

Kreative Pioniere in ländlichen Räumen

Innovation & Transformation zwischen Stadt & Land

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

Einzelbeitrag: Christina Reissmann / Daniel Schiller

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



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

Christina Reissmann / Daniel Schiller

Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH / Universität Greifswald

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

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| Vorbemerkung | 297 |
| 1 Einleitung/ Stand der Forschung | 298 |
| 2 Methodisches Vorgehen | 301 |
| 2.1 Definition der gewählten Wirkungskanäle der Künstler auf die Regionalentwicklung..... | 301 |
| 2.2 Untersuchungsgegenstand | 303 |
| 2.3 Datenerhebung und Methode..... | 307 |
| 2.4 Empirischer Ansatz und Daten..... | 308 |
| 3 Ergebnisse..... | 312 |
| 3.1 Überblick und Wohnortwahl..... | 312 |
| 3.2 Kunst als Faktor der Regionalentwicklung im ländlichen Raum | 316 |
| 3.2.1 Wirtschaftsfaktor Kunst – Rolle der Kunst für die regionale Wertschöpfung und ihre Bedeutung für andere Branchen (u. a. Auftragsarbeiten) | 317 |
| 3.2.2 Aufwertung | 319 |
| 3.2.3 Kulturelle Bildung..... | 321 |
| 3.2.4 Transporteure der Kulturlandschaft | 322 |
| 3.2.5 Künstler als Entwicklungspotenzial für den ländlichen Raum besser nutzen – Handlungsempfehlungen | 324 |
| 4 Fazit..... | 326 |
| Quellenverzeichnis..... | 328 |

Vorbemerkung

Der vorliegende Artikel leistet einen Beitrag zur Debatte um das Konzept der Kreativen Klasse und deren positive Effekte auf die Regionalentwicklung. Viele Studien untersuchen Ballungsgebiete in den USA, zunehmend aber auch Regionen außerhalb der USA. Es gibt jedoch wenige Studien, die sich mit ländlichen Räumen befassen. Dieser Beitrag untersucht die Wirkungen von Künstlern auf die Regionalentwicklung im ländlichen Raum für zwei deutsche Landkreise. Dafür wurden durch eine Künstlerbefragung und Experteninterviews Daten eigenständig erhoben und diese deskriptiv, anhand logistischer Regressionen und einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass Künstler auf vielfältige Weise einen Beitrag zur Entwicklung ländlicher Räume leisten. Sie stärken die Wirtschaftskraft einer Region, indem sie Einnahmen aus der Kunst generieren und andere Branchen von ihrer kreativen Tätigkeit profitieren. Zudem tragen sie zur Aufwertung und kulturellen Bildung bei und beeinflussen u. a. als Transporteure der Kulturlandschaft das Selbst- und Außenbild einer Region. Dabei ist es schwierig Künstler, die zur Regionalentwicklung beitragen, nach bestimmten Merkmalen von jenen zu unterscheiden, die keinen Beitrag leisten. Als Identitätsstifter, Image-, Bildungs- und Wirtschaftsfaktor erfüllt Kunst eine Querschnittsfunktion und stellt ein Entwicklungspotenzial für den ländlichen Raum dar, das in den Landkreisen als solches zwar erkannt aber noch nicht ausgeschöpft ist.

1 Einleitung / Stand der Forschung

Vor mehr als zehn Jahren entwickelte der amerikanische Regionalökonom Richard Florida das Konzept der Kreativen Klasse. Ausgangspunkt des Konzepts der Kreativen Klasse ist die Annahme, dass die Ressource Kreativität auf dem Weg in die Wissensgesellschaft immer mehr an Bedeutung gewinnt. Unter dem Begriff Kreativität wird die Fähigkeit verstanden, neues Wissen zu generieren bzw. vorhandenes Wissen kommerziell zu nutzen (vgl. Florida, 2002a, S. 4 ff.; Glaeser, 2005, S. 593; Fritsch / Stützer, 2007, S. 1). In seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ führt Florida (2002a) aus, dass die Kreativen ein Schlüsselfaktor für die regionalwirtschaftliche Entwicklung sind. Für die Wettbewerbsfähigkeit von Regionen ist es daher entscheidend, Mitglieder der Kreativen Klasse anzuziehen und zu halten. Voraussetzung dafür ist ein „people’s climate“, das sich durch Toleranz und Offenheit auszeichnet und für Kreative ein attraktives Umfeld darstellt. Für die Regionalentwicklung sind drei Faktoren von Bedeutung: Technologie (Hightechbranche), Talent (kreatives Potenzial) und Toleranz (Offenheit gegenüber fremden Kulturen und Lebensstilen). Regionen, in denen die „3Ts“ stark ausgeprägt sind, üben eine starke Anziehungskraft auf die kreativ Tätigen aus und besitzen das Potenzial für ein starkes Wirtschaftswachstum. Kulturelle Vielfalt und Kreativität bilden somit den Nährboden für Innovationen und Unternehmertum und ziehen weitere ökonomische Aktivitäten an („jobs follow people“; vgl. Florida, 2002a, S. 249 ff.; Boschma / Fritsch, 2007, S. 1).

Floridas Ideen genießen große Popularität insbesondere unter politischen Entscheidungsträgern in den USA, die sie schon früh in die wirtschaftspolitische Praxis übertragen haben (vgl. Glaeser, 2005, S. 593). Der Fokus vieler Entwicklungsstrategien liegt darauf für ein „people’s climate“ zu sorgen, das Kreative anzieht und einen Wettbewerbsvorteil im „war for talent“ verspricht. Aber auch in Europa hat das Konzept der Kreativen Klasse hohe Erwartungen seitens der Wirtschaftspolitik ausgelöst (vgl. Peck, 2005, S. 740 ff., 766; Fritsch / Stützer, 2007, S. 15).

Floridas Ansatz hat in mehrerer Hinsicht Kritik hervorgerufen (vgl. Glaeser, 2005; Markusen, 2006; Peck, 2005; Storper / Scott, 2008; Krätke, 2010). Ein zentraler Kritikpunkt besteht in der sehr breiten Definition der Kreativen Klasse (vgl. Glaeser, 2005; Markusen, 2006; Peck, 2005; Storper / Scott, 2008; Krätke, 2010). Florida grenzt die Kreative Klasse über Berufsgruppen ab, die er als kreativ ansieht (vgl. Florida, 2002a, S. 8 ff.). Kritiker bemängeln, dass viele dieser Berufe ein hohes Maß an Qualifikation

erfordern und werfen Florida eine Vermischung von Kreativität und Humankapital vor (vgl. Markusen / King, 2003, S. 4; Glaeser, 2005, S. 594 f.). Zudem sei die von ihm definierte Kreative Klasse per se eine fragwürdige Gruppierung, da nicht alle in ihr enthaltenen Berufe wirklich als kreativ angesehen werden könnten und verschiedene Berufsgruppen auf unterschiedliche Art und Weise auf die Regionalentwicklung einwirken. Daher sei es notwendig innerhalb dieser Aggregation zu differenzieren und sich bei empirischen Untersuchungen auf einzelne Teilgruppen der Kreativen Klasse zu fokussieren (vgl. Krätke, 2010, S. 836, 850; Markusen, 2006, S. 1937; Glaeser, 2010, S. 839, 850; Drake, 2003, S. 516). Da sich Floridas empirische Untersuchungen auf Metropolregionen in den USA beziehen (vgl. Florida, 2002a; Florida et al., 2008; Florida / Mellander, 2010), handle es sich bei den „3Ts“ um regionale Erfolgsfaktoren, die spezifisch für die USA seien. Eine Übertragbarkeit auf Regionen außerhalb der USA und auf ländliche Räume sei somit fragwürdig und zu prüfen.

Gegenwärtig nimmt die Zahl der Studien zu, in denen Floridas Hypothesen für Regionen außerhalb der USA empirisch getestet werden. Für Deutschland sind dies u. a. Arbeiten von Fritsch und Stützer (2009), Krätke (2010), Mossig (2011), Möller und Tubadji (2004) und Wedemeier (2010). Kreative sind jedoch nicht ausschließlich in städtischen, sondern auch in ländlich geprägten Regionen zu finden. Daher wird inzwischen auch der ländliche Raum in die Forschung einbezogen, so beispielsweise von McGranahan und Wojan (2007) und McGranahan et al. (2010) für die USA.

Fritsch und Stützer (2009) untersuchen in ihrer Studie die räumliche Verteilung von Kreativen in Deutschland. Sie stellen fest, dass die kreativ Tätigen in Deutschland sehr ungleich verteilt sind und sich stark in Agglomerationsräumen konzentrieren. Aber auch in einigen kleineren Städten und im ländlichen Raum finden sich relativ hohe Anteile an kreativ tätigen Personen. Die Autoren schlussfolgern, dass nicht nur in großen Zentren gute Voraussetzungen für schöpferisch-kreative, innovative Tätigkeiten bestehen und dass Regionen mit einem hohen Anteil an Kreativen durch ein relativ hohes Niveau an Unternehmensgründungen, Innovationen und einem hohen Anteil an Beschäftigten in Hightechbranchen gekennzeichnet sind (vgl. Fritsch / Stützer, 2009, S. 15, 23).

McGranahan und Wojan (2007) argumentieren, dass eine attraktive Naturausstattung und ein damit einhergehender hoher Freizeit- und Erholungswert eine so starke Anziehungskraft auf einige Kreative ausübt, sodass diese sich im ländlichen Raum niederlassen. Sie zeigen in ihrer Studie einen engen Zusammenhang zwischen der Präsenz der Krea-

tiven Klasse und ländlichem Beschäftigungswachstum auf (vgl. McGranahan / Wojan, 2007, S. 199, 213). McGranahan et al. (2010) zeigen, dass „the interaction of entrepreneurial context with the share of the workforce employed in the creative class is strongly associated with growth in the number of new establishments and employment, particularly in those rural counties endowed with attractive outdoor amenities“ (McGranahan et al., 2010, S. 1). In beiden Studien wird der Zusammenhang zwischen Wohnortwahl und Lebenszyklus hervorgehoben. Urbane und ländliche Räume weisen unterschiedliche Qualitäten auf und Lebensqualität wird je nach Lebensphase unterschiedlich wahrgenommen. Während junge, ledige Kreative städtische Räume bevorzugen, schätzen insbesondere junge Familien, „mid-life career changers“ und Rentner den ländlichen Raum und dessen reizvolle Landschaft (vgl. McGranahan / Wojan, 2007, S. 214; McGranahan et al., 2010, S. 4).

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass nach wie vor im Bereich der Kreativen Klasse empirische Forschungsdefizite für Regionen außerhalb der USA und insbesondere für den ländlichen Raum bestehen. Das Anliegen dieses Beitrags ist es, Untersuchungen im ländlichen Raum in Deutschland durchzuführen. Betrachtet wird dabei eine Teilgruppe der Kreativen Klasse, nämlich Künstler, die zweifellos zu den kreativ tätigen Personen zählen (vgl. Markusen, 2006, S. 1925 f.). Zudem weicht das Standortverhalten der Künstler von dem anderer Teilgruppen der Kreativen Klasse ab: freischaffende Künstler sind in einigen ländlichen Regionen stark vertreten (vgl. Fritsch / Stützer, 2007, S. 15). Ziel dieses Beitrags ist es, die Künstler als Faktor der Regionalentwicklung im ländlichen Raum anhand definierter Wirkungskanäle zu untersuchen.

