

Wirtschaft und Kultur

Schriftenreihe des Forschungsbereiches

No. 4

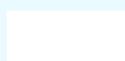
2006

Creative Industries in der Gemeinde Gaspolthofen

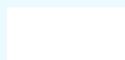
Eine Regionalstudie

Judith Eidenberger
Sandra Haider
Astrid Oberhumer
Jutta Rozinski

Hg. Johanna Hofbauer, Elfie Miklautz, Gertraude Mikl-Horke, Andreas Resch
Institut für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte & Institut für Soziologie
und empirische Sozialforschung, Wirtschaftsuniversität Wien
© 2006



Forschungsbericht
aus der Integrierten Projektveranstaltung „Creative Industries“
im Rahmen des Studiums der Sozioökonomie
an der Wirtschaftsuniversität Wien
unter der Leitung von
Ass.Prof.Dr. Elfie Miklautz und a.o.Univ.Prof.Dr. Andreas Resch
Studienjahr 2004/05



Kurzangaben zu den Autorinnen:

Judith Eidenberger (5. Juli 1984)

Die Wienerin verbrachte das Schuljahr 1999/2000 als Austauschschülerin in Macon, GA, USA. 2002 begann sie nach der Matura am BRG VI, Marchettigasse, das Studium der Sozioökonomie mit wirtschaftsgeographischem Schwerpunkt an der Wirtschaftsuniversität Wien, wo sie seit 2005 auch Volkswirtschaft studiert.

Judith.Eidenberger@gmx.at

Sandra Haider (31.07.1982)

absolvierte die Matura an der Handelsakademie in Perg (Oberösterreich) und war anschließend ein Jahr lang als Büroangestellte tätig. Im Jahre 2002 entschloss sie sich für das Studium Wirtschaftswissenschaften mit dem Studienzweig Sozioökonomie an der Wirtschaftsuniversität in Wien. Im Laufe ihres Studiums hat sie sich auf zwei Interdisziplinäre Vertiefungsfächer, Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft sowie Personalmanagement, spezialisiert.

SandraHaider@gmx.at

Astrid Oberhumer (14.05.1981)

ist gebürtige Gaspoltshofenerin und studiert Sozioökonomie mit Spezialisierung auf heterodoxe Ökonomie an der Wirtschaftsuniversität Wien. Daneben studierte sie an der Goizueta Business School, Emory University in Atlanta, USA, arbeitete als persönliche Interviewerin und führte Recherchen für Joanneum Research durch.

AstridOberhumer@gmx.at

Jutta Rozinski (21.12.1982)

Nach Abschluss der Handelsakademie in Neusiedl am See begann sie mit dem Studium der Sozioökonomie an der Wirtschaftsuniversität Wien. Im Studienverlauf spezialisierte sie sich auf das Interdisziplinäre Vertiefungsfach Internationale Wirtschaft und Entwicklung. Neben dem Studium arbeitet sie gelegentlich beim Dokumentationsarchiv des Österreichischen Widerstands und das Wintersemester 2005 verbrachte sie an der University of Sussex in Großbritannien.

Jutta.R@gmx.net

Creative Industries in der Gemeinde Gaspoltshofen

eine Regionalstudie

Abstract

The main ambition of this qualitative research study was to gain more knowledge about creative industries in the rural area. As research area we chose the rural village Gaspoltshofen in Upper Austria. To reach our target, a two-step strategy was adopted. The first step consisted in an elicitation of the creative workers and their activities. Secondly, eleven creative workers and key personalities were interviewed. Although the study was focusing on one village, we were able to generate general theses about creative industries, which claim universal validity for villages of similar size:

Creative workers operate in structures like those described as the future of working environment: Traditional lifelong employment is replaced by working in a variety of fields, which brings along a need for permanent further education. Creative workers mainly are self-employed. They work in the same place they live, and consequently are more flexible concerning working hours. In these new, flexible structures networks are of high significance. Creative workers are existentially dependent on networking. Not only that they often get their jobs through it, they also socialise new customers and colleagues relations. In addition they enjoy financial protection through a social-familiar safety-net in times of crisis. Through the new way of working the geographical independency increases which allows free choice of residence. As a consequence creative industries also exist in the rural area. Nevertheless they are still dependent on urban structures, especially concerning formal institutions of further education like universities or colleges. To establish creative industries in a small village, it is essential that they are located in an adequate distance from a city. If the distance is too small, the establishment of creative structures will be taken over by the city, whereby the neighbouring villages won't see a necessity to initiate anything on their own. Already existing creative industries infrastructure positively effects the establishment and extension of further creative businesses. Due to the small size of villages single persons have a big influence on the establishment of initiatives, both concerning their coming off and the formation of opinion about it. Especially for the continuance of a creative industries organisation a long-lasting commitment and takeover of responsibility of single persons is important. Concerning new initiatives there is often a polarisation of the population due to the sympathy or antipathy regarding the initiators. All creative workers identify themselves with - or are at least concerned about - the village. An important issue here is "to show the village a thing or two", which illustrates the creative workers' strong relation to their residence.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	- 5 -
2 Kreativwirtschaft – ein allgemeiner Überblick	- 6 -
<i>2.1 Kreativwirtschaft allgemein</i>	<i>- 6 -</i>
3 Projektbeschreibung	- 10 -
<i>3.1 Fragestellung und Zielsetzung</i>	<i>- 10 -</i>
<i>3.2 Gaspoltshofen als Forschungsfeld</i>	<i>- 11 -</i>
<i>3.3 Vorstellung des Untersuchungsfeldes</i>	<i>- 12 -</i>
<i>3.3.1 Lage und Größe</i>	<i>- 12 -</i>
<i>3.3.2 Demographische Daten</i>	<i>- 12 -</i>
<i>3.3.4 Kreativwirtschaftliche Infrastruktur</i>	<i>- 14 -</i>
<i>3.4 Forschungsvorgang</i>	<i>- 17 -</i>
<i>3.4.1 Methodenwahl</i>	<i>- 17 -</i>
<i>3.4.2 Erhebung des kreativwirtschaftlichen Sektors in Gaspoltshofen</i>	<i>- 18 -</i>
<i>3.4.3 Befragungen innerhalb des Feldes der Kreativwirtschaft</i>	<i>- 20 -</i>
<i>3.4.4 Auswertung der Interviews</i>	<i>- 23 -</i>
4 Interviewanalyse	- 23 -
<i>4.1 Analyse der Interviews der Schlüsselpersonen</i>	<i>- 23 -</i>
<i>4.2 Analyse der Interviews der KreativarbeiterInnen</i>	<i>- 28 -</i>
<i>4.2.1 Arbeitswelt</i>	<i>- 28 -</i>
<i>4.2.2 Netzwerke</i>	<i>- 30 -</i>
<i>4.2.3 Kreativwirtschaftliche Infrastruktur</i>	<i>- 32 -</i>
<i>4.2.4 Umfeld</i>	<i>- 42 -</i>
6 Literaturverzeichnis	- 47 -

1 EINLEITUNG

Der kreativwirtschaftliche Sektor ist mit hohen Wachstumsraten und steigenden Beschäftigungszahlen auch in Österreich einer der großen Hoffnungsträger für die wirtschaftliche Entwicklung und wird daher durch zahlreiche Programme gefördert. „Kreativwirtschaft“ ist, zumindest in einem weiteren Umfeld als den auf diesem Gebiet schon länger spezialisierten ForscherInnen, ein neuer Begriff. Es werden aber darunter sowohl Bereiche subsumiert, die eine lange Tradition aufweisen, als auch solche, die in den letzten Jahrzehnten erst in ihrer heutigen Form entstanden sind. In vielen Fällen wird mit dem Begriff Kreativität, Innovation, Modernität und vielleicht auch Zukunftsorientiertheit assoziiert. Das sind alles Attribute, die man in erster Linie dem urbanen Raum zuordnen würde, weniger dem ruralen. Dass Kreativwirtschaft auch im ländlichen Raum vorkommt, war unsere Ausgangsüberlegung.

Die wachsende Bedeutung des kreativwirtschaftlichen Sektors spiegelt sich in seiner zunehmenden wissenschaftlichen Erforschung wider. Muss man doch, bevor man noch von Förderung der Entwicklung reden kann, eine gewisse Vorstellung haben, womit man es zu tun hat, durch welche spezifischen Merkmale und Strukturen dieser Bereich gekennzeichnet ist. Viele Forschungen zu diesem Thema fokussieren auf den urbanen Raum. Wir wollten jedoch die Kreativwirtschaft in einer Landgemeinde erforschen. Unsere Überlegungen waren, dass aufgrund der relativen Ortsunabhängigkeit mancher Kreativwirtschaftsbereiche und der Lebensqualität, die der ländliche Raum in mancher Hinsicht bietet, hier besonderes Entwicklungspotential steckt. Unsere Wahl fiel hierbei auf die Marktgemeinde Gaspoltshofen in Oberösterreich. Unsere Forschungsfrage lautet: „Wie stellt sich Gaspoltshofen als gesellschaftliches Umfeld von KreativarbeiterInnen dar?“

Durch unsere Forschung konnten wichtige Erkenntnisse über Kreativwirtschaft im ländlichen Raum gewonnen werden. Diese können als Basis für weitere darauf aufbauende Forschungen und darüber hinaus für gezielte Förderungs- und Entwicklungsstrategien dienen.

2 KREATIVWIRTSCHAFT – EIN ALLGEMEINER ÜBERBLICK

Der Bereich der Kreativwirtschaft wird in den letzten Jahren zunehmend erforscht, da diesem Sektor großes Beschäftigungspotential zugeschrieben wird. In unserem Forschungsbericht wollen wir vorerst einen allgemeinen Überblick über dieses Thema bieten und die wesentlichen Begriffsdefinitionen einander gegenüberstellen. Danach wollen wir auf die Forschungsarbeiten über Kreativwirtschaft in Österreich eingehen. Dabei ist der Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht die wichtigste Studie. Schlussendlich kommen wir auf regionale Studien zu sprechen, welche vor allem ländliche Regionen analysieren, da diese für unsere Forschungsarbeit besondere Relevanz aufweisen.

2.1 Kreativwirtschaft allgemein

Der Begriff Kreativwirtschaft erlangte in den letzten Jahren zunehmende Bedeutung. Dies kann auf das Beschäftigungspotential zurückgeführt werden, das diesem Sektor zugeschrieben wird. Die Schwierigkeit beim Umgang mit diesem Thema liegt vorwiegend darin, dass es in verschiedenen Berichten mit unterschiedlichen Begriffen und Definitionen und daraus folgend unter Einbeziehung unterschiedlichen Datenmaterials bearbeitet wird. Da es nicht immer leicht ist dabei den Überblick zu bewahren, wollen wir zu Beginn eine kurze Übersicht über die wichtigsten Dokumente zu diesem Thema geben und die unterschiedlichen Definitionen gegenüberstellen.

Vorreiter auf diesem Gebiet innerhalb Europas waren die Europäische Kommission, welche 1998 einen Bericht mit dem Titel „Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung“ verfasst hat, das Bundesland Nordrhein-Westfalen in Deutschland, welches schon seit 1992 regelmäßig Kulturwirtschaftsberichte veröffentlicht, und das Ministerium für Kultur, Medien und Sport in Großbritannien, welches 1998 das erste Creative Industries Mapping Document erarbeitete. Österreich folgte diesem Trend erst relativ spät, der Erste Österreichische Kreativwirtschaftsbericht wurde erst im Jahr 2003 veröffentlicht. Die nachfolgende Übersicht enthält die in den Studien verwendeten verschiedenen Definitionen von „Kreativwirtschaft“ und die darin erfassten Bereiche.

	Definition	Erfasste Bereiche
Europäische Kommission¹ „Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung“	Der in diesem Dokument verwendete Begriff ist Kulturwirtschaft , jedoch gibt es keine Definition.	kulturelles Erbe, Literatur, Printmedien, Musik, darstellende Kunst, Audio- und audiovisuelle Medien, soziokulturelle Aktivitäten
Ministerium für Kultur, Medien und Sport Großbritannien	Creative Industries are “those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property” ²	advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film and video, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and computer services, television and radio
Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen	" Kulturwirtschaft umfasst alle Wirtschaftsbetriebe und Selbstständigen, die für die Vorbereitung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion, Kulturvermittlung und /oder medialer Verbreitung Leistungen erbringen oder dafür Produkte herstellen oder veräußern" ³	Musikwirtschaft, Literatur- Buch- und Pressemarkt, Kunstmarkt (einschließlich Design und Kunsthandwerk), Film- und TV- und Videowirtschaft, Darstellende Kunst und unterhaltungsbezogenen Kunst
Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht	In dieser Studie wird der Begriff Kreativwirtschaft verwendet, es gibt keine einheitliche Definition. Der Bereich umfasst „die privatwirtschaftliche Kulturwirtschaft in der Abgrenzung nach Nordrhein-Westfalen, die kreativen Bereiche des „Mapping Documents“, wie auch den in Österreich bedeutenden öffentlichen kulturellen Sektor sowie den gesamten gemeinnützigen Bereich.“ ⁴	Kulturelles Erbe, darstellende Kunst, audiovisueller Bereich, visuelle Kunst, Buch und Presse, transversaler Bereich

Quelle: eigene Darstellung

¹ http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/forum/emploi-culture_de.pdf

² <http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/ekc7zxfpgpbhol3jtaemyprn45q2jyjsjjeqvovp5ofqy2gl353uoo5dya7hnrvy3khz4w7bfft4przsdolumrtdof/foreword.pdf>: 3

Anhand der Tabelle wird ersichtlich, dass weder die Begriffe, die in unterschiedlichen Berichten und Studien verwendet werden, noch deren Definition, noch die erfassten Bereiche homogen sind. Gerade deswegen ist es so schwer, diesen Sektor länderübergreifend zu vergleichen und das Potential dieses Sektors detailliert zu erfassen. Da es den Umfang dieses Forschungsberichtes sprengen würde, auf alle diese Berichte einzugehen, beschränken wir uns darauf, den Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsbericht kurz vorzustellen, da wir mit der dafür entwickelten Definition von Kreativwirtschaft arbeiten. Außerdem wollen wir kurz auf eine qualitative Studie zu diesem Thema eingehen, die ebenfalls den ländlichen Raum untersuchte und deswegen Vergleichsmöglichkeiten zu unserer Forschungsarbeit bietet.

2.2 Kreativwirtschaft in Österreich

Die Absicht, welche mit der Erstellung des Ersten Österreichischen Kreativwirtschaftsberichtes im Jahr 2003 verfolgt wurde, kann anhand des folgenden Zitates am besten verdeutlicht werden.

„Zentrales Ziel der Studie ist die Abschätzung bzw. Darstellung der ökonomischen Bedeutung der Kreativwirtschaft für den heimischen Wirtschaftsstandort. Dabei sollen neben quantitativen Daten auch qualitative Informationen über die wirtschaftlichen Zusammenhänge und Funktionsweisen dargestellt werden.“⁵

Die Autoren gehen dabei von einem Drei-Sektoren-Modell aus, welches den privatwirtschaftlichen, den intermediären und den öffentlichen Bereich mit einbezieht, um den gesamten kulturellen und kreativen Sektor zu berücksichtigen. Bei diesem Modell kann nicht davon ausgegangen werden, dass eine klare Grenze zwischen den Bereichen gezogen werden kann. Es ist auch nicht möglich, einen der Sektoren durch einen anderen zu ersetzen, da sie sich gegenseitig ergänzen und voneinander abhängig sind, denn jeder Einzelne hat bestimmte Aufgaben und Funktionen zu erfüllen. Ausgangspunkt der Analyse der vorhandenen Daten und der Erhebung neuer Daten war das LIKUS-Schema (LänderInitiativeKulturStatistik) auf dem die bisherigen österreichischen Kulturberichte basieren. Damit die Forderung nach einer kreativwirtschaftlichen Ausrichtung berücksichtigt werden kann, wurde die bestehende Gliederung adaptiert und das LIKUS*aktiv*[®]-Schema⁶ entwickelt, anhand dessen die Analyse vorgenommen wurde. Die Einteilung erfolgte in die Bereiche kulturelles Erbe, darstellende Kunst, audiovisueller Bereich, visuelle Kunst, Buch und Presse und den transversalen Bereich.⁷ Da wir daran interessiert sind, ein allgemeingültiges Schema für Österreich zu behalten bzw. dazu beizutragen, vergleichbare Studien zu ermöglichen, haben wir diese Gliederung und Definition in unserer Arbeit übernommen.

³ <http://www.kulturwirtschaft-nrw.de/show.php3?content=kulturwirtschaft>

⁴ http://www.creativwirtschaft.at/site/kwb_2003.pdf: 23

⁵ http://www.creativwirtschaft.at/site/kwb_2003.pdf: 20

⁶ vgl. http://www.creativwirtschaft.at/site/kwb_2003.pdf: Grafik 2

⁷ vgl. http://www.creativwirtschaft.at/site/kwb_2003.pdf: 21ff

2.3 Regionale Studien im Bereich Kreativwirtschaft

Der Forschungsstand auf dem Gebiet der Kreativwirtschaft in ländlichen Regionen war für uns besonders wichtig, da wir die Struktur und das Umfeld der KreativarbeiterInnen in einer ländlichen Gemeinde analysieren. Zu diesem Zweck haben wir uns eingehend mit einigen Studien beschäftigt.⁸ Da das Thema Kreativwirtschaft jedoch erst in den letzten Jahren populär geworden ist, handeln die meisten dieser Berichte von Kultur oder von Kulturwirtschaft. Diese Begriffe sind aber nicht immer mit dem der Kreativwirtschaft gleichzusetzen. Der Terminus Kreativwirtschaft ist im ruralen Bereich noch wenig etabliert, sowohl was die Alltagswahrnehmung der Menschen als auch die wissenschaftliche Betrachtung anbelangt. Wir möchten besonders eine Studie herausheben, die mit einer Definition arbeitete, die der von uns verwendeten am ähnlichsten ist.

Diese Forschungsarbeit ist eine Fallstudie zu Cultural Industries in Jamtland, einer ländlichen Region in Schweden. In dieser Studie wird darauf hingewiesen, dass Cultural Industries hauptsächlich als ein Konzept für Stadtentwicklung angesehen wurden. Die Forscher sind hingegen von der Hypothese ausgegangen, dass sie ebenso bedeutend für den ruralen Raum sind. Vor allem wurde angenommen, dass besonders in peripheren Regionen auf sie Wert zu legen ist, um den Tourismus und andere Wirtschaftssektoren zu forcieren, der Abwanderung der Bevölkerung entgegen zu wirken und jungen Menschen interessante Beschäftigungsmöglichkeiten zu bieten. Aus diesem Grund wurde versucht, diesen Begriff und das damit verbundene Konzept⁹ in der Region Jamtland und unter den wichtigen Entscheidungsträgern zu verbreiten.

Ziel der Forschungsarbeit war es, das wirtschaftliche Wachstum durch neue Ideen anzukurbeln. Es wurde eine Bestandsaufnahme des tatsächlichen Cultural Industries Sektors in der Region durchgeführt, da dazu bislang keine Daten vorlagen. Anschließend an diese wurden in Jamtland noch Interviews mit den in diesem Sektor Beschäftigten durchgeführt, um herauszufinden, welche Defizite in diesem Bereich bestehen, und den Entscheidungsorganen die Möglichkeit zu bieten, darauf zu reagieren und entsprechende Förderungen zu entwickeln. Dies entspricht ebenfalls unserer Vorgehensweise, da wir nach der allgemeinen Bestandsaufnahme, die einen Überblick bieten sollte, ebenso erhoben haben, mit welchen Problemen die KreativarbeiterInnen in Gaspoltshofen konfrontiert sind und wie sie sich selbst sehen. Darüber hinaus wurde bei der schwedischen Studie noch eine SWOT-Analyse¹⁰ durchgeführt, es wurden Zielsetzungen erarbeitet, die zum Wachstum des kreativwirtschaftlichen Sektors dienen können und zusätzlich wurde ein Maßnahmenplan entworfen. All diese Instrumente sind darauf ausgerichtet, zum Wachstum dieses Sektors

⁸ vgl. Instinct Domain, culture management evolution 2000; Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes NRW 2001; International Center for Culture and Management noch nicht veröffentlicht

⁹ vgl. Göransson 1999: 1

¹⁰ Eine SWOT Analyse umfasst eine Stärken-Schwächen-Analyse (Strength-Weakness) und eine Chancen-Risiko-Analyse (Opportunities-Threats).

positiv beizutragen.¹¹ Für uns bietet diese Studie eine beispielhafte Darstellung, wie man die Ergebnisse unserer Forschung weiterentwickeln könnte.

