

KÜKO.

Act like a SuperHero.

**Wonder
Woman,
der
Nein-Ball
und die
Warum-nicht-
Seifenblasen.**

Bad Berneck, 2011. Zwei Fremde tauchen wie aus dem Nichts in der Region Fichtelgebirge auf. Die beiden kommen aus dem fernen Land der Angelsachsen und bringen von den Britischen Inseln einen neuen Begriff und eine für Deutschland recht neue Idee mit: Networking im Kreativbereich. Sie haben die Kraft des Netzwerkdenkens in der Fremde erlebt und wissen, welche Energien es freisetzen kann.

Und ihre Ideen gehen noch weiter. Nicht nur kreatives Potenzial soll freigesetzt werden, sie wollen die Kreativen im Fichtelgebirge darüber hinaus ermutigen, zu *Kreativwirtschaftenden* zu werden! Sie wissen: Um ihre waghalsigen Pläne in die Realität umzusetzen, benötigen sie Superkräfte. Sie nutzen die Dynamik und Reichweite von Social Media-Kanälen, rufen die Künstlerkolonie Fichtelgebirge aus, generieren rasch eine Anhängerschaft und beschwören mit ihrem Schlachtruf *No Spectators – Only Makers!* den Geist der machtvollsten aller Superheldinnen: **Wonder Woman.**

Der Slogan *No Spectators – Only Makers!* aus den Gründungszeiten von KÜKO strotzt vor Selbstbewusstsein, Kraft und Aktivität. Und beim Blick auf den rasanten Start der KÜKO, also der Künstlerkolonie Fichtelgebirge, könnte man meinen, es seien tatsächlich Superkräfte im Spiel gewesen. Doch nach der erfolgreichen Gründung eines Netzwerkvereins wie der KÜKO benötigt ein solches Unterfangen vor allem auf der Langstrecke Durchhaltevermögen, Hartnäckigkeit und unermüdliches Arbeiten. Denn all die Kreativschaffenden, die sich zu dieser Künstlerkoloniegeschlossen haben, wollen sich angemessen repräsentiert wissen, von SilberschmiedInnen über WebdesignerInnen, GrafikerInnen, JournalistInnen, Fotografinnen bis hin zu HolzbildnerInnen und KunstpädagogInnen. Digitale wie analoge Vernetzung und das Sichtbarmachen der kreativen Vielfalt im Fichtelgebirge sind im Alltag eine zwar schöne, erfüllende, aber auch eine nicht enden wollende Herausforderung.

**KREATI > LAND
TRANSFER**





KÜKO.

Act like a SuperHero.

Sabine Gollner – Medienproduzentin und eine der GründerInnen und 1. Vorsitzende des KÜKO e.V. – und Martin Uckley – Texter, Lektor, Sprecher, Schauspieler und tatkräftiges Mitglied von KÜKO – erzählen von diesen Herausforderungen. Und vom Land als Lebensraum, Arbeitsplatz und Inhalt des kreativen Schaffens. Sie skizzieren ihre Visionen für die Region Fichtelgebirge. Freuen sich über Lob und Unterstützung. Und sie ärgern sich darüber, dass kreative Arbeit noch immer oft als Hobby betrachtet wird, für die es keine Lobby und keine längerfristige finanzielle Sicherheit gibt.

Manchmal, auch das wird im Folgenden deutlich, wäre es wirklich schön, wenn der Akteurin KÜKO die eine oder andere Superkraft zur Verfügung stände. Zum Beispiel der *Nein-Ball*, ein Ball, den sie schleudern könnte, wenn eigentlich gerade so gar keine Energie für die Bewältigung von noch mehr Aufgaben da ist. Aber vermutlich würde sie zwar mit der einen Hand den *Nein-Ball* werfen, gleichzeitig aber schon mit der anderen Hand zu ihrem SuperheldInnen-Pustefix greifen, um ein paar *Warum-nicht-Seifenblasen* aufsteigen zu lassen. Schließlich hat Wonder Woman auch nie geruht, wenn es darum ging, Probleme zu lösen und die Welt zu retten.

Copyright © 2020 Iris Kirchhoff – Alle Rechte vorbehalten.





KÜKO.

Act like a SuperHero.

