Hochschule Neubrandenburg
University of Applied Sciences

Fachbereich Landschaftswissenschaften und Geomatik
Masterstudiengang „Digitalisierung und Sozialstrukturwandel - berufsbegleitend“

MASTERARBEIT

Rolle der Digitalisierung für Kunstschaffende im ländlichen Raum

zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Arts (M.A.)

vorgelegt von: Monique Hoth

Betreuer

Prof. Dr. Peter Dehne
Hochschule Neubrandenburg
Naturschutz und Landnutzungsplanung

Maureen Grimm M.A.
Hochschule Neubrandenburg
Projekt *HiRegion* (Dialog Hochschule und Gesellschaft: Kunst)

URN: urn:nbn:de:gbv:519-thesis2021-0652-4

Neubrandenburg, 10. Februar 2022

I. Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit mit dem Titel *Rolle der Digitalisierung für Kunstschaffende im ländlichen Raum* selbständig verfasst habe, dass ich sie zuvor an keiner anderen Hochschule und in keinem anderen Studiengang als Prüfungsleistung eingereicht habe und dass ich keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle Stellen der Arbeit, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen oder aus anderweitigen fremden Äußerungen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

10. Februar 2022, Burg Stargard

Unterschrift Datum, Ort

II. Kurzfassung

Die Masterarbeit untersucht, ob die Digitalisierung die Kunstschaffenden im ländlichen Raum in ihrer künstlerischen, organisatorischen oder freiberuflichen Tätigkeit unterstützen kann und welche Erfahrungen die Künstler*innen bereits mit digitalen Funktionen gemacht haben. Um diese Forschungsfragen zu beantworten, werden Recherchen zum aktuellen Stand der Digitalisierung in der Kunst sowie zu den Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum angestellt. Wechselwirkungen zwischen den Bereichen Kunst, ländlicher Raum und Digitalisierung werden beschrieben. Zudem sollen Interviews mit den Kunstschaffenden im ländlichen Raum Mecklenburg-Vorpommern Erkenntnisse über das Interesse an Kunst in der Gesellschaft, den aktuellen Kunstmarkt in den Regionen und die Erfahrungen der Künstler*innen mit digitalen Funktionen bringen.

Durch die Verknüpfung des Theorieteils zu Kunst im ländlichen Raum und Digitalisierung in der Kunst sowie den Antworten der Kunstschaffenden aus der Umfrage wird abgeleitet, welche Rolle die Digitalisierung für Kunstschaffende im ländlichen Raum spielt. Herausgefunden wurde, dass die Mehrheit der Kunstschaffenden zwar digitale Funktionen, vor allem Webseiten oder Social Media nutzt, aber die Digitalisierung dennoch als nachteilig für die Kunst empfindet. Die traditionelle Kunst lebt von den Begegnungen mit den Menschen in der „wahren“ statt der virtuellen Welt. Digitale Lösungen sind vorwiegend für diejenigen hilfreich, die mit ihrer Kunst die Masse erreichen und Geld verdienen möchten.

Verbunden mit angeeignetem Wissen zu gesellschaftlichen und ländlichen Herausforderungen der Digitalisierung aus den Modulen des Studiengangs „Digitalisierung und Sozialstrukturwandel“ werden die neuen Erkenntnisse ausgewertet und versucht ein Ausblick für die Digitalisierung in der Kunst zu geben.

Abstract

The master's thesis examines whether digitization can support artists in rural areas in their artistic, organizational or freelance work and what experiences the artists already have with digital functions. In order to answer these research questions, research is being conducted on the current status of digitization in art and on the framework conditions and challenges for artists in rural areas. Links are established between the areas of art, rural areas and digitization. In addition, interviews with artists in rural Mecklenburg-Western Pomerania should provide insights into the interest in art in society, the current art market in the regions and the artists' experiences with digital functions.

By linking the theoretical part on art in rural areas and digitization in art as well as the answers of the artists from the survey, it is possible to derive the role that digitization plays for artists in rural areas. It was found that the majority of artists use digital functions, especially websites or social media, but still see digitization as disadvantageous for art. Traditional art thrives on encounters with people in the "real" instead of the virtual world. Digital solutions are mostly useful for those who want to reach the masses and make money with their art.

Combined with acquired knowledge of social and rural challenges of digitization from the modules of the degree program "Digitization and Social Structural Change", the new findings are evaluated and an attempt is made to give an outlook for digitization in art.

III. Vorwort

Wird hier eigentlich noch gemalt?, fragte ich mich, als ich am Marie-Hager-Haus in Burg Stargard vorbeifuhr. Mit der Intention in einer Gemeinschaft, wie einem Kunstverein, malen zu wollen, klingelte ich beim Marie-Hager-Haus in Burg Stargard. So nahm die Masterthesis und die jetzige Tätigkeit als Mitglied im Kunstverein ihren Lauf.

Der Austausch mit gleichgesinnten Kunstliebhabern machten große Hoffnung darauf, dass es wieder einen Malkurs, den es schon einmal gab, geben wird. Die zahlreichen Gespräche mit motivierten Hobby- und Berufskünstlern im Laufe dieser Arbeit und die gewonnenen Erkenntnisse machen Mut neue Kunstprojekte anzugehen und die Digitalisierung dabei unterstützend einzusetzen. Ich freue mich auf die künftige Zusammenarbeit im Marie-Hager-Kunstverein Burg Stargard, darauf gemeinsam Herausforderungen anzugehen und meinem Hobby, der Kunst, wieder mehr Aufmerksamkeit zu schenken als in den letzten Jahren – und vielleicht auch weitere Bürger vom Malen zu begeistern.

In diesem Zusammenhang möchte ich mich bei den Mitgliedern des Marie-Hager-Kunstvereins e.V., insbesondere bei Frau Andrea Stahlberg, für ihre Unterstützung bedanken.
Danke an alle Mitwirkenden und Interviewpartner für Ihre Zeit, Offenheit und Erfahrungen.
Besonderen Spaß machte auch die Diskussion mit den Künstler*innen des RWN-Art-Geländes.

Vielen Dank an die Betreuer meiner Masterarbeit, Maureen Grimm (M.A.) und Prof. Dr. Peter Dehne für ihre Zeit, die knackigen Gespräche und hilfreichen Hinweise.

Und herzlichen Dank an meinen Mann, als Motivator und Unterstützer. Ohne ihn hätte ich das Studium so manches Mal aufgegeben.

