauraum, Co-Autor von zahlreichen Beiträgen zur Kreativwirtschaft.

Mossig, Ivo H.: Prof. Dr., geb. 1969, Professor für Humangeographie mit dem Schwerpunkt Wirtschafts- und Sozialgeographie an der Universität Bremen. Forschungsschwerpunkte: Globalisierung und zwischenstaatliche Interdependenzen, Kultur- und Kreativwirtschaft, Clusterevolution, Einzelhandel und die Entwicklung innerstädtischer Geschäftszentren. Auszeichnungen: Dissertationspreis des Verbandes der Geographen an Deutschen Hochschulen (VGDH) 1999/2000, Edwin-von-Böventer-Preis der Gesellschaft für Regionalforschung (GfR) 2000 sowie Berninghausenpreis für ausgezeichnete Lehre und ihre Innovation 2010. Mitglied im Netzwerk Lehren – Das Bündnis für Hochschullehre.

Müller, Andreas: Dr., geb. 1978 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Geographie der Universität Bremen in der Arbeitsgruppe Wirtschafts- und Sozialgeo-

graphie. Forschungsschwerpunkte: Markenführung von Städten und Regionen (Place Branding), Motive der Binnenmigration hochqualifizierter Beschäftigter in Deutschland sowie die Analyse der Wahrnehmung der städtischen Umwelt mittels 3D-Video (Virtual Urban Walk 3D).

Müller, Sophia: Geographin M. Sc., geb. 1989, Wander- und Kulturreiseleiterin, Honorarkraft für Fördermittelakquise in der interkulturellen Bildung. Bachelorstudium der Ethnologie (2009–2013) an der Universität Leipzig und Masterstudium der Geographie mit Fachrichtung Tourismus und Regionalentwicklung (2013–2016) an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald.

Olejko, Angela: M. A., selbstständige Projektmanagerin in Rostock, geb. 1986. Mitgründerin des projekt:raum und der Kreative MV, ehemaliges Vorstandsmitglied des Kreativsaison e. V. Studium an der Hochschule Stralsund (BBA in Freizeit und Tourismusmanagement) sowie der Hochschule Zittau / Görlitz (MA in Kultur und Management).

Reissmann, Christina: M. A. Wirtschaftsgeographie, geb. 1989. Bachelorstudium der Geographie mit Schwerpunkt Wirtschafts- und Kulturgeographie sowie Masterstudium Wirtschaftsgeographie an der Leibniz Universität Hannover. Frau Reissmann verfasste im Jahr 2016 ihre Masterarbeit in Zusammenarbeit mit dem Niedersächsischen Institut für Wirtschaftsforschung e. V. (NIW) zum Thema „Kreative als Entwicklungspotenzial für den ländlichen Raum – eine Untersuchung am Beispiel der Künstler in Lüchow-Dannenberg und Ludwigslust-Parchim“. Seit September 2016 ist sie Projektmanagerin bei der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH (WFMG).

Rost, Christian: Diplom-Geograph, geb. 1975 in Leipzig. Ausbildung zum Kaufmann, Studium der Geographie an der Universität Leipzig. Heute Leiter des Sächsischen Zentrums für Kultur- und Kreativwirtschaft (Chemnitz). Berufliche Stationen beim RKW-Kompetenzzentrum (Eschborn und Berlin). 2014 Gründung des Büros für urbane Zwischenwelten (Leipzig). Seit 2013 Vorstandsmitglied Kreatives Leipzig e. V. Aufsichtsratsmitglied SmartDe eG.

