

Deutschlands Kreative: Jahreskonferenz im Fichtelgebirge

Schöpferischer Geist spielt zentrale Rolle

Auch im Fichtelgebirge sind die Kreativen ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor. Die Branche wächst und erhält immer mehr Aufmerksamkeit.

Von Rainer Maier

Röslau – Sie wollen nicht mehr nur Mauerblümchen sein, belächelt als die „ein bisschen Verrückten“ und nicht selten abgespeist mit Brosamen für ihre schöpferischen Leistungen: Die Kreativen in Deutschland ringen um Anerkennung und Wertschätzung ihrer Arbeit, um die Begegnung mit der klassischen Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung auf Augenhöhe und – nicht zuletzt – um adäquat bezahlte Aufträge. Bei ihrer zweitägigen Jahreskonferenz in Röslau beschäftigten sich Vertreter der Branche in der ehemaligen Porzellanfabrik Winterling intensiv mit sich selbst und mit ihrem Wirken nach außen.

Wichtig ist den gestalterisch Tätigen der Republik vor allem die Vernetzung, Untereinander und mit Behörden, die Fördermittel ausreichen können, sowie Unternehmen, die ihnen Aufträge geben. Beispielslos in Deutschland ist hier das Forum Kreativwirtschaft Fichtelgebirge, das der Landkreis Wunsiedel gemeinsam mit der Künstlerkolonie Fichtelgebirge (Küko) seit Februar betreibt.

„Die Wirtschaft ist kein Feind der Kultur.“
Dr. Dieter Rossmeißl, Ex-Kulturdezernent in Erlangen



„Innovativer Freiraum ist eine knappe Ressource.“
Jürgen Enninger, Kompetenzteam Kreativwirtschaft



„Wege finden, um über sich hinauszuwachsen.“
Dirk Dobiý, Mitgründer von Age of Artists



Intensive Workshop-Arbeit in der „Etage 4“ des ehemaligen Winterling-Gebäudes war Teil der Jahreskonferenz der Kreativwirtschaft.

Fotos: Rainer Maier

Die Kreativen aus ganz Deutschland sind erstaunt, dass es hier im Fichtelgebirge Wirtschaftsförderer gibt, die bereit sind, ganz neu zu denken. Und Politiker, die den Mut haben, Strukturwandel auch mal positiv zu sehen. Röslaus Bürgermeister Torsten Gebhardt etwa, der versucht,

Mecklenburg-Vorpommern, Sprecherin von „Kreative Deutschland“, kennt das, wenn sie an die Leerstände in wirtschaftlich notleidenden Regionen denkt: „Wir sehen Potenziale, wo andere ein Problem sehen.“ Sie zeigt ein Bild von einem leeren Glas und liefert die aus ihrer Sicht

„source“, sagt Jürgen Enninger, Leiter des Kompetenzteams Kultur- und Kreativwirtschaft in München. Auf dem Land dagegen könne man „die Fülle des leeren Raums entdecken“. Und: Kreativschaffende erhöhten die Widerstandsfähigkeit einer Region gegen Herausforderungen von außen, ein Mehrwert jenseits der bloßen wirtschaftlichen Bedeutung.

Durch künstlerischen Input könnten Unternehmen und Organisationen Wege entdecken, um über sich hinauszuwachsen, sagt Dirk Dobiý. Der Mitbegründer der Beratungsagentur Age of Artists ruft dazu auf, künstlerische Haltung auf unternehmerisches Gestalten zu

übertragen: „Firmen sollten sich Impulsgeber ins Haus holen.“

Auch Dr. Dieter Rossmeißl plädiert dafür, Kultur nicht nur als Nachfolgegewächs auf industriellen Branchen zu sehen. Der frühere Dezernent für Bildung, Kultur und Jugend der Stadt Erlangen wünscht sich Unternehmen, die die Berührung mit den Kreativen nicht scheuen, sondern suchen: „Das kann für beide Seiten förderlich sein.“ Die Wirtschaft sei kein Feind der Kultur, sondern könne deren Partner auf Augenhöhe sein. Wichtig dabei sei es allerdings, die Freiheit der Kunst hochzuhalten und sich nicht instrumentieren oder mit lächerlichen Honoraren abspeisen zu lassen. Selbstbewusstsein sei gefragt, dann könnten auch mehr Kreative von ihrer Arbeit leben. Rossmeißl ist sich sicher: Die Kreativwirtschaft wird weiter schneller wachsen als die klassischen Branchen.

den Winterling-Leerstand über das gemeinsame Kommunalunternehmen zu vermarkten. „Da sind kreative Ideen gefragt“, sagt er. Corinna Hesse aus Tüschow in

passendere Bezeichnung dafür: ein zu füllendes Glas.