3 PROJEKTDESCHEIBUNG

In diesem Kapitel legen wir unsere Vorgehensweise bei der Durchführung unserer Forschungsarbeit dar. Zu Beginn werden die Forschungsfrage und das damit verbundene Ziel unserer Arbeit beschrieben. Damit ist auch eine genaue Vorstellung unseres Forschungsfeldes verbunden, um zu zeigen, auf welchen Informationen wir aufbauen konnten und im Anschluss zu verdeutlichen, was neu generiert wurde. Vor den Ergebnissen werden noch einige theoretische Informationen zu den verwendeten Methoden dargelegt, um danach die praktische Anwendung zu erläutern. Da wir eine qualitative Feldforschung betrieben haben, konnten wir im Vorfeld den Ablauf nicht genau planen. Aus diesem Grund mussten wir manchmal auch spontan reagieren und uns methodische Alternativen überlegen, um erfolgreich weiterarbeiten zu können. Aus diesem Grund erscheint es uns wichtig, alle Schwierigkeiten zu reflektieren und auch die positiven Aspekte herauszuarbeiten.

3.1 Fragestellung und Zielsetzung

Unsere Forschungsfrage lautet:

„Wie stellt sich Gaspoltshofen als gesellschaftliches Umfeld von KreativarbeiterInnen dar?“

Das „gesellschaftliche“ Umfeld umfasst ökonomische, kulturelle sowie soziale Aspekte, Gaspoltshofen steht hierbei in erster Linie für eine räumliche Begrenzung. Wir versuchten einerseits die Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen in ihrer Gesamtheit zu erschließen, also eine Art Vogelperspektive einzunehmen, andererseits dies insbesondere aus dem Blickwinkel der KreativarbeiterInnen zu tun. Zur Zielerreichung sollten folgende weitere Fragestellungen dienen, welche uns bei unserer Forschungsarbeit geleitet haben:

In welcher Form kommt Kreativwirtschaft vor?

Unsere diesbezüglichen Überlegungen waren, dass Gaspoltshofen als Gemeinde insofern eine Einheit darstellt, als „sich die Leute kennen“ und eine hohe Verflochtenheit verschiedenster Bereiche, etwa durch Personenidentität, existiert. Auch kann von einer gewissen In-Sich-Geschlossenheit, so wie sie sich schon durch Gaspoltshofen als Verwaltungseinheit ergibt, ausgegangen werden. Das hat vermutlich Auswirkungen darauf, welche Formen von Kreativwirtschaft sich entwickeln.

¹¹ vgl. Göransson 1999: 5ff

Wer sind die KreativarbeiterInnen? Was machen sie?

Wie sieht ihre Perspektive bezüglich Gaspoltshofen als gesellschaftliches Umfeld aus?

Die Beantwortung der Frage nach der Identität der KreativarbeiterInnen und ihren Tätigkeiten stellt ein zentrales Element im Forschungsprozess dar, wollten wir doch in weiterer Folge ihre Perspektive erschließen.

Kann man von einer Struktur der Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen sprechen und wenn ja, wie sieht sie aus?

Wir wollten versuchen, aus den Ergebnissen der vorhergehenden Fragen eine Struktur abzuleiten, also etwa eine Verbindung zwischen der Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen in ihrer Gesamtheit und den einzelnen KreativarbeiterInnen herstellen.

3.2 Gaspoltshofen als Forschungsfeld

Gaspoltshofen ist wissenschaftlich noch relativ wenig erforscht, besonders im Bereich der Kreativwirtschaft gibt es noch keine Erkenntnisse, auf die wir aufbauen konnten. Dennoch haben wir bei unserer Recherche einige Dokumente ausgemacht, die unter dem Schlagwort „Gaspoltshofen“ zu finden sind. Teilweise handelt es sich dabei um Festschriften zu bestimmten Anlässen und um Werbeschriften von diversen Parteien, welche für uns wenig Relevanz aufwiesen. Ein Dokument, das uns einen umfassenden Eindruck über die Gemeinde vermitteln konnte, war das Heimatbuch, welches im Jahr 1995 erschienen ist und einige wichtige Informationen enthält. Weiters gibt es noch einige interessante Dokumente bezogen auf diese Gemeinde, wie Diplomarbeiten über den Dialekt oder über das Behindertendorf in Gaspoltshofen und ein Buch über Behinderte im Dritten Reich, welche für unsere Studie jedoch wenig relevant waren.¹²

Ein für uns wichtigeres Projekt war der DOSTE-Workshop, der im November 1998 für Gaspoltshofen abgehalten wurde. Die **Dorf- und Stadterneuerung** ist ein Förderprogramm des Landes Oberösterreich, bei dem unter Einbeziehung und Beteiligung der Bevölkerung ein Entwicklungskonzept für den Ort geplant und umgesetzt werden soll. Als Programmstart wurde mit einer Delegation von GaspoltshofnerInnen, darunter einer unserer Interviewpartner, ein Workshop abgehalten, bei dem in Arbeitskreisen für die Bereiche „Landschaft und Freiraum“, „Verkehr“, „Ortsbildgestaltung“ und „Wirtschafts- und Siedlungsraum“ Ideen für die Ortsentwicklung gesammelt und Einzelprojekte formuliert wurden. Auflage für die Aufnahme ins Programm und somit für den Zugang zu Fördermitteln war die Gründung eines Vereins zur Umsetzung des Entwicklungskonzeptes. Aus diesem Verein ist der nunmehrige Verein „Lebensraum“ entstanden.¹³

Bei diesem Workshop wurde ein Leitbild für die Gemeinde entworfen, welches Statements über die geplante Entwicklung verschiedener Bereiche, wie beispielsweise der Wirtschaft, der Umwelt und auch der Kultur enthält. Damit verbunden ist auch das Ziel, eine Verbesserung der Lebensqualität im Dorf zu erreichen. Das Leitbild bietet einen guten Anknüpfungspunkt für unsere Forschung, da es Ansätze zur Dorfentwicklung gibt und wir einen anderen Aspekt,

¹² Die Dokumente werden im Literaturverzeichnis angeführt.

¹³ vgl. Grausgruber 1998

nämlich die Verbindung von wirtschaftlichen und kreativen Tätigkeitsbereichen, einbringen können.

3.3 Vorstellung des Untersuchungsfeldes

Wir haben uns für die Gemeinde Gaspoltshofen in Oberösterreich entschieden, da es sich hier um eine typische Landgemeinde von mittlerer Größe mit kreativwirtschaftlichen Aktivitäten, welche anhand der Bereiche des LIKUSkreativ[®]-Schemas herausgefiltert wurden, handelt. Das Vorhandensein kreativwirtschaftlicher Betätigungsfelder in Gaspoltshofen wurde uns im Laufe unseres Forschungsprozesses bestätigt. Ein weiteres Entscheidungskriterium für uns war, dass Gaspoltshofen keine Tourismusgemeinde ist. Daraus ergibt sich, dass kreativwirtschaftliche Aktivitäten im kulturellen und künstlerischen Bereich hauptsächlich für die in der Gemeinde und in den umliegenden Regionen Ansässigen erbracht werden.

3.3.1 Lage und Größe¹⁴

Die Marktgemeinde Gaspoltshofen gehört zum Gerichtsbezirk Grieskirchen und liegt im Südwesten dieses politischen Bezirkes. Diese Gemeinde befindet sich am Ostfuß des Hausrucks und ist mit 40,63 km² flächenmäßig die größte Gemeinde im Bezirk. Gaspoltshofen liegt auf einer Seehöhe von 550 bis 700 Meter. Das Gemeindegebiet umfasst die Pfarren Gaspoltshofen und Altenhof. Im Bezirk Grieskirchen liegt Gaspoltshofen einwohnermäßig hinter Grieskirchen und Waizenkirchen an dritter Stelle. Die Bewohner verteilen sich auf 908 Häuser und 1.077 Haushalte in 60 Ortschaften.

3.3.2 Demographische Daten¹⁵

Gaspoltshofen hatte laut Volkszählung im Jahre 2001 3.597 EinwohnerInnen, 144 davon waren AusländerInnen und der prozentuelle Ausländeranteil beträgt somit 4,0 %. Die Zunahme der Wohnbevölkerung von 1991 bis 2001 lag bei 2,8 %. Entsprechend der Aufteilung nach Altersgruppen fallen im Jahre 2001 19,6 % auf unter 15-Jährige, 59,0 % auf 15- bis 59-Jährige und 21,5 % auf 60-Jährige und ältere. 42,8% der über 15-Jährigen geben die Allgemeinbildende Pflichtschule als höchste abgeschlossene Ausbildung an. 35,8% weisen eine Lehre und 11,9% eine Fachschule als höchste Ausbildung auf. 1,7 % haben eine Allgemeinbildende höhere Schule, 4,7 % eine Berufsbildende höhere Schule und 3,2 % eine Hochschule oder verwandte Lehranstalt abgeschlossen.

Die Erwerbsquote lag 2001 bei insgesamt 45,1 %, im Jahre 1991 (mit 3.499 EinwohnerInnen) bei insgesamt 45,0 %. Der Männeranteil der Erwerbsquote lag 2001 bei 56,2 %, der Frauenanteil bei 43,8 %. Insgesamt gab es 2001 1.622 Erwerbspersonen, im Jahre 1991 hingegen nur 1.495. Nach Wirtschaftssektoren eingeteilt, waren im Jahre 1991 15,6 % der Erwerbspersonen in der Land- und Forstwirtschaft, 45,5 % in Industrie, Gewerbe und Bauwesen, 38,9 % im Dienstleistungssektor (davon fallen 3,1 % ins Gaststättenwesen) tätig. Der Einpendleranteil lag im Jahre 1991 bei 47,1 % und der Auspendleranteil bei 39,2 %.

¹⁴ vgl. <http://www.gaspoltshofen.ooe.gv.at/>

¹⁵ vgl. <http://www.ooe.gv.at/statistik/RegionalDB/result.asp?ort=40806&kateg=GEM>

3.3.3 Historischer Überblick¹⁶

Der Name Gaspoltshofen scheint erstmals in einer Passauer Urkunde auf, welche um das Jahr 1100 ausgestellt wurde. Gaspoltshofen gehört zur Gruppe der "-hofen-Namen". Die ersten "-hofen-Namen" sind in Oberösterreich erstmals im 8. Jahrhundert bezeugt, gehören aber in ihrer Mehrzahl dem 9. bis 11. Jahrhundert an. In diese Zeit dürfte auch die Gründung von Gaspoltshofen fallen.

Gaspoltshofen war bis nach dem 2. Weltkrieg eine überwiegend bäuerlich geprägte Gemeinde, in der die landwirtschaftlichen und handwerklichen Betriebe die Wirtschaft beherrschten. Viele Einwohner verdienten sich im Braunkohlebergwerk ihr Geld. Zu Beginn der sechziger Jahre siedelten sich wichtige Industriebetriebe an. Auch traditionelle Handwerks- und Gewerbebetriebe konnten sich gut entwickeln. Die Gemeinde wird heute als Industrie- und Gewerbeort bezeichnet.¹⁷ Das Gemeindegebiet umfasst die Pfarren Gaspoltshofen und Altenhof, dessen Kirchen im Gemeindewappen, welches im Jahre 1967 verliehen wurde, verewigt sind. Die Kirchen symbolisieren die beiden im Gemeindegebiet liegenden Pfarren als Charakteristikum dieser Landgemeinde.



Quelle: <http://www.gaspoltshofen.ooe.gv.at/>¹⁸

Erst im Jahre 1993 wurde um Erhebung der Gemeinde zur Marktgemeinde angesucht. Die offizielle Markterhebungsfeier fand am 27. August 1995 statt.

¹⁶ vgl. Buchinger 1995: 14ff

¹⁷ vgl. <http://www.aeiou.at/aeiou.encyclop.g/g124678.htm>

¹⁸ Alle Abbildungen, falls nicht anders angegeben, wurden vom Forschungsteam erstellt.

Markterhebungsurkunde



Quelle: <http://www.gaspoltshofen.ooe.gv.at/>

3.3.4 Kreativwirtschaftliche Infrastruktur¹⁹

In Gaspoltshofen gibt es eine Vielzahl von Vereinen, die in den kreativwirtschaftlichen Bereich fallen und die kulturelle Landschaft Gaspoltshofens prägen (z.B.: Kulturinitiative Spielraum, Musikverein, Goldhaubengruppe Gaspoltshofen, Hausruck-Mostlandl, Jugendchor, Kirchenchor, Lebensraum – Verein für Dorf- und Stadtentwicklung, Liedertafel, Verschönerungsverein, ...).

Kulturinitiative Spielraum

Die Kulturinitiative Spielraum, eine Kulturstätte, in der seit 15 Jahren ein breites kulturelles Angebot geschaffen wird, zählt zu den wichtigsten kreativwirtschaftlichen Nahversorgern in Gaspoltshofen. Es handelt sich hier um einen durchorganisierten Kulturbetrieb mit Arbeitsbereichen wie Film, Musik/Tanz, Literatur, Kinderkultur, Theater/Kabarett, Kulturkirtag „Eine-Welt-Kreis“ (dieser Arbeitsbereich setzt sich verstärkt mit der entwicklungspolitischen Thematik auseinander).²⁰ Im Arbeitsbereich Film beispielsweise wird laufend mit den Original-Kinomaschinen aus den 50er Jahren alternatives Programmkinos geboten, wobei auch der Kinderfilm-Bereich nicht zu kurz kommt. Die Akteure und Akteurinnen, die für die Organisation verantwortlich sind, sind ehrenamtlich tätig. Berühmte Musik-, Kabarett- und Literaturgrößen treten hier auf. Der Spielraum bietet aber auch den regionalen Talenten, InterpretInnen, Kulturschaffenden und KünstlerInnen die Möglichkeit, eigene Projekte und Produktionen zu realisieren.²¹ Das beständige und

¹⁹ vgl. <http://www.gaspoltshofen.at/>

²⁰ vgl. Landeskulturdirektion 2004: 70

²¹ <http://www.spielraum.at/>

vielseitige Engagement wurde am 12. November 2004 in Linz mit dem „Großen Landeskulturpreis für Initiative Kulturarbeit“ ausgezeichnet.²²



Spielraum

Musikalischer Bereich

Kreativwirtschaftlich engagiert zeigt sich auch der Musikverein in Gaspoltshofen. Im Jahre 2001 wurde erstmals eine CD „New Sounds aus Gaspoltshofen“ im Saal der Landesmusikschule Gaspoltshofen aufgenommen. In der Musikschule Gaspoltshofen gibt es ein breit angelegtes Fächerangebot, welches viele Möglichkeiten bietet kreatives Potential zu fördern und umzusetzen.



Musikschule

²² vgl. <http://www.spielraum.at/>

Verein Lebensraum

Gaspoltshofen wurde im Jahre 1999 in das Programm des Landes Oberösterreich "Dorf- und Stadtentwicklung" aufgenommen. Um die Vorgaben der DOSTE umzusetzen, wurde in Gaspoltshofen der Verein "Lebensraum" gegründet. Dieser Verein hat sich zum Ziel gesetzt, eine Verbesserung der Lebensqualität zu schaffen und eine positive Entwicklung für die Marktgemeinde herbeizuführen.²³ Derzeit engagiert sich der Verein Lebensraum gemeinsam mit dem Spielraum für das Projekt Kinowelt in Gaspoltshofen. Als möglicher Standort für die Kinowelt wird eine leerstehende Tischlerei neben dem Spielraum angedacht. Die Kinowelt soll nicht nur statische Exponate einem interessierten Publikum näher bringen, sondern durch seine Gestaltung und Verknüpfung mit anderen Institutionen "bewegte Bilder in einem bewegten Museum" ein größeres Publikum ansprechen.²⁴

Kirchen und Kapellen

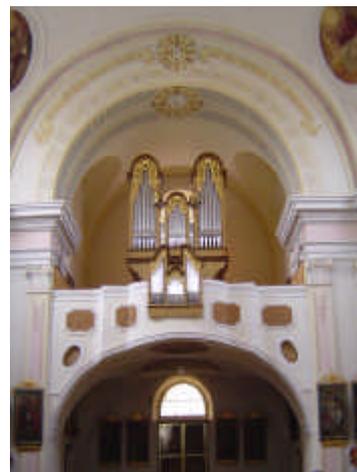
Eines der Wahrzeichen der Marktgemeinde Gaspoltshofen stellt sicher die Pfarrkirche zum Hl. Laurentius - auch bekannt unter dem Namen „Dom vom Landl“ - dar. Diese Kirche erscheint durch den 42 Meter hohen Turm, der aus dem Gewölbe der Westfassade emporwächst und von einer Kuppel gekrönt wird, sehr mächtig. Das Innere der Kirche ist geprägt von der Größe und Schönheit des Raumes. In der Kirche befinden sich zwei flache Hängekuppeln, die von mächtigen Doppelpilastern getragen werden.²⁵



„Fischerkanzel“



Kirche



Chor und Orgel

An kulturellen Veranstaltungen dominieren die dem kirchlichen Jahresablauf folgenden traditionellen Feste, die Veranstaltungen der örtlichen Kapellen, Bälle und andere Feiern mit einschließen.

²³ <http://www.gaspoltshofen.ooe.gv.at/>

²⁴ <http://www.spielraum.at/kinomuseum/konzept.asp>

²⁵ vgl. Buchinger 1995: 205

3.4 Forschungsvorgang

Im Folgenden erläutern wir unsere methodische Vorgangsweise bei der Feldforschung, welche sich in zwei Abschnitte gliederte. Dabei gehen wir zuerst auf die Methode ein um später die beiden Forschungsphasen näher zu beleuchten. Insbesondere behandeln wir die Durchführung der qualitativen Interviews und legen als letzten Punkt unsere Vorgangsweise bei der Interviewauswertung theoretisch dar.

3.4.1 Methodenwahl

Um den Verlauf unserer Forschungsarbeit besser verstehen zu können, ist es zunächst einmal wichtig zu klären, dass bei der Studie qualitative gearbeitet wurde. Bei quantitativ orientierten Arbeiten ist es das Ziel, Hypothesen zu falsifizieren oder verifizieren, wohingegen „man in der qualitativen Sozialforschung Wert auf die Entwicklung von Hypothesen und Theorien aus den im Feld gewonnenen Daten“ legt²⁶. Daher war es besonders wichtig, nicht im Vorhinein vorgefertigte Ergebnisse im Kopf zu haben, sondern sich vom Untersuchungsfeld leiten zu lassen und es so wenig wie möglich zu beeinflussen.

„Nimmt man gesellschaftliche Phänomene ernst, will sie in ihrer sozialen Dynamik verstehen und möchte für Neues empfänglich sein, so zeigt sich erst im Forschungsverlauf, welche Fragen überhaupt sinnvoll gestellt werden können und erst am Ende weiß man, auf welche Fragen eine Studie eine Antwort zu geben vermag.“²⁷

Trotz dieser eingeschränkten Möglichkeit einer Planung haben wir versucht, gewisse Fragen zu finden, die wir im Laufe unserer Projektarbeit beantworten wollen, obwohl wir uns bewusst waren, dass bereits das Generieren von Fragen im Vorhinein und noch viel mehr deren tatsächliche Beantwortung schwierig sind. Diese Unbestimmtheit ließ auch keine genaue Planung des Ablaufes zu. Dennoch haben wir zur besseren Orientierung unser Vorhaben in zwei grobe Forschungsphasen untergliedert.