Hier stehen ich nun

KÜKO ist eine virtuelle Kommunikationsplattform, die es seit 2011 Kreativschaffenden aus der gesamten Region erlaubt, über vier Landkreise hinweg miteinander in kreative Prozesse zu treten. **Ein interdisziplinäres Netzwerk, dessen digitale Vernetzung analoge, gemeinsame Projekte ermöglicht.** So fördert KÜKO kreative Potenziale der Region Fichtelgebirge.

Mit über 100 Mitgliedsunternehmen ist der Verein KÜKO das mitgliederstärkste deutsche Netzwerk von Kreativschaffenden im ländlichen Raum und betreibt unermüdlich Lobbyarbeit für den noch jungen Sektor der Kultur- und Kreativwirtschaft auf lokaler, bayerischer und bundesdeutscher Ebene. Indem wir das Potenzial der Region sowie der Kreativschaffenden wahrgenommen haben, legten wir den Grundstein für eine Organisation, durch die wir virtuell und analog Kultur, Regionalwirtschaft, Tourismus, die Behebung von Leerständen und die Kreativbranche miteinander verbinden. Als 2011 der ländliche Raum diesbezüglich als Nischenmarkt ohne großes Potenzial gesehen wurde, initiierten wir bereits einen nachhaltigen Ansatz, den wir permanent weiterentwickeln.



Ich hatte einen Traum

Unsere Mitglieder unterstützen den Verein hierbei oft praktisch und immer ideell, wie eine kleine Mitgliederbefragung im Herbst 2020 uns gezeigt hat. Umfassend und schön hat die Malerin und Bildhauerin Bärbel Quehl unsere Frage, warum es die KÜKO geben muss, beantwortet. Sie sei hier stellvertretend für die Antworten, die wir erhalten haben, zitiert:

„Die KÜKO muss es geben, weil sie hilft, sich zu professionalisieren; sie ein internes Netzwerk bietet, also gegenseitige Unterstützung; sie eine wunderbare Außendarstellung für die Mitglieder geschaffen hat; sie Kreative sichtbar macht; sie Kreativen durch Lobbyarbeit Gehör verschafft; ich hier Freunde gefunden habe, die mir Mut machen. Deshalb muss es die KÜKO geben.“

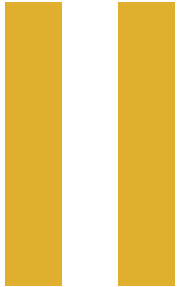
Das lässt uns gestärkt auf unserem Weg voranschreiten.

Unser zentraler Antrieb besteht darin, dass wir Aufmerksamkeit für das Potenzial der Kreativschaffenden in der Region wecken und dadurch die Branche aber auch die Kommunen stärken wollen. Im Gegensatz zu den urbanen Lebensräumen gibt es auf dem Land keine wirkliche Lobby und zu wenige Treffpunkte für die Kreativwirtschaft. **Genau dies wollen wir durch unser Handeln verändern.** Im Mittelpunkt steht daher die Vernetzung der Kreativschaffenden aus dem regionalen ländlichen Raum, um mehr politischen Impetus zu entwickeln und auch als Wirtschaftsfaktor und -partnerIn wahrgenommen zu werden. Des Weiteren ist es uns ein starkes Anliegen, die Region auch für junge und gutausgebildete Menschen interessant zu machen, um der kontinuierlichen Landflucht und der Abwanderung kreativer Fachkräfte entgegenzuwirken.

Zum Start der KÜKO brachten Nigel Amson und Sabine Gollner den Stein mit einem Aufruf über Facebook ins Rollen. Grundlage war der Wunsch nach Zusammenarbeit mit anderen Kreativschaffenden. Die Basis sollte eine gemeinsam gestaltete App für die lokale Tourismusförderung sein. Das Netzwerkdenken war beiden bereits aus ihrer Zeit als Kreativschaffende in England bekannt, während diese Art der Zusammenarbeit in der Region weitestgehend unbekannt war. So riefen die beiden kurzerhand die Künstlerkolonie Fichtelgebirge mit diesem Anzeigentext aus: „Künstlerkolonie Fichtelgebirge: Gibt es sie schon? Müssen wir sie *ausrufen*? Muss sie erst geschaffen werden? So viele talentierte KünstlerInnen, die in der Region leben und arbeiten, jedoch (meistens) in Isolation arbeiten. So viel Kunsthandwerk, jede Menge Kulturerbe und Aktivität – lässt sich dies alles irgendwie zusammenbringen? Wie können wir die Akteure stärken? Wie können wir neue Leute anziehen? Kann so eine Idee die ganze Region wiederbeleben und attraktiver machen? Wir suchen Leute, die keine Angst haben spekulativ zu arbeiten und mitwirken wollen, eine neue Vision fürs Fichtelgebirge zu entwickeln.“ **Die Resonanz bestätigte, dass es genau der richtige Zeitpunkt für dieses Unterfangen war.**



Wie alles begann ...