Folgende Fragen sollen beantwortet werden:

1. Warum entscheiden sich Künstler dazu, im ländlichen Raum zu leben und zu arbeiten?
2. Welche Wirkungen hat die kreative Tätigkeit der Künstler auf die regional(wirtschaftlich)e Entwicklung?
3. Können Künstler, die zur Regionalentwicklung beitragen, nach bestimmten Merkmalen von jenen unterschieden werden, die keinen Beitrag leisten?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurden im Rahmen einer Künstlerbefragung und von Experteninterviews Daten in zwei deutschen Landkreisen eigenständig erhoben. Die Daten wurden anhand deskriptiver Verfahren, logistischer Regressionen und einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

Der Beitrag ist wie folgt aufgebaut. Im nächsten Kapitel werden das empirische Vorgehen, die Daten und die Methodik vorgestellt. Die Ergebnisse werden in Kapitel 3 präsentiert und diskutiert. Kapitel 4 beinhaltet eine Zusammenfassung der Ergebnisse sowie eine kritische Reflexion und zeigt weiteren Forschungsbedarf auf.

2 Methodisches Vorgehen

2.1 Definition der gewählten Wirkungskanäle der Künstler auf die Regionalentwicklung

Kreativität gilt als Schlüsselressource für die Regionalentwicklung. Die Mitglieder der Kreativen Klasse vereinigen verschiedene Kreativitätsformen, nämlich kulturelle¹, wissenschaftliche, technologische und wirtschaftliche Kreativität, die als Kreation, Entdeckung, Innovation und Entrepreneurship bezeichnet werden (vgl. Suwala, 2014, S. 324). Zur Untersuchung der Wirkungen der kulturell-kreativen Tätigkeit von Künstlern im ländlichen Raum werden folgende Wirkungskanäle von Künstlern auf die Regionalentwicklung definiert:

Regionalwirtschaftliche Entwicklung im engeren Sinne

1. Beitrag der Künstler zur regionalen Wertschöpfung
2. Einfluss der Künstler auf andere Branchen

Regionalentwicklung im weiteren Sinne

3. Aufwertung
4. Kulturelle Bildung
5. Künstler als Transporteure der Kulturlandschaft

1 kulturelle oder künstlerische Kreativität, in der englischsprachigen Fachliteratur als „artistic creativity“ bezeichnet (vgl. Suwala, 2014, S. 155).

Zu 1. und 2.:

Es wird untersucht, inwiefern die Kunst einen Wirtschaftsfaktor darstellt, d. h. wie Künstler mit ihrer kreativen Tätigkeit zur wirtschaftlichen Entwicklung im ländlichen Raum beitragen. Zum einen indem sie selbst Einnahmen aus der Kunst generieren oder andere von ihrer Tätigkeit finanziell profitieren und so die regionale Kaufkraft stärken bzw. zur Verbesserung der Wirtschaftskraft beitragen. Zum anderen indem sie mit anderen Branchen kooperieren und durch Auftragsarbeiten ihre Fähigkeiten für die Region nutzbar machen („artistic work cross-fertilizes with other sectors“, Markusen / King, 2003, S. 5).

Zu 3.:

Im Forschungsfeld der Gentrifizierung wurde die Rolle von Künstlern als Raumpioniere bei Aufwertungsprozessen von städtischen Quartieren beschrieben (u. a. Cameron / Coaffee, 2005). „Artists are involved in the process of neighborhood turnover and redevelopment. They often move into abandoned or cheap buildings, invest sweat equity to fix them up, stabilize neighborhoods by their presence on the streets, and bring business to local retail stores“ (Markusen, 2006, S. 1936). Da auch der ländliche Raum insbesondere in Folge des demografischen Wandels von Leerstand betroffen ist und günstigen Wohn- und Arbeitsraum bietet, soll untersucht werden, inwiefern Künstler dort an Aufwertungsprozessen beteiligt sind. Aufwertung beschränkt sich aber nicht nur auf Gebäude, sondern bezieht auch die künstlerische Gestaltung des öffentlichen Raumes mit ein, wodurch das Erscheinungsbild von Orten verbessert bzw. aufgewertet wird.

Zu 4.:

Einen weiteren bedeutsamen Bereich für die Regionalentwicklung stellt der Faktor Bildung dar. Die kulturelle Bildung ist ein elementarer Bestandteil der Allgemeinbildung und bezeichnet „den Lern- und Auseinandersetzungsprozess des Menschen mit sich, seiner Umwelt und der Gesellschaft im Medium der Künste und ihrer Hervorbringungen“ (Ermert, 2009). Die Auseinandersetzung mit dem kulturellen Kontext, aber auch das Erlernen künstlerischer Fähigkeiten hat demnach großen Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung und die gesellschaftliche Teilhabe. Zudem bringt kulturelle Bildung arbeitsmarktrelevante Fähigkeiten wie soziale Kompetenz und Kreativität als Schlüsselkompetenzen hervor (vgl. Ermert, 2009). Künstler können als produktiver Kern u. a. im Rahmen der Kunstvermittlung einen Beitrag zur kulturellen Bildung und somit zur Regionalentwicklung leisten.

Zu 5.:

Ein weiterer Wirkungskanal besteht darin, dass Künstler als Transporteure der Kulturlandschaft auftreten. Suwala (2014) untersucht Kreativität als ein räumliches Phänomen. Er vereint Erkenntnisse aus Geografie, Wirtschaftswissenschaften, Soziologie und Psychologie und entwickelt ein Modell des Kreativitätsprozesses mit Wechselwirkungen zwischen Kreativität, Kultur und Raum. Der Raum wird mit seinen kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Einflüssen als Potenzialraum begriffen, der künstlerische Kreativität begünstigen kann (vgl. Suwala, 2014, S. 148 ff.). Werden charakteristische Merkmale in der Kunst verarbeitet, so kann die Besonderheit einer Region zum Ausdruck gebracht werden. „Whether these products are consumed locally, [or] in places elsewhere, [...] they will carry with them elements of the place in which they were produced and so can potentially shape how others perceive particular places“ (Drake, 2003, S. 513 f.).

Künstler haben das Potenzial als Transporteure der Kulturlandschaft zu agieren, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

1. Elemente der Kulturlandschaft werden in der Kunst verarbeitet.
2. Die Kunst wird für Andere sichtbar gemacht.

Über diesen Wirkungskanal können Künstler Einfluss darauf nehmen, wie andere die Region wahrnehmen und so zur lokalen Identität, zum Image und insgesamt zur Bekanntheit der Region beitragen.

2.2 Untersuchungsgegenstand

Das Untersuchungsobjekt dieses Beitrags ist die Berufsgruppe der Künstler. Als Künstler sind jene Gruppen definiert, die Richard Florida als Bohemians bezeichnet. Hierzu zählen Schriftsteller, Designer, Musiker und Komponisten, Schauspieler und Regisseure, Kunsthandwerker, Maler, Bildhauer, Grafiker, Fotografen und Tänzer (vgl. Florida, 2002b, S. 59). Eine Fokussierung auf Künstler ist sinnvoll, um im weiten Feld der Kreativen Klasse eine aussagekräftige empirische Untersuchung durchführen zu können (vgl. Comunian et al., 2010, S. 392).

Als Untersuchungsgebiet dienen die Landkreise Lüchow-Dannenberg und Ludwigslust-Parchim. Die Landkreise wurden ausgewählt, da sie vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) nach Siedlungsstrukturmerkmalen der Raumkategorie „ländlicher Raum“ zugeordnet werden und mit 40 bzw. 45 Einwohnern / km² als dünn besiedelt gelten (vgl. BBSR, 2014). Zudem gehören sie zu den ländlichen Regionen, die einen vergleichsweise hohen Anteil an Künstlern aufweisen.

Im Jahr 2017 liegt der Künstleranteil deutschlandweit bei ca. 24 Künstlern je 1.000 Einwohner. Der Landkreis Lüchow-Dannenberg erreichte einen überdurchschnittlichen Wert von 32. Im Landkreis Ludwigslust-Parchim wird ein für den ländlichen Raum typischer Wert von 10 erreicht (vgl. Abbildung 1). Insgesamt gibt es in Deutschland eine deutliche höhere Konzentration von Künstlern in den kreisfreien Großstädten (51 Künstler je 1.000 Einwohner), während der Künstleranteil bereits in den übrigen städtischen Kreisen auf 15 Künstler je 1.000 Einwohner fällt. Im ländlichen Raum kommen durchschnittlich ca. 11 Künstler auf 1.000 Einwohner.

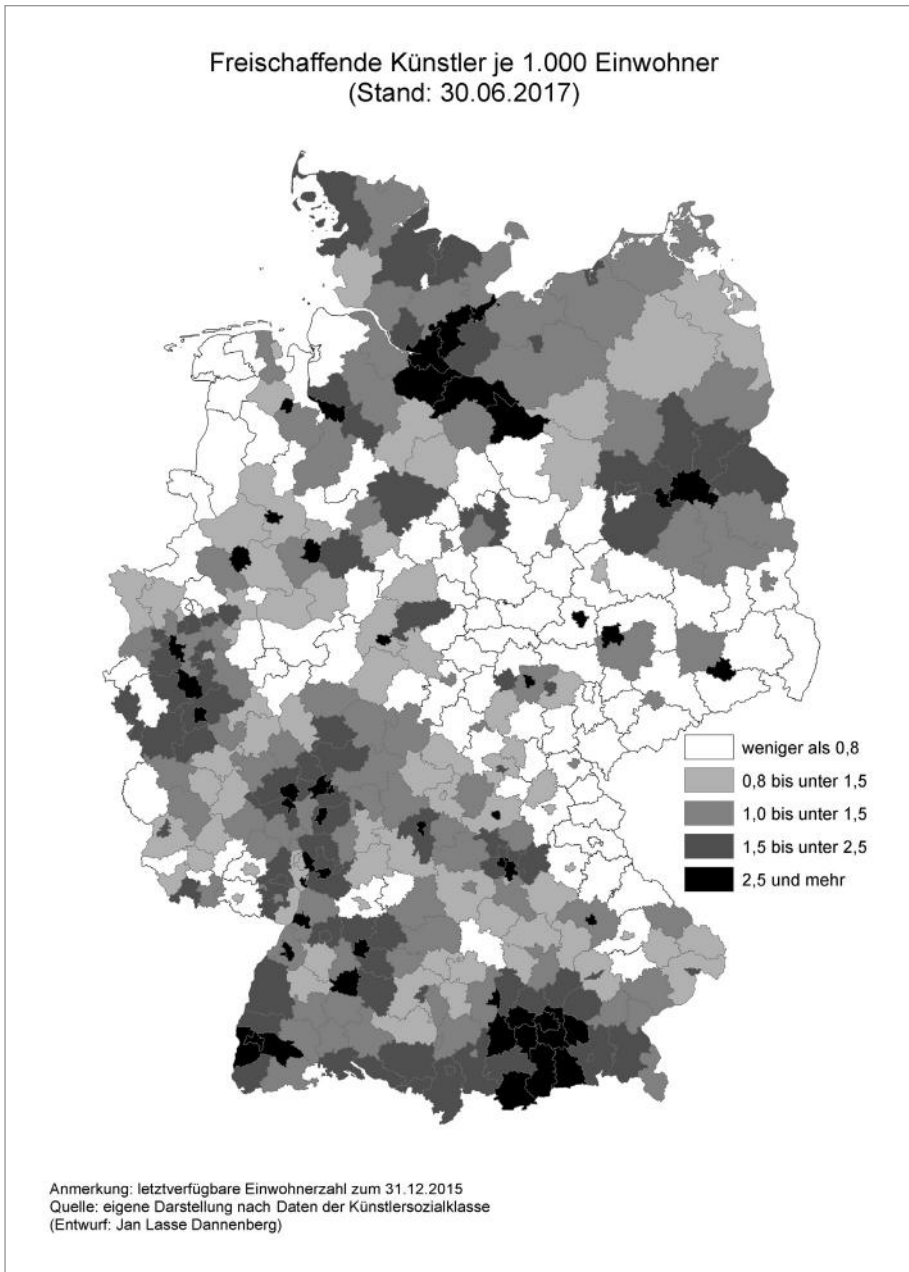


Abbildung 1: Freischaffende Künstler je 1.000 Einwohner auf Kreisebene in Deutschland (Stand: 30.06.2017) (Quelle: Eigene Darstellung anhand von Daten der Künstlersozialkasse).