Warum haben wir uns trotz dieser scheinbar negativen Seiten für eine qualitative Vorgehensweise entschieden? In unserer Forschung ging es nicht um die Überprüfung einer Hypothese, sondern in erster Linie um das Untersuchen des Phänomens der Kreativwirtschaft in einer Gemeinde. Dazu war es nötig zuerst Grundlegendes herauszufinden, da wir kaum auf Daten aufbauen konnten. Auch zur Befragung der KreativarbeiterInnen ist qualitatives „Handwerkszeug“ hilfreicher, denn es war uns wichtig, erst zu erkennen und dann zu analysieren, was sie bewegt, stört oder freut. Für unser Forschungsvorhaben war demnach nur die Anwendung qualitativer Methoden zielführend. Unsere Studie haben wir in zwei große Forschungszyklen unterteilt, wobei innerhalb dieser – als wesentliches Kennzeichen einer qualitativen Forschung – diverse Reflexionsschritte eingeplant waren.

²⁶ Lamnek 1993: 223

²⁷ Lueger 2000: 51

3.4.2 Erhebung des kreativwirtschaftlichen Sektors in Gaspoltshofen

Wir versuchten zuerst einen Überblick über die Ausprägungsformen der Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen zu erlangen. Dazu war die Überprüfung des zum damaligen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Datenmaterials auf Vollständigkeit erforderlich. Hierfür haben wir den Amtsleiter und weitere GemeindegängerInnen befragt, welche Personen sie uns nennen können, die in den Bereich der Kreativwirtschaft fallen. Dabei haben wir versucht, den kreativwirtschaftlichen Bereich zu beschreiben und Beispiele für Berufsgruppen, die in diese Definition hineinfallen, zu nennen. Denn der Begriff „kreativ“ wurde oft sehr weit gefasst. Etwa wurden viele Menschen als „kreativ“ bezeichnet, welche Arbeitsplätze schaffen konnten oder durch ihre „Kreativität“ verhinderten, arbeitslos zu werden.

Glücklicherweise waren die BürgerInnen sehr auskunftsbereit und bemüht, uns viele „mögliche KreativarbeiterInnen“ zu nennen. Innerhalb des genannten Personenkreises haben wir jene herausgefiltert, die entsprechend dem LIKUSkreativ[©]-Schema KreativarbeiterInnen sind. Bei dieser Erhebung ergab sich, dass in der Gemeinde Gaspoltshofen sehr viele KreativarbeiterInnen tätig sind. Leider haben wir keine Vergleichsdaten mit anderen Gemeinden dieser Größe, aber es scheint, als gäbe es in Gaspoltshofen überdurchschnittlich viele.

LIKUSkreativ[©]-Tabelle

Die folgende Tabelle zeigt, in welchen Bereichen des LIKUSkreativ[©]-Schemas in Gaspoltshofen kreativwirtschaftliche Aktivitäten stattfinden.

LIKUSkreativ[©] Domäne	LIKUSkreativ[©] Hauptkategorie	Gaspoltshofen: kreativwirtschaftliches Vorkommen allgemein	Gaspoltshofen: KreativarbeiterInnen
Kulturelles Erbe	<i>Museen, Archive, Wissenschaft</i>	Pfarrbuch, 1 naturhistorisch- ethnografische Privat- sammlung, private Kunstsammlungen	1 Historiker
	<i>Baukulturelles Erbe</i>	Kirchen, Kapellen, Pestsäule, Bahntrasse Altenhof, Erdkeller, Römerweg	1 Restauratorin für Kirchen/Kapellen, 1 Möbelrestaurator
	<i>Volkskultur, Heimat- und Brauchtumspflege</i>	2 Goldhaubengruppen	
	<i>Bibliothekswesen</i>	Pfarrbibliothek Gaspoltshofen, Volksbücherei „Das Dorf“, Hauptschulbibliothek	
Darstellende	Musik	Musikschule mit Tonstudio	mehrere ausgebildete SängerInnen, mehrere

Kunst		2 Musikvereine	Komponisten (klassische Moderne, Jazz) und BerufsmusikerInnen, diverse Musikgruppen
	Theater, Musiktheater, Tanz	temporäre Laientheater- projekte, 1 Tanztheatergruppe, Ballet in der Musikschule	
Audiovisueller Bereich	Film, Kino, Video, Hörfunk, Fernsehen	Spielraum (Kino), 3 Elektrogeschäfte, 1 Computer- und Softwaregeschäft	
Visuelle Kunst	<i>Bildende Kunst, Foto</i>	Galerie Paul, Galerie Haus- ruck, AndreA (Fotohandel)	7 MalerInnen (haupt- und nebenberuflich), Fotoclub
	<i>Architektur</i>		1 Innenarchitektin, 2 planende Baumeister
	<i>Angewandte Kunst, Grafik, Design</i>	1 Töpferwerkstatt	1 Steinmetz, 1 Werbefachfrau, 3 Tischlereien, 1 Goldschmiedin
Buch und Presse	<i>Literatur</i>	Verlag Landlpresse, Zeit- schriftenhandel	
	<i>Zeitungen, Zeitschriften</i>	Spielraumzeitung, Partei- und Vereinspublikationen, Pfarrblatt, Gemeinde-zeitung	nebenberufliche JournalistInnen, die Artikel in diversen Regionalzeitungen veröffentlichen
Transversale Bereiche	<i>Kulturinitiativen, Zentren</i>	Spielraum, Kulturzentrum Hausruckwald, Kunst- werkstatt Scheinhaus	
	<i>Ausbildung, Weiterbildung, Erwachsenenbil- dung</i>	2 Volksschulen, 1 Haupt- schule, Töpferkurse, Computerkurse, Führerscheinkurse	
	<i>Internationaler</i>	Musikverein: Berlin (Lychen), Partnergemeinde	

<i>Kulturaustausch</i>	(Bayern)
<i>Großveranstaltungen</i>	Bildhauersymposium, Kulturkirtag
<i>Kulturverwaltung</i>	Gemeindeamt, Gemeinderat

Quelle: eigene Darstellung

Die LIKUSkreativ[®] Domäne Kulturelles Erbe gliedert sich in die Hauptkategorien „Museen, Archive, Wissenschaft“, „Baukulturelles Erbe“, „Volkskultur, Heimat- und Brauchtumpflege“ und „Bibliothekswesen“. In diesem Bereich finden viele Aktivitäten ohne das Ziel der Gewinnerwirtschaftung statt. Nur im Bereich „Baukulturelles Erbe“ gibt es hauptberufliche KreativarbeiterInnen und es wird darüber hinaus eine touristische Vermarktung des baukulturellen Erbes angestrebt. In der Domäne „Darstellende Kunst“ scheint vor allem die Hauptkategorie Musik in Gaspoltshofen eine wichtige Rolle zu spielen. Bedingt durch die Musikschule und die Musikvereine gibt es nach Einschätzung unserer InterviewpartnerInnen eine überdurchschnittlich hohe Zahl an hoch qualifizierten Berufs- und HobbymusikerInnen sowie kreativwirtschaftlichen Aktivitäten in diesem Bereich. Im „Audiovisuellen Bereich“ sind besonders die Kinovorführungen im Spielraum hervorzuheben. Im ehemaligen Kino hat schon in den 50er Jahren reger Kinobetrieb geherrscht. Auch heute zählen die regelmäßigen Filmvorführungen zu den bestbesuchten Veranstaltungen des Spielraums, mit denen ein Gewinn zur Querfinanzierung anderer Programmpunkte erwirtschaftet wird. In der Domäne „Visuelle Kunst“ ist bemerkenswert, dass Gaspoltshofen gleich über zwei Galerien verfügt, daneben gibt es eine hohe Dichte an haupt- und nebenberuflichen MalerInnen. Dagegen ist die kreativwirtschaftliche Domäne „Buch und Presse“ in unserem Forschungsfeld eher schwach ausgeprägt. Es besteht zwar eine rege Publikationstätigkeit von Seiten der Gemeinde und diversen Parteien und Vereinen, jedoch gibt es kein Buchgeschäft oder im Ort ansässige SchriftstellerInnen. Besonders wichtig sind in der Gemeinde die „Transversalen Bereiche“. Gaspoltshofen kann drei sehr aktive Kulturinitiativen vorweisen, verfügt über zwei Volksschulen, eine Hauptschule und eine eigene Musikschule. Letztere stellt insbesondere wegen ihrer zahlreichen Veranstaltungen und ihrem großen Einfluss ebenfalls ein sehr aktives kulturelles Zentrum dar. Außergewöhnlich für eine Gemeinde dieser Größenordnung sind auch Veranstaltungen wie der Kulturkirtag, der seit einigen Jahren ein fixer Programmpunkt unter den jährlichen kulturellen Veranstaltungen ist, oder einmalige Veranstaltungen wie das Bildhauersymposium, das einen internationalen Kreis von KünstlerInnen einbezog.

3.4.3 Befragungen innerhalb des Feldes der Kreativwirtschaft

Die zweite Forschungsphase beinhaltete face to face Interviews mit den Schlüsselpersonen und den KreativarbeiterInnen, die wir während zweier Aufenthalte in Gaspoltshofen durchführten. Dieser Schritt erfolgte aufgrund des Schneeballverfahrens zum Teil parallel mit der Erhebung der KreativarbeiterInnen, denn am Schluss jedes Interviews haben wir nach weiteren Personen gefragt, die diesem Bereich zugeordnet werden können, bzw. allgemein nach weiteren interessanten InterviewpartnerInnen. Die Befragten überlegten sehr gewissenhaft und konnten uns auch oft genauer über die Tätigkeiten der Genannten informieren, was die Einordnung nach dem LIKUSkreativ[®]-Schema erleichterte.

Die Befragung von Schlüsselpersonen diene dazu herauszufinden, wie der Bereich der Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen von ihnen gesehen wird. Das Einbeziehen wichtiger Entscheidungsträger in die Erhebung ist nichts Ungewöhnliches; es entspricht zum Beispiel auch der Vorgehensweise in der bereits beschriebenen Jamtland-Studie. Die ausgewählten Schlüsselpersonen waren der Bürgermeister, der Kulturausschussobmann und der Pfarrer. Letzterer war leider bei unseren beiden Aufenthalten in Gaspoltshofen verhindert. Die beiden Erstgenannten waren freundlicherweise zu einem Gespräch mit uns bereit. Im Zuge der Interviews ergab sich, dass der Obmann des Vereins Lebensraum oft von unseren InterviewpartnerInnen genannt wurde und so erfuhren wir, dass er eine zentrale Rolle bei der Entwicklung neuer Projekte, die in den Bereich der Kreativwirtschaft fallen, spielt. Daher entschlossen wir uns, ihn ebenfalls als Schlüsselperson zu interviewen. Die Abgrenzung fiel bei diesem jedoch nicht leicht, da er auch als Künstler im Ort tätig ist.

Bei unserem ersten Forschungsaufenthalt vom 23. bis 25. Februar 2005 haben wir die zwei bereits genannten Schlüsselpersonen und vier KreativarbeiterInnen befragt. Im Vorfeld haben wir die Möglichkeit genutzt, einen Kreativarbeiter aus Gaspoltshofen in Wien zu interviewen, um eine etwas klarere Vorstellung zu bekommen, was uns im Weiteren erwartet und mit welchen Problemen wir eventuell konfrontiert werden könnten. Dies war sehr wichtig für uns, da wir nur kurze Aufenthalte im Forschungsfeld geplant hatten (um die dadurch anfallenden Kosten möglichst gering zu halten) und somit ein möglichst reibungsloser Ablauf sichergestellt werden musste.

Wir haben uns für die Form des offenen Interviews entschieden. Wir räumten den befragten Personen einen offenen Gesprächsrahmen ein. Es wurden jene Frageformulierungen gewählt, die möglichst wenig Festlegung vornehmen. Wir haben außerdem versucht, die Fragen so zu stellen, dass sich keine Gelegenheit für eine einfache Ja-Nein-Antwort bot. Zwischenzusammenfassungen haben wir nur dann getätigt, wenn sie der kommunikativen Absicherung des Verständnisses dienten und so eine hohe Ausführlichkeit und einen hohen Detaillierungsgrad ermöglichten.²⁸ In diesem Zusammenhang muss erwähnt werden, dass die Personen bereits im Vorfeld über das Thema – sie sollten uns über ihre Arbeit als kulturell oder kreativ Tätige berichten – informiert waren. Es wurde bei den KreativarbeiterInnen eine Einstiegsfrage gewählt, die den in der Literatur vorgegebenen Kriterien entspricht.²⁹ Diese lautete: „Was machen Sie genau und wie sind Sie dazu gekommen?“ Die Einstiegsfrage soll einen Erzählstimulus beinhalten, am besten sollten die Befragten einen direkten Bezug zur Frage haben, damit sie angeregt werden, ausführlich zu dem Thema Stellung zu nehmen. Die verschiedenen InterviewpartnerInnen haben gut auf die Einstiegsfrage reagiert, was daran zu erkennen war, dass eine lange Erzählphase folgte. Der weitere Verlauf des Interviews wurde nicht von uns vorab strukturiert, sondern wir versuchten mit unseren Fragestellungen an die Erzählungen der Befragten anzuschließen. Im Vorfeld haben wir uns verschiedene Themenblöcke überlegt, die uns zur Beantwortung unserer Forschungsfragen zielführend erschienen. In den meisten Fällen wurden die Themen jedoch nicht von uns eingeführt, sondern von den Befragten selbst angeschnitten.

²⁸ vgl. Froschauer, Lueger 2003: 59ff

²⁹ vgl. Froschauer, Lueger 2003: 66

Nach der ersten Interviewrunde konnten wir bereits einige Gemeinsamkeiten bei den KreativarbeiterInnen feststellen. Es folgte eine Phase der Reflexion über bisherige Ergebnisse, insbesondere über die Informationen aus den Interviews und die vorgeschlagenen InterviewpartnerInnen. Bei der Wahl der weiteren KreativarbeiterInnen wurde darauf geachtet, Personen auszuwählen, die hauptsächlich mit ihrer kreativwirtschaftlichen Tätigkeit ihren Lebensunterhalt bestreiten. Außerdem wollten wir die Frauenquote unter den Befragten erhöhen, da in der ersten Runde vor allem Männer interviewt wurden. Während unseres zweiten Forschungsaufenthalts vom 5. bis zum 6. April 2005 wurden demnach noch drei weitere Gaspoltshofener Kreativarbeiterinnen und der Obmann des Lebensraums sowohl in seiner Position als Kreativarbeiter als auch als Schlüsselperson interviewt.

Erstaunt hat uns, wie offen und erzählfreudig die Befragten waren. Die Interviews wurden vorab telefonisch vereinbart, wobei die KreativarbeiterInnen und Schlüsselpersonen schon erste Informationen über das Thema des Gesprächs wünschten. Um Vertrauen zu schaffen, gaben wir weitgehend Auskunft auf die Fragen, legten aber gleichzeitig „Input-Notizen“ an. In diesen wurden die wesentlichen Informationen festgehalten, die den Befragten mitgeteilt wurden und Auffälligkeiten – wie anfängliches Misstrauen oder besondere Unsicherheit – vermerkt. Diese Aufzeichnungen wurden bei der Analyse der einzelnen Interviews mitreflektiert.

Alle Interviews wurden in der gewohnten Umgebung der InterviewpartnerInnen durchgeführt, ausgenommen der bereits erwähnten Befragung in Wien. Das Führen der Interviews in gewohnter Umgebung wirkt sich erfahrungsgemäß positiv auf die Gesprächssituation aus. Wobei wir auch bei dem in Wien durchgeführten Interview sehr genau darauf achteten, eine angenehme, möglichst neutrale, gesprächsfördernde Atmosphäre zu schaffen, um das Gespräch nicht negativ zu beeinflussen. In Gaspoltshofen fand die Befragung von sieben KreativarbeiterInnen in privaten Wohnräumen statt, andere Intervieworte waren der Spielraum, das Gemeindeamt und das örtliche Kaffeehaus, wobei die Wahl der Örtlichkeit in sämtlichen Fällen den InterviewpartnerInnen überlassen wurde.

Die Interviewsituationen waren generell sehr entspannt und freundlich. Acht von elf Gesprächen wurden von allen vier Forscherinnen gemeinsam geführt. Dabei wurde jeder Interviewerin eine gewisse Rolle zugeordnet. So übernahm im Rotationsprinzip eine jeweils den Intervieweinstieg und somit das Stellen der Einstiegsfrage. Eine weitere unterstützte zu Beginn die Hauptinterviewerin bei der Gesprächsführung, während die beiden anderen markante Details für die spätere Analyse festhielten. Es war uns jedoch wichtig, die zugeteilten Rollen nicht als starre Verhaltensvorgaben zu verstehen, sondern sie sollten zur besseren Koordination der Abläufe und der Orientierung besonders der InterviewpartnerInnen dienen. Im Laufe der Gespräche entwickelte sich dann oft eine gleichverteilte Aktivität im Frageprozess. Das gemeinsame Führen der Interviews hatte mehrere Vorteile. Einerseits erwies es sich als sehr förderlich, da dadurch mehr Details im Gesprächsverlauf wahrgenommen wurden und besser auf diese reagiert werden konnte. Andererseits war positiv, dass durch die Anwesenheit aller vier Interviewerinnen ein breiteres Interpretationsspektrum ausgenutzt werden konnte.

Trotz unserer Mitschrift lief das Aufnahmegerät für die spätere Transkription mit. Dessen Anwesenheit wurde von den Interviewten nicht als störend empfunden und eine Person bat sogar um eine Kopie des Mitschnitts. Positiv überraschend war, wie viel Zeit die Befragten

uns widmeten. Die meisten Interviews dauerten ein bis anderthalb Stunden, wobei es auch kürzere Gespräche von einer halben bis einer dreiviertel Stunde gab.

3.4.4 Auswertung der Interviews

Die Interviews wurden gemäß den Richtlinien von Froschauer/Lueger³⁰ transkribiert und in Hinblick auf unsere Forschungsfragen ausgewertet. Das Ziel war, aus den Texten Kategorien zu entwickeln. Dabei gingen wir in Anlehnung an Techniken verschiedener Autoren, insbesondere an die „Themenanalyse“ von Froschauer/Lueger³¹, folgendermaßen vor:

Zuerst wurden alle angesprochenen Themen herausgefiltert und versucht, sie in In-vivo-Kodes³² zu fassen. So arbeiteten wir alle Texte ein erstes Mal durch, um dann alles, was im Text zu einem bestimmten Thema gesagt wurde, zu sammeln und zu paraphrasieren. Wir hielten die wesentlichen Charakteristika der Themen fest, in welchen Zusammenhängen sie auftauchten und berücksichtigten dabei, von wem das Thema angesprochen worden war. Außerdem analysierten wir Widersprüchlichkeiten bezüglich eines Themas und die relative Wichtigkeit der Themen im Text. Als nächster Schritt erfolgte ein Vergleich der herausgearbeiteten Themen über die Interviews hinweg und die Bildung von nunmehr abstrakteren Überkategorien. Bei der Fassung der Ergebnisse in Überkategorien wurden unterschiedliche Auffassungen von Themen zwischen den Befragten nicht vereinheitlicht, sondern mögliche Erklärungen dafür gesucht. Anschließend interpretierten wir die bisherigen Ergebnisse nochmals und integrierten sie in den Kontext der Forschungsfrage.

4 INTERVIEWANALYSE

Zu Beginn dieses Kapitels gehen wir auf die Sichtweise der Schlüsselpersonen zum Thema Kreativwirtschaft allgemein und im Speziellen der Rahmenbedingungen der KreativarbeiterInnen in Gaspoltshofen ein. Anschließend behandeln wir die Interpretation der Interviewtranskripte der KreativarbeiterInnen, die anhand der vier Hauptkategorien Arbeitswelt, Netzwerke, kreativwirtschaftliche Infrastruktur und Umfeld dargestellt wird.