Schiller, Daniel: Prof. Dr. rer. nat., geb. 1977, Professor für Wirtschaft- und Sozialgeographie an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald und Leiter des Steinbeis-Forschungszentrums Regionalwirtschaft, Innovationssysteme und Kommunal Finanzen (RIK) seit 2016. Von 2012 bis 2016 war er Projektleiter am Niedersächsischen Institut

für Wirtschaftsforschung e. V. (NIW). Davor war er von 2003 bis 2012 als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Leibniz Universität Hannover tätig, wo er 2005 promoviert wurde und 2012 die Lehrbefugnis für Geographie (Habilitation) erhalten hat. Die Forschungsschwerpunkte von Professor Schiller liegen in den Bereichen wissenschaftsbasierte Regionalentwicklung, nachhaltige Regionalentwicklung, globale Transformationsprozesse und Kommunal Finanzen. In seiner Forschung kombiniert er aktuelle theoretische Ansätze der Wirtschafts- und Sozialgeographie mit anspruchsvollen empirischen Forschungsmethoden.

Veronika Schubring: M. A. Public Policy, geb. 1987 in Schwerin. Bachelorstudium der Betriebswirtschaftslehre an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Karlsruhe (2009) sowie Masterstudium Public Policy an der Humboldt-Universität in Berlin (2014). Zwei Jahre CSR-Projektmanagerin bei der Novartis AG in Basel im Anschluss an drei Jahre Ausbildung und ein Jahr Trainee-Stelle im selben Konzern. Seit 2012 und mit Rückkehr nach Mecklenburg-Vorpommern selbständig als Organisationsberaterin und Prozessbegleiterin. Seither tätig als Unternehmerin und Vorstand des Kreativsaison e. V. mit Fokus auf Aktivitäten der Innovationsförderung und des Innovationstransfers, sowie der Förderung der Kreativwirtschaft und Regionalentwicklung in Mecklenburg-Vorpommern.

Sommerer, Ulrike: geb. 1973, Germanistikstudium und Diplom an der Otto-Friedrich-Universität in Bamberg, danach 19 Jahre lang Redakteurin bei der Bayreuther Tageszeitung Nordbayerischer Kurier. Seit 2017 in der Öffentlichkeitsarbeit der Gesundheitseinrichtungen des Bezirks Oberfranken.

Sternberg, Rolf: Prof. Dr. rer. nat. habil., geb. 1959, Professor für Wirtschaftsgeographie an der Leibniz Universität Hannover. Studium der Geographie (Diplom 1984), Promotion 1987 und Habilitation 1994. Professuren an der TU-München (C3, 1995–1996) sowie Universität zu Köln (C4, 1996–2005). Leitet seit Beginn des Global Entrepreneurship Monitor (GEM) im Jahr 1998 das Länderteam Deutschland dieses weltweit größten Forschungskonsortiums zu Gründungsaktivitäten und -einstellungen; seit 2011 auch Mitglied im Research Innovation Advisory Committee (RIAC) des GEM. 2000 bis 2003 Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats des Verbandes der Geographen an deutschen Hochschulen (VGdH). Editor der Zeitschrift „Small Business Economics“, Mitherausgeber der Buchreihen „FGF Entrepreneurship-Research Monographien“ und „Wirtschaftsgeographie“ sowie im Wissenschaftlichen Beirat der Journals „Annals of the Japan Association of Economic Geographers“ und „Zeitschrift

für Wirtschaftsgeographie“. Beratungstätigkeiten u. a. für das BMWi, die Landesregierungen in Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen, die European Commission (DG Research), die OECD sowie die Deutsche Ausgleichsbank. Ausgezeichnet u. a. mit dem Promotionspreis der Stiftung der Deutschen Städte, Gemeinden und Kreise zur Förderung der Kommunalwissenschaften. Autor oder Herausgeber von zehn Fachbüchern und über 220 Aufsätzen in Fachzeitschriften und Sammelbänden. Forschungsinteressen: regionale Entrepreneurship-Forschung, technologiebasierte Regionalentwicklung, Digitalisierung, Bibliometrie, Migration.

Teuber, Mark-Oliver: Dr. rer. pol., geb. 1985, freiberuflicher Autor und Wissenschaftler im Bereich der ökonomischen Beratung, freier Mitarbeiter bei Economic Trends Research, Lehrbeauftragter für Wirtschaftspolitik und Statistik an der Hochschule für Ökonomie und Management (FOM).