Beide Landkreise gelten als strukturschwach und sind stark vom demografischen Wandel betroffen. Das Bruttoinlandsprodukt je Einwohner ist in den Landkreisen niedriger als im jeweiligen Bundesland. Die Beschäftigtenstruktur weicht vom Durchschnitt in Niedersachsen bzw. Mecklenburg-Vorpommern insoweit ab, als dass der Primäre Sektor und das Produzierende Gewerbe höhere und der Dienstleistungsbereich niedrigere Anteile aufweist. Die Arbeitslosenquote lag im Jahr 2014 über dem bundesweiten Durchschnitt (siehe Tabelle 1). Lüchow-Dannenberg hat im Zeitraum 2003 bis 2013 einen Bevölkerungsrückgang von $-5,7\%$ zu verzeichnen (Niedersachsen $-2,5\%$). In Ludwigslust-Parchim ist die Abnahme der Bevölkerungszahl mit $-10,2\%$ noch extremer (Mecklenburg-Vorpommern $-7,8\%$). Diese Entwicklung geht mit einer Alterung der Bevölkerung einher. In beiden Landkreisen ist der Anteil der unter 15-Jährigen stark gesunken (in Lüchow-Dannenberg um $-24,5\%$), ebenso wie der Anteil der Bevölkerung im Alter zwischen 15 bis unter 65 Jahren (in Ludwigslust-Parchim um $-15,3\%$), während gleichzeitig der Anteil der über 65-Jährigen um 11% bzw. 13% gestiegen ist (vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2015).

| | Lüchow-Dannenberg | Niedersachsen | Ludwigslust-Parchim | Mecklenburg-Vorpommern | Deutschland |
|--|-------------------|---------------|---------------------|------------------------|-------------|
| Bruttoinlandsprodukt je Einwohner (2012) in Euro | 21.030 | 30.066 | 19.617 | 22.473 | 34.253 |
| Erwerbstätige nach Wirtschaftszweigen (2014) in % | | | | | |
| Anteil Primärer Sektor | 3,8 | 2,8 | 5,9 | 3,2 | 1,5 |
| Anteil Produzierendes Gewerbe | 30,9 | 23,8 | 32,8 | 19,0 | 24,6 |
| Anteil Dienstleistungsbereich | 65,3 | 73,4 | 61,3 | 77,8 | 73,9 |
| Arbeitslosenquote (2014) in % | 9,0 | 6,2 | 7,9 | 11,0 | 6,7 |

Tabelle 1: Kennzahlen zu Wirtschaft und Arbeitsmarkt in den Landkreisen (Quelle: Eigene Darstellung, Daten Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Bundesagentur für Arbeit).

Die Untersuchungsregion umfasst verschiedene Kulturlandschaften (u. a. das Elbtal, das Wendland in Lüchow-Dannenberg und die Griese Gegend in Ludwigslust-Parchim) und bietet somit ein landschaftsgebundenes Potenzial auch für Künstler, um als Transporteure der Kulturlandschaft aufzutreten (vgl. Landkreis Ludwigslust-Parchim, o. J., Pressemitteilung Regiobranding, 2015). Die Ausgangslage in den Landkreisen ist daher vergleichbar.

Neben vielen Gemeinsamkeiten können darüber hinaus Unterschiede ausgemacht werden. Zwischen den Landkreisen verlief bis 1989 mit dem ehemaligen Grenzfluss Elbe die innerdeutsche Grenze. Die Untersuchungsregion weist zudem südlich und nördlich der Elbe unterschiedlich hohe Anteile an freischaffenden Künstlern auf (siehe Abbildung 1). Die hohe Konzentration von Künstlern in Lüchow-Dannenberg lässt sich darauf zurückführen, dass mehrere bedeutende Künstlerkolonien und Künstlerdörfer im Wendland vorhanden sind (vgl. Lange et al., o. J., S. 7).

2.3 Datenerhebung und Methode

Wesentliches Erhebungsinstrument ist eine Online-Befragung der Künstler. Eine internetbasierte Umfrage als Spezialfall der schriftlichen Befragung ist zeitlich und räumlich unabhängig. Auf diese Weise können Angaben von einer größeren Gruppe von Personen relativ schnell ermittelt werden und es kann eine umfassendere Untersuchung der Künstler in den beiden Landkreisen stattfinden (vgl. Diekmann, 2008, S. 437, 522 ff.; Baur / Blasius, 2014, S. 662 f.).

Im Zeitraum November / Dezember 2015 wurden personenbezogene Daten von den in der Untersuchungsregion wohnhaften Künstlern erhoben. Der standardisierte Fragebogen deckt die Themenbereiche Wohnortwahl und Beitrag zur Regionalentwicklung über die oben genannten Wirkungskanäle ab. Um den Künstlerkontakt herzustellen, wurden Listen genutzt, die bei den Landkreisen bzw. bei Künstlerinitiativen vorliegen (z. B. „Wendlandhautnah“, „Sommerakademie Wendland“, „KunstOffen“, Kunst- und Kulturrat). Diese Personen erhielten eine Einladung mit einem individuellen Zugangsschlüssel zur Befragung. Im Landkreis Ludwigslust-Parchim liegt die Rücklaufquote bei 35,4% (195 Einladungen, 69 Teilnehmer), in Lüchow-Dannenberg bei 47,5% (101 Einladungen, 48 Teilnehmer). Zusätzlich wurde ein Link zur selbstständigen Registrierung über den Verteiler von Netzwerkern versendet, welche aus Datenschutzgründen keinen direkten Künstlerkontakt herstellen konnten (z. B. „Kulturelle Landpartie“, „Künstlerbund Mecklenburg und Vorpommern e. V.“). Nach Angabe von Vor- und Nachnamen sowie der E-Mail-Adresse wurde der direkte Teilnahmelink zur Befragung verschickt. Durch dieses Vorgehen ist es möglich, die Übersicht über die Befragungsteilnehmer und damit die Kontrolle über die Befragung zu behalten. Zudem wurde in Pressemitteilungen der Landkreise auf die Künstlerbefragung aufmerksam gemacht. Insgesamt konnten so zusätzlich zu den eingeladenen Personen Daten von elf (Lüchow-Dannenberg) bzw. zwölf (Ludwigslust-Parchim) weiteren Künstlern gewon-

nen werden. Nach der Bereinigung des Datensatzes besteht dieser aus den Angaben von 128 Künstlern, wobei 72 ihren Wohnsitz in Ludwigslust-Parchim und 56 in Lüchow-Dannenberg haben.

Zudem wurden Expertengespräche mit Akteuren vor Ort durchgeführt. Mithilfe des Expertenwissens soll eine weitere Perspektive eingebracht und die Wirkungen der Künstler auf die Regionalentwicklung eingeschätzt werden. Daher wurden Anfang Januar 2016 vier leitfadengestützte Interviews mit Personen aus der kommunalen Verwaltung beider Landkreise geführt. Die Experten zeichnen sich dadurch aus, dass sie über besonderes Fachwissen in den Bereichen Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung und Kultur verfügen. Zusätzlich wurde ein Interview mit einem Mitglied des Kunst- und Kulturrates Ludwigslust-Parchim geführt. Die Interviews dauerten zwischen 30 und 45 Minuten und deckten folgende Themenbereiche ab:

- Wirtschaftsfaktor Kunst
- Raumwirkung der Künstler (Aufwertung und Image der Region)
- Organisation der Künstler sowie Förderung und Unterstützung

Um die Forschungsfragen zu bearbeiten, wurden demnach sowohl quantitative als auch qualitative Daten selbst erhoben. Der Mixed-Methods-Ansatz wurde gewählt, da durch die Kombination beider Forschungsansätze die jeweiligen Stärken genutzt und Limitationen abgeschwächt werden können (vgl. Creswell, 2009, S. 203). Die Daten werden anhand deskriptiver Verfahren, logistischer Regressionen und der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

2.4 Empirischer Ansatz und Daten

Die empirischen Modelle in diesem Beitrag sind logistische Regressionen. Die Berechnungen basieren auf den Daten der Künstlerbefragung. Ziel ist es zu untersuchen, ob sich Künstler, die zur Regionalentwicklung beitragen, nach bestimmten Merkmalen von denen unterscheiden, die keinen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten.

Abhängige Variablen

Den Künstlern wurden nachstehende Fragen gestellt, welche als (ausgewählte) Wirkungskanäle auf die Regionalentwicklung in die Untersuchung einfließen (siehe Tabelle 2). Für den Wirkungskanal Auftragsarbeiten konnte die Variable direkt aus den Antworten der Auftragsarbeiten-Frage (Ja / Nein) generiert werden. Bieten die Künstler Kurse im Rahmen der Erwachsenenbildung an und / oder es besteht eine Zusammenarbeit mit Schulen, so sind diese in der Kunstvermittlung aktiv und somit im Bereich kulturelle Bildung.

| Frage | Variable | Ausprägungen | Häufigkeit, absolut (%) | |
|---|--------------------|--------------|-------------------------|-------|
| Erbringen Sie im Rahmen Ihrer künstlerischen Tätigkeit Auftragsarbeiten für andere? | Auftragsarbeiten | Nein | 43 (34,4) | n=125 |
| | | Ja | 82 (65,6) | |
| Engagieren Sie sich darüber hinaus in der Region mit künstlerischen Mitteln bzw. für die Kunst? | Kulturelle Bildung | Nein | 69 (56,6) | n=122 |
| | | Ja | 53 (43,4) | |

Tabelle 2: Übersicht abhängige Variablen (Quelle: Eigene Darstellung).

Unabhängige Variablen

Für die Wirkungskanäle Auftragsarbeiten und kulturelle Bildung sollen jene Merkmale gefunden werden, anhand derer die Künstler, welche einen der beiden Kanäle bedienen, von jenen unterschieden werden können, die dies nicht tun. Das Vorgehen ist dabei als explorativ zu bewerten. Die Merkmale sind zusammenfassend in Tabelle 3 dargestellt.

Da es sich um künstlerspezifische Wirkungskanäle handelt (siehe Kapitel 2.1), wird davon ausgegangen, dass der zeitliche Umfang der künstlerischen Tätigkeit einen Einfluss darauf haben wird, ob bestimmte Kanäle bedient werden oder nicht. Es wird erwartet, dass Vollzeitkünstler eher einen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten als Teilzeit- oder Hobbykünstler.

Zusätzlich soll untersucht werden, ob eine Wohndauer von über fünf Jahren einen Erklärungsbeitrag leistet. Das heißt, ob eine gewisse Etabliertheit in der Region für die Arbeit von Künstlern wichtig ist, um Aufträge zu erhalten oder in der Kunstvermittlung aktiv zu werden. Die Grenze von fünf Jahren wurde gewählt, da dies eine übliche Ein-

teilung in der Stadtentwicklung und dem Wohnungsmarkt darstellt (vgl. u. a. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin, 2013; IfS, 2015; Deutscher Mieterbund, o. J.) und in diesem Zeitraum eine Vernetzung der Zugezogenen möglich ist.