IV. Begriffsklärungen

Applikation (kurz: App): eine technische Anwendung, Software, ein Programm

Avantgarde / Avantgardisten: Fortschrittsbewegung, moderner Geist, Vorreiter einer Entwicklung

(Chat-)Bots: „Roboter“ / Computerprogramm, das eigenständig, automatisierte Operationen ausführt, z.B. zum Auslesen und Auswerten von Webinhalten

Chance: günstige Gelegenheit mit Aussicht auf Erfolg

Co-Working-Spaces: agile, mobile Zusammenschlüsse von Arbeitnehmern, die gemeinsam an einem Ort (Büro, Container, Wohnwagen) oder zeitweise räumlich getrennt an Projekten arbeiten (Stichworte: Arbeit im Wandel, Home-Office, Selbstständigkeit)

Demographischer Wandel: Bevölkerungsverlust durch alternde Gesellschaft und Abwanderung junger Menschen in attraktivere Regionen

Digitalisierung: 1. digitale Umwandlung und Darstellung von Informationen (Analog-Digital-Wandlung), 2. digitale Modifikation von Instrumenten, Geräten und Fahrzeugen, 3. digitale Revolution bzw. die digitale Wende, “Informationszeitalter“/„Computerisierung“ (Bendel, 2015)

Digitale Transformation / Digitaler Wandel: technischer und gesellschaftlicher Veränderungsprozess durch Menschen, neue Technologien und Gesetze

Digitalkunst / Netzkunst / Cyberkunst: Kunstschaffung, -bearbeitung, -verbreitung mittels Computer und Internet

Digital Immigrant: Person, die im Gegensatz zum "Digital Native" erst im späteren Verlauf ihres Lebens mit der digitalen Welt (Internet, IT) in Berührung kommt (Siepermann, 2021)

Digital Native: Person, die von Kindheit an mit Informationstechnologien und dem Internet aufgewachsen ist und eine Welt ohne digitale Medien nicht kennt (Siepermann, 2021)

Distribution: Verbreitung

Gattung / Genre: Klassifikation eines künstlerischen oder literarischen Bereiches nach bestimmten Eigenschaften, z.B. Gattungen der bildenden Kunst sind Malerei, Grafik, Fotografie etc., Gattungen der Malerei sind zum Beispiel Aquarell, Acryl, Öl etc.

Herausforderung: anspruchsvolle Aufgabe, Schwierigkeit mit potenziell positivem Ergebnis

Kultur: Gesamtheit der von einer bestimmten Gemeinschaft auf einem bestimmten Gebiet während einer bestimmten Epoche geschaffenen charakteristischen, geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen (Duden, 01.07.2021)

(Bildende) Kunst / Kunstschaffen: Begriff „Bildende Kunst“ hat sich seit dem frühen 19. Jahrhundert im deutschen Sprachraum als Sammelbegriff für die visuell gestaltenden Künste etabliert („bildend“ bedeutet hier „gestaltend“) (Duden, 01.07.2021)

Künstler*innen / Kunstschaffende: Künstler*innen müssen nachweisen, dass ihre Tätigkeit künstlerisch ist, durch den Bildungsweg, z.B. Kunst-Hochschulstudium, Presseveröffentlichungen, Beteiligungen an Ausstellungen, Stipendien, Auszeichnungen oder die Mitgliedschaft in einem Berufsverband - letztere genügt alleine allerdings nicht für die Anerkennung einer künstlerischen Tätigkeit (BBK, 2021); in dieser Arbeit: Personen, die freizeitlich, professionell oder freiberuflich kreativ / schöpferisch tätig sind und (künstlerische) Werke hervorbringen, wie Gemälde, Skulpturen, Fotos etc.

Ländlicher Raum: naturnaher, von der Land- und Forstwirtschaft geprägter Siedlungs- und Landschaftsraum mit geringer Bebauungs- und Bevölkerungsdichte, sowie (häufig) einer geringen Wirtschaftskraft und Zentralität

Memes: kulturelle, kreative Einheiten (Witz, Gerücht, Video, Webseite, etc.), die durch Kopie oder Imitation von Mensch zu Mensch weitergegeben werden, z.B. Internet-Meme „Gangnam Style“ oder digitale Einheit, die von vielen Nutzern über das Internet „viral“ verbreitet, imitiert, transformiert wird (Shifman, 2014)

Partizipation (auch Teilhabe) / partizipative Kultur: aktive Beteiligung und Mitwirkung von Personen an Prozessen des gesellschaftlichen und digitalen Wandels; nichtpolitische Bereiche des Teilens, Bewertens und Kommentierens

Peripher: abseits, am Rand, neben dem Kern, z.B. peripherer, ländlicher Raum

Rahmenbedingungen (auch Randbedingungen): rechtliche, soziale, wirtschaftliche, politische Grundlagen oder Maßgaben zur Abgrenzung und Beschreibung eines Bereiches / Themas

Rezeption: Übernahme fremden Gedanken-, Kulturguts oder verstehende Aufnahme eines Kunstwerks durch den Betrachtenden (Duden, 09.06.2021)

Risiko: mögliche Gefahr eines negativen Ergebnisses (Schaden, Verlust)

Stakeholder: an Veränderungen beteiligte Personen / involvierte Akteure, die Einfluss auf Prozesse oder den Verlauf eines Projektes nehmen können

Standortfaktoren: harte / messbare (Größe, Lage, Kosten, Infrastruktur, Wirtschaft) und weiche (Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Freizeit, Image, Wohn - und Umweltqualität, Vereinsleben) Merkmale zur Beschreibung eines Ortes oder eines Gebietes

Verwertungsgesellschaft: Gesellschaft von Verlegern, Urhebern u.a. zum Zwecke der Wahrnehmung von Verwertungs- und Schutzrechten (Duden, 09.06.2021)

Viral: virusähnliche, schnelle Verbreitung von digitalen Inhalten durch Massenmedien

Webapplikation (auch Webanwendung, Onlineanwendung oder Web-App): Anwendung, die über eine Cloud oder einen Webserver bereitgestellt und in Webbrowser beliebiger Endgeräte abgerufen werden kann.

V. Inhaltsverzeichnis

I. Selbstständigkeitserklärung ..... Seite 2
II. Kurzfassung ..... Seite 3
III. Vorwort ..... Seite 4
IV. Begriffsklärungen ..... Seite 5
V. Inhaltsverzeichnis ..... Seite 7

1. Einleitung ..... Seite 8
1.1. Zielsetzung ..... Seite 8
1.2. Methodik ..... Seite 9
2. Kultur, Kunst und Kunstschaffende ..... Seite 11
2.1. Eingrenzung Kultur und Kunst ..... Seite 11
2.2. Typisierung Künstler*innen ..... Seite 13
3. Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum ..... Seite 16
3.1. Definition Ländlicher Raum ..... Seite 17
3.2. Ländlicher Raum Mecklenburg-Vorpommern ..... Seite 19
3.3. Rahmenbedingungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum ..... Seite 19
3.3.1. Bedeutung von Bildung und Arbeitsmarkt für die Kunst ..... Seite 20
3.3.2. Gesellschaftliche und soziale Faktoren ..... Seite 20
3.3.3. Umwelt und Architektur ..... Seite 22
3.3.4. Infrastruktur und Daseinsvorsorge ..... Seite 22
3.3.5. Digitalisierung ..... Seite 23
3.4. Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum ..... Seite 25
4. Digitalisierung in der Kunst ..... Seite 28
4.1. Netz- und Digitalkunst ..... Seite 28
4.2. Digitale Funktionen ..... Seite 29
5. Wechselwirkungen Kunst, ländlicher Raum und Digitalisierung ..... Seite 31
6. Umfrage: Kunst und Digitalisierung ..... Seite 33
6.1. Umfragemethodik ..... Seite 33
6.2. Beschreibung Stichprobenraum ..... Seite 35
6.3. Auswertung der Antworten (Diagramme) ..... Seite 38
6.4. Zusammenfassung der Umfrage-Ergebnisse ..... Seite 43
7. Auswertung und Ausblick ..... Seite 44