Was als Experiment im Winter 2011 auf Facebook anging, verselbstständigte sich schnell als Projekt, binnen weniger Wochen waren es 60, dann 80 Kreativschaffende, die sich dem Netzwerk anschlossen. Heute hat die weiterhin existierende, geschlossene Facebook-Gruppe 283 Mitglieder und der Verein rund 120 Mitglieder. Somit war die Facebook-Initiative wirklich der Startschuss. Aus diesem zunächst losen Zusammenschluss ergab sich die erste Zusammenarbeit, die sich gezielt an bereits tätige Kreativschaffende wandte. Den Start bildeten hierbei Künstlerabende, die unter dem Motto *No Spectators – Only Makers!* standen. Neben dem Kennenlernen und Netzwerken wurden hier auch Vorträge über Kultur- und Kreativwirtschaft von *motivational speakers* gehalten sowie Potenzial- und Bedarfsanalysen durchgeführt. **Ziel war es also von Anfang an, das teilweise vorherrschende Bild von genialen und brotlosen KünstlerInnen zu demontieren und eine Selbst- und Fremdwahrnehmung als Kreativwirtschaftliche zu generieren.** Lobby statt Hobby!

Es folgten regelmäßige KünstlerInnenstammtische, die jeden Montag abwechselnd auf Englisch und Deutsch abgehalten wurden, um lokale wie internationale Potenziale auszuschöpfen. Aus diesen Treffen entstand der erste Vorstand der Initiative. Es folgten Termine mit der IHK und dem Kompetenzteam Bayern sowie die Teilnahme am *Businessplan Wettbewerb Nordbayern* mit der Netzwerkidee auf Basis der Facebook-Gruppe. Die Nominierung war durch das Kompetenzteam Bayern bei *Bewegungsmelder – Initiativen, die bewegen* beim Bundeswirtschaftsministerium eingereicht worden, bei dem nur eine Idee pro Bundesland teilnehmen durfte. Der Wechsel von der Initiative zum Verein und die Vereinsgründung erfolgte zentral aufgrund der Vorgaben des Bundeswirtschaftsministeriums: andernfalls hätte der Preis nicht entgegengenommen werden können. Seitdem arbeiten wir auf Vereinsebene weiter an unseren Zielen.

Dieser saubere Start wäre nicht möglich gewesen ohne die Unterstützung, die wir erfahren haben. Eine starke Basis für die Arbeit der KÜKO legten die Eltern der Mitglieder und deren FreundInnen. Um unterstützende PolitikerInnen und Unternehmen zu bündeln, wurde kurz nach dem Trägerverein ein Förderverein gegründet. Des Weiteren unterstützten uns die Regierung Oberfranken sowie viele Einzelpersonen. Zentral: Jürgen Enninger (Bayerischer Kompetenzberater), Horst Schaffer (Wirtschaftsprüfer in Nürnberg: Satzung), Axel Simon (Steuerberater) und Wilhelm Siemen (Porzellanikon), der an uns eine Ausstellung und den Auftrag für das Rahmenprogramm der *Kunstnacht Selb* als ersten Auftrag überhaupt vergab. Viel Hilfe bekamen wir auch von den BürgermeisterInnen der Region und von unseren Ehrenamtlichen.

Vielleicht hätte es noch reibungsloser anlaufen können, wenn wir auf allen Ebenen der Verwaltung mehr Support gehabt hätten. Auch hinsichtlich der Vermittlung von Know-how und der Möglichkeit, weitere Angehörige der Kreativbranche auszumachen.





Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regional- und Wirtschaftsförderung wäre ebenfalls sehr willkommen gewesen. Und auch das Finanzamt hätte gerne informativer und aufgeschlossener auf unseren Einstieg reagieren können, wobei man hier einräumen muss, dass das *Konzept Netzwerk* Verwaltungen und Finanzämtern, Amtsgerichten und so weiter einfach noch nicht geläufig war. Deshalb fehlte wahrscheinlich das Know-how für eine kompetente und fördernde Unterstützung.