Des Weiteren wird angenommen, dass sich mit zunehmendem Alter der Künstler die Wahrscheinlichkeit erhöht, Aufträge zu erhalten, da sie sich eine Reputation aufbauen und zunehmend als Künstler anerkannt sind (vgl. Lang/Lang, 1988, S. 86; Benhamou, 2011, S. 70). Ein Bruch ist für die Altersgruppe 65 Jahre Plus zu erwarten, da diese Personen im Rentenalter sind und auf Grund von staatlichen Transferzahlungen nicht mehr selbst für ihren Lebensunterhalt sorgen müssen und daher z. B. auch keine Notwendigkeit besteht, Aufträge zu akquirieren oder anzunehmen. Zudem sind insbesondere ältere Menschen bereit, sich für die Gesellschaft zu engagieren, da die eigene Eingebundenheit in Ausbildung, Familie und Beruf im Lebensverlauf sinkt und somit mehr freie Zeit zur Verfügung steht und das Bedürfnis des Gebrauchtwerdens besteht (vgl. WZB, 2011, S. 5). Aufgrund der eigenen Neigungen und Fähigkeiten bietet sich für Künstler ein Engagement in der Kunstvermittlung an. Dies kann durch eine Zusammenarbeit mit Schulen oder das Angebot von Kunstkursen im Rahmen der Erwachsenenbildung erfolgen.

| Merkmal | Angabe Fragebogen | Häufigkeit, absolut (%) | binäre Variable | Beschreibung |
|---|------------------------------|--|------------------------|---|
| Zeitl. Umfang der künstl. Tätigkeit | Hobbykünstler | 29 (23,4) | Hobby Teilzeit | Vollzeittätigkeit als Referenzgruppe |
| | Teilzeittätigkeit | 24 (19,3) | | |
| | Vollzeittätigkeit | 71 (57,3) n=124 | | |
| Etabliertheit | Zuzugsjahr bzw. Einheimische | metrische Angabe, 8 (6,3) Einheimische n=125 | Wohndauer 5 Jahre | < = 5 Jahre (24 bzw. 19 %), > 5 Jahre (101 bzw. 81 %) |
| Alter | unter 18 Jahre | 0 (0,0) | Alter < 55 Jahre | 43 bzw. 33,6 % |
| | 18–24 Jahre | 0 (0,0) | | |
| | 25–34 Jahre | 4 (3,1) | | |
| | 35–44 Jahre | 9 (7,0) | | |
| | 45–54 Jahre | 30 (23,4) | | |
| | 55–64 Jahre | 54 (42,2) | | |
| | 65–74 Jahre | 21 (16,4) | | Referenzgruppe |
| | 75 Jahre und älter | 10 (7,8) n=128 | Alter ≥ 65 Jahre | 31 % bzw. 24 % |
| Landkreis | Ludwigslust-P. | 72 (56,25) | Region | Lüchow-D. = 1 |
| | Lüchow-D. | 56 (43,75) n=128 | | |
| Verbundenheit (Aussage: Ich fühle mich in meiner Region wirklich Zuhause) | -- trifft nicht zu | 3 (2,4) | Zuhause | Ja = trifft zu (++) sehr ausgeprägtes Heimatgefühl |
| | - | 3 (2,4) | | |
| | o unentschieden | 7 (5,7) | | |
| | + | 31 (25,0) | | |
| | ++ trifft zu | 80 (64,5) n=124 | | |

Tabelle 3: Übersicht unabhängige Variablen (Quelle: Eigene Darstellung).

Die Verbundenheit mit der Region könnte einen Einfluss darauf haben, ob ein Künstler im Bereich der kulturellen Bildung aktiv ist oder nicht. Daher wird für diesen Wirkungskanal das Heimatgefühl analysiert. Zu erwarten ist, dass Künstler, die eine sehr starke emotionale Bindung zur Region haben, eher bereit sind, sich in der Region zu engagieren und in der kulturellen Bildung mitzuwirken als jene bei denen dies nicht der Fall ist.

Außerdem wird davon ausgegangen, dass es regionsspezifische Unterschiede geben könnte. Da das Wendland für seine Ballung an Künstlern mit bedeutenden Künstlerkolonien und Künstlerdörfern (vgl. Lange et al., o. J., S. 7) sowie der seit 1989 statt-

findenden Veranstaltung „Kulturelle Landpartie“ in der Öffentlichkeit stärker wahrgenommen wird, könnte es aufgrund des unterschiedlichen Bekanntheitsgrads für Künstler in Lüchow-Dannenberg leichter sein, Aufträge zu erhalten als für Künstler in Ludwigslust-Parchim.

Die kategorialen Variablen zeitlicher Umfang der künstlerischen Tätigkeit und Alter werden in mehrere binäre Variablen unterteilt, sodass jeweils zwei Dummy-Variablen mit einer Referenzgruppe entstehen (vgl. Backhaus et al., 2011, S. 251). Da man damit rechnen konnte, dass sich sehr viele Befragte in ihrer Region zuhause fühlen, werden hier strengere Kriterien angewendet und zwischen Künstlern mit einer sehr starken emotionalen Bindung an die Region und solchen mit geringer ausgeprägtem Heimatgefühl unterschieden.

3 Ergebnisse

3.1 Überblick und Wohnortwahl

Zunächst soll ein Überblick über die 128 an der Befragung teilgenommenen Künstler gegeben und deren Wohnortwahl dargestellt werden. Welche künstlerische Tätigkeit üben die befragten Künstler aus? Wie viele sind zugezogen, zurückgekehrt oder seit ihrer Geburt in dem jeweiligen Landkreis wohnhaft? Welche Faktoren waren für die Wohnortwahl wichtig?

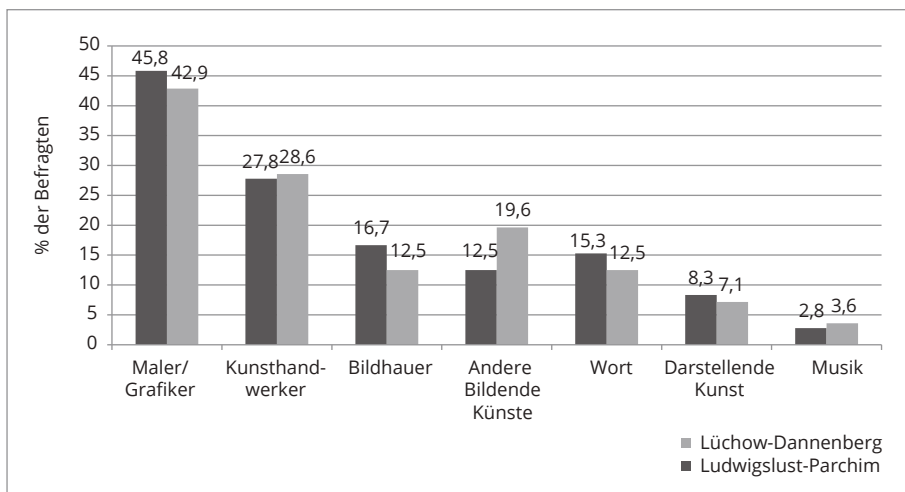


Abbildung 2: Art der künstlerischen Tätigkeit (Mehrfachnennung möglich) (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

Aus Gründen der Übersichtlichkeit wird die Angabe der künstlerischen Tätigkeit nach Kriterien der Künstlersozialkasse zusammengefasst und die Tätigkeit den vier Bereichen Bildende Kunst, Wort, Darstellende Kunst und Musik zugeordnet (vgl. Künstlersozialkasse, o. J.a). Da die Bildende Kunst stark vertreten ist, wird dieser Bereich differenzierter dargestellt und zwischen Malern / Grafikern, Kunsthandwerkern, Bildhauern sowie einer Kategorie mit anderen Bildenden Künsten (z. B. Fotograf, Rauminstallation) unterschieden. Maler und Grafiker werden in einer Kategorie zusammengefasst, da die Berufe verwandt sind und oft in Kombination genannt wurden. Die Kunsthandwerker sind u. a. als Keramiker, Glasgestalter, Silberschmied, Holz-, Metallgestalter oder Graveur tätig. Im Bereich Wort sind Schriftsteller, Dichter, Autoren, Lektoren und Journalisten erfasst. Darstellende Kunst umfasst z. B. Schauspieler, Regisseure und Filmemacher. 94 Künstler sind genau einer der sieben Kategorien zuzuordnen, während 34 Künstler in mindestens zwei verschiedenen Bereichen tätig sind.

Auffällig sind die vielen Bildenden Künstler in beiden Landkreisen (siehe Abbildung 2). 108 der 128 Befragten sind ausschließlich oder teilweise im Bereich Bildende Kunst tätig. Vergleicht man diese Zahlen mit jenen der Künstlersozialkasse, so wird deutlich, dass auch hier die Bildenden Künstler dominieren, allerdings nicht so extrem wie bei den selbst erhobenen Daten (vgl. Künstlersozialkasse). Eine plausible Erklärung hierfür liefert das Vorgehen zur Herstellung des Künstlerkontakts über Netzwerker, die anscheinend schwerpunktmäßig mit Bildenden Künstlern zu tun haben. Außerdem ist

die „Ausübung einer auf Dauer angelegten selbstständigen künstlerischen [...] Tätigkeit in erwerbsmäßigem Umfang“ (Künstlersozialkasse, o. J.b) Grundvoraussetzung für die Versicherungspflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz. Da bei der Umfrage solche Bedingungen nicht zugrunde lagen, wurden auch Hobby- und Teilzeitkünstler in die Erhebung mit einbezogen.

In Ludwigslust-Parchim sind 53 % der befragten Künstler als Vollzeitkünstler tätig, 19 % üben eine Teilzeittätigkeit aus und 25 % bezeichnen sich als Hobbykünstler (3 % ohne Angabe). In Lüchow-Dannenberg liegen die Werte bei knapp 59 %, ca. 18 % und 20 % (4 % ohne Angabe). Alle Befragten sind freischaffend tätig (4 ohne Angabe), 34 üben einen weiteren nichtkünstlerischen Beruf aus, von denen 15 selbstständig und 18 angestellt sind. Insgesamt führt der hohe Grad an Selbstständigkeit zu einer höheren Ortsungebundenheit der Künstler und birgt die Möglichkeit den Standort (relativ) frei zu wählen (vgl. Markusen, 2006, S. 1925 f.).

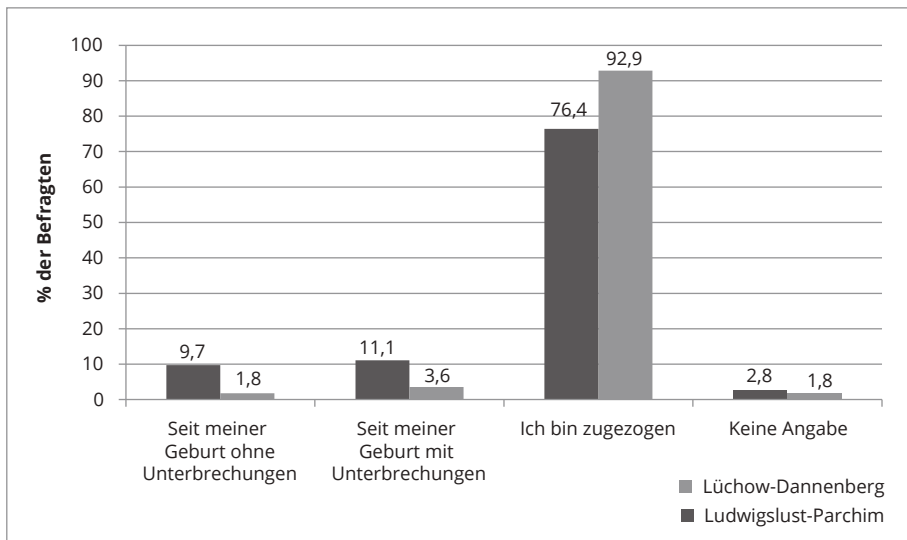


Abbildung 3: Wohndauer im Landkreis (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

76 % der Künstler aus Ludwigslust-Parchim und 93 % der Künstler aus Lüchow-Dannenberg sind zugezogen (siehe Abbildung 3). Vor dem Hintergrund von Bevölkerungsrückgang in dünn besiedelten Regionen (siehe Kapitel 2.2) ist Zuzug ein stabilisierender Faktor für die Regionalentwicklung, denn Zuwanderung trägt dazu bei die öffentliche Daseinsvorsorge aufrechterhalten zu können (vgl. BLE, 2012, S. 3). Die naheliegenden

Stadtstaaten Hamburg und Berlin sowie Mecklenburg-Vorpommern (für Ludwigslust-Parchim) bzw. Niedersachsen (für Lüchow-Dannenberg) sind die häufigsten Herkunftsregionen der zugezogenen und zurückgekehrten Künstler. Damit ist der Zuwanderungsradius wenig ausgedehnt.