VI. Literaturverzeichnis ..... Seite 45
VII. Abbildungsverzeichnis ..... Seite 51
VIII. Anhang ..... Seite 53

1. Einleitung

Aus dem persönlichen Bedürfnis des gemeinsamen Malens als Freizeitaktivität resultierte die Nachfrage nach einem Malkurs im Marie-Hager-Haus Burg Stargard. Das Marie-Hager-Haus ist das Symbol für Kunst und Kultur in der Kleinstadt in der Mecklenburgischen Seenplatte. Es ist das ehemalige Arbeits- und Wohnhaus der Künstlerin Marie Hager. 1991 übereignete die Nichte und Erbin der Malerin, Wiltrud Kratz, das Gebäude, einen großen Teil des persönlichen Nachlasses, Teile der Originaleinrichtung sowie über 30 Werke der Landschafts- und Architekturmalerin der Stadt Burg Stargard (Amt, 2021). Die Stadt erhielt die Auflage, eine Gedenk- und Begegnungsstätte für Kunst und Künstler*innen zu schaffen.
Um die Stadt bei diesem Vorhaben zu unterstützen gründete sich im Januar 1996 der *Marie-Hager-Kunstverein Burg Stargard e.V.* Seit der Gründung organisiert der Marie-Hager-Kunstverein Burg Stargard e.V. am Standort ganzjährig - neben den ständigen Hager-Ausstellungen - Sonderausstellungen von Künstler*innen der Region und Zeitgenossen von Marie Hager (Radke, 2021). Jedoch ist die Galerie meist nur in der Tourismus-Saison mit Leben erfüllt. Regelmäßige Zusammenkünfte zum gemeinsamen Malen gibt es seit etwa drei Jahren nicht.

Die Ursachen für das empfundene Verschwinden künstlerischer Vereine und Freizeitangebote, wie einem Malkurs können vielfältig sein. Der Marie-Hager-Kunstverein sieht hier vor allem demographische und politische Gründe. Die jüngsten Entwicklungen, aufgrund der Corona-Pandemie sorgen zudem dafür, dass es noch stiller um das Marie-Hager-Haus geworden ist, da die Galerie geschlossen ist. Die politischen, pandemischen Maßnahmen, wie geschlossene Kultureinrichtungen bestärken das Gefühl, dass die Kunst- und Kulturszene keinen bedeutenden Stand in der Gesellschaft und der Politik hat.
Jedoch zeigt sich die Corona-Zeit als Beschleuniger der Digitalisierung. E-Learning, Online-Shopping und Home-Office mit virtuellen Meetings erleben einen Boom. Auch Kunstschaffende stiegen vermehrt auf digitale Medien um. Vor allem für die Sichtbarkeit und das Image von Kunstprodukten und -angeboten kann Digitalisierung einen wichtigen Beitrag leisten. Sie kann beispielsweise die Wahrnehmung von Kunst in der Bevölkerung erhöhen. Sie kann aber auch Ursache für das gefühlt sinkende Interesse am Kunstschaffen sein, zum Beispiel weil die digitale, virtuelle, „vollkommene“ Welt analoge Angebote ersetzt und die eigene Kreativität hemmt.

1.1. Zielsetzung

Hauptziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, ob die Digitalisierung die Kunstschaffenden in ihrer künstlerischen, organisatorischen oder freiberuflichen Tätigkeit unterstützen kann. Als Unterziel soll untersucht werden, ob die Künstler*innen bereits digitale Lösungen nutzen und welche Erfahrungen sie damit haben.
Bei der Rolle der Digitalisierung für Kunstschaffende im ländlichen Raum geht es nicht allein um die technischen Möglichkeiten, sondern auch um die Menschen, ihre Einstellung zur Digitalisierung und die Entwicklungen in der Kunst. Mithilfe von Recherchen, einer Umfrage sowie Interviews soll die Zielsetzung dieser Arbeit erreicht werden.

1.2. Methodik

Der erste Teil der Arbeit befasst sich mit der Frage nach dem *Wer?*, genauer mit den Kunstschaffenden (Kapitel 2). Die Begrifflichkeiten Kultur und Kunst sowie ihre umfassenden Bereiche werden eingegrenzt. Ein Modell zu den Kulturbereichen verdeutlicht die Dimensionen der Kultur mit der Kultur- und Kreativwirtschaft, der kulturellen Bildung, dem Kulturtourismus, der Soziokultur und der Kunst. Ein weiteres Modell, in dem die Berührungspunkte der bildenden, darstellenden und digitalen Kunst dargestellt sind, soll die Vielfalt an Formen der Kunst und künstlerischem Handwerk skizzieren.
Im zweiten Abschnitt wird das *Wo?* konkretisiert. Der ländliche Raum (Kapitel 3) wird betrachtet. Recherchen geben einen tieferen Einblick über Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Künstler*innen im ländlichen Raum. Ebenfalls zum Theorieteil der Arbeit gehört die Frage nach dem *Was?*. Recherchen zu digitalen Funktionen und der Digitalkunst beleuchten den aktuellen Stand der Digitalisierung in der Kunst (Kapitel 4).

Unter Kapitel 5 „Wechselwirkungen Kunst, ländlicher Raum und Digitalisierung“ werden die Wechselwirkungen der drei theoretischen Komponenten: Kunstschaffende, Kunst im ländlichen Raum sowie Digitalisierung in der Kunst beleuchtet und Verknüpfungen hergestellt. Um die Erkenntnisse der Recherche mit der Realität vergleichen zu können, wurde eine Umfrage durchgeführt. Der Umfrage-Part (Kapitel 6) der Arbeit befasst sich mit der Untersuchung des aktuellen Interesses an Kunst in der Gesellschaft, dem Kunstangebot im ländlichen Raum und welche Rolle die Digitalisierung für die Kunstschaffenden spielt. Die Umfrage baut auf den Theorieteil auf. Durch die Umfrage und Interviews soll in Erfahrung gebracht werden, inwieweit die Künstler*innen sich bereits mit dem Thema Digitalisierung auseinandergesetzt haben und ob sie digitale Funktionen eher als hilfreich und zweckmäßig oder nachteilig empfinden.

Die Umfrage erfolgte in der ersten Phase per E-Mail und in einer zweiten Phase per Brief, den alle Künstler*innen erhielten, die nicht auf die E-Mail geantwortet haben. Es wurden 40 weibliche und männliche Kunstschaffende zwischen 20 und 90 Jahre aus ganz Mecklenburg-Vorpommern, vor allem der Mecklenburgischen Seenplatte (28 Künstler*innen) kontaktiert. Zu den Befragten gehören sowohl freiberufliche als auch freizeitliche Kunstschaffende, die sich vorwiegend mit der Bildenden Kunst (Malerei, Grafik, Kunsthandwerk etc.) befassen.

Von 40 kontaktierten Künstler*innen meldeten sich 28 im ersten Durchlauf auf die E-Mail, sieben antworteten im zweiten Durchlauf auf den Brief und sendeten den erhaltenen Fragebogen (Anlage 1 - Fragebogen „Kunst und Digitalisierung“) ausgefüllt zurück. Fünf Künstler*innen reagierten auf keine der beiden Kontaktaufnahmen. Von 35 antwortenden Kunstschaffenden wählten sieben die Briefform und fünf beantworteten die Fragen an sie gleich per E-Mail. Zwei Kunstschaffende entschieden sich für ein Telefonat, dass ihnen in der Mail angeboten wurde. Mit 21 Kunstschaffenden wurde sich zu einem persönlichen Gespräch getroffen.