4.1 Analyse der Interviews der Schlüsselpersonen

Befragt wurden der Bürgermeister, der Kulturausschussobmann und der Obmann des Vereins Lebensraum zur Situation der Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen. Bürgermeister und Kulturausschussobmann sind seit 2003 im Amt. Der Obmann des Vereins Lebensraum hat in der Vergangenheit verschiedene Ämter in der Kreativwirtschaft bekleidet (zum Beispiel Kapellmeister, Musikvereinsobmann und Gemeinderatsmitglied) und wurde von Befragten unter anderem als „eine Art Stadtmarketingdirektor“ und „Visionär“ bezeichnet.. Obwohl er momentan keine dieser Funktionen mehr ausübt, scheint er eine zentrale Figur im kulturellen Bereich zu sein. Daher beschlossen wir ihn als Schlüsselperson zu interviewen, allerdings ist er auch als Kreativarbeiter (Maler, Grafiker, Verleger, ...) tätig. D.h. in dieses Interview

³⁰ vgl. Froschauer, Lueger 2003: 223f.

³¹ vgl. Froschauer, Lueger 2003: 158ff.; wobei wir das Textreduktionsverfahren mit dem Codierverfahren kombinierten.

³² Das sind Begriffe, die von den Befragten selbst verwendet wurden.

flossen nicht nur allgemeine Fragen über die Situation der KreativarbeiterInnen bzw. der Kreativwirtschaft in Gaspoltshofen ein, sondern auch Fragen zu seiner persönlichen kreativen Arbeit.

Von Bürgermeister und Kulturausschussobmann wollten wir zum Einstieg wissen, welche Aktivitäten in der Gemeinde stattfinden, die in den Bereich der Kreativwirtschaft fallen. Neben den zahlreichen Vereinen wurden auch das Holzbildhauersymposium im Sommer 2004, das Projekt Scheinhaus und das Projekt Kinowelt genannt. Die beiden letzteren befinden sich derzeit noch in Planung. Der Bürgermeister nannte zudem Ausstellungen zum Thema Thomas Bernhard, da dieser des Öfteren in Gaspoltshofen verweilte, und den Ort auch in seinen Werken vorkommen ließ. Aktivitäten dieser Art werden mit dem expliziten Gedanken der Vermarktung der Gemeinde gesetzt. Der Bürgermeister ist der Ansicht, dass allgemein betrachtet ein hoher kultureller Standard vorliegt. Auch der Kulturausschussobmann stellt für Gaspoltshofen im Vergleich zu Nachbargemeinden eine größere Bedeutung des kulturellen Sektors fest. Dies argumentiert er mit dem vielseitigen Engagement der Vereine. Er nannte neben den Chören, Büchereien und diversen Vereinen auch die Kirche, die Liedertafel und einige Künstler Gaspoltshofens.

Beide Schlüsselpersonen sind sich einig, dass die Gemeinde die KreativarbeiterInnen unterstützen möchte. Allerdings weisen beide auf die eher „durchschnittliche“ – sich tendenziell verschlechternde – Finanzsituation der Gemeinde hin. Der Bürgermeister meint, dass das Künstlerleben konjunkturabhängig sei, da es von der Unterstützung durch Mäzene abhängt. So sieht er auch für die Kinowelt nur eine Chance, wenn es zu finanzieller Hilfestellung der Gemeinde und privater Personen kommt. Ein weiteres Problem, das diesbezüglich angesprochen wurde, ist, dass die Kinowelt, um längerfristig funktionieren zu können, genügend große Besucherzahlen erzielen muss. Das wären nach seinen Angaben zwischen 3000 und 5000 Personen pro Jahr. Für den Kulturausschussobmann ist durch die nahe gelegenen Kurorte Bad Schallerbach und Gallspach das Publikumspotential gegeben, allerdings sieht auch er das Problem bei der Realisierung des Projekts der Kinowelt in der Finanzierung. Für den Bürgermeister muss ein schlüssiges Konzept vorliegen, damit eine Entscheidung für das Projekt getroffen werden kann. Für den Obmann des Lebensraums ist dies bereits der Fall. Denn nach seinen Angaben steht fest, was es kostet und was geschehen soll, das Projekt werde immerhin bereits seit ein paar Jahren aufbereitet. Zur angespannten Budgetsituation merkt er an, dass es sich dabei um „eine sehr bequeme Ausrede“ handle, „meistens steckt dahinter, dass man das Ganze nicht will, weil wenn ich was will und für gut empfinde, dann werde ich auch dafür das Geld aufreiben, es muss nur alles in einer gewissen [...] gesunden Relation stehen.“ (I 8) Sowohl von einigen KreativarbeiterInnen als auch von den Schlüsselpersonen wird hervorgehoben, dass es bei diversen neuen Projekten eine verantwortliche Person oder Gruppe geben muss, die langfristig hinter dem Projekt steht und bereit ist trotz geringer bzw. fehlender Entlohnung viel Zeit und Energie zu investieren. Auch bei den zur Zeit in Planung befindlichen Projekten wird dies als kritischer Faktor gesehen, weil dafür einmalige große Investitionen benötigt und von Seiten der Gemeinde langfristige Verpflichtungen eingegangen werden, welche nur unter den oben angesprochenen Umständen rentabel sind.

Die Finanzierung solcher Projekte hängt stark vom Kulturbudgets ab, die Aufteilung dessen erklärte uns der Kulturausschussobmann wie folgt: Die Vereinsförderung gestaltet sich jedes Jahr ziemlich gleich, was als ordentlicher Haushalt bezeichnet wird. Daneben gibt es aber

auch einmalige Projekte, wie etwa den Sportplatz, der durch Mittel des außerordentlichen Haushalts gefördert wird. Der Spielraum stellt mit einem Fixbetrag, Heizung und Miete den größten Einzelposten dar. Positiv merkt er an, dass durch den Foyerumbau des Spielraums mit der nun entstandenen Möglichkeit zur Bewirtung eine bessere Eigenfinanzierung desselben ermöglicht wird. Zudem hat der Verein bisher noch keine Zuschüsse für den Umbau erhalten, dies ist abhängig von der endgültigen Höhe des Budgets. Alle drei Befragten sehen ausgehend vom Spielraum positive Impulse für die Wirtschaft – durch Gasthaus- und Café-Besuche in Verbindung mit den Veranstaltungen. Außerdem wird durch den Lebensraum-Obmann der Aspekt angesprochen, dass seiner Meinung nach durch den Umbau die heimische Wirtschaft angeregt wurde.

Bürgermeister und Kulturausschussobmann sind sich einig, dass kulturelle Aktivitäten in der Gemeinde die Attraktivität steigern und sich so positiv auf die Ansiedelung auswirken. Das Bestreben, Leute anzusiedeln, ist generell sehr ausgeprägt, was in zahlreichen Aussagen deutlich wurde. Das Ziel ist einerseits der Erhalt der Lebensqualität für die derzeitigen BewohnerInnen, es soll beispielsweise die Abwanderung von Geschäften verhindert werden. Andererseits sollen sich größere Investitionen, etwa in Schulen, lohnen, aber dazu muss es genügend SchülerInnen geben. Darüber hinaus hat die Anzahl der EinwohnerInnen wiederum Einfluss darauf, wie viel Geld der Gemeinde zur Verfügung steht. Demgemäß soll laut Kulturausschussobmann die Bevölkerung wachsen oder zumindest nicht sinken. Daher sieht er auf Grund der attraktivitätssteigernden Wirkung für Gaspoltshofen die Notwendigkeit, gemeindeeigene Künstler mehr zu fördern. Auch der Bürgermeister meint, dass die Gemeinde immer unterstützen möchte. Seiner Meinung nach werde auch im möglichen Rahmen sehr viel gemacht, ob es allerdings genug sei, könne er nicht beantworten. Auch der Lebensraum-Obmann ist der Ansicht, dass kreative Tätigkeiten wichtig sind – und zwar sowohl *„für jeden Menschen, jede Gruppe und auch für jede Gemeinde“* (I 8). Kreativität stellt für ihn eine große Ressource für alle Gemeinden dar.

Chancen sehen alle drei Schlüsselpersonen durch die Landesausstellung 2006 in Ampfelwang. Es soll laut Kulturausschussobmann ein Programmpaket zusammengestellt werden, das aus einer Ausstellung im Scheinhaus zum Thema Bergbau, entsprechenden Filmen im Kinomuseum und der Ausstellung alter Altarbilder besteht. Man sollte die Gratiswerbung von den kommenden zwei Landesausstellungen – 2010 findet sie in Grieskirchen statt – nutzen, um Besucher nach Gaspoltshofen zu bekommen. Der Obmann des Lebensraums hofft auf etwa fünf oder zehn Prozent der nach seinen Angaben im Durchschnitt 300.000 Besucher der Landesausstellungen. Besonders betonte er, dass dies im Startjahr des Kinomuseums wirksam wird, wonach durch die vermehrten Besucher ein Startvorteil erzielt werden kann. Im Zusammenhang mit den Entwicklungsmöglichkeiten spricht der Bürgermeister an, dass die tatsächliche Entwicklung von den involvierten Personen abhängt. Seiner Meinung nach müsse es jemanden geben, der sich für das Projekt engagiere und langfristig dahinter stehe.

Die Bevölkerung im Allgemeinen *„muss erst sehen, dass was passiert, bevor sie es akzeptiert“* (I 11). Diese Aussage kann auf unterschiedliche Weise interpretiert werden. Zum Einen könnte damit mangelndes Vorstellungsvermögen und Verstehen von theoretischen Konzepten angedeutet werden. Oder mit „passieren“ ist eigentlich funktionieren gemeint, das ist dahingehend interpretierbar, dass bloßen Ideen kein Vertrauen entgegengebracht wird, bevor eine konkrete Umsetzung zu erkennen ist. Nach Meinung des Bürgermeisters sind

dennoch GaspoltshofenerInnen grundsätzlich eher aufgeschlossen. Obwohl er die Ansichten der GemeindebürgerInnen in Bezug auf kulturelle Thematiken als gespalten sieht: während manche positiv eingestellt seien, gäbe es auch negative Stimmen und manchen sei es egal. Diese Aussage ist ein Beispiel dafür, dass der Bürgermeister sich im Interview neutral und eher distanziert unseren Fragen gegenüber geäußert hat. Man könnte annehmen, dass mit diesem Verhalten Unangreifbarkeit angestrebt wurde. Der Kulturausschussobmann meint, dass das kulturelle Interesse im Vergleich zur Stadt nicht so hoch ist. Was man seiner Ansicht nach an den eher bescheidenen Besucherzahlen bei kulturellen Veranstaltungen merke – allerdings bewege sich etwas in der Gemeinde. Der Obmann des Lebensraums sieht die Offenheit der Bevölkerung gegenüber Projekten und Initiativen genauso stark ausgeprägt wie in anderen Gemeinden. Seiner Meinung nach sind manche BürgerInnen offener und andere verschlossener.

Alle drei Schlüsselpersonen sehen den Spielraum als fixe Institution in der Gemeinde. Nach Ansicht des Bürgermeisters hat der Verein durch seine Veranstaltungen den Bekanntheitsgrad Gaspoltshofens gesteigert. Er und der Kulturausschussobmann meinen auch, dass der Großteil der Bevölkerung dem Verein jetzt positiv gegenübersteht. Vor der Eröffnung war die Anzahl der Befürworter und Gegner nach Meinung des Kulturausschussobmanns gleich groß. Seiner Ansicht nach polarisiere aber das Projekt Scheinhaus, er würde eine 40:60 Ablehnung schätzen. Er sieht die diesbezügliche Lagerbildung als Problem. Der Altbürgermeister hat seinen Aussagen nach gegen das Scheinhaus argumentiert, was von vielen einfach akzeptiert wurde, und bis heute ihren Meinungen entspricht. Demnach würden seiner Meinung nach viele nicht in Ausstellungen ins Scheinhaus gehen, weil sie das Haus weggerissen haben wollen. Jedoch steht für den Obmann des Lebensraums der Abbruch nicht mehr zur Debatte. Er erklärt, dass das Haus für die Gemeinde kostenfrei renoviert wurde. Der Abriss hingegen würde zusammen mit der Umgestaltung seinen Angaben nach zwischen 110.000 und 150.000 Euro kosten. Er meint zudem, dass der Beschluss zum Abbruch nicht in Ordnung war, da die Gemeinderäte nicht über die damit verbundenen Kosten informiert waren. Das Scheinhaus ist ihm aber nicht persönlich wichtig, sondern für Gaspoltshofen, weil es seiner Ansicht nach Teil der Kirche ist und das architektonische Gesicht des Ortskerns nicht zerstört werden sollte.

Für den Kulturausschussobmann ist die Infrastruktur der Gemeinde insofern positiv, als KünstlerInnen durch das Scheinhaus eine Präsentationsmöglichkeit haben, die zum Nulltarif zur Verfügung gestellt wird. Er würde sich aber als weitere Förderung wünschen, dass die Gemeinde mehr Werke der KünstlerInnen ankauft. Nach seinen Vorstellungen sollte bei öffentlichen Gebäuden ein fixer Prozentsatz für die einheimische Kunst eingeplant werden. Dies müsste bereits bei der Gestaltung der Gebäude berücksichtigt werden. Seiner Ansicht nach ist eine Tendenz erkennbar, kulturell aktive Menschen mehr zu fördern. Dies müsse nicht nur auf monetärer Ebene erfolgen sondern zum Beispiel durch Berichterstattung in der Gemeindezeitung über deren Aktivitäten. In Bezug auf Infrastruktur wurde von beiden Obmännern auch die Musikschule genannt.

Bei der Frage nach der Einschätzung der Politik in Bezug auf Kreativwirtschaft, meint der Kulturausschussobmann, es gäbe keine besonderen Gegner von Kunst und Kultur. Es herrsche ein sehr gutes Arbeitsklima, wobei es von Seiten der Vertreter der kulturellen Fraktion um Verständlichmachung ihrer Anliegen gehe. Für ihn ist besonders auffällig, dass die Kulturgegner in der Bevölkerung immer lauter sind. So wird der Umbau des Sportplatzes

von den GemeindebürgerInnen eher akzeptiert als Ausgaben für kulturelle Aktivitäten und es kommt kaum zur öffentlichen Diskussion. Auf der anderen Seite wird von VertreterInnen verschiedener Interessen bei der Argumentation ihrer Anliegen auf die hohe Investition für den sportlichen Bereich verwiesen. Diese Instrumentalisierung fördert sicherlich, dass Sport und Kultur in der Wahrnehmung der Gemeindebevölkerung zu einem Gegensatz werden. Die Polarisierung in Sport versus Kultur wird von einigen befragten KreativarbeiterInnen abgestritten. Interessant ist, dass sowohl der Verein Spielraum als auch die Sportunion zur Finanzierung ihrer Investitionen einen Flohmarkt geplant hatten und diesen schließlich gemeinsam organisierten und den Gewinn teilten.

Der Obmann des Lebensraums meint, dass sich Politiker unterschiedlich stark mit kulturellen Belangen beschäftigen, im Großen und Ganzen ist seiner Meinung nach aber die „Welt in Ordnung“ (I 8). Nur wenn Neuerungen anstehen – wie etwa der Spielraum am Anfang – komme es zu Akzeptanzproblemen. Der Kulturausschussobmann meint, dass kleinere Beträge viel diskutiert werden, größere Projekte wie der Kanalbau oder der Sportplatz würden einfach gemacht.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Kultur als Luxus aufgefasst wird, den man sich leistet. KünstlerInnen sind von Mäzenen abhängig, wenn es diesen wirtschaftlich schlechter geht, ist auch kein Geld für Kunst und Kultur übrig.

„... das Künstlerleben immer auch wirtschaftsabhängig ist, eine Hochkonjunktur geht's auch für die Künstler besser, ist die Konjunktur schlechter geht's auch für die Künstler schlechter. Mit dem werden die Künstler leben müssen, das ist ganz klar, [...]. Und nachdem die Künstler zum Teil auch sehr stark abhängig sind ob sie eben von Mäzenen unterstützt werden oder nicht, ist es natürlich so dass in Zeiten wo's gut geht wirtschaftlich leicht jemand zu finden ist, der etwas sponsert, irgendwo Geld auslässt damit etwas passiert.“ (I 11)

Kunst und Kultur bringen vor allem als Freizeit- und Unterhaltungsangebot im Hinblick auf die Attraktivität der Gemeinde für alle GemeindebürgerInnen Nutzen. Besonders für Zuziehende kann diese vielfältige Infrastruktur ausschlaggebend sein. Das sind auch die Gründe für die Förderung dieser Bereiche. Dabei besteht eine hohe Loyalität den „eigenen“ KünstlerInnen gegenüber. Dies gilt als Selbstverständlichkeit, wenn jemand gefördert werden soll, dann Gemeindeglieder. Warum können die Befragten jedoch nicht begründen.

Außer den unmittelbaren Effekten für Gastronomie und Gemeindegewerbung können sich die Schlüsselpersonen keinen wirtschaftlichen Nutzen von Kunst und Kultur vorstellen, geschweige denn, dass die meisten in der Kreativwirtschaft Tätigen zum Sozialprodukt der Gemeinde beitragen. Es wird - auch vom Spielraumobmann selbst – nicht die Möglichkeit gesehen, dass die Mitarbeiter im Spielraum durch ihre Tätigkeiten besondere Kompetenzen erwerben. Damit sind besonders solche Fähigkeiten gemeint, die auch am Arbeitsmarkt gefragt sind. Aber man kann sich durchaus vorstellen, dass die Gemeinde als Gesamtheit durch das Entstehen oder den Bestand von kreativwirtschaftlichen Aktivitäten lernt und Neues entdeckt. Dies ist auch ein bewusst angestrebtes Ziel der meisten KreativarbeiterInnen. Als weiteren Nutzen könnte man den Umstand betrachten, dass die KreativarbeiterInnen durch ihre spezifische Arbeits- und Lebensweise zur Schaffung von gewissen Strukturen beitragen, die oft in Zukunftsbildern der Gesellschaft beschrieben werden.

Ein weiterer auffälliger Punkt war, dass bei sehr allgemein gestellten Fragen entweder Klischees oder konkrete Beispiele genannt wurden. Fragt man etwa nach der Bedeutung von Kreativität für die Gemeinde, bekommt man entweder „alles und jeder ist kreativ“ zur Antwort oder, dass ein Nutzen für die Gemeinde dadurch entsteht, dass der/die KünstlerIn beim Bäcker Semmeln kauft. Bei den Interviews war auffällig, dass sowohl von der Bevölkerung als auch von den Schlüsselpersonen Kreativität oft mit Arbeitsplatzbeschaffung verbunden wurde. Woraus man schließen kann, dass die allgemeine Angst vor Arbeitsplatzverlust weit verbreitet ist. „*Was is heit kreativ, is des jetzt a Verbesserung vo an Brotberuf in irgendoa Richtung dass der mehr Ertrag oder zukunftsorientierter wird ...?*“ (I 9) Das lässt auf einen hohen Stellenwert der Beschäftigungsproblematik schließen. Interessant ist dies deshalb, weil keiner der Befragten und nicht einmal die Gemeinde in besonderem Maß von Arbeitslosigkeit betroffen sind. Dennoch herrscht eine ständige Sorge um zukünftige Arbeitsplätze im Ort. Gerade deshalb sollten neue Beschäftigungsformen und –sektoren für die Verantwortlichen besonderes interessant sein.

4.2 Analyse der Interviews der KreativarbeiterInnen

Wir haben neun Personen aus dem kreativwirtschaftlichen Bereich Gaspoltshofens interviewt, wobei ein Befragter sowohl als Schlüsselperson als auch als Kreativarbeiter analysiert wurde. Bei der Auswahl achteten wir besonders auf eine breite Streuung des Berufsspektrums. So befragten wir drei MalerInnen, einen Restaurator und Galeristen, zwei Musiker, eine Innenarchitektin, eine Person aus der Werbebranche und den Obmann der Kulturinitiative. Aus dem daraus entstandenen Interviewmaterial haben sich bei der Analyse vier Kategorien herauskristallisiert. Diese sind Arbeitswelt, Netzwerk, kulturelle Infrastruktur und Umfeld. Im Folgenden stellen wir die Ergebnisse aus den qualitativen Interviews in den vier Bereichen dar.