Es schließt sich die Frage an, warum sich Künstler dazu entscheiden, im ländlichen Raum zu leben und zu arbeiten (Forschungsfrage 1). Meist ist dies eine Entscheidung, in die verschiedene Beweggründe hineinspielen. Abbildung 4 veranschaulicht die von den Künstlern genannten Motive für die Entscheidung im jeweiligen Landkreis zu leben. Die möglichen Einflussfaktoren auf die Wohnortwahl wurden der Fachliteratur entnommen (Übersicht in Alfken, 2015, S. 2189 ff.).

Es wird deutlich, dass von Künstlern in Lüchow-Dannenberg kunstbezogene Gründe häufiger genannt wurden als von jenen in Ludwigslust-Parchim. Zudem kommt dem politischen Engagement in der Region eine wichtige Bedeutung zu. Wie aus einem Experteninterview hervorgeht, sind viele Künstler durch den Atomkraft-Widerstand um Gorleben nach Lüchow-Dannenberg gekommen. Es entstanden mehrere bedeutende Künstlerkolonien und Künstlerdörfer (vgl. Lange et al., o. J., S. 7). In Ludwigslust-Parchim wurden Platz zur Entfaltung und familiäre Gründe am häufigsten genannt.

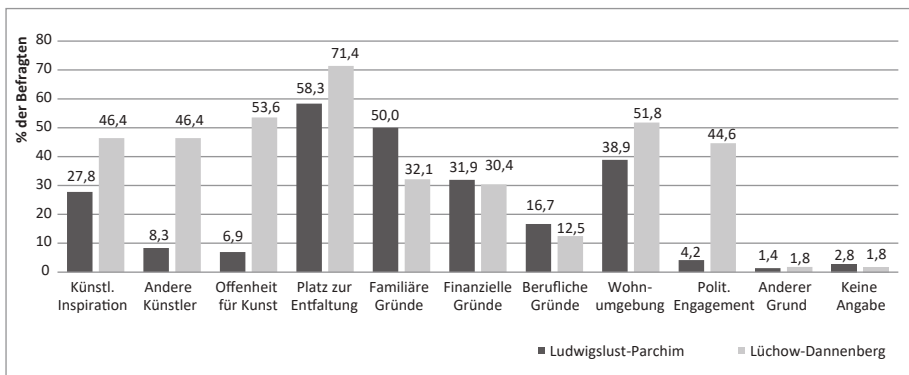


Abbildung 4: Gründe für die Wohnortwahl (Mehrfachnennung möglich) (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

Die Künstler wurden gebeten, kunstbezogene und andere Gründe für die Wohnortwahl zu gewichten. Für knapp 50 % der Künstler in Lüchow-Dannenberg waren sowohl künstlerische als auch andere Gründe gleichermaßen wichtig, während für ca. 60 % der Künstler in Ludwigslust-Parchim andere Gründe am wichtigsten waren (siehe Tabelle 4).

| | Ludwigslust-Parchim | | Lüchow-Dannenberg | | Gesamt | |
|-------------------------------------|---------------------|--------|-------------------|--------|---------|--------|
| | absolut | (%) | absolut | (%) | absolut | (%) |
| Kunstbezogene Gründe | 10 | (14,1) | 6 | (11,1) | 16 | (12,8) |
| Beides gleichermaßen wichtig | 19 | (26,8) | 26 | (48,2) | 45 | (36,0) |
| Andere Gründe | 42 | (59,1) | 22 | (40,7) | 64 | (51,2) |
| Gesamt | 71 | (100) | 54 | (100) | 125 | (100) |

Tabelle 4: Gewichtung der Gründe für die Wohnortwahl (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die Untersuchungsregion für zugewanderte Künstler attraktiv ist. Kunstbezogene Gründe sind jedoch in geringerem Umfang ein Zuzugsgrund als andere Gründe.

3.2 Kunst als Faktor der Regionalentwicklung im ländlichen Raum

Im Folgenden werden die Wirkungen der kreativen Tätigkeit der Künstler auf die regional(wirtschaftlich)e Entwicklung vorgestellt (Forschungsfrage 2). Dazu werden Auswertungen der Künstlerbefragung sowie die zentralen Ergebnisse aus den Expertengesprächen herangezogen.

Abbildung 5 enthält eine Übersicht der von den Künstlern genutzten Wirkungskanäle aufgeschlüsselt nach Landkreisen. In beiden Landkreisen engagieren sich die befragten Künstler im Bereich der kulturellen Bildung am wenigsten, während die meisten Künstler aus Lüchow-Dannenberg in der Aufwertung aktiv sind und Künstler aus Ludwigslust-Parchim hauptsächlich den Kanal Auftragsarbeiten bedienen.

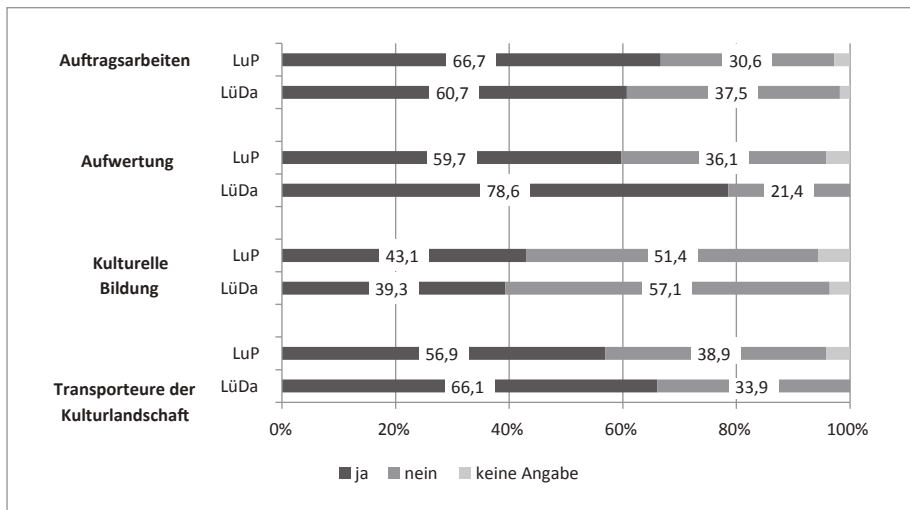


Abbildung 5: Von den Künstlern genutzte Wirkungskanäle (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

3.2.1 Wirtschaftsfaktor Kunst – Rolle der Kunst für die regionale Wertschöpfung und ihre Bedeutung für andere Branchen (u. a. Auftragsarbeiten)

Viele Wirtschaftsbereiche profitieren von der kreativen Tätigkeit der Künstler, die auf vielfache Weise zur regionalen Wertschöpfung beiträgt. Indem Künstler Aufträge übernehmen, können die Auftraggeber die kreativen Fähigkeiten der Künstler für ihre Zwecke nutzen. Dies sind vor allem Unternehmen, Vereine und Verbände sowie die öffentliche Verwaltung bzw. öffentliche Einrichtungen. Aber auch Aufträge von Privatpersonen werden mit einbezogen, da sie eine Einnahmequelle für Künstler darstellen. 65 % der Künstler haben angegeben Auftragsarbeiten zu erbringen. 78 Künstler haben diese Aussage näher ausgeführt: 76 % von ihnen erhalten Aufträge von Privatpersonen, 39 % von Unternehmen, 31 % von Vereinen und Verbänden sowie ebenfalls 31 % von der öffentlichen Verwaltung aus der Region. 85 % haben Aufträge von Kunden außerhalb der Region bekommen. Die Zusammenarbeit ist sehr vielfältig und reicht von handwerklichen und landwirtschaftlichen Betrieben über Verlage, Medienunternehmen und den Tourismusbereich bis hin zu Umweltverbänden und Kirchen.

Ein weiterer Aspekt ist die Durchführung von Kunst- und Kulturveranstaltungen. Aus den Experteninterviews geht hervor, dass bei überregional bekannten Veranstaltungen besonders das Beherbergungsgewerbe, die Gastronomie und auch der Einzelhandel von den Besuchern profitieren. Die in Lüchow-Dannenberg stattfindende „Kulturelle Landpartie“ (KLP) gilt laut Experte als „enormer Wirtschaftsfaktor“. Seit 1989 präsentieren Künstler und Handwerker zwischen Himmelfahrt und Pfingsten handwerkliche, bildende, darstellende und musikalische Kunst. Die 90 Veranstaltungsorte („Wunderpunkte“) in 70 Dörfern locken ca. 60.000 Besucher ins Wendland (1, vgl. Elbtalau Wendland, o. J.). Zu dieser Zeit ist der Landkreis komplett ausgebucht, berichten zwei Experten. Auch für die Künstler selbst lohnt sich die Veranstaltung finanziell: ca. 80 % begründen ihre Teilnahme u. a. mit dem Verkauf ihrer Arbeiten und geben an bis zu 30 % ihres Jahreseinkommens dort zu verdienen. Auch die Verpflegung der Besucher an den „Wunderpunkten“ ist lukrativ, so ein Experte. Allerdings steht die Erzeugung von Aufmerksamkeit für politische bzw. gesellschaftskritische Botschaften (nach wie vor) im Vordergrund (86 %). Denn Ausgangspunkt der „KLP“ ist der Kernkraft-Widerstand um Gorleben (vgl. Elbtalau Wendland, o. J.). In Ludwigslust-Parchim gibt es mit „KunstOffen“ zu Pfingsten eine ähnliche Veranstaltung. Hier wurde die allgemeine Kontaktpflege (90 %) und Bekanntmachung der Arbeiten (82 %) am häufigsten genannt. Auch ein Experte bestätigt, dass „KunstOffen“ gerne zum Austausch und für Vernetzungsaktivitäten genutzt wird.

Ein Experte stellt heraus, dass der von den Künstlern geschaffene wirtschaftliche Mehrwert schwer zu fassen ist. Diese Feststellung eines Experten stimmt mit Markusen und King (2003) überein, die keinen Weg gefunden haben, den in vielfältiger Weise geleisteten wirtschaftlichen Beitrag durch Künstler zu messen (vgl. Markusen / King, 2003, S. 20). Diese versteckten Beiträge durch die kreative Tätigkeit von Künstlern² bezeichnen die Autoren als „artistic dividend for a regional economy“ und definieren dies als „the aggregate economic impact that would not occur without the presence of artists“ (Markusen / King, 2003, S. 4).

Mithilfe einer logistischen Regression (s. oben) soll untersucht werden, ob Künstler, die durch Auftragsarbeiten einen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten, nach bestimmten Merkmalen von jenen zu unterscheiden sind, die nicht durch diesen Wirkungskanal zur regionalen Entwicklung beitragen (Forschungsfrage 3).