Zu füllende Gläser gibt es vor allem auf dem Land. „In der Stadt ist innovativer Freiraum eine knappe Res-

Reichlich Platz für Raumpioniere

Immer mehr Kreative flüchten aus den Städten. Auf dem Land finden sie Ruhe, Inspiration – und günstige Immobilien.

Röslau – Die Zukunftsbranche Kreativwirtschaft zieht es immer stärker in die ländlichen Gebiete. Dort gibt es den „Freiraum für Macher“, wie die Kampagne der Entwicklungsagentur im Landratsamt längst erkannt hat. Die Städte dagegen wer-

den immer voller, immer stressiger, immer teurer. Aber einen Vorteil haben sie: Die Kreativschaffenden in den Metropolen sind gut vernetzt. Man kennt sich, man arbeitet gemeinsam an Projekten, man erhält Aufträge aus der öffentlichen Verwaltung und aus der Wirtschaft.

Auch in den Flächenländern ist die Kultur- und Kreativwirtschaft sehr präsent, sagt Corinna Hesse, Sprecherin von „Kreative Deutschland“ und selbst in Mecklenburg-Vorpommern zuhause. Aber: „Sie sind relativ schwer zu finden.“ Das soll sich än-

dem. Durch Vernetzung wie in der Künstlerkolonie Fichtelgebirge (Küko). 120 Mitgliedsunternehmen hat die 2012 gegründete Küko bereits, wie Vorsitzende Sabine Gollner aus Bad Berneck berichtet: „Wir sind deutschlandweit das größte Netzwerk für Kreativschaffende im ländlichen Raum.“ Im Februar hat man, gemeinsam mit dem Landkreis Wunsiedel, im Forum Kreativwirtschaft Fichtelgebirge auch eine hauptamtliche Stelle für eine Netzwerkmanagerin geschaffen.

Die Kreativen bringen, wie beide Rednerinnen betonen, nicht nur die eigenen Unternehmen voran, sondern werten darüber hinaus die gesamte Region auf. Sie geben Impulse, sie machen das ländliche Leben interessanter – gerade auch für junge Leute, die man hier halten will. Sie hoffen auf Wertschätzung aus der Bevölkerung und die Begegnung auf Augenhöhe mit der klassischen Wirtschaft. Sie wollen von sich aus sichtbar werden, ihre Arbeit offensiver dar stellen.

Dazu brauchen sie allerdings etwas, an das ihre Kollegen in den Metropolen deutlich leichter kommen: Aufträge.



Plädoyer für eine mutige Raumnahme durch die Kreativen: Corinna Hesse, Sprecherin von „Kreative Deutschland“, und Sabine Gollner, Vorsitzende der Künstlerkolonie Fichtelgebirge.

Foto: Rainer Maier

Köpfe fördern, nicht tote Materie

Röslau – Der Fokus des Wirtschaftsförderers hat sich verschoben. Schaute Thomas Edelmann auf dem Höhepunkt der Strukturkrise vor allem auf Unternehmen, die in großem Umfang Arbeitsplätze geschaffen haben, so sieht der Chef der Entwicklungsagentur Fichtelgebirge jetzt verstärkt den Wert der Kreativen. „Es war an der Zeit, sich um diese Branche zu kümmern“, sagt er. Edelmann will den Kreativschaffenden helfen, will ihnen Fördergelder zugänglich machen, will ihre Ar-

beit sichtbarer werden lassen, will anderen Unternehmen zeigen, was es in der Region alles gibt und dass man sich gute Fotografen oder Designer nicht aus den Metropolen holen muss. Dankbar sei er dafür, dass dieser Ansatz im Landkreis Wunsiedel



Thomas Edelmann

auch politisch mitgetragen wird. Mit anderen Teilnehmern des Gesprächs am Dienstagabend ist sich Edelmann einig, dass es darum geht, die gestalterisch tätigen Macher zu unterstützen: „Wir fördern Köpfe, nicht tote Materie.“

Kreative steigerten die Attraktivität einer Region, seien also ein wichtiger Standortfaktor. Dabei wirkten sie positiv nach außen und nach innen. Bei der Konferenz in Röslau sei die enorme Energie der Branche sichtbar geworden.

Rainer Maier

Kreativwirtschaft

Unter Kultur- und Kreativwirtschaft versteht man alles das, was produktiv aus Kultur hervorgeht oder sich mit Kultur beschäftigt. Zur Branche zählen alle Unternehmen, die überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Verteilung und medialen Verbreitung von kulturellen und kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Verbindender Kern ist der schöpferische Akt.

2006 kam die Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer Bruttowertschöpfung mit 58 Milliarden Euro in Deutschland bereits nahe an den Wert der Automobilindustrie (64 Milliarden Euro) heran. Die Branche wächst stetig: 2008 erzielte sie eine Bruttowertschöpfung von 63 Milliarden Euro und einen Umsatz von 132 Milliarden Euro.