4.2.1 Arbeitswelt

Einen zentralen Aspekt bei der Analyse der Arbeitswelt stellt die Ausbildung dar. Was formale Ausbildungsabschlüsse betrifft, findet man bei den von uns befragten KreativarbeiterInnen ein Spektrum von Lehrabschlüssen, über Matura bis hin zu Hochschulabschlüssen – sogar im Ausland. Interessant ist, dass die Befragten nach Absolvierung ihrer Ausbildung in einem größeren Ballungszentrum wieder in eine Kleingemeinde zurückgekehrt sind. Auffällig ist der hohe Stellenwert an Weiterbildung in der jeweiligen Berufssparte, die vor allem autodidaktisch oder durch Inanspruchnahme von Kursen erfolgt. Die Arbeitswelt der KreativarbeiterInnen ist sehr dynamisch und daher wäre ohne die ständige Weiterbildung kein berufliches Bestehen möglich. Dies wird von ihnen positiv erlebt, da es auch eine Herausforderung darstellt. Bezüglich der Ausübung des erlernten Berufes ist anzumerken, dass KreativarbeiterInnen nicht auf einen Bereich spezialisiert sind, sondern vielen verschiedenen Tätigkeiten im Berufsfeld nachgehen. Der Reiz kreativwirtschaftlicher Berufe wird gerade darin gesehen, dass man mit vielen unterschiedlichen Anforderungen konfrontiert ist, die vielfältiges Wissen erfordern. Die KreativarbeiterInnen selbst sehen ihre Tätigkeiten nicht als Routine sondern als ständige Weiterentwicklung - sowohl auf persönlicher, fachlicher als auch sozialer Ebene.

Alle InterviewpartnerInnen sind überwiegend freischaffend bzw. selbständige Gewerbetreibende. Als Vorteil dieser Beschäftigungsform wird die Flexibilität in der Gestaltung des

Tagesablaufes genannt. Außerdem können, wenn es die finanzielle Situation erlaubt, unattraktive Aufträge abgelehnt werden. Die Kehrseite der Flexibilität ist die Unsicherheit beim Erhalt der Aufträge und der daraus entstehende finanzielle Druck. Auf Grund dessen ist es schwierig sich in der Gesellschaft einzuordnen, da man als freischaffender Künstler kein fixes monatliches Gehalt vorweisen kann. Beim Abschluss einer Versicherung erweist sich dies zum Beispiel als Handicap. Um diesem finanziellen Risiko entgegenzuwirken haben die meisten der von uns befragten KreativarbeiterInnen ein „fixes Standbein“, um ein Grundeinkommen zu gewährleisten. So werden auch Jobs angenommen, bei denen nicht die Selbstverwirklichung bzw. der kreative Gedanke im Vordergrund steht, sondern die korrekte Auftragserledigung und das damit verbundene Einkommen. Obwohl sich die Befragten nicht über diese Beschäftigungen definieren, haben sie dennoch das Bedürfnis, auch zu diesen Arbeiten stehen zu können. *„Ich wollt keine Leute was verkaufen, wo ich nicht dazu stehen kann.“* (I 1) Bei den vorwiegend künstlerisch Arbeitenden nimmt der Kunstanspruch (ein gewisses Maß an Qualität) einen hohen Stellenwert ein. Oft kristallisieren sich aus dem weiten Feld der Interessenten wiederkehrende Auftraggeber heraus, was zur Einkommenssicherheit beiträgt. Durch die fixen Abgabetermine, die sich bei professionellen Aufträgen ergeben, und die monetäre Unsicherheit erhöht sich der Druck, was aber durchaus die Kreativität fördern kann und zum Teil inspirierend wirkt. Allerdings wird betont, dass dieser nicht zu groß werden darf, weil dies das Gegenteil bewirken könnte. Ein weiterer Nachteil, der sich aus der mangelnden finanziellen Sicherheit ergibt, ist die schwierige Vereinbarkeit mit der Familiengründung. Obwohl aber in der Gesellschaft vielfach das Klischee vertreten wird, dass sich KünstlerInnen keine Kinder leisten können, beweisen unsere InterviewpartnerInnen zum Teil das Gegenteil. Erwähnt wird, dass durch die Geburt eines Kindes der individuelle Rhythmus der KreativarbeiterInnen dem Rhythmus der Gesellschaft angepasst werden muss, da durch Kindergarten und Schule gesellschaftliche Zeitstrukturen wirksam werden.

Die aktuellen Diskussionen um die zukünftigen Arbeitsformen weisen darauf hin, dass zunehmend Flexibilität hinsichtlich Arbeitszeit und -ort und Art und Dauer des Dienstverhältnisses gefordert werden wird; dadurch ergibt sich für die Erwerbstätigen auch ein unregelmäßiges Einkommen. Als zentrales Ergebnis unserer Analyse der Arbeitswelt der befragten KreativarbeiterInnen zeigt sich, dass diese bereits jetzt in solchen Strukturen arbeiten. In diesem Sinn nehmen die im kreativwirtschaftlichen Sektor Tätigen eine gewisse Vorreiterrolle in ihrem gesellschaftlichen Umfeld ein. Gerade deswegen tauchen meist dort Probleme auf, wo diese „neuen“ Strukturen nicht mit den dominanten bzw. vorherrschenden „alten“ Strukturen der Arbeitswelt kompatibel sind. Dies zeigt sich besonders dann, wenn versucht wird ein(e) Kreativarbeiter(in) in standardisierte Schemata einzuordnen. Zu diesen „neuen“ Strukturen, die vor allem in einer zukünftigen „Wissensgesellschaft“ relevant werden, gehören unregelmäßige Beschäftigungsformen, mehrmalige Neuorientierung bezüglich der beruflichen Tätigkeit, Selbstständigkeit, Selbstvermarktung und ganz besonders auch das Arbeiten in Netzwerken. Das Hauptelement jedes kreativwirtschaftlichen Berufes, egal ob handwerklich, kreativ oder künstlerisch ist auch das dafür erforderliche Wissen, neben dem andere Produktionsfaktoren zunehmend an Bedeutung verlieren.

Daraus ergibt sich die Aufgabe, „den Freiraum, den das Individuum im 20. Jahrhundert errungen hat zu praktizieren und praktisch umzusetzen,...“ (I 3)

4.2.2 Netzwerke

Bei unserer Analyse zeigte sich, dass im kreativwirtschaftlichen Sektor Netzwerke eine zentrale Rolle spielen. Denn sieht man von den zweiten Standbeinen ab, hat keiner der KreativarbeiterInnen eine fixe Anstellung in einem Unternehmen. Das heißt jedoch nicht, dass sie vollkommen atomisiert arbeiten. Wie sich gezeigt hat, stehen die Interviewten in verschiedenen Netzwerken. Bei manchen Projekten ist dies bereits durch die Arbeit selbst bedingt, da sie gar nicht von einem alleine ausgeführt werden könnte. So entstehen arbeitsteilige Kooperationen, die sich wechselseitig fördern. In diesen Arbeitsgemeinschaften knüpfen die KreativarbeiterInnen immer wieder neue Kontakte, die dann den Einstieg in weitere Netzwerke und somit den Zugang zu Aufträgen ermöglichen. Diese Netzwerke zwischen Arbeitskollegen sind auch deswegen wichtig, weil der ausschließlich direkte Kontakt zu den Auftraggebern für einen einzelnen Kreativarbeiter oft viel aufwendiger wäre. Besonders am Anfang muss man am Aufbau eines Netzwerkes arbeiten, um weitreichende Verknüpfungen zu erhalten. Deshalb ist es wichtig zum Beispiel bei Ausstellungen Kontakte herzustellen, durch die man dann mit anderen Personen indirekt in Verbindung kommt und weitere Projekte starten kann.

Ein weiterer zentraler Punkt für das Überleben als freischaffender Künstler ist, die Aufträge zur Zufriedenheit der KundInnen zu erledigen, da oft durch Kundenempfehlungen weitere Jobs lukriert werden. Denn auch die KundInnen stehen in einem Netzwerk zu einander. Wichtig ist, dass man die Kontakte pflegt, weil man in einem gut funktionierenden Netzwerk nicht mehr aktiv für sich und seine Arbeit werben muss. Denn die Mundpropaganda sorgt in diesen Fällen immer für ausreichend neue Aufträge.

Das heißt, dass jede neue Person – sei es Kollege oder Kunde – einen neuen Anknüpfungspunkt für den Ausbau des Netzwerkes darstellt. Wo die KreativarbeiterInnen ihre KundInnen finden, wird nicht vom aktuellen Wohn- bzw. Arbeitsort bestimmt, sondern durch die Kontakte innerhalb der Netzwerke. Netzwerke werden im Laufe des Lebens durch persönliche Beziehungen gebildet. Demnach haben frühere Wohn-, Arbeits- und Ausbildungsorte eine wichtige Bedeutung für ihre Entstehung und ihr Wachstum. So wird es möglich, dass Gaspoltshofener Künstler Ausstellungen in Kalifornien organisieren.

Netzwerke sind nicht nur Kosten-Nutzen Beziehungen, sondern über das bloße Arbeitsverhältnis hinaus spielen Freundschaften eine große Rolle. Daraus resultieren freundschaftliche Verpflichtungen und Solidarität. Ein Kreativarbeiter meint, dass er auf Grund seines fixen Standbeins auch manchmal zu Gunsten eines ausschließlich freischaffenden Kollegen auf Jobs verzichtet. Von manchen Interviewten wurde auch angedeutet, dass man „seinen Beitrag leisten muss“, also eine gewisse Verpflichtung hat, Leistungen für das Netzwerk zu erbringen. Die oben erwähnten kollegial freundschaftlichen Beziehungen sind ebenso bei der Aus- und Weiterbildung bedeutend, da in den Netzwerken auch ein Austausch von fachlichem und sozialem Wissen stattfindet. Bemerkenswert ist, dass alle Befragten von selbst „Netzwerke“ angesprochen haben. Dabei wurden auch andere Begriffe dafür verwendet, etwa Kreis, Verknüpfungspunkte oder Plattform. Das ist dahingehend interessant, weil es zeigt, dass die KreativarbeiterInnen auf einer Metaebene über Bedeutung und Rolle der Netzwerke reflektieren. Daraus lässt sich außerdem folgern, dass sich die KreativarbeiterInnen auch ihrer existenziellen Abhängigkeit von Netzwerken bewusst sind.

Andere wichtige Positionen im Netzwerk werden von Verteilern und Intermediären eingenommen. Für die von uns befragten KreativarbeiterInnen sind etwa GaleristInnen, KritikerInnen und KunstjournalistInnen von Relevanz. Die Abhängigkeit von diesen wird vereinzelt als sehr negativ erlebt. *„Du musst gewisse Anwesenheitsbäder, Gesichtsbäder absolvieren, sobald Leute merken, du gehst deinen Weg autonom, wirst du dort und da deine Schwierigkeiten haben.“* (I 3)

Neben den bereits erwähnten sollten ebenfalls privat-familiäre Netzwerke von den KreativarbeiterInnen gepflegt werden. Denn besonders bei finanziellen Engpässen ist diese Art der Beziehungsgeflechte von essentieller Bedeutung. Gerade wegen der Ungeregelmäßigkeit des Einkommens ist es wichtig, auf ein soziales Sicherheitsnetz zurückgreifen zu können.

„War aber auch eine interessante Erfahrung, wenn du siehst, wie es ist, wenn du mal einen Monat überhaupt kein Geld hast. Gar keines. Aber witzigerweise der Kühlschrank war immer voll. Wenn du ein funktionierendes soziales Netz hast, dann kanns nicht so schlimm sein.“ (I 1)

Von den KreativarbeiterInnen wurde erwähnt, dass diese Sicherheit besonders am Beginn der Selbstständigkeit von großer Wichtigkeit ist. Das privat-familiäre Netzwerk ist so lange überlebensnotwendig, bis die anderen ausreichend funktionsfähig sind. In diesem Sinn kann man auch davon ausgehen, dass der Einstieg in ein kreativwirtschaftliches Netzwerk erleichtert wird, wenn jemand aus dem privat-familiären Kreis bereits in ein solches integriert ist. Jedoch hat dies nicht notwendigerweise zur Folge, dass beide Familienmitgliederspäter im gleichen Netzwerk tätig sind. Viel wahrscheinlicher ist es, dass dies nicht der Fall ist, da sich die Kinder in eigenen Netzwerken positionieren und profilieren müssen.

Wenn hier von verschiedenen Netzwerken gesprochen wird, so darf das nicht als klare Abgrenzung verstanden werden. Vielmehr handelt es sich um ein einziges großes, komplexes Netz, das unter verschiedenen Kriterien aufgeschlüsselt werden kann. Das Augenmerk kann etwa auf Funktionen oder verschiedene Ebenen im kreativwirtschaftlichen Produktionsprozess gerichtet werden. Je nach dem, welche Funktion gerade ausgeübt wird, werden verschiedene Netzwerkeile aktiviert. Agiert zum Beispiel jemand als Obmann eines Vereins so sind in diesem Moment andere kommunikative Beziehungen aktiv als wenn er als Künstler wirkt. Die verschiedenen Ebenen im Produktionsprozess manifestieren sich in Abhängigkeitsbeziehungen, etwa können dadurch die Ebenen von MalerIn, GaleristIn und KunstsammlerIn unterschieden werden.

Obwohl die Netzwerke geografisch weitreichend sind, gibt es viele Anknüpfungspunkte innerhalb von Gaspoltshofen.

„Es knüpft sich dann wieder zusammen, auch wenn es in verschiedenen Orten passiert, es kommt dann immer wieder [...] auf Gaspoltshofen zurück.“ (I 1)

Die eher egalitären Netzwerkstrukturen stehen im Kontrast zu den kreativwirtschaftlichen Vereinen wie dem Spielraum und dem Lebensraum, in denen sich doch eine dominante Leitfigur identifizieren lässt.

4.2.3 Kreativwirtschaftliche Infrastruktur

Spielraum

Die Mehrheit der Befragten betonte die im Vergleich zu anderen Gemeinden dieser Größenordnung besonders gute kreativwirtschaftliche Infrastruktur Gaspoltshofens. Am häufigsten in diesem Zusammenhang genannt wurde die Kulturinitiative Spielraum, wobei diese sogar meist als Institution bezeichnet wurde. Der Verein findet in der Gemeinde heute breite Anerkennung. Dies zeigt sich nicht nur in den guten Besucherzahlen (insgesamt 6000 zu jährlich 70 Veranstaltungen), besonders bei den Kinovorführungen, sondern auch darin, dass er als Aushängeschild von Gaspoltshofen bezeichnet wird. Wertschätzung wird auch von außen entgegengebracht, so erhielt der Verein im Jahre 2004 den Landeskulturpreis für „initiative Kulturarbeit“. Diese positive Stimmung steht in starkem Kontrast zu den anfänglichen Schwierigkeiten, wo es unvorstellbar war, dass soviel Geld in ein „Hirngespinnst“ (I 10) investiert würde. Eine junge engagierte Theatergruppe gründete im Jahre 1988 den Verein „junge kultur“ mit der Zielsetzung, das damals leerstehende Kino als Bühne zu benutzen. Bemerkenswert ist, dass die Gruppe zwar schon fünf Jahre zusammen Theaterprojekte durchführte, jedoch erst mit dem Ziel, das alte Kino für mehr kulturelle Veranstaltungen zu nutzen, eine Vereinsgründung erfolgte. Daher kann darauf geschlossen werden, dass die Vereinsgründung einen wichtigen Schritt in der Transformation von einer losen, unverbindlichen, eher freundschaftlich verbundenen Gruppe zu einer Gruppe mit einem bewussten Ziel war. Da das Bestehen der Gruppe bis heute auf Ehrenamtlichkeit beruht, sind Fortbestand und Verantwortung nach wie vor wichtige Themen in ihrer Selbstreflexion. Auf die Vereinsgründung folgten „*fünf Jahre Planung, Verhandlungen, Meinungsbildung - immer wieder unterbrochen von Theaterproduktionen ...*“³³ Einer Gruppe von damals 20- bis 30-Jährigen wurde nur wenig Vertrauen entgegengebracht. Man glaubte sie hätten kein Durchhaltevermögen und würden nach ein paar Jahren das Interesse verlieren. Unser Gesprächspartner stellte dabei die damalige Gruppierung als „*junge Gruppe*“, die etwas möchte, was relativ viel Geld kostet den „*Erwachsenen*“ gegenüber, für die die Verantwortung dabei nicht so leicht sei. (vgl. I 10) Es ist erstaunlich, dass sich eine Gruppe von 20- bis 30-Jährigen nicht als erwachsen wahrnimmt. Das lässt darauf schließen, dass ihr Wort gegenüber der älteren Generation wenig Gewicht hat und sie sich erst beweisen müssen, um als erwachsen zu gelten. Die Bezeichnung der damaligen Idee als „Hirngespinnst“ verweist dabei gleichzeitig auf das Klischee von jungen Menschen als Träumer und auf das mangelnde Vorstellungsvermögen der Gemeindebevölkerung. Ein weiterer interessanter, vom Spielraumobmann erwähnter Aspekt ist, dass „*der Stammtisch auch mitredet*“ und es hier „*Schreier*“ (vgl. I 10), also Diskutanten mit höheren Einflussmöglichkeiten, gibt. Das bedeutet, dass bei der Entstehung von Kulturinitiativen informelle Strukturen und Größen eine starke Rolle spielen. Daneben hatten auch die Wirtshausbesitzer in Gaspoltshofen Angst, dass der Spielraum als Veranstaltungsort zur Konkurrenz wird. Grundsätzlich wurde, aufgrund des Vorhandenseins von Wirtshausssälen, an der Notwendigkeit eines zusätzlichen Veranstaltungsortes gezweifelt. Es geht also nur um das bloße Vorhandensein einer Möglichkeit des gesellschaftlichen Zusammentreffens, nicht um das wo und wie. Es wird nämlich nicht die inhaltliche Dimension thematisiert, also welche Veranstaltungen es gibt, sondern nur, dass es Veranstaltungen und somit Möglichkeiten des Zusammentreffens gibt.

³³ www.spielraum.at

Ansonsten wäre die Überlegung angestellt worden, dass ein Gebäude wie das umgebaute Kino für Veranstaltungen einer ganz anderen Art angelegt ist, als ein Wirtshaussaal. Dies drückt sich auch in der Angst aus, dass die Leute wegen des Spielraums nicht mehr ins Wirtshaus gehen. Man kann nicht von vornherein annehmen, dass dieselben Leute, die vorher ins Wirtshaus gegangen sind, später den Spielraum besuchen. Außerdem merkt der Obmann an, dass Gaspoltshofen von der Bevölkerungszahl her zu groß ist, als dass bei einer Veranstaltung die ganze Bevölkerung hingehet. Nach seinen Aussagen ist dies in kleineren Gemeinden der Fall. Es wird aber auch in Gaspoltshofen davon ausgegangen, dass die Bevölkerung einfach die gebotenen Möglichkeiten des Zusammentreffens wahrnimmt, egal, welche das nun sind. Heute ist die Situation aber eher so, dass nicht nur durch die an Veranstaltungen anschließenden Wirtshaus- und Kaffeehausbesuche Synergieeffekte auftreten. Es bestehen sogar Kooperationen wie die einmal im Monat in der örtlichen Bar „Toni“ stattfindende Jamsession, die vom Spielraum und von der Musikschule organisiert wird, oder Volksmusiktanzenabende in einem örtlichen Wirtshaus.