2 Z. B. auch durch an Künstler gebundene Berufe wie Kunstvermittler oder Agent.

Das Modell Auftragsarbeiten ist nicht signifikant (siehe Tabelle 5), d. h. die angeführten Merkmale können die Gruppenunterschiede nicht erklären und dürfen daher inhaltlich nicht interpretiert werden. Dies ist bemerkenswert, da erwartet wurde, dass Aufträge signifikant öfter an Berufskünstler als an Hobbykünstler vergeben werden. Tatsächlich werden Auftragsarbeiten aber von allen Künstlergruppen geleistet – unabhängig vom zeitlichen Umfang der künstlerischen Tätigkeit und dem Alter.

| | Koeffizient (Odds) |
|---|---------------------------|
| Teilzeit | -0,372852 (0,6888) |
| Hobby | -0,749553 (0,4726) |
| Wohndauer 5 Jahre | 0,945792 (2,5749) |
| Alter < 55 Jahre | 0,656737 (1,9285) |
| Alter ≥ 65 Jahre | -0,603696 (0,5468) |
| Region (Lüchow-D. =1) | -0,184588 (0,8314) |
| (Konstante) | 0,314932 |
| Pseudo R2 | 0,0760 |
| Prob > chi2 | 0,0802 |
| LR chi2 | 11,28 |
| n | 118 |
| <i>Signifikanzniveaus: *** 0,01; ** 0,05; * 0,1</i> | |

Tabelle 5: Logistische Regression, Modell Auftragsarbeiten (Quelle: Eigene Darstellung, Daten und Berechnungen).

3.2.2 Aufwertung

Der Wirkungskanal Aufwertung bezieht sich zum einen auf die Nutzung von zuvor leerstehenden bzw. ungenutzten Gebäuden und zum anderen auf die künstlerische Gestaltung des öffentlichen Raumes. Die Revitalisierung von Gebäuden ist im ländlichen

Raum nicht auf Künstler beschränkt. Aus den Expertengesprächen wird deutlich, dass günstige Grundstückspreise, niedrige Lebenshaltungskosten sowie ein hoher Freizeit- und Erholungswert nicht nur auf Kreative eine starke Anziehungskraft ausüben. Allerdings leisten Künstler einen wichtigen Beitrag und suchen Lösungen zum Erhalt und zur Nutzung von Baukultur, so ein Experte und führt mit dem Projekt „atelier + kantine“ ein konkretes Beispiel an. Ein Fotojournalist und -künstler betreibt die Kultureinrichtung mit Café auf der Festung Dömitz. Durch ein abwechslungsreiches Kulturprogramm wird das markante Bauerbe mit anspruchsvoller Nutzung in Wert gesetzt (vgl. atelier + kantine, o. J.).

Ein anschauliches Beispiel für Aufwertung durch Kunstaktionen im öffentlichen Raum ist die Fassadengestaltung von einem Fliesenkünstler in Boitzenburg (Ludwigslust-Parchim). Dort zieren Fliesenwandbilder öffentliche Gebäude und Häuser in der Altstadt. Die Kunstwerke tragen nicht nur zum Erscheinungsbild, sondern auch zum Image der Stadt bei, denn seit mehr als 100 Jahren werden in Boitzenburg Fliesen produziert und seit 2003 führt die Stadt den Beinamen „Fliesenstadt“. Zudem hat der Künstler als Mitbegründer des Ersten Deutschen Fliesenmuseums in Boitzenburg einen Kulturpunkt hervorgebracht (vgl. NDR, o. J.; Fliesenmuseum, o. J.).

Künstler werten die Region aber auch durch ihre Präsenz und kreative Tätigkeit vor Ort auf. Denn Kunst und Kultur ist ein „wesentlicher weicher Standortfaktor“, wie ein Experte festhält. Ein weiterer Gesprächspartner führt aus, dass Künstler dabei helfen die Lebensqualität vor Ort zu verbessern, indem sie die Region beleben und mit Konzerten, Ausstellungen, Lesungen, Vorführungen etc. zur Vielfalt des Kulturangebots beitragen. Die Region gewinnt durch die Künstler an Attraktivität, wodurch Unternehmen und Menschen angezogen bzw. in der Region gehalten werden. Dies ist insbesondere für ländliche Gebiete von großer Bedeutung (siehe Kapitel 2.2). In allen Expertengesprächen wird deutlich, dass durch überregional bekannte Kunst- und Kulturveranstaltungen, wie die „Sommerlichen Musiktage Hitzacker“, die „Gartower Schlosskonzerte“ oder die „KLP“ in Lüchow-Dannenberg bzw. „KunstOffen“, die „Kunst- und Kulturnacht Ludwigslust“ und das „Barockfest“ in Ludwigslust-Parchim, Künstler den Bekanntheitsgrad steigern und das Image der Region beeinflussen. Insbesondere die „KLP“ ist ein Publikumsmagnet und wird als „eine der besten Imagekampagnen überhaupt“ gesehen, so ein Experte. Auch viele Künstler begründen ihre Teilnahme an den Veranstaltungen „KLP“ bzw. „KunstOffen“ mit der Imagewerbung für die Region (75 % bzw. 53 %).

3.2.3 Kulturelle Bildung

Mithilfe einer logistischen Regression soll untersucht werden, ob Künstler, die durch Engagement im Bereich der kulturellen Bildung einen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten, nach bestimmten Merkmalen von jenen zu unterscheiden sind, die nicht auf diese Art und Weise zur regionalen Entwicklung beitragen (Forschungsfrage 3).

Das Modell für kulturelle Bildung weist einen signifikant negativen Wert für den Einflussfaktor Hobby auf (siehe Tabelle 6). Das bedeutet, dass Hobbykünstler signifikant seltener im Bereich kulturelle Bildung aktiv sind als Vollzeitkünstler. Zudem ist die Wahrscheinlichkeit für künstlerisches Engagement im Bildungsbereich höher, wenn Künstler schon länger als fünf Jahre in der Untersuchungsregion wohnen. Diese Ergebnisse wurden erwartet, da Berufskünstlern allgemein mehr Kompetenz in der Kunstvermittlung zugeschrieben wird. Zudem könnte das Angebot von Kursen im Rahmen der Erwachsenenbildung bzw. die Zusammenarbeit mit Schülern eine zusätzliche Einnahmequelle darstellen. Der zeitliche Aspekt ist wichtig, um sich in der Region zu etablieren bzw. Kontakte zu knüpfen. Entgegen der Annahme, sind die unter 55-Jährigen signifikant öfter im Bereich kulturelle Bildung tätig als die Altersgruppe 55 bis 64 Jahre. Zwischen den 55- bis 64-Jährigen und den Ältesten besteht kein signifikanter Unterschied. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass die Bereitschaft sich zu engagieren insbesondere von der persönlichen Initiative und Motivation abhängt und weniger von altersbedingten Umständen, wie der verfügbaren Zeit (vgl. WZB, 2011, S. 5).

| | Koeffizient (Odds) |
|-------------------|---------------------------|
| Teilzeit | -0,633557 (0,5307) |
| Hobby | -1,825856 *** (0,1611) |
| Wohndauer 5 Jahre | 1,310273 ** (3,7072) |
| Alter < 55 Jahre | 1,198895 ** (3,3165) |
| Alter ≥ 65 Jahre | 0,493476 (1,6380) |
| Zuhause | 0,567035 (1,7630) |

| | | |
|---|-----------|----|
| (Konstante) | -1,677035 | ** |
| Pseudo R2 | 0,1507 | |
| Prob > chi2 | 0,0006 | |
| LR chi2 | 23,87 | |
| n | 115 | |
| <i>Signifikanzniveaus: *** 0,01; ** 0,05; * 0,1</i> | | |

Tabelle 6: Logistische Regression, Modell Kulturelle Bildung (Quelle: Eigene Darstellung, Daten und Berechnungen).

Aufgrund des Skalenniveaus der Variablen besteht die Gefahr von Ausreißern nicht. Die unabhängigen Variablen wurden auf Multikollinearität getestet und können als unbedenklich bewertet werden. Für das Modell kulturelle Bildung sind insgesamt 73 % der Beobachtungen korrekt klassifiziert worden. Unter Kenntnis der unabhängigen Variablen verringern sich die Fehler bei der Vorhersage um 51 % im Vergleich zur Vorhersage allein auf Grund der Randverteilungen der abhängigen Variablen (vgl. Kohler / Kreuter, 2012, S. 349 ff.).

3.2.4 Transporteure der Kulturlandschaft

„Die Verbundenheit mit der Umgebung spiegelt sich in den Kunstwerken wider“, bringt es ein Experte auf den Punkt. An dieser Stelle soll genauer darauf eingegangen werden, welche kulturlandschaftlichen Besonderheiten Künstler in ihren Werken aufgreifen und für andere sichtbar machen. Denn „die Landschaften, die Städte und Dörfer, aber auch die regionale Kultur mit Kunst, Handwerk, Sprache, Produkten und Traditionen machen eine Region unverwechselbar“ (Pressemitteilung Regiobranding, 2015).

Abbildung 6 verdeutlicht, welche Kulturlandschaftselemente von den Künstlern in den jeweiligen Landkreisen verarbeitet werden. Insgesamt 56 % der Künstler greifen Landschaften (am häufigsten wurde das UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe genannt) bzw. Landschaftselemente (Wälder, Seen, Wiesen etc.) in ihrem Schaffen auf. Rund 28 % der Künstler verwenden regionale Materialien wie Raseneisenstein, Findlinge oder Speckstein. Der mecklenburgische Raseneisenstein wurde früher für die Eisenherstellung verwendet bzw. in der Griesen Gegend als Baumaterial eingesetzt (vgl. Zwahr et al., 2000, S. 83). Ein Bildhauer aus Ludwigslust-Parchim verwendet den einheimischen Rohstoff, um aus ihm Skulpturen zu fertigen.

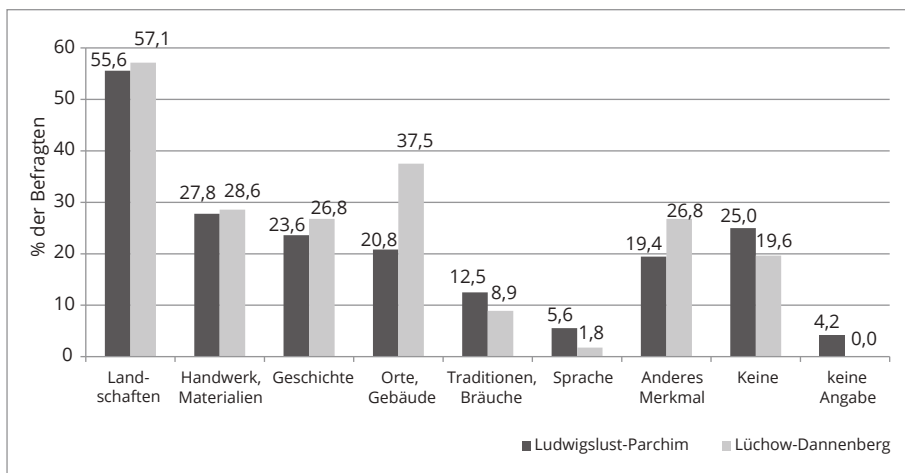


Abbildung 6: Aufgreifen charakteristischer Merkmale aus der Region in der Kunst (Mehrfachnennung möglich) (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

Insgesamt ein Viertel der Künstler gibt an, die Geschichte der Region, nämlich die Teilung Deutschlands mit dem innerdeutschen Grenzverlauf zwischen den Landkreisen sowie die Anti-Atomkraft-Bewegung im Wendland, in ihrer Kunst zu verarbeiten. Generell gibt es keine signifikanten Unterschiede bezüglich des Aufgreifens regionaler Merkmale zwischen den beiden Landkreisen, jedoch bei der Verarbeitung von Orten, Gebäuden und Plätzen wie niederdeutschen Hallen- bzw. Bauernhäusern, historischen Fachwerkgebäuden, Kirchen und Schlössern in der Kunst (ca. 21 % der Künstler in Ludwigslust-Parchim und 38 % der in Lüchow-Dannenberg wohnhaften Künstler). Eine Erklärung dafür könnten die sehr markanten und prägenden Rundlinge im Wendland sein (kreisförmig angeordnete Hallenhäuser). Als historische Siedlungsform und wendländische Kulturlandschaft wurde die Anerkennung der Rundlingsdörfer als UNESCO-Weltkulturerbe beantragt (vgl. Samtgemeinde Lüchow, o. J.).