In der hohen Anzahl an durchgeführten persönlichen Gesprächen zeigt sich einerseits das Interesse der Künstler*innen an dem Thema Digitalisierung, andererseits gab es eine positive Resonanz über die Beschäftigung mit dem Thema Kunst in einer wissenschaftlichen Arbeit. Durch das Treffen der Befragten in ihrem regionalen und künstlerischen Umfeld konnten viele Eindrücke in das aktuelle Kunstschaffen im ländlichen Raum gewonnen werden.
Die beiden größten Gruppen der persönlich Befragten bildeten die Mitglieder des Marie-Hager-Kunstvereins in Burg Stargard sowie die Künstler*innen der RWN-Art-Galerie in Neubrandenburg, mit denen sich zu einer Art Podiumsdiskussion in ihren Studios und Ateliers getroffen wurde.

In den Interviews wurden nicht nur die Fragen des erstellten Fragebogens (Anlage 1 - Fragebogen „Kunst und Digitalisierung“) beantwortet, sondern über weitere Aspekte, wie der aktuellen Situation der Kunst, die Corona-Pandemie und die politischen Maßnahmen sowie das Thema Digitalisierung diskutiert.

Durch die Verknüpfung des Theorieteils zu Kunst im ländlichen Raum und digitalen Funktionen sowie den Antworten der Kunstschaffenden soll abgeleitet werden, ob die Digitalisierung Künstler*innen im ländlichen Raum in ihrer Arbeit unterstützen kann. Mögliche Unterstützung durch digitale Lösungen könnte es für Freiberufler, in der Vereinsarbeit oder bei Kunstangeboten, wie Malkursen geben. Auch sollen die Ergebnisse der Arbeit dabei helfen erneut einen Malkurs im Marie-Hager-Haus anzubieten und zu etablieren.
Verbunden mit angeeignetem Wissen zu gesellschaftlichen und ländlichen Herausforderungen aus den Modulen des Studiengangs „Digitalisierung und Sozialstrukturwandel“ werden im letzten Teil der Masterarbeit (Kapitel 7) die neuen Erkenntnisse ausgewertet und versucht ein Ausblick für die Digitalisierung in der Kunst zu geben.

2. Kultur, Kunst und Kunstschaffende

Häufig muss für den Besuch eines Museums oder einer Galerie in die nächstgrößere Stadt mit kulturellem Angebot gefahren werden. Vereinzelt gibt es auch kleinere Aussteller in Dörfern und Gemeinden, deren Angebot meist mit der Geschichte oder Kultur des Dorfes zu tun hat oder regionalspezifisch ist, beispielsweise das Lehmmuseum Gnevsdorf bei Plau am See. Kulturelle Einrichtungen machen Dörfer und Kleinstädte attraktiver. Sie bieten Freizeitmöglichkeiten und sind Wahrzeichen sowie Identifikation mit der Heimat. Die Partizipation an Kunst und Kultur ist ein entscheidender Faktor für die Auswahl einer Region als Lebens- oder Arbeitsort. Die Menschen genießen Kunst und Kultur zum Abschalten vom Alltag, als Freizeitaktivität, für den gemeinschaftlichen Austausch und soziale Interaktion. Der Medienwissenschaftler Henry Jenkins bezeichnet partizipative Kultur als „[…] Kultur mit relativ geringen Barrieren für künstlerischen Ausdruck, einer starken Unterstützung für das Schaffen und Teilen eigener Kreationen durch bürgerliches Engagement sowie ein gewisses Maß an sozialer Verbindung untereinander zu fühlen.“ (Deterding, 2009:235-246).

2.1. Eingrenzung Kultur und Kunst

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der bildenden Kunst, zu der unter anderem die Malerei (Öl, Aquarell, Acryl etc.), Zeichnung, Grafik, das Design, die Plastik und das Kunsthandwerk gehören (Esaak, 2019). Die eigene Identifikation mit der bildenden Kunst durch persönliches Interesse und Fähigkeiten im Bereich Malerei, Design und Kunsthandwerk führte zur Auswahl dieses Genres.
Die **„Bildende Kunst“** umfasst alle visuell gestaltenden Künste. Das **Kunsthandwerk** als Kategorie der bildenden Kunst gehört auch zur angewandten Kunst und erfordert künstlerische Fähigkeiten (Wikipedia, 2022). Die Werke der Kunsthandwerker sind meist Einzelstücke und, anders als im industriellen Kunstgewerbe, keine Massenprodukte. Kunsthandwerker sind zum Beispiel Glasbläser, Drechsler, Weber, Instrumentenbauer, Töpfer und andere Kunstschaffende, die mit ihren Händen plastische Unikate kreieren. Der Kunstbegriff wurde im Laufe der Zeit durch neue Entwicklungen, wie die neuen Medien, immer komplexer und unklar zu definieren - ähnlich dem Kulturbegriff. Durch den zeitlich rasanten, technischen Fortschritt entwickeln sich auch die Kunstformen schneller denn je. Mit der Digitalisierung wird die Definition von Kunst, so auch der „Modernen Kunst“ des 20. Jahrhunderts, noch schwieriger.

Eine vielfältige, gar schwer fassbare Terminologie des Begriffs „Kultur“ sorgt für undifferenzierte Ziele und Erwartungen im Umgang mit der Kultur selbst (Nünning, 2009). **Kultur** kann vieles bedeuten: Kultur als Tradition, als Teil und Ausdruck einer Gesellschaft, in Form gemeinsamer Aktivitäten und Entfaltungsmöglichkeiten. Kultur als Unterhaltung, wie Messen oder Ausstellungen. Kultur als Geschäft und wirtschaftlicher Faktor. Kultur als eine, vom Menschen geformte Landschaft. Kultur in der Landwirtschaft, in Form von Bodenkulturen. Lebensstile, Traditionen, Religionen, Sprachen, Kunst, Musik und Sport - das alles ist Kultur. Auch Denkmäler, Bauwerke, kulturelles Erbe, Natur, Umwelt und Ressourcen zählen zu einer geografisch oder historisch geprägten Kultur. Sehenswürdigkeiten, typische Stadtbilder mit Fachwerkhäusern oder auch Veranstaltungen und Bräuche sind Potenziale, die die kulturelle Infrastruktur einer Region gestalten können.

Die Abbildung 1 gibt einen Überblick über verschiedene Kulturbereiche.

Abbildung 1: Modell Kulturbereiche
(*Quelle: Monique Hoth, 2021)*

Kultur hat viele Facetten und spielt in vielen Bereichen des Lebens eine Rolle, wie dem Tourismus, der Wirtschaft und auch der Gesellschaft (Nünning, 2009). Somit gibt es mittlerweile eigene große Bereiche der Kultur, die in Verbindung oder unabhängig von einander existieren. Hierzu zählen unter anderem die Kulturwirtschaft, die kulturelle Bildung, der Kulturtourismus und die Soziokultur.