Die Mitgliedschaft einiger Elternteile der Initiatoren im Gemeinderat war für die Entstehung nicht förderlich, sondern wirkte sogar hinderlich. Denn die Eltern fühlten sich gegenüber der Gemeinde verantwortlich für den Erfolg oder besonders für das mögliche Scheitern ihrer Kinder. Hier zeigen sich wieder die informellen Strukturen in der Auffassung einer Verantwortlichkeit, die weit über die offizielle oder gesetzliche hinausgeht. Es kann die generelle These aufgestellt werden, dass in einer Kleingemeinde die persönliche Verantwortung von Einzelpersonen eine wichtige Rolle spielt. Die Eltern wollten keine Protektion betreiben und deswegen später Vorwürfe von der Gemeindebevölkerung ernten. Fragt man den Obmann des Spielraums nach den Gründen des Entstehens, so wird das Zusammentreffen mehrerer Umstände genannt. Diese sind die damals noch gute finanzielle Situation der Gemeinde, das Vorhandensein einer Gruppe und die Verfügbarkeit des alten Kinosaales. Auch der Kulturausschussobmann erwähnte, dass die damalige finanzielle Situation mehr „Spielraum“ offen ließ. Fehlt eine dieser Komponenten, dann kommt es nicht zu solchen Entwicklungen. Das Besondere in Gaspoltshofen war der Rückgriff auf frühere kreativwirtschaftliche Strukturen. War doch die Wiederaufnahme des Kinobetriebes nur aufgrund der Instandhaltung der alten Kinoprojektoren möglich, die der frühere Kinobesitzer in dem Glauben vornahm, es *„könne jederzeit wieder losgehen“* (I 10). Eine gewagte These dazu lautet, dass es nicht nur diese bestehenden materiellen Gegebenheiten waren, sondern darüber hinaus durch den regen Kinobetrieb in den Fünfzigern in der Gemeindebevölkerung soziale Strukturen und Wahrnehmungsmuster geschaffen wurden, die die erstaunliche Entwicklung des Spielraums ermöglichten. Obwohl für den Veranstaltungsort in allen schriftlichen Publikationen und zunehmend auch mündlich der Begriff „Spielraum“ verwendet wird, herrscht in der Gaspoltshofener Bevölkerung noch die Bezeichnung „Kino“ vor. Auch merkte der Spielraumobmann an, dass der Spielraum *„typisch Gaspoltshofen“* sei und man sich *„in vielen Gemeinden nicht vorstellen könnte, dass es so läuft“* (I 10). Diese Aussagen verweisen auf besondere Bewusstseinsstrukturen in der Gemeinde.

Wäre zum Entstehungszeitpunkt eine Volksbefragung in der Gemeinde durchgeführt worden, sind sich alle Befragten über einen negativen Ausgang dieser einig. Hingegen stehen sie dem Ausgang einer heutigen Befragung mit geteilter Meinung gegenüber. Der Spielraumobmann wäre gegen eine Befragung, da die BesucherInnen sowieso zufrieden sind und die anderen nicht wüssten, was im Spielraum passiert und deshalb kein Urteil abgeben könnten (mit der

Implikation dass sie den Spielraum befürworten würden, wenn sie bei Besuchen von Veranstaltungen sehen würden, was er macht). Dies steht im Widerspruch zur Selbstwahrnehmung als Kulturinitiative für die gesamte Gemeinde.

Das Publikum des Spielraums setzt sich zur Hälfte aus BürgerInnen der Gemeinde und zur Hälfte aus Auswärtigen zusammen, was dazu führt, dass man sich im selben Verhältnis als Kulturinitiative von und für Gaspoltshofen und als regionale Einrichtung sieht. Die Zusammensetzung des Publikums mit 50 % GaspoltshofnerInnen und 50 % regionalen BesucherInnen wird im Nachhinein als angestrebt erklärt, man sehe es aber doch als Auftrag „*Gaspoltshofen zu beglücken*“ (I 10). Dabei kann die Zusammensetzung der BesucherInnen je nach Veranstaltungen sehr unterschiedlich sein. Besonders bei Veranstaltungen von oder mit Ortsansässigen sind bis zu 80 % einheimische BesucherInnen. Diese werden auch mit dem Ziel, möglichst viele GaspoltshofnerInnen zu integrieren, durchgeführt. Daneben gibt es aber auch Programmpunkte bei denen es sich genau umgekehrt verhält. Dabei, und auch bei aus ihrer Sicht sehr guten Veranstaltungen, sind die SpielraummitarbeiterInnen oft enttäuscht von der geringen BesucherInnenzahl. Sie können sich nämlich nicht erklären, warum die Gaspoltshofner Bevölkerung nicht mitgekriegt hat, dass die jeweilige Veranstaltung stattfindet. Es wird also von Seiten des Spielraums ein gewisses Interesse der Bevölkerung an ihrer Arbeit erwartet. In Gaspoltshofen selbst gibt es nach wie vor hartnäckige GegnerInnen, welche den Spielraum boykottieren. Oft werden „Verweigerer“ oder ehemalige „Schreier“ durch das Mitwirken von FreundInnen, Bekannten und Verwandten bei Veranstaltungen zu deren Besuch „genötigt“, was dem Spielraumobmann eine „*starke innere Genugtuung*“ (I 10) verschafft. Auf der anderen Seite gibt es ein fixes Stammpublikum mit Jahreskarten, welches mit den SpielraummitarbeiterInnen eine eingeschworene Gemeinschaft bildet. Dabei wird angemerkt, dass es für ErstbesucherInnen oft seltsam und sogar unangenehm ist, als Fremde mit dieser Vertrautheit konfrontiert zu werden. Dies stellt der Spielraumobmann auch bei sich selbst fest, wenn er Veranstaltungen anderer Kulturinitiativen dieser Art besucht. Hier schafft die Kleinräumigkeit der typischen ländlichen Struktur eine spezielle, familiäre Atmosphäre und Arbeitsweise. Dadurch dürfte sich eine Kulturinitiative am Land von einer städtischen, mit ständig wechselndem Publikum, unterscheiden. Der Unterschied wird vielleicht auch dadurch begründet, dass man am Land viele Leute kennt und erwartet, jemanden zu treffen, mit dem man sich unterhalten kann. In der Stadt gibt es natürlich auch fix verankerte Strukturen, doch als BesucherIn geht man mit einer anderen Erwartungshaltung zu solchen Veranstaltungen. Andererseits hat sich nach Aussagen des Spielraumobmanns nach zehn Jahren eine Art Netzwerk im Publikum gebildet, man trifft bei Veranstaltungen immer irgendjemanden, den man kennt.

Das Selbstbild als Kulturinitiative hat mehrere Facetten und ist zum Teil widersprüchlich. Zum Ersten sieht man es als Auftrag von der Gemeinde als Verwaltungseinheit und Repräsentant der Bevölkerung, den zur Verfügung gestellten „*Saal zum Leben zu erwecken*“ (die Gemeinde ist Mieter und Spielraum ist Betreiber). Diese Situation wird als sehr positiv und entlastend erlebt, sie „*arbeiten herinnen als Kulturverein*“, mit einem öffentlichen Auftrag. (vgl. I 10) Andererseits habe sich der Spielraum „*irrsinnig gut entwickelt*“ hinsichtlich der Tatsache, dass derzeit jährlich 60 bis 80 Veranstaltungen selbst und fünf bis zehn „*fremde*“ organisiert werden, zumal bei der Entstehung ein bis zwei Veranstaltungen pro Monat insgesamt und dabei sehr viel Beteiligung von anderen Vereinen geplant war. Der Spielraum sieht also zwar den Auftrag der Gemeinde, den Saal mit Leben zu füllen, er will

jedoch selbst Programm machen und nicht nur Verwalter für andere Vereine sein. Der Spielraum als Verein selbst sei jedes Wochenende ein- bis dreimal „herinnen“ mit Veranstaltungen. (vgl. I 10) Da diese Darstellung zu Beginn des Interviews erfolgte, kann darauf geschlossen werden, dass es sich hier um die offizielle oder formale Positionierung handelt. Informell kommt die innere Dynamik des Vereins viel stärker zum Tragen. Die Motivation der ehrenamtlichen MitarbeiterInnen gründet in zwei Aspekten. Der eine ist der starke Gruppenzusammenhalt und ein starkes Zugehörigkeitsgefühl. Zwischen den Beteiligten bestünden freundschaftliche, fast familiäre Beziehungen, der Verein sei „*ein Platz zum Wohlfühlen und Sich-Fallen-Lassen*“ (I 10). Unter den Vereinsmitgliedern sind auch einige Paare, die sich außerhalb der Familie gemeinsam engagieren möchten. Auf der anderen Seite gibt es bei den Einzelnen das Bestreben, nach den eigenen Vorlieben Veranstaltungen zu organisieren, KünstlerInnen herzuholen, die einen selbst interessieren und dabei gleichzeitig der Gemeinde etwas Neues zu zeigen. Auch selbst etwas dafür zu tun, dass man nicht in der „*totalen Provinz*“ (I 10) lebt. Diese zwei Motivationskomponenten sind individuell unterschiedlich verteilt. Die Programmgestaltung erfolgt also weniger nachfrageorientiert, die Bindung zum Ort zeigt sich dennoch darin, dass sie Gaspoltshofen etwas zeigen wollen, die Gemeinde mit Neuem konfrontieren oder sogar erziehen wollen. In ihrem Selbstverständnis wollen die SpielraummitarbeiterInnen die Leute also nicht primär unterhalten, sondern etwas bewirken. Dies geschieht dann, wenn sie aufrütteln, aus der Reserve locken und zu Diskussionen und Stellungnahmen bewegen. Provokation war auch anfangs zur Profilbildung wichtig, da der Spielraum ein „*konsequentes und markantes Auftreten*“ (I 10) anstrebte. Der Spielraumobmann meint, die Bevölkerung lebe damit, auch weil sie sieht, dass das Hauptaugenmerk nicht auf Protest liegt. Hier wird also die Bevölkerung „der Kultur“ gegenüber gestellt. Wobei der Spielraumobmann sich auch hier widersprüchlich äußert, denn einerseits wollen sie die Bevölkerung aufrütteln, andererseits sind sie mit ihrem Klientel zufrieden und meinen, die anderen 70 % der Bevölkerung erreichen sie sowieso nicht. In der widersprüchlichen Situation, einerseits die eigene Klientel bedienen zu wollen, andererseits die gesamte Bevölkerung aufrütteln zu wollen, besteht die Gefahr einer Insider-Gruppendynamik. Hier würde gut das Motto des Spielraumobmanns „*Sobald etwas zu gut läuft, ist es immer zu hinterfragen*“ passen, wobei er dies darauf bezieht, dass sie bei der Programmgestaltung Mainstream vermeiden wollen, nicht mehr nur Veranstaltungen abwickeln, sondern fördern, innovativ sein und etwas bewirken wollen. Das geschähe beispielsweise besonders bei Theatereigenproduktionen, solche sind zwar zeit- und energieaufwendiger, bewirken aber viel mehr als andere Veranstaltungen. An dieser Stelle ist es nötig, das Kulturverständnis des Spielraumobmannes zu klären. Der Spielraum macht in seinem Selbstverständnis Kulturarbeit, sie bieten allgemein Kulturprogramm und nicht eine spezifische Art. Dass heißt es wird nicht hinterfragt, was Kultur ist. So meint der Obmann beispielsweise, dass für kulturinteressierte Zuziehende der Spielraum ein „Pluspunkt“ sei. Kultur im Verständnis des Obmanns ist auch niemals Mainstream, sondern schon an sich eine alternative Erscheinung. So meint er, dass man für kulturelle Sachen nie eine Mehrheit bekomme. Dies widerspricht sich auch damit, dass er meint, Leute würden für den Spielraum sein, wenn sie nur sehen würden, wie er arbeitet. Aber gerade dann wäre ihre Arbeit ja Mainstream.

Aus diesem Alternativ-Verständnis von Kultur entspringt auch die Tatsache, dass der Spielraum in seiner Gesamtheit nicht gewinnorientiert arbeiten soll. Es gibt aber wirtschaftliche Gewinn- und Verlustvorgaben für die einzelnen Bereiche, die sich so

querfinanzieren. Um den Leuten etwas Unbekanntes zu bieten oder junge Kreative zu fördern, wird auch finanzieller Verlust in Kauf genommen, wobei intern stark diskutiert wird, ob der „Wert“ dafür steht. Einen hohen Wert hat für die Kulturinitiative die Förderung der Kreativität in der Gemeinde. Durch die finanzielle Entschädigung der NachwuchsmusikerInnen, die bei den Jamsessions auftreten, gibt der Spielraum eigentlich mehr an finanzieller Förderung aus, als er selbst von der Gemeinde erhält. Aber diese Förderung „*macht Sinn*“ für den Spielraum (I 10). Ohne Subventionen könnte die Kulturinitiative nicht existieren, es ist jedoch für sie legitim oder sogar selbstverständlich, als Kultureinrichtung gefördert zu werden. Dass für sie „Kultur“ etwas kosten darf, steht im Gegensatz zur Gemeinde, die nach der Ansicht des Spielraumobmanns kulturelle Aktivitäten sehr gut findet, nur kosten sollen diese nichts. Der Befragte meint deshalb auch, dass „*man am Land nicht volle Länge kassieren kann*“, weil die Leute nicht bereit sind, hohe Eintrittspreise zu zahlen. Es ist also in der Bevölkerung nicht diese hohe Wertigkeit von Kultur (im Sinne des Spielraums) gegeben.

Durch die Ehrenamtlichkeit und Nicht-Gewinnorientiertheit ist auch die Verantwortungsaufteilung ein wichtiges Thema im Verein. Die verschiedenen Bereiche sollen relativ unabhängig voneinander, unter Einhaltung ihrer wirtschaftlichen Vorgaben, arbeiten. So erfolgt eine Risikoverteilung, wenn einer der Bereiche ausfällt, sollen die anderen weiterlaufen. Dies funktioniert „mehr oder weniger gut“ denn von den zwölf Vorstandsmitgliedern sind manche in mehreren der sieben Bereiche engagiert, welche für eine Kleingemeinde viel seien. Diese Verantwortungsaufteilung wirkt wie die Trennung von Gemeinde als Mieter und Spielraum als Betreiber entlastend für den Verein. Der Mechanismus der Verantwortungsaufteilung steht in einer Wechselbeziehung mit der Ehrenamtlichkeit. Der Verein will keine bezahlten Angestellten, damit alle gleich verantwortlich sind und nicht Aufgaben auf die angestellten MitarbeiterInnen mit der Begründung abgeschoben werden, dass diese dafür bezahlt würden. Manche Tätigkeiten werden dennoch entschädigt, es handle sich aber eher um ein Taschengeld als um einen Verdienst. Dies habe den positiven Effekt, dass man nicht immer als „*Bittsteller*“ kommen müsse in der Art „*du ich brauche dich, aber ich kann dir nichts geben dafür*“ (I 10). Hier drängt sich natürlich die Frage auf, wer BittstellerIn sein kann, wenn alle gleich verantwortlich sind. Der Spielraumobmann verweist dabei offensichtlich auf sich selbst. Daneben weisen mehrere andere Aussagen darauf hin, dass er sich sehr wohl als Hauptverantwortlicher wahrnimmt. So berichtete er von der anfänglichen Angst, dass er als Einziger von der Gründungsgruppe überbliebe und dann wegen Überlastung auch er aufhören müsse und es somit mit dem Spielraum zu Ende wäre. Es sei aber heute möglich, dass er zwei Wochen wegfährt, seine Aufgaben delegiert und das ganze weiterläuft. Darüber hinaus habe er auch nicht vor, wegzugehen. An anderer Stelle spricht er wieder von den drei wichtigsten Leuten, ohne die ein Fortbestehen fraglich wäre. Aber auch die Beschreibung seiner Funktion lässt auf eine führende Rolle schließen. Er sehe sich als regulierend, Kritik übend, in manchen (ihm wichtigen) Bereichen rede er auch bei der inhaltlichen Programmgestaltung mit, bei manchen sei er direkt dabei. Seine Hauptaufgaben sind die zeitliche und terminliche Koordination, aber auch die Kontrolle der Einhaltung der wirtschaftlichen Vorgaben, was er aber nur andeutet. Auf jeden Fall kann man beim Spielraumobmann von einer starken persönlichen Identifikation mit der Kulturinitiative sprechen.

Auch für den Spielraum spielt die Abwanderungsproblematik eine große Rolle, diese wird viel stärker existenzbedrohend erlebt als die finanzielle Unsicherheit. Schon bei der Diskussion um die Entstehung des Spielraums wurde dies thematisiert. Tatsächlich ist es so, dass junge MitarbeiterInnen nach der Matura weggehen um zu studieren und dann nicht wieder nach Gaspoltshofen zurückkommen. Darum wird auch als Ausweg für diese Abwanderungsproblematik das Entstehen eines Netzwerkes durch „Außenstellen“ angestrebt. Teilweise ist dies schon realisiert, zum Beispiel wird die gesamte Filmbestellung von einer jetzt in Wien lebenden Gaspoltshofnerin abgewickelt. Für den Spielraum ist das jedoch nicht nur eine Sicherung des Fortbestands, sondern auch eine inhaltliche Bereicherung, da von den Außenstellen neue Einflüsse kommen. Auch beim Publikum werden Netzwerkmechanismen angedeutet, regelmäßige BesucherInnen bringen beispielsweise oft Bekannte mit, die dadurch erst Kenntnis über die Existenz des Spielraums erhalten. Daneben wird auch durch finanzielle Anreize versucht, Kinder und Jugendliche zu erreichen um sie langfristig als Publikum zu halten. Durch das zehnjährige Bestehen habe sich auch im Publikum der (Netzwerk-)Effekt herausgebildet, dass man als erstmalige/r oder seltene/r BesucherIn immer jemanden trifft, den man kennt.

Der Spielraum sieht sich als „etwas Besonderes für eine kleine Landgemeinde“. Schon hier wird die starke Identifikation mit dem Standort deutlich. Es herrscht auch ein sehr starkes Denken in Gemeinde-Dimensionen vor. Man habe beispielsweise *„auswärts einen relativ guten Ruf als Kulturinitiative“* (I 10). Dabei tut sich der Gegensatz auf, dass man einerseits stolz sei, das Aushängeschild der Gemeinde zu sein und als *„typisch Gaspoltshofen“* zu gelten, sich andererseits aber der Gemeindebevölkerung gegenübergestellt sieht. So wird von einer anfänglichen Angst der Bevölkerung und Politik berichtet, dass sie eine *„schwierige Gruppe“* sind, die *„Probleme macht“*, auch weil es in Grieskirchen eine Kulturinitiative gibt, die sehr provokativ arbeite. Nach Aussagen des Spielraumobmanns kommt der Spielraum derzeit mit der Bevölkerung *„recht gut zusammen“*, eben weil ihr Hauptaugenmerk bei der derzeitigen Programmgestaltung nicht auf Provokation liege. Es kann also auf eine allgemeine Auffassung von Kultur und Bevölkerung als zwei voneinander getrennte Bereiche geschlossen werden. Denn die Gemeinde will sich keine Störenfriede heranziehen, auf der anderen Seite möchte der Spielraumobmann selbst den Menschen mehr *„auf die Zehen steigen“* (I 10).