Indem die Künstler charakteristische Merkmale der Region in ihrer Kunst aufgreifen und diese innerhalb und außerhalb der Region in der Landschaft, im öffentlichen Raum und/ oder in fremden Ausstellungs- bzw. Vorführungsräumen sichtbar machen, treten sie als Transporteure der Kulturlandschaft auf und tragen so zur lokalen Identität und zum externen Image bzw. zum Selbstbild und Außenbild der Region bei.

3.2.5 Künstler als Entwicklungspotenzial für den ländlichen Raum besser nutzen – Handlungsempfehlungen

Wie die vorhergehenden Ausführungen belegen, leisten Künstler auf vielfältige Weise einen Beitrag zur regional(wirtschaftlich)en Entwicklung ländlicher Räume und die interviewten Experten sind sich einig, dass Künstler ein großes Entwicklungspotenzial für den ländlichen Raum darstellen. Insbesondere im Hinblick auf Lebensqualität und „kulturelle Bildung als wesentlicher Baustein für das Gelingen von gesellschaftlichem Zusammenleben“ können Künstler einen wertvollen Beitrag leisten. Zudem sehen die befragten Künstler es auch als ihre Aufgabe an, sich mit ihrer Tätigkeit aktiv insbesondere in die Bereiche kulturelle Bildung und Imagewerbung für die Region einzubringen (siehe Abbildung 7 und 8). In beiden Landkreisen sei das bestehende Potenzial jedoch noch nicht ausgeschöpft, stellen einige Experten fest. Ein besonderes Potenzial existiert im Bereich der kulturellen Bildung. Hier gibt es eine große Bereitschaft (Abbildung 7), aber noch vergleichsweise wenige Aktivitäten (Abbildung 5).

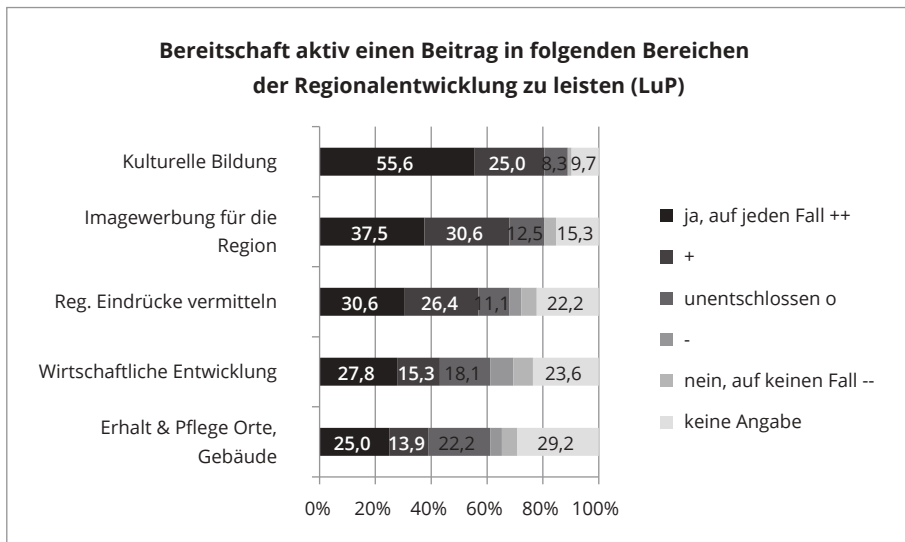


Abbildung 7: Bereitschaft der Künstler aktiv einen Beitrag zur Regionalentwicklung zu leisten im Landkreis Ludwigslust-Parchim (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

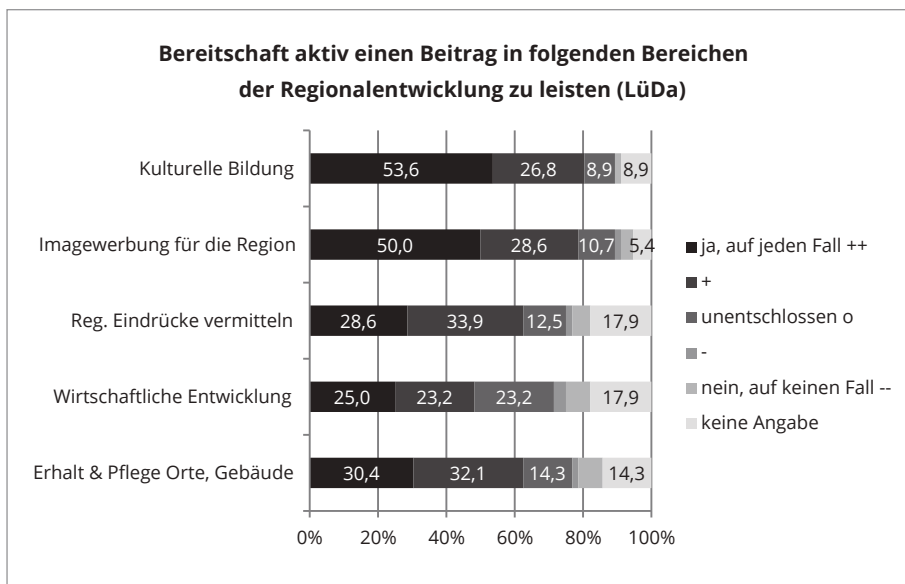


Abbildung 8: Bereitschaft der Künstler aktiv einen Beitrag zur Regionalentwicklung zu leisten im Landkreis Lüchow-Dannenberg (Quelle: Eigene Darstellung, eigene Daten).

Um das kulturtouristische Potenzial im ländlichen Raum zu erschließen, ist die Zusammenarbeit lokaler Akteure entscheidend. Akteure aus Kunst und Kultur, Tourismusförderung, der tourismusrelevanten Wirtschaft (z. B. Beherbergungsgewerbe, Gastronomie) sowie der kommunalen Politik und Verwaltung können dann gemeinsame Strategien entwickeln und Synergien entdecken. Dadurch können einzelne Angebote gebündelt und gemeinsam vermarktet werden (vgl. Drda-Kühn / Wiegand, 2011, S. 142, 144 f.). „Netzwerke als kontinuierlich lernende Systeme sind der zentrale Erfolgsfaktor“ (Drda-Kühn / Wiegand, 2011, S. 139). Auch die kommunale Verwaltung hat dieses noch weiter zu erschließende Potenzial erkannt: „Die interdisziplinäre Kooperation in den Bereichen Kultur, Tourismus und Naturerleben bietet große Chancen zur Entwicklung des Raumes und der Identifizierung der Bevölkerung mit ihrer Region“ (Kreisentwicklungskonzept Lüchow-Dannenberg, 2009, S. 41). Aus den Expertengesprächen geht hervor, dass das bestehende Potenzial noch besser touristisch in Wert gesetzt werden kann, indem touristische „Leuchttürme“, wie z. B. Skulpturenparks, intensiver und professionell vermarktet werden.

Künstler sehen sich selbst nur untergeordnet als wirtschaftliche Akteure (siehe Abbildung 7 und 8, u. a. Bohemian Lifestyle), trotzdem wollen sie zu Recht von ihrer Arbeit

leben können (Künstlerbefragung). Durch Kooperationen mit anderen lokalen Akteuren können regionale Wertschöpfungsketten aufgebaut werden. Indem diese durch effektives Marketing verstärkt wahrgenommen werden, können neue Einnahmequellen erschlossen werden.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass Regionalentwicklung an vorhandene Stärken und Potenziale anknüpfen muss. Kunst und Kultur stellt ein starkes Entwicklungspotenzial dar und erfüllt als Identitätsstifter, Image-, Bildungs- und Wirtschaftsfaktor eine Querschnittsfunktion. Wenn sich Künstler aktiv in bestimmte Bereiche der Regionalentwicklung einbringen und die Verwaltung bzw. Politik förderliche Rahmenbedingungen gestaltet, indem sie u. a. zur Stärkung des Bewusstseins für und der Wahrnehmung von Kunst und Kultur beiträgt und Vernetzungsaktivitäten unterstützt, dann können Künstler ihrer Berufung nachgehen, ihre kreativen Fähigkeiten der Gesellschaft verfügbar machen und so ihr Potenzial als ein Motor der Regionalentwicklung in ländlichen Räumen entfalten.

In Lüchow-Dannenberg sind 66 % der befragten Künstler 55 Jahre und älter bzw. 30 % 65 Jahre und älter. Ein Experte führt aus, dass es die seit langem etablierte „Künstlerelite“ dem Nachwuchs schwer macht sich zu profilieren und der fehlende Künstlernachwuchs problematisch werden könnte. Daher sollte Lüchow-Dannenberg künstlerischen Nachwuchs gewinnen und eine Kultur offener Netzwerke praktizieren, während der Schlüssel einer positiven Entwicklung in Ludwigslust-Parchim als Hauptgrund für Zuzug die Familienfreundlichkeit ist und genutzt bzw. ausgebaut werden sollte.

4 Fazit

Die Ergebnisse dieser Untersuchung leisten einen Beitrag zur Debatte um das Konzept der sogenannten Kreativen Klasse, indem die Wirkungen von Künstlern auf die Regionalentwicklung im ländlichen Raum in zwei deutschen Landkreisen untersucht wurden. Die durch eine Künstlerbefragung und Experteninterviews erhobenen Daten wurden deskriptiv, anhand logistischer Regressionen und einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

Insgesamt 84 % der befragten Künstler sind in die Landkreise Lüchow-Dannenberg und Ludwigslust-Parchim zugezogen. Während für die meisten Künstler in Lüchow-

Dannenberg kunstbezogene und andere Gründe für die Wohnortwahl gleichermaßen wichtig waren, wurden in Ludwigslust-Parchim der Platz zur Entfaltung und familiäre Gründe am häufigsten angegeben.

Künstler leisten auf vielfältige Weise einen Beitrag zur Regionalentwicklung ländlicher Räume, indem sie an der wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und räumlichen Entwicklung mitwirken. Die Kunst stellt einen Wirtschaftsfaktor dar, denn viele Künstler verdienen ihren Lebensunterhalt durch ihre kreative Tätigkeit, die zudem positive Effekte für andere Branchen hat. Beispielsweise profitiert die tourismusrelevante Wirtschaft von Kulturveranstaltungen, die überregional Besucher anziehen. Indem Künstler Aufträge für Unternehmen, Vereine oder die Verwaltung übernehmen, können die Auftraggeber die Kreativität der Künstler für ihre Zwecke nutzen. Insbesondere im Bereich kulturelle Bildung sehen Künstler es als ihre Aufgabe an, sich mit ihrer kreativen Tätigkeit aktiv in die Regionalentwicklung einzubringen. Zudem werten Künstler die Region, in der sie leben und arbeiten auf, indem sie Gebäude revitalisieren und Kunstaktionen im öffentlichen Raum durchführen. Außerdem stellt Kunst und Kultur einen wichtigen weichen Standortfaktor dar und macht die Region für Zuzug bzw. Ansiedlung attraktiver. Durch ein überregional bekanntes Kunst- und Kulturangebot steigern Künstler den Bekanntheitsgrad und beeinflussen das Image einer Region. Greifen sie charakteristische Merkmale der Region in ihrer Kunst auf und machen diese sichtbar, treten sie als Transporteure der Kulturlandschaft auf und tragen auch auf diese Weise zum Selbst- und Außenbild der Region bei.