In dieser Arbeit ist vor allem die **Soziokultur** von Bedeutung. Soziokultur lebt von der aktiven Gestaltung der Kultur durch die Menschen in Institutionen, Vereinen und Initiativen „vor Ort“, im Dorf oder in der Region. Sie bezieht alle Kunstbereiche, wie bildende und darstellende Künste, sowie alle Menschen unabhängig vom Alter, von sozialer oder geografischer Herkunft, von Religion oder Geschlecht mit ein (Farken, 2022). Zur Soziokultur zählen von Bürgern und der Gemeinschaft geschaffene oder gestaltete kulturelle Angebote. Zweck solcher soziokulturellen Angebote ist vor allem die Teilhabe an Kultur, die Förderung der Kreativität sowie Stärkung des gesellschaftlichen Engagements und der Kommunikation in einer Gemeinschaft. In der Soziokultur werden soziale, politische und kulturelle Interessen und Bedürfnisse einer Gesellschaft verknüpft, mit dem Ziel die Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen mit künstlerischen und kulturellen Mitteln in einer Region zu verbessern (Liersch, 2020:16). Hierbei werden weitere gesellschaftliche Themen berührt, beispielsweise die Seniorenarbeit, Schulbildung oder Frauenkultur.

Ländliche Räume mit touristischem Potenzial können durch **Kulturtourismus** aufblühen. Branchen, wie der Einzelhandel, die Gastronomie, Hotels und Ferienwohnungen, das Unterhaltungsgewerbe sowie Dienstleistungen der Mobilität (Busreisen, Bahnangebote etc.) profitieren von Kultur. Kultur ist Luxus. Sie schafft neue Bedürfnisse, Produkte und letztlich Arbeitsplätze.

*„Die **Kultur- und Kreativwirtschaft** wird insbesondere von Freiberuflern sowie von Klein- und Kleinstbetrieben geprägt. Sie sind überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert - also nicht primär im öffentlichen (Museen, Theater, Orchester in öffentlicher Trägerschaft) oder zivilgesellschaftlichem Sektor (Kultur-, Kunstvereine, Stiftungen, etc.). Die schöpferischen und gestaltenden Menschen sind die Basis der Kultur- und Kreativwirtschaft: Autoren, Filmemacher, Musiker, bildende und darstellende Künstlerinnen und Künstler, Architekten, Designer und die Entwickler von Computerspielen. Sie schaffen künstlerische Qualität, kulturelle Vielfalt, kreative Erneuerung und stehen zugleich für die wirtschaftliche Dynamik einer auf Wissen und Innovation basierenden Ökonomie* (BMWK, 2022*).“*

Zur Kultur- und Kreativwirtschaft gehören die Planung, Schaffung, Erhaltung und Sicherung von künstlerischer Produktion und die Verbreitung von kulturellen oder kreativen Gütern sowie Dienstleistungen (Wiesand, 2010:1-5). Durch ihre innovative Fähigkeit für die Zukunft zum einen und als wirtschaftliche Branche zum anderen formen Kreativität und Kultur Regionen. Kultur- und Kreativwirtschaft hat eine direkte regionale Wirkung (David, Gärtner, 2008:1-4). Sie schafft neue Werte, eine kreative Mentalität und sorgt für eine branchenübergreifende Zusammenarbeit.
Kultur kann eine Bildungs-, Vermittlungs- und Integrationswirkung haben (**kulturelle Bildung**). Die Kunsterziehung und -förderung spielt eine wichtige Rolle in der Kinder- und Jugendbildung. Aber auch Erwachsenen sollte mittels Workshops, Seminaren oder Lesungen der Zugang zu Kultur und kultureller Weiterentwicklung möglich sein.

Ein wichtiger Zweig der Kultur ist die **Kunst**. Auch diese lässt sich in verschiedene Unterbereiche gliedern: die bildende Kunst mit Malerei, Design und Kunsthandwerk; die darstellende Kunst mit Theater, Tanz, Oper oder Zirkus; die Literatur; Musik unterschiedlicher Richtungen (Jazz, Rock, Pop etc.) sowie audio-visuelle Medien, wie Film, Fernsehen, Radio und digitale Medien.

2.2. Typisierung Künstler*innen

Zielgruppe dieser Arbeit sind Kunstschaffende aus dem Bereich „Bildende Kunst und Kunsthandwerk“. Des Weiteren lässt sich die Zielgruppe in drei Gruppen unterteilen:

- Künstler*innen, die **allein** für sich kreativ und gestalterisch tätig sind

- Künstler*innen, die **gemeinsam** künstlerisch aktiv sind, zum Beispiel im Verein oder unentgeltlich Kunst **teilen** mit dem Zweck Botschaften und Ästhetik für die Allgemeinheit zu vermitteln

- Künstler*innen, die **haupt- beziehungsweise freiberuflich** tätig sind und eine **kommerzielle** Kunst betreiben

Als Künstler*innen werden Menschen bezeichnet, die in den Bereichen Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Literatur, Musik etc. künstlerische Arbeiten oder Kunstwerke schaffen. Die Abgrenzung der freischaffenden künstlerischen Tätigkeit zu (Kunst-)Handwerk oder Gewerbe ist oftmals fließend. Eine gesetzliche Festschreibung als Berufsbezeichnung gibt es in Deutschland nicht (BBK, 2021). „Eine künstlerische Tätigkeit liegt vor, wenn die Arbeiten nach ihrem Gesamtbild eigenschöpferisch sind und (…) eine bestimmte künstlerische Gestaltungshöhe erreichen.“ (Einkommenssteuerhinweis vom Finanzamt 15.6 EStH). Die Künstler*innen müssen nachweisen, dass die Tätigkeit künstlerisch ist. Indizien können sein: der Bildungsweg, z.B. Kunst-Hochschulstudium, Presseveröffentlichungen, Beteiligungen an Ausstellungen, Stipendien, Auszeichnunghen oder die Mitgliedschaft in einem Berufsverband - letztere genügt alleine allerdings nicht für die Anerkennung einer künstlerischen Tätigkeit (BBK, 2021). Gesetzliche Grundlage für die Anerkennung ist das Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG): „Künstler*in im Sinne dieses Gesetzes ist, wer Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt.“ (§ 2 KSVG).

Die Abbildung 2 illustriert beispielhaft die Vielfältigkeit der Kunst und die Verknüpfungen verschiedener Kunstbereiche.