Die Geschäftsführung mit der Mitgliederverwaltung ist weiterhin das große Sorgenkind der KÜKO: Der Aufwand liegt mittlerweile weit über dem Ehrenamtsniveau, ist aber auch noch nicht durch die Mitgliedsbeiträge zu finanzieren. Förderanträge sind zeitaufwendig und spekulativ – hier fehlen uns Ressourcen und auch Fähigkeiten im Team. Insgesamt stehen wir davor, den Verein nochmals zu professionalisieren, allerdings ist bisher noch kein tragfähiges Finanzierungskonzept vorhanden. Dazu trägt auch die aktuelle Rechtsform bei, da wir als gemeinnütziger Verein teilweise nicht wirtschaftlich handeln können. Dies verursacht auch *persönliche Engpässe* bei unseren Vorständen: **Burnout und Überlastung sind eine häufige Problematik, da gerade während der Projektphasen nicht immer genug Zeit für die eigene Fürsorge besteht.**

Aber natürlich erleben wir auch besonders schöne Momente, unser Projektarchiv auf der KÜKO Website gibt ein paar Einblicke. Unser jüngstes Highlight ist das Leerstandprojekt *Souvenir*, an dem fast 80 KÜKO Mitglieder mitwirkten. Ein ausgeschriebener Wettbewerb hatte regionale KreativunternehmerInnen eingeladen, neue touristische Souvenirs für die Region Fichtelgebirge zu entwickeln, Thema: *Im Zeitalter des Bienensterbens und der Fake News*. Wir planten einen Pop-up Store mit Kulturraum in einem ehemaligen Textil-Markt in der Ortsmitte der Kleinstadt Bad Berneck als Partnerprojekt mit dem Fichtelgebirgsmuseum. Die Laufzeit sollte fünf Wochen sein. Die beteiligten KünstlerInnen und HeimatproduzentInnen verkauften im Pop-up Store originelle Waren, über 3500 BesucherInnen kamen durch die Tür, um das besondere Einkaufserlebnis zu genießen, aber auch Live Musik, Raves, Lesungen, Demonstrationen, Workshops und viele andere Events. Besonders der Zuspruch bei jungen Erwachsenen war bemerkenswert – aber auch das sich entwickelnde Angebot durch die Bevölkerung, zum Beispiel Zumba-Kurse oder Yoga für SeniorInnen. **Die Zusammenarbeit mehrerer Landkreise an diesem Projekt war eine sehr positive Erfahrung.** Am Ende verselbständigte sich das Ganze zu einem sechsmonatigen vielversprechenden soziokulturellen Projekt! Und fand dann leider ein jähes Ende durch die Corona-Krise.

Interessant für uns sind bei all unseren Aktivitäten auch die Reaktionen von außen:

Positive Annahme und Mitgestalten, wie soeben skizziert. Offizielles Lob, aber daraus erwachsend auch eine fast feindselige Stimmung gegenüber unserem Verein.





Für uns überraschend positiv war beispielsweise die Aussage des damaligen Ministerpräsidenten Horst Seehofer, der unsere Initiative als „Gold wert für die Attraktivität der Region“ und als unterstützenswert und fortschrittlich bezeichnete. Somit konnten wir feststellen, dass unser Konzept durchaus wahrgenommen und begrüßt wurde. Die folgende Publicity bescherte uns regen Zulauf von weiteren Kreativschaffenden und anderen UnterstützerInnen. **Leider sahen uns durch dieses Lob andere als Konkurrenz und versuchten gegenzusteuern.**

Auch mussten wir uns mit den Auswirkungen von Ideenklau befassen, was zu einer gewissen Skepsis bei der Veröffentlichung von Projektideen gesorgt hat. Herausfordernd war zudem der Umgang mit Schlüsselpersonen, die auf der Grundlage unserer Zusammenarbeit plötzlich ein eigenes Netzwerk aktivierten.

Rückblickend war der Begriff *Kultur- und Kreativwirtschaft* problematisch, denn er war nahezu niemandem geläufig. Deshalb wurden wir sofort in die Ecke *Kunst und Kultur* gedrängt – wobei auch unser Name *Künstlerkolonie Fichtelgebirge* nicht hilfreich war. **Damit haben wir bis heute Schwierigkeiten.** Außerhalb der Region ist KÜKO bekannt für ihre Lobbyarbeit für den kreativen Sektor, innerhalb der Region halten die meisten Menschen uns noch immer für einen *Kunstverein*. Bezüglich der Marke KÜKO gibt es also immer noch Kommunikationsbedarf! Gleichzeitig haben wir *mit Fichtelgebirge* in unserem Namen und dem Slogan *Eine Neue Vision für die Region* wirklich zum Neuaufbruch und Stimmungswandel im Fichtelgebirge beigetragen – wir arbeiten grundsätzlich in jedem Projekt landkreisübergreifend, was nicht viele Initiativen tun. Denn es ist wahrlich nicht leicht, über die Verwaltungsgrenzen hinweg tätig zu sein.