Spielraum

Der Spielraum sieht sich heute in einer gesicherten Machtposition, es traue sich niemand etwas gegen ihn sagen, früher musste er hingegen selbst aufpassen und durfte nicht zu

provokant sein. Bei Aussagen über einen wirtschaftlichen Nutzen bleibt der Obmann dennoch sehr vorsichtig. Auch hier wird in Gemeinde-Dimensionen gedacht. Der Spielraum sieht sich als markanten Punkt im kulturellen Bereich der Gemeinde. Er biete eine alternative Szene, das sei schön und tue der Gemeinde gut. Kultur solle es einfach geben, sie mache die Gemeinde lebenswert. Gaspoltshofen habe Glück, dass es diese Gruppe gäbe und sie für die kulturelle Nahversorgung Sorge. Besonders die JahreskartenbesitzerInnen würden hiervon profitieren. Der Spielraum biete auch eine sinnvolle Freizeitgestaltung für Jugendliche und leiste hier Wichtiges für die Gemeinde, auch unter dem Aspekt, sie da zu halten. Dabei ist man sich in der Gemeinde nicht über den Wert dieser Leistungen einig, manche seien der Ansicht dass es den Jugendlichen „*eh zu gut gehe*“ der Spielraum sehe diesen Bereich jedoch als wichtig an. (vgl. I 10) Durch den Spielraum werden auch Dinge wie der Bauernmarkt initiiert oder indirekt ermöglicht. Der Spielraum sieht sich als Unterstützer von Initiativen vor allem im kulturellen Bereich, aber auch in anderen Bereichen. Daneben spielen Bewusstseinsbildung in der Gemeindebevölkerung und Werbung für die Gemeinde eine Rolle. In wirtschaftlicher Hinsicht wird darauf geachtet, dass Getränke und Speisen von örtlichen Geschäften bezogen werden, dadurch gäbe es sehr wohl Betriebe, die vom Spielraum profitieren.

Musikschule

In Bezug auf kreativwirtschaftliche Infrastruktur kann auch die Musikschule genannt werden, die nach Meinung des Bürgermeisters sehr gut ausgelastet ist. Die Musikschule bietet den Musikinteressierten im Ort, aber auch aus den umliegenden Orten die Möglichkeit ein Musikinstrument zu erlernen. Es wird darauf Bedacht genommen ihr musikisches Können zu fördern und zu schulen. In der Musikschule finden auch Veranstaltungen statt, wo MusikschülerInnen ihr Erlerntes und ihr Können einem breiten Publikum zugänglich machen können. Der höhere Stellenwert der Musikschule im Vergleich zu anderen Gemeinden kommt auch im Vorhandensein eigener Räumlichkeiten zum Ausdruck. Das Musikschulwesen Oberösterreichs ist generell gut ausgebaut, der Unterricht wird jedoch in den Landgemeinden zumeist in vorhandenen Volks- oder Hauptschulgebäuden abgehalten. Interessant ist, woher der hohe Stellenwert des musikalischen Bereichs in der Gemeinde kommt. Hier lassen sich eine Reihe von Wechselwirkungen identifizieren. Ein wichtiger Punkt ist, dass die Instrumente gratis von der Musikkapelle zur Verfügung gestellt werden, wodurch es auch finanziell erleichtert wird Musikunterricht zu nehmen. Bemerkenswert ist hier der Ankauf von Streichinstrumenten durch die Blasmusikkapelle vor 15 Jahren, mit dem Ziel das Entstehen eines Streichorchesters, wie es vor Jahrzehnten schon vorhanden war, zu forcieren. Ausschlaggebend waren auch hier die Bemühungen von Einzelpersonen. Außerdem gab es einen jungen, ehrgeizigen Kapellmeister und einen gleichfalls motivierten Musikvereinsobmann, die es besonders durch die moderne Programmwahl schafften, das Interesse vieler Jugendlicher zu wecken und diese in den Musikverein zu holen. Die gute Situation der Musikschule förderte diese Talente und eine langfristige Begeisterung für Musik. Die starke Verbindung zwischen Musikschule und Musikverein spiegelt sich auch in der gemeinsamen Nutzung der neuen Räumlichkeiten wieder, die vor ca. zehn Jahren extra für diesen Zweck erbaut wurden. Heute ist es sogar so, dass ehemalige SchülerInnen als LehrerInnen an die Musikschule zurückkommen, was die persönliche Bindung, Vorbildwirkung und Motivation verstärkt.

Galerie

Der Aufbau einer eigenen Galerie war für den von uns befragten Galeristen eher ein Zufall. Er interessierte sich schon immer für Bilder und als er einen restaurierten Kasten an einen „alten Galeristen“ lieferte, zeigte dieser ihm einige Kunstwerke. (vgl. I 7) Die Werke eines Künstlers gefielen unserem Interviewpartner so gut, dass er meinte, die sollte man herzeigen und da er ein Haus in Gaspoltshofen gemietet hatte, beschloss er, dieses in eine Galerie umzuwandeln. So war der Anfang gemacht. In der Planungsphase versprach er auch einigen KünstlerInnen aus Gaspoltshofen diese auszustellen, was er jedoch im Nachhinein als einen Fehler ansah, da er der Bevölkerung eigentlich ein höheres Niveau bieten wollte. Ein Hintergedanke dabei war, den GaspoltshofnerInnen eine andere Art der Kunst zu zeigen, als die der einheimischen MalerInnen. Dies ist ihm seiner Meinung nach auch gelungen, da er schon viele positive Rückmeldungen bekommen hat. Außerdem führt er an, dass es den in Gaspoltshofen Ansässigen sowieso nichts gebracht hat, da die Bevölkerung ihre Werke schon kennt und da sie bereits ein funktionierendes Netzwerk aufgebaut haben, was durch die Ausstellung in der Galerie nicht erweitert werden konnte.

So macht der Galerist zwei Mal im Jahr eine Ausstellung mit Werken von begabten KünstlerInnen aus Oberösterreich. Unser Interviewpartner merkte dabei an, dass er hauptsächlich Bilder von KünstlerInnen aus der Region ausstellen will, da es hier so viele gute Leute gibt, dass es nicht nötig ist, in der Ferne zu suchen. Jedoch kam es nun doch dazu, dass er sogar Werke einer Tschechin ausstellte, da er diese durch ein Künstlernetzwerk kennen lernte. Der Befragte merkte an, dass es ihm so, wie es jetzt ist, sehr gute gefalle, er betreibt die Galerie quasi als sein Hobby. Deswegen sind auch zwei bis drei Ausstellungen ihm Jahr genug, denn so ist es ihm möglich ohne Verlust zu wirtschaften. Außerdem war für ihn bei der Galeriegründung nicht der wirtschaftliche sondern der kulturelle und soziale Gewinn ausschlaggebend. „*Da lernt man so viele Leute kennen, das bringt so viel, das kann man mit Geld gar nicht aufwerten.*“ (I 7) Zur Häufigkeit der Ausstellungen meint er auch, dass diese auch für die Gaspoltshofner Bevölkerung gerade richtig ist, denn würde er öfter eine machen, so würden nicht mehr so viele Leute kommen. Der Galerist lädt bei jeder Ausstellung viele Personen von Gaspoltshofen ein, aber auch Bekannte aus anderen benachbarten Orten. Über das Publikum kann er sich nicht beklagen, denn es kommen bei jeder Veranstaltung genügend Leute. Er freut sich immer, wenn er sieht, dass seine Galerie voll ist und jeder Besucher, trotz des regen Andrangs, Freude an den Bildern hat. Bezüglich der Akzeptanz bei der Bevölkerung führt auch er an, dass man durch Beharrlichkeit vieles erreichen kann. Wenn die Leute sehen, dass man schon fünf Jahre da ist, denken sie sich, da muss ja was dahinter sein. (vgl. I 7) Ein interessanter Punkt bezüglich der BesucherInnen ist auch, dass man annehmen würde, nur Wohlhabendere würden Bilder kaufen, dem ist jedoch nicht so. Nach Aussage des Befragten entschliessen sich „normale“ Leute sogar schneller zum Kauf eines Bildes. Weiters spricht er davon, dass die BesucherInnen ein schlechtes Gewissen haben, wenn sie kein Bild kaufen und demnach glauben, wenn sie die Galerie besuchen etwas kaufen zu *müssen*. Unser Interviewpartner meint dazu, dass er sich natürlich über jeden Besuch freue, über manche besonders, auch wenn sie noch nie ein Bild von ihm gekauft haben. Zurückzuführen ist diese Problematik wahrscheinlich auf die allgemeinen gesellschaftlichen Benimmregeln. Es gehört sich eben einfach nicht, wenn man wo eingeladen wird und dann keine Gegenleistung erbringt. Dieser Gedanke oder besser gesagt dieser Handlungszwang ist anscheinend im Hinterkopf von vielen Galeriebesuchern, wahrscheinlich hauptsächlich bei denen, welche auch eine persönliche Beziehung zum

Galeristen haben. Gerade bei einem guten Bekannten oder Freund plagt einen das schlechte Gewissen noch mehr, wenn man ihn nicht unterstützt. Man kann sogar so weit gehen zu sagen, dass manche vielleicht einfach ein Bild kaufen, um das schlechte Gewissen zu beruhigen, auch wenn sie nicht 100%ig davon überzeugt sind. Eine andere Interpretationsmöglichkeit ist, dass die Leute am Land im Allgemeinen weniger wissen, wie man sich in einer Galerie verhält.



Galerie

Ein negativer Effekt, den der Befragte bezüglich der kreativwirtschaftlichen Infrastruktur in Gaspoltshofen erwähnte, ist die mangelnde Koordination der verschiedenen Einrichtungen. Er meint es könnten gute Synergieeffekte erzielt werden, wenn man diverse Veranstaltungen bessere aufeinander abstimmt. Damit meint er, dass eine Vorstellung oder ein Konzert im Spielraum und eine Ausstellung im Scheinhaus am selben Tag stattfinden könnten, wie eine Ausstellung in seiner Galerie. So können die BesucherInnen zuerst Werke von einheimischen KünstlerInnen bewundern, anschließend die Bilder eines Künstlers der Region und zum krönenden Abschluss noch die Veranstaltung im Spielraum besuchen. So könnten wahrscheinlich für alle drei Locations mehr BesucherInnen angelockt werden. Gründe für die fehlende Kooperation kann er jedoch keine nennen.

Scheinhaus

Ein brisantes Thema in Gaspoltshofen ist derzeit der Abriss bzw. der Nicht-Abriss des Scheinhauses³⁴. Der Gemeinderat hat den Abrissbescheid für dieses Haus im Zentrum des Orts, neben der Kirche, beschlossen, da allerdings das Geld für die Durchführung fehlt, bleibt es bis auf Weiteres stehen. Der Verein Lebensraum möchte das Haus, in dem sich ein ehemaliger, denkmalgeschützter Kerker befindet, erhalten und als Ausstellungs- und Arbeitsort nutzen. Dazu wurden auf eigene Kosten erste Renovierungsarbeiten vorgenommen, etwa die Fassade gestrichen. Dass sie zuerst eine äußere Schönheitskorrektur vornahmen, lässt darauf schließen, dass der Bevölkerung das äußere Erscheinungsbild des Ortes wichtig ist. Damit sollte auch das Argument entkräftet werden, dass das Scheinhaus ein optischer Schandfleck für den Ortskern ist. Die Gemeinde ermöglicht die Nutzung des Gebäudes für die

³⁴ Der Name kommt von den ehemaligen Besitzern, der Familie Schein. Der frühere Bewohner, welcher bereits verstorben ist, war langjähriger Messner und eine markante Persönlichkeit im Ort.

nächsten zwei bis drei Jahre – wie die weitere Zukunft des Scheinhauses aussehen wird, weiß man jedoch noch nicht. Es gibt allerdings auch Pläne für die Zeit nach dem Abriss. So könnte die Straße verlegt werden, die an der Stelle besonders eng ist, da das Haus weit hinausreicht.



Scheinhaus Front



Scheinhaus mit Friedhofsmauer

Die Meinungen der KreativarbeiterInnen bezüglich dem Erhalt oder dem Abriss gehen etwas weniger auseinander als innerhalb der Gesamtbevölkerung. KreativarbeiterInnen, die dem Projekt positiv gegenüberstehen, erhoffen sich dadurch eine Plattform für Gemeinschaftsausstellungen. Außerdem sollen dort auch Treffen zwischen KünstlerInnen und auch Gespräche mit der Bevölkerung ermöglicht werden. Der Galerist, dessen Ausstellungsort sich in unmittelbarer Nachbarschaft zum Scheinhaus befindet, würde in diesen Ausstellungen keine Konkurrenz sehen, sondern betont die positiven Wechselwirkungen, die durch das zusätzliche Angebot für Galeriekunden entstehen würden. Es würde sich für diese durch eine zweite Galerie einfach mehr auszahlen, nach Gaspoltshofen zu kommen. Trotz dieses positiven Tenors haben sich einige auch kritisch zu dem Projekt geäußert. So wurde angemerkt, dass das Gebäude keineswegs erhaltungswürdig ist. „*Es ist nass, es ist feucht, es regnet rein beim Dach.*“ (I 6) Eine andere Person merkte kritisch an, dass es jetzt viel Aufregung um den Erhalt gibt, dass aber in drei Jahren keiner mehr was machen will. Denn sie räumt ein, dass damit viel Arbeit und Zeit verbunden ist, man dafür aber wenig Dank erhält. Dieser Person zu Folge nutzt der Obmann des Lebensraums das Scheinhaus zur Selbstdarstellung. Hier zeigt sich wieder wie in der Anfangsphase des Spielraums die Angst, dass die Initiatoren nach kurzer Zeit das Interesse verlieren.

Da innerhalb der Bevölkerung große Uneinigkeit bezüglich der Zukunft des Gebäudes besteht, wurde von einer Befragten eine Volkabstimmung zu diesem Thema vorgeschlagen. Die Person ist der Ansicht, dass eine Befragung allerdings negativ für den Erhalt ausgehen würde. Eine andere Interviewpartnerin meint, dass man vor einer Abstimmung der Bevölkerung zeigen müsse, was veranstaltet und gemacht wird. Hier taucht wieder die Einstellung auf, dass die Menschen nur gegen kreativwirtschaftliche Aktivitäten sind, weil sie deren Inhalt nicht kennen und verstehen. Würden sie sich damit auseinandersetzen, wären sie auch dafür. Darum soll etwa eine Druckwerkstatt eingerichtet werden, in der auch Kurse für GaspoltshofnerInnen stattfinden können. Das Scheinhaus könnte durch die Aktivitäten als weiterer Bezugspunkte in den Netzwerken der KreativarbeiterInnen dienen und auch KünstlerInnen außerhalb der Gemeinde integrieren. Dem Argument, dass durch das Scheinhaus als Ausstellungsort die Attraktivität des Orts für BesucherInnen gesteigert werden soll, wird von einer Person entgegnet, dass trotzdem zu wenig Angebot vorhanden ist, um wirklich Leute anzuziehen.

Interessant ist, dass von keinem bzw. keiner der BefürworterInnen angesprochen wurde, dass die Gemeinde auch andere Häuser zur Verfügung gestellt hätte. Diese Häuser wären nach Angaben einer Kreativarbeiterin „*besser erhalten und von der Fassade her um einiges schöner*“. (I 6) Ein Mitglied des Lebensraums meint, dass diese Varianten nie wirklich zur Debatte gestanden sind. Sie wisse aber nichts Näheres zu den einzelnen Gebäuden, da vor allem der Obmann in diese Diskussion verwickelt war. Bemerkenswert ist, dass hier der Obmann allein die Entscheidung getroffen zu haben scheint, und die anderen Vereinsmitglieder gar nicht einbezogen wurden. Betont wird von der Interviewpartnerin, dass ein Teil des Scheinhauses unter Denkmalschutz steht und der Bereich innen auch schützenswert ist. Von anderer Seite wird erklärt, dass nur der Kerker schützenswert ist und es daher auch Pläne für die Variante gibt, dass nur das alte Gefängnis stehen bleibt.

Warum das Scheinhaus die KreativarbeiterInnen und die Bevölkerung so polarisiert, ist schwer zu sagen. Vermutlich ist der Nutzen, der aus diesem für künstlerische Aktivitäten genutzten Gebäude gewonnen wird, für viele unklar bzw. viele sehen für sich persönlich keinen. Die Frage, die sich stellt, ist allerdings, ob dies rational abgewogen wird, oder ob man unüberlegt der Meinung und Gesinnung anderer folgt oder prinzipiell gegen kreativwirtschaftliche Aktivitäten ist.



Ausstellung im Scheinhaus

Oft scheinen kreativwirtschaftliche Tätigkeiten und die damit verbundenen Initiativen an sich zu polarisieren. Dies liegt an dem in der Bevölkerung verbreiteten Bild von Kunst und Kultur als provokative Aktionskunst. Daneben wird besonders in solcher Kunst kein Nutzen gesehen, man „braucht sie nicht“ und lebt auch gut ohne sie. Wird sie befürwortet, so stellt sie immer noch ein Luxusgut dar, das in wirtschaftlichen schlechten Zeiten entbehrenswert ist. Besonders im ländlichen Raum werden kulturwirtschaftlichen Initiativen mit ihrer Leitfigur identifiziert, wobei die Sympathie oder Antipathie gegenüber dieser entscheidend über Zü- oder Ablehnung ist.

4.2.4 Umfeld

In diesem Abschnitt beschäftigen wir uns mit Gaspoltshofen als gesellschaftliches Umfeld der KreativarbeiterInnen. Gaspoltshofen ist eine kleine Landgemeinde, was die KreativarbeiterInnen in vielerlei Hinsicht beeinflusst. Die Lebensqualität in dieser Gegend wird von den Befragten häufig positiv hervorgehoben. Dabei werden besonders die Natur, die Ruhe und der langsamere Lebensrhythmus betont, ebenso wird auch auf den finanziellen Aspekt hingewiesen - am Land kann man sich als KünstlerIn ein Haus leisten, was in der Stadt nicht möglich wäre. Andererseits wird zum Teil auch negativ angemerkt, dass in einer Gemeinde

am Land weniger Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung bestehen. Die KreativarbeiterInnen wünschen sich mehr kulturellen Austausch, wobei in diesem Zusammenhang jedoch der Spielraum als Ort der Kommunikation hervorgehoben wird.

„Der Toni zum Beispiel, da können junge Leute hingehen, da gehört noch ein Punkt hin, wo ein kulturelles Treffen stattfinden kann, wo diskutiert wird. [...] Beim Toni das ist halt fortgehen, ich tät mir noch ein bisschen was Anspruchsvolleres wünschen, schon auf Legere, aber wo sich eben Alt und Jung treffen kann.“ (I 1)

Von allen KreativarbeiterInnen wird angesprochen, dass man in der Stadt mehr kulturelle Freizeitmöglichkeiten hat. Gaspoltshofen hat aber im Vergleich zu anderen Landgemeinden ein breiteres kreativwirtschaftliches Angebot. Gaspoltshofen nimmt als Standort eine Sonderstellung ein, da die Entfernung zu einer größeren Stadt groß genug ist. Denn ist die Nähe zu einer Stadt gegeben, wird die Gemeinde nicht gefordert selbst etwas aufzubauen. In Umlandgemeinden werden nicht nur die kreativwirtschaftlichen Arbeitskräfte, sondern auch deren Publikum von der Stadt absorbiert. Besonders häufig wird in Bezug auf die Standortwahl auch auf das gut funktionierende Netz, welches bereits behandelt wurde, hingewiesen, ebenso darauf, dass man mit solch einem Netzwerk ortsunabhängig ist. Den KreativarbeiterInnen ist es aber wichtig, dass es vor Ort genügend kreativwirtschaftliche KollegInnen gibt, mit denen ein Austausch und eventuelle gemeinsame Projekte stattfinden können. Positiv wird auch von einer Kreativarbeiterin angemerkt, dass in Gaspoltshofen ein breites Spektrum an Handwerkerbetrieben vorhanden ist, und somit Arbeiten größtenteils mit einheimischen Firmen abgewickelt werden können. Aber das Tätigkeitsfeld der KreativarbeiterInnen kann weiter gefasst werden, denn durch die Verwendung moderner Medien zur Kommunikation ist es möglich, länderübergreifende Initiativen zu starten. Dazu ist eine gute Internetverbindung notwendig, welche aber derzeit nicht allen KreativarbeiterInnen zur Verfügung steht.