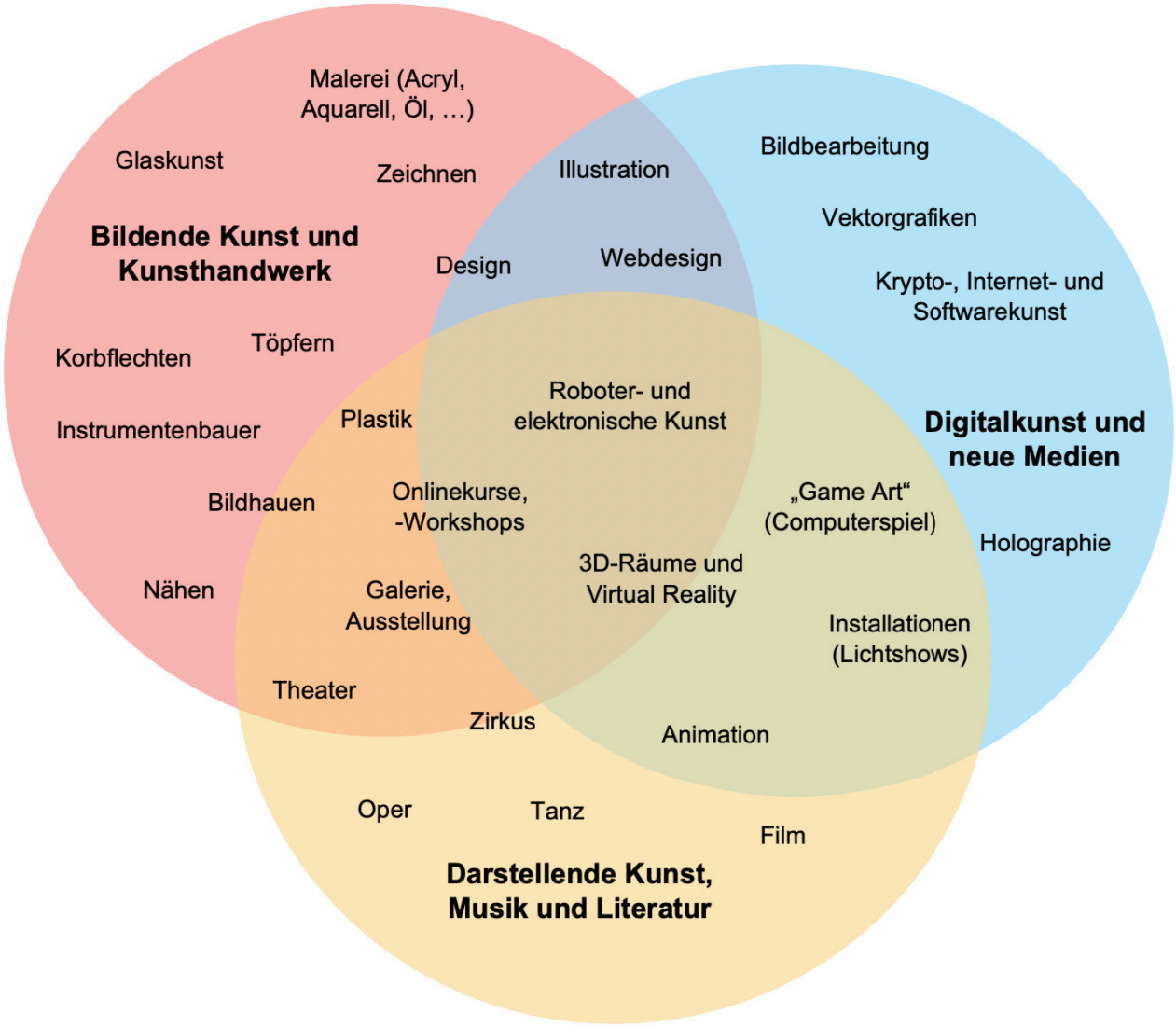


Abbildung 2: Modell „Bildende Kunst, Darstellende Kunst und Digitalkunst“
(*Quelle: Monique Hoth, 2021*)

Es existieren Künstler*innen, die sich eindeutig einem Bereich zuordnen lassen, aber auch Kunstschaffende, die in mehreren Feldern tätig sind. Ein Kunstschaffender, der sich jetzt in der Digitalkunst ausprobiert, hat vorher häufig in der konventionellen Kunst, wie der bildenden Kunst gewirkt. So gibt es verschiedene Berührungspunkte zwischen dem Kunsthandwerk, der darstellenden Kunst und der Digitalkunst. In allen Bereichen gibt es sowohl Kunstschaffende, die selbst künstlerisch tätig sind, als auch Kunstkonsumierende, die produzierte Kunst nutzen, in Form von kaufen, anwenden oder betrachten. Zu den Kunstschaffenden gehören diejenigen, die selbst gestalten und Werke produzieren, zum Beispiel mit Holz, Glas oder Textilien. Die konventionelle Kunst umfasst hier die klassischen Kunstarten, vor allem aus der bildenden Kunst, wie Malen und handwerkliche Tätigkeiten. Sie überschneidet sich mit der Digitalkunst beispielsweise beim Malen mit Grafiktablets oder Kreativsein mittels Software und Internet.

Als „Digital- oder Computerkunst“ wird eine mit dem Computer und Algorithmen erstellte Kunst auf Datenträgern bezeichnet. Dazu gehören beispielsweise Kunstwerke, die mit Hilfe digitaler Möglichkeiten erstellt und genutzt werden, die Digitalisierung von Kunst für die Öffentlichkeit, zum Beispiel in virtuellen Galerien oder die Digitalisierung von Gemälden zur Archivierung.
Alle mit technischen Geräten erzeugten Medien, wie Videos und digitale Bilder zählen zu den „neuen Medien“. Die Herstellung, verlustfreie Vervielfältigung und Verbreitung von Kunst mittels moderner Technologien führt zu neuen Möglichkeiten, die Chancen aber auch Risiken bergen. Zum einen kann die Digitalisierung helfen neue Geschäftsfelder durch andere Formen der visuellen Präsenz zu öffnen. Zum anderen ist die Digitalisierung eine Gefahr in Bezug auf Informationsflut oder Sicherung geistigen Eigentums und kultureller Vielfalt (Geißler, Zimmermann, 2010). Galerien und Museen sind im Zeitalter der Vernetzung längst nicht mehr nur Sammel- und Archivierungsstätten, sondern können mit Hilfe der Digitalisierung neue Wege der Kommunikation, Ansprache, Wissensvermittlung und Interaktion zwischen Kunst, Künstler*innen und Betrachter gehen (Muntschik, Schuldt, Papasabbas, 2014).

Unter 4.1. Netz- und Digitalkunst wird weiterführend auf die Digitalkunst eingegangen. Zudem wird der Unterschied zwischen Digitalkunst und Digitalisierung der Kunst erläutert. Diese Arbeit befasst sich mit der Digitalisierung in der Kunst und untersucht die Rolle digitaler Funktionen für Kunstschaffende.

Das Kapitel 3 definiert den ländlichen Raum, die vorherrschenden Rahmenbedingungen und die Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum.

3. Rahmenbedingungen und Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum

Eine schlechte Erreichbarkeit und das Fehlen größerer, leistungsfähiger Zentren in ländlichen Regionen führen zu ökonomischen, sozialen und demographischen Problemen, zum Beispiel die kulturelle Teilhabe, welche wichtig für die Zufriedenheit der Menschen ist. Kultur wird, im Gegensatz zu städtischen Räumen, auf dem Land oftmals vernachlässigt und als „Restkategorie" bei der Betrachtung von Standortfaktoren angesehen (Moor, 2010:4). Dass die Kultur ein entscheidender Standortfaktor für qualifizierte Führungs- und Arbeitskräfte ist, zeigt sich zum Beispiel Dresden. Hier lockt die Kultur große Unternehmen und Betriebe sowie qualifizierte Arbeitskräfte in die Stadt und sorgt für eine florierende Wirtschaft (Haselbach, 2010:1-4).