Um die Frage zu beantworten, ob Künstler, die zur Regionalentwicklung beitragen, nach bestimmten Merkmalen von jenen unterschieden werden können, die keinen Beitrag leisten, wurden logistische Regressionen für zwei Wirkungskanäle berechnet. Ein signifikantes Ergebnis ergab sich für den Kanal kulturelle Bildung. Künstler, die an der kulturellen Bildung im Landkreis mitwirken, sind vorwiegend Berufskünstler, wohnen seit mehr als fünf Jahren in der Untersuchungsregion und sind unter 55 Jahre alt. Ein überraschendes Ergebnis ist, dass der zeitliche Umfang der künstlerischen Tätigkeit nicht entscheidend dafür ist, ob Auftragsarbeiten geleistet werden oder nicht.

Durch den explorativen Charakter der Untersuchung ergeben sich Grenzen der Verallgemeinerung der Ergebnisse. Indem der Künstlerkontakt über Netzwerker hergestellt wurde, die schwerpunktmäßig mit Bildenden Künstlern zu tun haben, konnte kein repräsentatives Abbild der künstlerischen Tätigkeit in den Landkreisen erhoben werden. Bislang liegen aber auch keine allgemeinen Künstlerlisten in den Landkreisen

vor, die hierfür genutzt werden könnten. Zukünftige Forschung sollte versuchen, die Künstler aus verschiedenen Tätigkeitsbereichen zu erreichen, um die gesamte Vielfalt abzudecken. Bei der Abfrage zur künstlerischen Tätigkeit waren Mehrfachantworten zugelassen. Dadurch sollte der Tatsache Rechnung getragen werden, dass Künstler oft in verschiedenen Bereichen tätig sind. Künftig sollte allerdings der Haupttätigkeitsbereich (und ggf. zusätzliche Tätigkeitsfelder) abgefragt werden, um diesen Aspekt besser in Analysen mit einbeziehen zu können.

Um die Erkenntnisse dieser Untersuchung zu festigen, sollten ähnliche Untersuchungen auch in anderen ländlichen Regionen in Deutschland durchgeführt werden, um Besonderheiten der hier betrachteten Untersuchungsregion zu relativieren (z. B. Gorbelen) und die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse zu erhöhen.

Danksagung: Die Autoren danken dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) für die Unterstützung der Forschungsarbeiten im Rahmen der „Innovationsgruppe Regiobranding: Branding von Stadt-Land-Regionen durch Kulturlandschaftscharakteristika“ (FKZ 033L121C).

Quellenverzeichnis

- Alfken, C. (2015):** Ich will nicht nach Berlin! – Life course analysis of inter-regional migration behaviour of people from the field of design and advertising. *Environment and Planning*, 47, 2187–2203.
- Atelier + Kantine (o. J.):** atelier + kantine dömitz – die idee. <http://www.atelierundkantine.de/die-idee/> Erstellt: o. A., Abruf: 09.02.2016.
- Backhaus, K. / Erichson, B. / Plinke, W. / Weiber R. (2011):** Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Heidelberg: Springer.
- Baur, N. / Blasius, J. (2014):** Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- BBSR (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung; 2014):** Städtischer und Ländlicher Raum & Referenz Kreise/Kreisregionen zu Kreistypen. <http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/Kreistypen2/Downloadangebote.html?nn=443222> Erstellt: 2014; Abruf: 12.10.2015.

- Benhamou, F. (2011):** Artists' labour markets. In Towse, R. (Hrsg.), *A Handbook of Cultural Economics* (53–59). Northampton: Edward Elgar Publishing.
- BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung; 2012):** Chance! Demographischer Wandel vor Ort: Ideen, Konzepte, Beispiele. 2. Auflage. Bonn.
- Boschma, R. A. / Fritsch, M. (2009):** Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries. *Economic Geography*, 85(4), 391–423.
- Cameron, S. / Coaffee, J. (2005):** Art, Gentrification and Regeneration – From Artist as Pioneer to Public Arts. *European Journal of Housing Policy*, 5(1), 39–58.
- Comunian, R. / Faggian A. / Li Q. C. (2010):** Unrewarded careers in the creative class: The strange case of bohemian graduates. *Regional Science*, 89 (2), 389–410.
- Creswell, J. W. (2009):** *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (2. edition). Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Diekmann, A. (2008):** *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 19. Auflage. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Drake, G. (2003):** 'This Place gives me Space': Place and Creativity in the Creative Industries. *Geoforum*, 34(4), 511–524.
- Drda-Kühn, K. / Wiegand, D. (2011):** Netzwerke und Kooperationen – das kultur-touristische Potential im ländlichen Raum. In Hausmann, A. / Murzik, L. (Hrsg.), *Neue Impulse im Kulturtourismus*, S. 139–154. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Elbtalaue Wendland (o. J.):** Kulturelle Landpartie. <http://www.elbtalaue-wendland.de/veranstaltungen/kulturelle-landpartie.html> Erstellt: o. A.; Abruf: 10.02.2016.
- Ermert, K. (2009):** Was ist kulturelle Bildung? <http://www.bpb.de/gesellschaft/kultur/kulturelle-bildung/59910/was-ist-kulturelle-bildung?p=all> Erstellt: 23.07.2009, Abruf: 14.01.2016.
- Fliesenmuseum (Erstes Deutsches Fliesenmuseum Boitzenburg e. V.; o. J.):** Fliesenkunst und Malerei – Lothar Scholz zum 75. http://www.jugendstilfliesenmuseum.de/ausstellungen_archiv_2010_scholz.html Erstellt: o. A.; Abruf: 13.02.2016.
- Florida, R. (2002a):** *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.

- Florida, R. (2002b):** Bohemia and economic geography. *Journal of Economic Geography*, 2(1), 55–71.
- Florida, R. / Mellander, C. (2010):** There goes the metro: How and why Bohemians, artists and gays affect regional housing value. *Journal of Economic Geography*, 10(2), 167–188.
- Florida, R. / Mellander, C. / Stolarick, K. (2008):** Inside the black box of regional development – human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615–649.
- Fritsch, M. / Stützer, M. (2007):** The geography of the creative class in Germany. MPRA, 1–25.
- Fritsch, M. / Stützer, M. (2009):** The geography of creative people in Germany. *Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(1), 7–23.
- Fritsch, M. / Stützer, M. (2012):** The geography of creative people in Germany revisited. In Mellander, C. / Florida R. / Asheim B. / Gertler, M. (editor), *The Creative Class Goes Global*, (S. 210–226). Abingdon: Routledge.
- Glaeser, E. L. (2005):** Review of Richard Florida's „The rise of the creative class“. *Regional Science and Urban Economics*, 35, 593–596.
- IfS (Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik GmbH; 2015):** Gutachten zur Aufnahme neuer Quartiersmanagement-Gebiete in das Programm Soziale Stadt in Berlin. http://www.quartiersmanagement-berlin.de/fileadmin/user_upload/Neue_QM-Gebiete_Gutachten.pdf Erstellt: 03.11.2015; Abruf: 03.02.2016.
- Kohler, U. / Kreuter, F. (2012):** Datenanalyse mit Stata. Allgemeine Konzepte der Datenanalyse und ihre praktische Anwendung. 4. Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Krätke, S. (2010):** ‘Creative Cities’ and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34 (4), 835–53.
- Kreisentwicklungskonzept Lüchow-Dannenberg (2009):** Kreisentwicklung- und Wachstumskonzept für den Landkreis Lüchow-Dannenberg. http://www.luechow-dannenberg.de/Portaldata/2/Resources/kld_dateien/landkreis/landkreis_dokumente/KEWK_2009.pdf Erstellt: Februar 2009; Abruf: 10.11.2015.

- Künstlersozialkasse (o. J.a):** Fragebogen zur Prüfung der Versicherungspflicht nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz. <http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/download/daten/Versicherte/Fragebogen.pdf?WSESSIONID=-42490955c92a2553b9ca7e00e01e93c8> Erstellt: o. A., Abruf: 05.01.2016.
- Künstlersozialkasse (o. J.b):** Voraussetzungen der Versicherung. http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/kuenstler_und_publizisten/voraussetzungen.php?navanchor=1010025&WSESSIONID=6b3ad556b6edf1504826d12aa1549af1 Erstellt: o. A., Abruf: 30.01.2016.
- Landkreis Ludwigslust-Parchim (o. J.):** Natur- und Landschaftsschutz. <http://www.kreis-lup.de/leben-im-landkreis/umwelt-natur-energie/natur-und-landschaftsschutz/> Erstellt: o. A., Abruf: 12.11.2015.
- Lang, G. E. / Lang, K. (1988):** Recognition and Renown: The Survival of Artistic Reputation. *American Journal of Sociology*, 94(1), 79–109.
- Lange, B. / von Streit, A. / Hesse, M. (o. J.):** Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland. In Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS; Hrsg.), *Kultur- und Kreativwirtschaft in Stadt und Region* (1–18). Bonn: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung.
- Markusen, A. (2006):** Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and Planning*, A38, 1921–1940.
- Markusen, A. / King, D. (2006):** The Artistic Dividend: The arts' hidden contributions to regional development. *Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota*, 2–25.
- McGranahan, D. / Wojan, T. (2007):** Recasting the creative class to examine growth processes in rural and urban counties. *Regional Studies*, 41, 197–216.
- McGranahan, D. / Wojan, T. / Lambertz, D. (2010):** The rural growth trifecta: outdoor amenities, creative class and entrepreneurial context. *Journal of Economic Geography*, S. 1–29.
- Möller, J. / Tubadji, A. (2004):** The Creative Class, Bohemians and Local Labor Market Performance – A Micro-Data Panel Study for Germany 1975–2004. *ZEW Discussion Paper*, 08–135, 1–32.

- Mossig, I. (2011):** Regional employment growth in the cultural and creative industries in Germany 2003–2008. *European Planning Studies*, 19(6), S. 967–990.
- NDR (o. J.):** Landpartie – Flusslandschaft Elbe: Mecklenburgs schöner Westen – Boizenburg mit seiner malerischen Altstadt. http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/landpartie_im_norden_unterwegs/Mecklenburgs-schoener-Westen,sendung375140.html Erstellt: 2015, Abruf: 09.02.2016.
- Peck, J. (2005):** Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), S. 740–770.
- Pressemitteilung Regiobranding (2015):** Attraktivität ländlicher Regionen steigern. <http://www.kreis-lup.de/export/sites/LUP/.galleries/PDF-LUP1/PDF-FD60/Regiobranding/Regiobranding-Presse/02-21.05.2015-Projektstart-Regiobranding.pdf> Erstellt: 21.05.2015, Abruf: 10.02.2016.
- Samtgemeinde Lüchow (o. J.):** Rundlinge als Weltkulturerbe. http://www.luechow-wendland.de/desktopdefault.aspx/tabid-6511/11665_read41913/ Erstellt: o. A., Abruf: 11.02.2016.
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin (2013):** Wohndauer über 5 Jahre. http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/monitoring/download/2013/karten/K10_Wohndauer_ueber5Jahre_2012.pdf Erstellt: 2013; Abruf: 03.02.2016.
- Storper, M. / Scott, A. J. (2008):** Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography*, 9(2), S. 147–167.
- Suwala, L. (2014):** Kreativität, Kultur und Raum – Ein wirtschaftsgeographischer Beitrag am Beispiel des kulturellen Kreativitätsprozesses. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Wedemeier, J. (2010):** The impact of the creative sector on growth in German regions. *European Planning Studies*, 18(4), 505–520.
- WZB (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung; 2011):** Monitor Engagement – Wie und wofür engagieren sich ältere Menschen? Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.). Berlin.
- Zwahr, H. / Granitzki, K. / Schomburg, J. / Zander, H.-J. (2000):** Quartäres Raseneisenerz in Mecklenburg-Vorpommern: Genese, Stoffbestand, Vorkommen und Nutzung. *Brandenburgische Geowissenschaftliche Beiträge*, 7, 83–91.

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“.

Höllén, 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 selbigen 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 Controlllerin 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**