Alle Befragten haben den Standort Gaspoltshofen nicht bewusst gewählt. So war oft ausschlaggebend, dass eine Wohnmöglichkeit vorhanden oder die Familie im Ort ansässig war. Die Ausnützung dieser in Gaspoltshofen gegebenen Vorteile war nur durch die vorher erwähnte Ortsunabhängigkeit möglich. Alle InterviewpartnerInnen reflektieren über die möglichen Vorzüge einer Stadt als Wohn- und Arbeitsort. Dabei kommen sie meist auf das Ergebnis, dass die Lebensqualität am Land überwiegt. Dennoch steht für sie fest, dass sie nur von Aufträgen aus Gaspoltshofen allein nicht leben könnten, da zu wenig Nachfrage besteht. Genauer gesagt ist die Bevölkerung oft nicht bereit, den angemessenen Kaufpreis für kreativwirtschaftliche Produkte zu bezahlen. Dies rührt einerseits daher, dass den Produkten kein so hoher Wert beigemessen wird, andererseits herrscht mangelndes Vorstellungsvermögen über die Arbeitsintensität der Produktion. Dies trifft nicht nur auf die private Nachfrage zu, sondern auch auf öffentliche Geldgeber. Daher sind Ballungszentren überlebenswichtig, sowohl was das Angebot an Ressourcen, wie Materialien und Dienstleistungen, als auch die Nachfrage betrifft. Ein Interviewpartner ging sogar soweit, dass er meinte, dass seine Arbeit sehr stark auf Strukturen angewiesen ist, die es nur in Stadt gibt. (vgl. I 3)

In Bezug auf das Publikum in der Stadt bzw. am Land gehen die Meinungen der KreativarbeiterInnen auseinander. Auf der einen Seite herrscht das typische Klischee vor, wonach die Landbevölkerung weniger aufgeschlossen bzw. konservativ ist und demnach

kulturelle Veranstaltungen seltener besucht. Andererseits gibt es auch die Meinung, wonach *„das Klischee, das in Provinzen nur provinziell gedacht werden kann, aus dem Weg geräumt werden muss.“* (I 3)

Von vielen KreativarbeiterInnen wurde angemerkt, dass Gaspoltshofen im Bezug auf Kreativwirtschaft etwas Besonderes darstellt. Dies liegt einerseits an der gut entwickelten kreativwirtschaftlichen Infrastruktur, andererseits an der überdurchschnittlich großen Zahl an KreativarbeiterInnen, was für viele eine Vorbildwirkung hat und wodurch KreativarbeiterInnen angezogen oder im Ort gehalten werden. Grundsätzlich fallen die Bedeutung und der große Einfluss von Einzelpersonen auf, ob das jetzt die Entstehung neuer kreativwirtschaftlicher Initiativen oder deren Ablehnung betrifft. Es kann die These aufgestellt werden, dass durch die Kleinräumigkeit der Einzelne mehr Gewicht hat als in urbanen Gefügen. Darüber hinaus spielen persönliche Aspekte wie Sympathie oder Antipathie eine große Rolle. Das rührt daher, dass alle Beteiligten in persönlicher Beziehung zueinander stehen. So sind bei Erfolg oder Misserfolg sowohl das Berufs- als auch das Privatleben betroffen. Wegen der Überschaubarkeit erregt Neues sofort Aufmerksamkeit in der Bevölkerung, was positive und negative Seiten hat. Einerseits kann man nichts unbemerkt und ohne eine Meinungsäußerung der Bevölkerung tun, andererseits bieten sich dem Einzelnen dadurch auch größere Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten. Will man etwas Neues schaffen, hat man meist mit mangelndem Vorstellungsvermögen der Bevölkerung zu kämpfen, wobei diese erst durch konkrete Schritte überzeugt werden kann. Darum sind Kontinuität und Beharrlichkeit in der Umsetzung so wichtig, will man die Akzeptanz der Bevölkerung erreichen. Auch die KreativarbeiterInnen beklagen das mangelnde Vorstellungsvermögen und die fehlende Offenheit zur Auseinandersetzung mit ihrer Arbeit. Die Argumentation, dass ihre Arbeit nur deshalb nicht akzeptiert wird, birgt jedoch eine gewisse Immunisierung in sich. Besonders Personen, die sich sehr wohl damit auseinander gesetzt haben, aber trotzdem zu einem negativen Urteil gekommen sind, wird deswegen Unverständnis unterstellt. Dies ist ein Weg, mit den Akzeptanzproblemen oder teilweise sogar künstlerfeindlichem Klima umzugehen, mit denen alle KreativarbeiterInnen zu kämpfen haben. Ein besonders wichtiger Punkt ist die Anerkennung von außen. Das zeigt sich dadurch, dass der Wert einer kreativwirtschaftlichen Tätigkeit erst dann erkannt wird, wenn Wertschätzung von nicht in Gaspoltshofen liegenden Instanzen erfolgt. Beispiele dafür sind etwa zwei Landeskulturpreise oder Auftritte im öffentlichen Fernsehen, die dazu führen können, dass die Arbeit der KreativarbeiterInnen nicht mehr in Frage gestellt wird. Bei solchen Erfolgen brüsten sich dann auch gern Politiker, von denen sich die KreativarbeiterInnen zuvor wenig unterstützt fühlen. Die Arbeit der KreativarbeiterInnen wird oft für gut befunden, ist jedoch den Verantwortlichen nicht so viel Wert, dass sie dafür Geld hergeben wollen. Manche KreativarbeiterInnen nehmen jedoch bewusst keine Förderungen in Anspruch um damit keine Verpflichtungen einzugehen. Bei manchen besteht auch nicht genug Motivation Förderungen zu beantragen, da sie sich nicht durch den Förderungsdschungel kämpfen wollen. Über Förderungen wird nicht gerne gesprochen, da schon allein dadurch, dass man Förderungen erhält, Rechtfertigungsbedarf gegenüber anderen besteht und KreativarbeiterInnen vielfach auch Neid seitens der Bevölkerung spüren.

Die Motivation der KreativarbeiterInnen in Gaspoltshofen liegt auch darin, der Bevölkerung etwas Neues zu zeigen. So hat beispielsweise der Galerist erwähnt, er wolle den GaspoltshofnerInnen eine andere, niveauvollere Art der Kunst zeigen als nur die der ansässigen

KünstlerInnen. „Früher hat man gemeint das ist Kunst, und jetzt sieht man ganz was anderes.“ (I 7)

Aus den Gesprächen mit den KreativarbeiterInnen lässt sich schließen, dass sie mit Gaspolthofen als gesellschaftliches Um- und Arbeitsfeld zufrieden sind und somit keinen Wegzug planen.

5 RESÜMEE

Obwohl sich unsere Untersuchung auf eine einzelne Gemeinde beschränkte, können aus unseren Forschungsergebnissen zentrale Thesen abgeleitet werden, denen man auch eine gewisse Allgemeingültigkeit für Gemeinden mit ähnlicher Größe zusprechen kann.

KreativarbeiterInnen arbeiten in Strukturen, wie sie als Zukunft der Arbeitswelt beschrieben werden. Traditionelle (arbeits)lebenslange Anstellungen werden von wechselnden Tätigkeitsbereichen abgelöst, wodurch ständiger Weiterbildungsbedarf besteht. Die KreativarbeiterInnen sind durchwegs selbstständig. Die Trennung von Arbeits- und Wohnort wird aufgehoben, wodurch eine Flexibilisierung der Arbeitszeit ermöglicht wird.

Durch ihre spezifische Arbeits- und Lebensweise schaffen KreativarbeiterInnen Strukturen, die zukünftig auch in anderen Bereichen zur Normalität werden. Heute können KreativarbeiterInnen beispielsweise wegen ihrer unregelmäßigen Einkommen schwer in derzeitige gesellschaftliche Schemata eingeordnet werden. Diese müssen jedoch im Zuge der Etablierung der neuen Arbeits- und Lebensweisen angepasst werden, hierbei haben KreativarbeiterInnen eine Vorreiterrolle.

In diesen Strukturen nehmen Netzwerke einen hohen Stellenwert ein. KreativarbeiterInnen sind existenziell von Netzwerken abhängig. Sie bekommen durch diese nicht nur Aufträge und knüpfen neue Kunden- und Kollegenbeziehungen, sondern durch ein sozial-familiäres Sicherheitsnetz ist auch finanzielle Absicherung in Krisenzeiten gegeben.

Durch die neuen Arbeitsweisen erhöht sich die Ortsunabhängigkeit, was den KreativarbeiterInnen eine freie Standortwahl ermöglicht. Somit ist Kreativwirtschaft ebenso im ländlichen Raum zu finden, sie ist jedoch letztendlich immer noch auf urbane Strukturen angewiesen. Besonders auffällig ist dies bei formellen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, wie beispielsweise Universitäten, die im ländlichen Raum nicht vorhanden sind.

Um in einer Kleingemeinde kreativwirtschaftliche Infrastruktur aufzubauen ist es notwendig, weit genug von einer großen Stadt entfernt zu sein. Ist dies nicht der Fall, so wird die Aufgabe zur Etablierung von kreativwirtschaftlichen Strukturen von der Stadt übernommen und die umliegenden Gemeinden sehen keine Notwendigkeit, selbst initiativ zu werden.

Was die Entwicklung von kreativwirtschaftlichen Standorten betrifft, lassen sich Ballungseffekte feststellen, d.h. KreativarbeiterInnen ziehen weitere KreativarbeiterInnen an. Daneben wirkt sich bereits vorhandene kreativwirtschaftliche Infrastruktur besonders förderlich auf die Etablierung und den Ausbau des kreativen Wirtschaftsbereiches aus.

Durch die Kleinräumigkeit verfügen Einzelpersonen über hohe Einflussmöglichkeiten bei der Entwicklung von Initiativen, sowohl was deren Zustandekommen als auch die Meinungsbildung darüber betrifft. Bei der Meinungsbildung sind neben den offiziellen Personen wie

PolitikerInnen und Gemeinderatsmitgliedern auch Stammtische und andere Autoritäten bedeutend. Auch für den Bestand einer kreativwirtschaftlichen Einrichtung ist langfristiges Engagement und Verantwortungsübernahme von Einzelpersonen essentiell.

Durch die Konkurrenz um finanzielle Mittel sind Sport und Kultur in der Wahrnehmung der Gemeindebevölkerung ein Gegensatz. In Wirklichkeit handelt es sich jedoch um den Konflikt zwischen Etabliertem und Neuem. So zeigt sich, dass sowohl bestehende sportliche als auch kreativwirtschaftliche Einrichtungen gefördert werden. Problematisch gestaltet sich die Durchsetzung neuer Projekte.

Im Bezug auf neue Initiativen kommt es häufig zur Polarisierung der Bevölkerung. Im kreativwirtschaftlichen Bereich kann dies auf verschiedene Faktoren zurückgeführt werden: mangelndes Vorstellungsvermögen, fehlende Information, Auffassung von Kunst und Kultur als Luxus oder Feindbild. Zudem hängt die Meinungsbildung der Bevölkerung von wichtigen Autoritäten, aber auch von Sympathie und Antipathie gegenüber den InitiatorInnen ab.

Bei allen KreativarbeiterInnen besteht Identifikation oder zumindest Auseinandersetzung mit dem Umfeld. Hierbei spielt „dem Ort etwas zeigen“ eine große Rolle. Begründen die KreativarbeiterInnen Ablehnung mit mangelndem Verständnis oder Vorstellungsvermögen, ist dies oft ein Mittel zur Immunisierung.

Die in der Arbeitsweise begründete Ortsunabhängigkeit der KreativarbeiterInnen eröffnet für den ländlichen Raum besondere Entwicklungsmöglichkeiten. Durch interessante Beschäftigungsmöglichkeiten kann Abwanderung verhindert, teilweise auch Zuwanderung gefördert und dadurch wirtschaftliches Wachstum angekurbelt werden. Daneben verbessern kreativwirtschaftliche Aktivitäten die Lebensqualität.

6 LITERATURVERZEICHNIS

Amt der OÖ. Landesregierung, Landeskulturdirektion (Hg.) (2004): Beispiele 2004. Kulturpreise des Landes Oberösterreich. Land Oberösterreich: Linz: S. 70-72

Buchinger, Franz (1995): Gaspoltshofen: Ein Heimatbuch, herausgegeben von der Marktgemeinde Gaspoltshofen, anlässlich der Markterhebung im Jahre 1995, Hammerer Druck- & VerlagsgesmbH

Department for Culture, Media and Sport (1998): Creative Industries. Mapping Document 1998. London: Department of Culture, Media and Sports;
<http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/ekc7zxfpgpbhol3jtaemyprn45q2jyjsjjeqvovp5ofqy2gl353uoo5dya7hnrvey3khz4w7bfft4przsdolumrtdof/foreword.pdf> (13.01.05)

Department for Culture, Media and Sport (2001): Creative Industries. Mapping Document 2001. London: Department of Culture, Media and Sports;
http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm?properties=archive%5F1998%2C%2Fcreative%5Findustries%2FQuickLinks%2Fpublications%2Fdefault%2C&month (13.01.05)

Diekmann, Andreas (2003): Empirische Sozialforschung – Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Doppelbauer, Alois[Hrsg.] (1984): Behinderte im Dritten Reich, unter bes. Berücksichtigung der Verhältnisse im heutigen Oberösterreich; Gaspoltshofen; Verlag der Marktgemeinde Gaspoltshofen

Europäische Kommission (1998): Kultur, Kulturwirtschaft und Beschäftigung; Brüssel; Europäische Kommission GD X und V;
http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/forum/emploi-culture_de.pdf (13.01.05)

Fleming Tom Dr. (2000): The Role of Creative Industries in regional- and local development; Manchester Institute for popular culture; Manchester;
[_http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/reports/role.pdf_](http://www.mipc.mmu.ac.uk/iciss/reports/role.pdf) (15.01.05)

Flick Uwe (1995): Qualitative Forschung, 5. Auflage, Rowohlt Taschenbuch Verlag: Reinbek bei Hamburg

Flick Uwe et al. (Hg.) (1991): Handbuch Qualitative Sozialforschung, Psychologie Verlags Union: München

Flick, Uwe (1995): Qualitative Forschung: Theorie, Methoden, Anwendungen in Psychologie und Sozialwissenschaften, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag

Froschauer Ulrike, Lueger Manfred (2003): Das qualitative Interview, WUV-Universitätsverlag: Wien

Froschauer, Ulrike; Lueger, Manfred (2003): Das qualitative Interview. Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme, Stuttgart: UTB für Wissenschaft

Göransson, Ann-Margreth (1999): Case study of the region Jamtland in Sweden; ICISS; Svenstavik; <http://www.mipc.mmu.ac.uk//iciss/reports/jamtland.pdf> (15.01.05)

Grausgruber Manfred (1998): Dorf- und Stadterneuerung Gemeinde Gaspoltshofen, Protokoll des DOSTE-Workshop, Linz

<http://www.gaspoltshofen.at/> (12.06.05)

<http://www.gaspoltshofen.ooe.gv.at/> (12.06.05)

<http://www.ooe.gv.at/statistik/RegionalDB/result.asp?ort=40806&kateg=GEM> (07.01.05)

Instinct Domain, Culture management evolution (2000): Kultursektor im Burgenland; http://www.burgenland.at/kultur/Images/kw_text-studie_tcm158-41528.pdf (19.01.05)

In noch unveröffentlichter Fassung:

International Center for Culture and Management: Studie zur Kreativwirtschaft in Salzburg http://www.iccm.at/Studie_Kreativwirtschaft_in_Sa.187.0.html (19.01.05)

KMFA, IKM (2003): Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht; Wien; http://www.creativwirtschaft.at/site/kwb_2003.pdf (13.01.05)

Kultursektor im Burgenland (2001):

http://www.burgenland.at/index.jsp?activePage=/kultur/kew_kreativwirtschaft/KEW_WIK_was_ist_kreativwirtschaft.jsp&activeColumnUri=tcm:0-0-0 (19.01.05)

Lamnek; Siegfried (1993): Die teilnehmende Beobachtung. In: Ders.: Qualitative Sozialforschung. Methoden und Techniken. Band 2. PVU: München: S. 239-317

Lamnek, Siegfried (1993): Qualitative Sozialforschung. Band 1, München u Weinheim: Psychologie Verlags Union

Lueger, Manfred (2000): Grundlagen qualitativer Feldforschung. Wien: WUV

Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (2001): Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf; <http://www.kulturwirtschaft-nrw.de/show.php3?content=bericht4> (13.01.05)

Scheinecker, Christian (2000): Wirtschaftlichkeitsanalyse von Investitionen im Fertigungsbereich am Beispiel eines OÖ Industriebetriebes; Linz; Univ., Dipl.-Arb.

In noch unveröffentlichter Fassung:

Smudits, Alfred (2004): Strukturen, Medien, Räume. In: Smudits, Alfred: Kultur in Kremsmünster. Entwicklungen seit 1978, aktuelle Situation und Möglichkeiten zukünftiger Schwerpunktbildung. Projektbericht, Wien: Institut für Musiksoziologie u.a.

Stadt Köln (2000): Kulturwirtschaftsbericht von Köln; <http://195.14.230.199/41/00/00/01/kulturwirtschaft.pdf> (13.01.05)

Tavernier, Christine (2002): Nicht-standardsprachlicher Wortschatz des Basisdialekts von Gaspoltshofen/Oberösterreich; Innsbruck, Univ., Dipl.-Arb.

Tiefenbacher, Tanja-Verena (2000): Die Problematik einer Behinderteneinrichtung in abgelegener Lage in einer Gemeinde, am Beispiel: DAS DORF – Gaspoltshofen; Linz, Univ., Dipl.-Arb.

Weckerle, Christoph; Sondermann, Michael (2003): Kulturwirtschaftsbericht Schweiz; Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich; Zürich
http://www.kulturwirtschaft.ch/files/hgkz_kulturwirtschaft_deutsch.pdf (13.01.05)

Weißl, Daniela (1997): Dorfkultur oder Kultur im Dorf? Salzburg: SBW - Salzburger Bildungswerk

Danksagung

Nach Abschluss dieses Forschungsprojekts können wir über die vergangene Zeit reflektieren. Zur Verwirklichung dieses Projektes waren nicht nur unzählige Arbeitsstunden mit intensiven Diskussionen, sondern auch die Hilfestellungen zahlreicher Personen notwendig.

Wir danken der Familie Oberhumer, unseren freundlichen Gastgebern während unserer Aufenthalte in Gaspoltshofen. Besonderer Dank gebührt Edith und Leni Oberhumer, die uns außergewöhnlich gut verköstigt haben. Ebenso wollen wir den Personen danken, die uns mit technischer Gerätschaft und Know-how versorgt haben – ohne sie hätte es keine Aufzeichnungen gegeben! Vielen Dank an Mag. Ronald Eidenberger, Lorenz Oberhumer, Ernst Rozinski, DI Ernst Stöttinger und Claudia Ziegler.

Dieses Projekt fachlich begleitet haben Ass. Prof. Dr. Elfie Miklautz und Ao. Univ. Prof. Dr. Andreas Resch, auch ihnen einen besonderen Dank. Auch bei Mag. Wolfgang Kellner möchten wir uns für seine Ideen und Informationen bedanken, die in unsere Vorgehensweise eingeflossen sind.

Vor allem möchten wir uns bei allen GaspoltshofnerInnen bedanken,
die uns in liebenswürdigster Weise Interviews gegeben haben
und so dies alles erst ermöglicht haben!



Forschungsteam

Bisher in dieser Reihe erschienen:

No. 1: Cserer, Michael; Paukovits, Harald; Teodorowicz, Slawomir; Wolf, Thomas: Die Wiener Indie-Szene: Independent Networking innerhalb einer verworrenen Mikroökonomie. 2006

No. 2: Aicher, Linda: Kinderkonzerte als Mittel der Distinktion. Soziologische Betrachtung von Kinderkonzerten in Wien anhand von Pierre Bourdieus kultursoziologischem Ansatz. 2006

No. 3: Ehrenhöfer, Katrin; Koppensteiner, Gudrun; Pumberger, Doris; Steinbauer, Birgit: Musikwirtschaft und neue Medien: Veränderungen in der Musikwirtschaft durch die Digitalisierung aus der Sicht von österreichischen Musikexperten und Vertreter der Musikwirtschaft. 2006.