Kunst und Kultur sind wichtige Bindeglieder in der Gesellschaft. Eine mangelnde Lebensqualität führt wiederum zum Wegzug von ländlichen in städtische Räume („Landflucht"), vor allem von Familien und jungen Menschen. Um die Bedeutung der Kunst und Kultur auszuwerten, reicht es nicht allein die Anzahl von Besuchern in Galerien und Ausstellungen zu betrachten. Kunst und Kultur als Lebensstil eines Individuums oder Mentalität einer ganzen Gesellschaft sind schwer in Daten zu fassen oder messbar (Mörth, 1997:253-263). Zu der, wie schon zu Beginn erläuterten, schwierigen Terminologie von „Kultur" kommt eine ungenügende Datenbasis. Aufgrund von Heterogenität und mangelnder Vergleichbarkeit bedarf es einer „Weiterentwicklung des kulturstatistischen Datenangebots in Deutschland" (Liersch, 2020:10).

In den letzten Jahren findet ein Umdenken in der Politik statt und der Kultur in Dörfern und Kleinstädten wird wieder mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Denn aufgrund ihrer Geschichte, Wirtschaft oder Geografie besitzen ländliche Räume in Deutschland bei näherer Betrachtung eben doch eine kulturelle Vielfalt (Bundestag, 2015:1-4). Trotz des Umdenkens der Bedeutung von Kultur ist sie im ländlichen Raum kein nennenswerter Wirtschaftsfaktor (Martin, 2011:1). Viele Kommunen klagen über geringe finanzielle Zuwendung und stützen sich auf befristete, immer wieder aufwendig zu beantragende Förderprogramme für kulturelle Projekte. Städte verfügen über größeres Kapital, um in Kultur zu investieren, was wiederum dazu führt, dass sie attraktiver sind. Die Attraktivität urbaner Räume mit ihrer Kultur und der Bevölkerungsrückgang in strukturschwachen Räumen setzt kommunale Haushalte, die ihre kulturelle Infrastruktur anpassen müssen, noch mehr unter Druck.

Während die Motivation für die Förderung kultureller Angebote in Dörfern und Kleinstädten meist sozialen, gesellschaftlichen Ursprungs ist, liegen die Beweggründe in der Stadt eher im Konsum. Kultur, Regionalentwicklung und Wirtschaft müssen miteinander verbunden und an die Rahmenbedingungen im ländlichen Raum angepasst werden.

3.1. Definition Ländlicher Raum

Als ländlicher Raum wird ein naturnaher, von der Land- und Forstwirtschaft geprägter Siedlungs- und Landschaftsraum mit geringer Bebauungs- und Bevölkerungsdichte bezeichnet. 57,2 % der Einwohner Deutschlands leben in ländlichen Räumen auf 91,3 % der Fläche Deutschlands (Küpper, 2016:I). Der Rückgang der jungen Jahrgänge ist mit etwa zwei Drittel am Alterungsprozess beteiligt. Die drei Faktoren Geburtenrate, Sterblichkeit sowie Zu- und Abwanderung beeinflussen die Bevölkerungsstruktur (Kühn, 2017). Der Anstieg des Durchschnittsalters einer Bevölkerung wird hervorgerufen durch eine geringe Geburtenrate, den Anstieg der Lebenserwartung und dem Zuzug älterer Menschen. Alles in allem bezeichnet als: Demographischer Wandel. Bevölkerungsverluste und Alterung in Verbindung mit der Verschärfung sozialer Gegensätze führen zu einer gegenseitigen Verstärkung der Defizite in diesen, ohnehin schon schrumpfenden Räumen. Allgemein wird zwischen ländlichen und nicht-ländlichen Räumen unterschieden. Die zentralen Kriterien zur Definition von Ländlichkeit sind:

- geringe Siedlungsdichte, lockere Wohnbebauung,
- hoher Anteil der land- und forstwirtschaftlichen Flächen,
- geringe Einwohnerzahl im Einzugsbereich, geringes regionales Bevölkerungspotenzial,
- periphere Lage, weite Wege vom Wohnort zu Arbeitsstätte oder Kulturangeboten, schlechte Erreichbarkeit größerer Zentren.

Mit der Ländlichkeit geht keineswegs automatisch eine sozioökonomische Problemlage einher. Das „Thünen-Institut für ländliche Räume“ in Braunschweig unterteilt im „Thünen Working Paper“ ländliche Räume in vier Typen (Küpper, 2016:4):

- eher ländlich und gute sozioökonomische Lage
- eher ländlich und weniger gute sozioökonomische Lage
- sehr ländlich und gute sozioökonomischen Lage
- sehr ländlich und weniger gute sozioökonomischen Lage

In der Beschreibung der sozioökonomischen Lage werden unter anderem das Einkommen, die Beschäftigung, Gesundheit, Bildung, Wohnen sowie öffentliche Dienstleistungen betrachtet und einbezogen. Die verschiedenen Bereiche beeinflussen sich gegenseitig (Küpper, 2016:14-17). Zu den Indikatoren der Sozioökonomie zählen laut „Thünen-Institut für ländliche Räume“:

- Arbeitslosenquote und Arbeitsangebot vor Ort,
- durchschnittliche Bruttolöhne und Gehälter,
- mittleres Einkommen aller Lohn- und Einkommenssteuerpflichtigen,
- kommunale Einnahmen und Steuerkraft,
- durchschnittliches Wanderungsaldo, Abwanderung junger Menschen,
- Wohnungsleerstand, Siedlungsbrachen,
- durchschnittliche Lebenserwartung,
- Bildungsniveau, Schulabbrecherquote.

Die Abbildung 3 zeigt die Typen ländlicher Kreisregionen anhand der Dimensionen Ländlichkeit und sozioökonomischen Lage.