Sie haben Ihr Ziel erreicht!?

Eines unserer Ziele war das Wachstum der KÜKO und die daraus resultierende gute regionale Vernetzung der Kreativschaffenden. Das wurde gut erreicht und wir sind zuversichtlich, dass wir noch weiter wachsen werden. Klar gewollt und verwirklicht wurde der Betrieb einer eigenen Webseite mit dem Ziel, dadurch eine repräsentative Plattform zu schaffen. Weitere noch angestrebte Ziele betreffen hauptsächlich die Regionalentwicklung zu den Themen Leerstand, Fachkräftemangel, Kreativmarketing und Standortmarketing.

Wesentliches, leider noch immer unerfülltes Ziel ist die finanzielle Nachhaltigkeit der KÜKO. Was den eigentlichen Vereinsbetrieb betrifft sind wir bisher noch nicht in der Lage, wirklich wirtschaftlich zu arbeiten.

Insgesamt muss man sagen, dass wir schon aufgrund unserer inhärenten Zielsetzung *das Ziel* nie erreichen werden. Insofern ist es uns auch nicht möglich, eine schnelle und direkte Route zu wählen. Es geht bei unserer Arbeit zentral um den Prozess, dessen weitere Richtung erst innerhalb des Weges entschieden werden kann. Nicht vorherzusehen sind dabei manchmal auch positive Überraschungen, wie die dramatisch guten Veränderungen in der Region, die uns teilweise zugutekommen. Deshalb mäandert unsere Entwicklung stets zwischen Teilzielplanung, Visionssuche und Ist-Stand.



Aus einigen unserer Träume haben wir ganz konkrete Pläne und Ziele formuliert: Wir möchten noch stärker als Wirtschaftsverband in Erscheinung treten und gerne eine Beteiligungsfirma ins Leben rufen. Durch die Zusammenarbeit mit dem BLVKK (Bayerischer Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft) streben wir eine Vereinheitlichung der Vergütung für kreative Dienstleistungen an. Weiteres Ziel bleibt natürlich auch die Stärkung der Kreativregion Fichtelgebirge. Wir wollen ein nachhaltiges Netzwerk aufrechterhalten, das immer weiter wachsen und sich ausweiten darf. Wir haben unterschiedliche Projekte im Visier, die auf vielen Ebenen ansprechend wirken sollen.

Und die Sterne stehen gut. Die Ziele der zwei neugewählten Landräte in Wunsiedel und Bayreuth decken sich mit unseren: eine bessere Zusammenarbeit der Landkreise, um die Funktionalitäten und Identität des Fichtelgebirges nach innen und aussen zu verbessern. Wirklich traumhaft wäre in diesem Zusammenhang ein leistungsfähiger öffentlicher Nahverkehr, der die Landkreise besser miteinander verbindet.

Für die KÜKO träumen wir außerdem von einer professionellen Geschäftsführung und Verwaltung für das Netzwerkmanagement. Uns fehlt das Mittelmanagement. Wir hätten so gerne eine nachhaltige finanzielle Förderung unserer Bestrebungen zur Professionalisierung unserer Verwaltung und dem Aufbau von nachhaltigen Vermarktungsstrukturen

Und dann könnte es so weiter gehen: Wir möchten eine *Kompetenzakademie für Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum* schaffen, die viele Projekte stimulieren, beraten und durchführen kann. So könnten ländliche Initiativen noch besser strukturell vernetzt werden. Oder wie wäre es mit einem *Arts Council*? Eine Idee, die wir aus England importieren könnten: *The Arts Council of England* ist die nationale Fördereinrichtung für die Künste in England. Sie entwickelt, unterstützt und fördert die Künste durch die Vergabe von öffentlichen Geldern sowie Einnahmen der *National Lottery*. Für Projekte wie das unsere wäre alleine die Begründung einer solchen Fördereinrichtung wie ein Lotteriegewinn!

Copyright © 2020 Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V. – Alle Rechte vorbehalten.