Voßen, Daniel: Dipl.-Geograph, geb. 1980. Referent im Fachbereich Statistik der Kasernenärztlichen Vereinigung Niedersachsen. Externer Doktorand (Arbeitstitel der Dissertation: Die räumliche Mobilität der „Kreativen Klasse“ in Deutschland) und Studium der Geographie (Diplom 2010) am Institut für Wirtschafts- und Kulturgeographie der Leibniz Universität Hannover. Forschungsinteressen: Kreativwirtschaft, Interregionale Migration und Wissensbasierte Regionalentwicklung.

Wolter, Katja: Dipl.-Betriebswirtin, geb. 1978, seit 2014 Leiterin des Steinbeis-Forschungszentrum Institut für Ressourcen-Entwicklung in Greifswald, Dozentin, Trainerin. Zuvor: 2012–2014 BioCon Valley GmbH, Greifswald, 2009–2011 Sales & Service Research Center der Steinbeis-Hochschule Berlin, 2008–2009 Director Finance and Controlling, der Deutschen Entertainment AG in Berlin, 2002–2007 Referentin des Verwaltungsdirektors der ARD-Anstalt Rundfunk Berlin-Brandenburg, 2001–2002 Controllerin beim französischen Baustoffhersteller Lafarge in Oberursel bei Frankfurt am Main, 1996–2000 Studium der Wirtschaftswissenschaften in Stralsund und Liverpool (England). www.steinbeis-inre.de

Zimmermann, Jasmin: M. Sc. Agribusiness, geb. 1989 in Schorndorf, Studium an der Universität Hohenheim, Masterarbeit an der Forschungsstelle für Genossenschaftswesen der Universität Hohenheim.

Während Demografen den ungebrochenen Trend zur Landflucht konstatieren, setzen kreative Pioniere in ländlichen Regionen längst neue Akzente. Durch Mietenexplosion und zunehmende Raumnot in den Metropolen verstärkt sich der Umkehrtrend: Leerstände in ländlichen Gebieten eröffnen Spielräume zur individuellen und gemeinschaftlichen Entfaltung. Pioniere kaufen marode Gutshäuser und Scheunen, um sie zu sanieren und in Ateliers, Probenräume und Kulturhäuser zu verwandeln. Kreative Akteure bespielen verlassene Industriebrachen und Kieskuhlen mit Festivals, FabLabs, Gastronomie und Bildungsangeboten. Gleichzeitig verstehen wir „Innovation“ nicht mehr nur im technologischen Sinn, sondern auch als soziale Innovation, die wirtschaftliche Wertschöpfung im Kontext von Gesellschaft, Umwelt und Nachhaltigkeit begreift.

Dieser Sammelband bringt Theorie und Praxis in den Dialog und fasst den aktuellen Stand in Wissenschaft und angewandter Regionalentwicklung zusammen:

- Wie lässt sich die Wertschöpfung der kreativen Pioniere erfassen und messen?
- Wie funktionieren kreative Innovations- und Transformationsprozesse?
- Lassen sich die Erfahrungen von Pilotprojekten einzelner Gebiete exportieren, skalieren und regional anpassen?
- Wie lassen sich die vorhandenen Initiativen und Akteure langfristig stärken und erhalten?

Diese Publikation macht die Wertschöpfung kreativer Pioniere und ihre innovativen Impulse in ländlichen Räumen sichtbar und zeigt ihr nachhaltiges Engagement für die Regionalentwicklung.

Auszug aus:

Kreative Pioniere in ländlichen Räumen

Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land

Katja Wolter, Daniel Schiller, Corinna Hesse (Hrsg.)

Die Print-Publikation ist 2018 in der Steinbeis-Edition (Stuttgart) erschienen.

ISBN 978-3-95663-167-2

 **Steinbeis-Edition**