Rund 238 000 Unternehmen mit knapp einer Million Erwerbstätigen sind heute in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Dabei ist die Branche sehr kleinteilig organisiert: Knapp neunzig Prozent der Unternehmen zählen zu den Kleinbeziehungsweise Kleinstbetrieben mit maximal zehn Beschäftigten.

Zur Kreativwirtschaft zählen dabei nicht nur die schöpferisch Tätigen selbst, sondern auch deren Vermarkter und Verbreiter, also nicht nur der Autor eines Romans, sondern auch die Buchhändlerin, die ihn verkauft, nicht nur der Darsteller in einem Film, sondern auch der Vorführer im Kino.

Problematisch ist, dass viele Bereiche von staatlicher Förderung abhängig sind, ohne die sie nicht lebensfähig wären. Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ empfahl deshalb im Jahr 2005, die Wirtschaftsförderung für kulturelle Güter stärker zu öffnen und Gründern besseren Zugang zu Finanzierungsquellen zu ermöglichen. Ziel ist es, diesem Wirtschaftsbereich positive Perspektiven zu erschließen. Außerdem soll die wirtschaftliche Basis der innovativen kleinen Kulturbetriebe gestärkt und die Erwerbschancen freischaffender Künstler verbessert werden.

Gesamter Warenbestand wird nahezu verschenkt

Schlussaktion im Oertel-Zentrum Leupoldsgrün

LEUPOLDSGRÜN. Extreme Lagerkosten zwingen Inhaberbefugte zu einmaliger Maßnahme / Sämtliche Teppiche werden verschenkt / Nur die ursprüngliche Mehrwertsteuer ist zu zahlen

Die Liquidation der Orientteppich-Galerie Mai GmbH hatte vor Kurzem für Aufsehen gesorgt, wobei etliche Bürger die aufgrund der im Nachgang der Aro-Insolvenz aufgetretenen Finanzprobleme unabdingbar gewordene Sonderaktion genutzt hatten, um sich bei hochwertiger klassischer, moderner, seidener und antiker Knüpfkunst die Schnäppchen des Jahres zu sichern.

Trotz des regen Interesses konnte jedoch das immense Kontingent an edlen Orientteppichen dabei wie erwartet nicht komplett veräußert werden. Nach dem Ende des Ausverkaufs wurden daher alle verbliebenen Exponate in eine Lagerhalle verbracht. Doch das hat sich nun als massives Problem entpuppt: Die Kosten der Einlagerung, vor allem für Versicherung und fachmännische Pflege, sind so hoch, dass sie aus der vorhandenen Liquidität nicht mehr zu tragen sind. „Es ist absurd: die erlesenen Teppiche stellen erhebliche Werte dar und sorgen gleichzeitig für unlösbare finanzielle Schwierigkeiten“, so der Betreiber des Traditionshauses Mai, Saied Ordibeheht.

Doch diese Erkenntnis alleine hilft nicht weiter – Herr Ordibeheht muss ein für alle Mal einen Schlussstrich ziehen. Und das tut er jetzt auch, und zwar auf eine noch nie dagewesene Weise! Um die extremen, fortlaufenden Lagerkosten einzusparen hat er nämlich entschieden, den hiesigen Bürgern das ultimative Angebot zu unterbreiten: Alle noch vorhandenen Teppiche werden verschenkt; lediglich die Mehrwertsteuer ist zu zahlen! Dazu der Fachmann abschließend: „Diese Zusage gilt für jedes Exponat; ob kleine Brücke oder Übermaß bis 6 x 4 m, ob strapazierfähige Qualität oder seidenes Meisterwerk, ob zeitloser Klassiker, trendiger Designerteppich oder wertstabile, antike Rarität – die Erwerber übernehmen nur die ursprüngliche Mehrwertsteuer!“

Die Versenkung sämtlicher Teppiche der Mai GmbH findet ausschließlich in den hierzu dankenswerterweise kurzfristig zu Verfügung gestellten Ausstellungsräumen im Oertel-Zentrum Leupoldsgrün (Am Löwenberg 5, Nähe Autobahn A9, Abfahrt Hof, in Leupoldsgrün ausgeschildert) statt; angesetzt wurde die außergewöhnliche Aktion für heute (Donnerstag, 26. September) von 10 bis 18 Uhr und ab Samstag, 28. September, von 10 bis 16 Uhr.



Lieber ein Ende mit Schrecken als ein Schrecken ohne Ende: Saied Ordibeheht, Betreiber der Teppichgalerie Mai GmbH, verabschiedet sich der Familie zuliebe aus der Teppichbranche und verschenkt im Oertel-Zentrum in Leupoldsgrün (Am Löwenberg 5, Nähe Autobahn A9, Abfahrt Hof) den gesamten verbliebenen Bestand