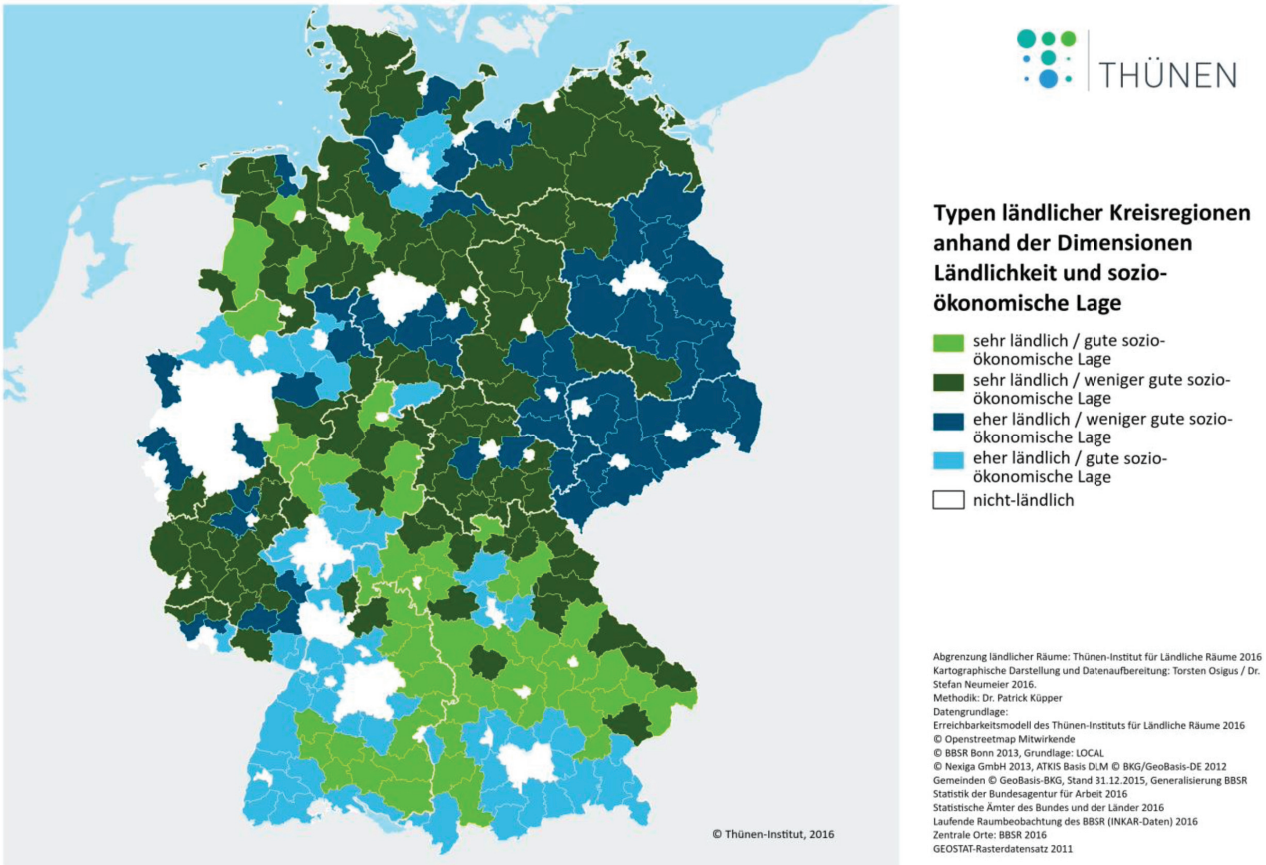


Abbildung 3: Typisierung ländlicher Kreisregionen anhand der Dimensionen Ländlichkeit und sozioökonomischen Lage (*Quelle: Küpper, 2016:26*)

Eher ländliche Räume bilden meist die Regionen um Großstädte oder urbane Ballungsräume herum, zum Beispiel um Berlin, München oder dem Ruhrgebiet. Sehr ländlich hingegen sind Regionen mit weiterer Entfernung zu großen Städten. Mecklenburg-Vorpommern beispielsweise hat selbst keine Großstädte, sondern mit Hamburg und Berlin zwei Großstädte, die außerhalb des Bundeslandes liegen. Die Einzugsgebiete der großen Städte sowie der Süden Deutschlands haben eine gute sozioökonomische Lage. Das Saarland, Brandenburg und der Norden Deutschlands, zu dem auch Mecklenburg-Vorpommern zählt, weisen eine weniger gute sozioökonomische Lage auf.

3.2. Ländlicher Raum Mecklenburg-Vorpommern

Mecklenburg-Vorpommern hat eine Fläche von 23.212 km². Rund 66% des Landes umfassen landwirtschaftliche Nutzflächen und weitere 21,9% sind Wald. Der Anteil der Wasserflächen ist mit 6,1% der höchste unter den deutschen Flächenländern. Nur 8,1% an der Gesamtfläche nehmen Siedlungs- und Verkehrsflächen ein, damit hat das Land bundesweit den niedrigsten Wert (LPB, 2018). Durch Mecklenburg-Vorpommerns Lage an der Ostseeküste und den Wasserweg als wichtige Handelsroute seit dem 12. Jahrhundert sind heute vier der sechs größten Städte des Landes Hafenstädte. Das Netz aus einer Vielzahl von Kleinstädten im Binnenland zeigt auch heute noch den Charakter eines überwiegend vorindustriellen Agrarlandes. Diese relativ gleichmäßig verteilten Städte sind bereits seit dem Mittelalter die Handels- und Gewerbezentren für ihr direktes Umland und erfüllen diese Aufgaben bis heute (LPB, 2018).
Aktuell hat Mecklenburg-Vorpommern rund 1,6 Millionen Einwohner (Statista, 2021). Mit einer Einwohnerdichte von rund 69 Menschen pro km² ist es damit das am dünnsten besiedelte Bundesland Deutschlands. Innerhalb des Landes gibt es Gegenden, die noch deutlich unter dieser durchschnittlichen Einwohnerdichte liegen. Besonders die südlichen Landesteile Mecklenburg-Vorpommerns gehören dazu. So leben im Landkreis Mecklenburgische Seenplatte nur 48, im Landkreis Ludwigslust-Parchim gar nur 45 Einwohner pro Quadratkilometer (LPB, 2018). Mit einer Kreisgebietsreform versuchte die Politik in den zurückliegenden Jahren auf die geringe Einwohnerdichte der ländlichen Räume zu reagieren. Denn diese stellt eine besondere Herausforderung für eine bezahlbare, funktionierende und moderne öffentliche Verwaltung dar. So wurde die Zahl der Landkreise von zwölf auf sechs reduziert, und die Zahl der kreisfreien Städte von sechs auf zwei (LPB, 2018). Alle Kreise in Mecklenburg-Vorpommern werden dem siedlungsstrukturellen Regionstyp "Ländliche Regionen" zugeordnet. In ländlichen Regionen lebt weniger als 33% der Bevölkerung in Groß- und Mittelstädten mit einer Einwohnerdichte unter 150 E./km² (BBSR, 2022).

Was der ländliche Raum braucht sind Zuwanderer, die nicht auf einen Job in der Region anwiesen sind, entweder weil sie zum Arbeiten in die Stadt pendeln, dank der Digitalisierung von Zuhause aus auf dem Land arbeiten können (Home-Office, Co-Working-Sapces etc.) oder so wohlhabend sind, dass sie nicht auf eine Anstellung angewiesen sind, sondern Mecklenburg-Vorpommern ausschließlich als Natur- und Kulturraum genießen und prägen können (Schmidt, 2012). Auch mutige Kunst- und Kulturschaffende, denen ihr Einkommen aus ihrer freiberuflichen künstlerischen Tätigkeit reicht, können die Kultur gestalten.

3.3. Rahmenbedingungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum

Historische Bauwerke, traditionelle Veranstaltungen oder Freizeitangebote als Bereiche der Kultur prägen das Image und die Attraktivität von Städten und Dörfern. Nicht nur das rein äußerliche, räumliche Bild eines Standortes stärkt die regionale Identität, sondern vor allem auch das gesellschaftliche Klima. Kultur hat Einfluss auf Wohn- und Lebensqualität. Als weicher Standortfaktor hilft sie eine Region zu profilieren - und das, obwohl die vielfältige Kultur selbst schwer definierbar und profilierbar ist (Benz, 2003:1). Viele, vor allem große Städte, wie Berlin oder Hamburg besitzen ein kulturelles Image und werden oft ausschließlich aufgrund ihrer kulturellen Identität bereist. Sehenswürdigkeiten, Museen, Geschäfte oder ein bestimmtes „Szene-Flair“ beleben den Kulturtourismus in Städten. Der Stellenwert bildender Kunst ist eher ein urbanes Thema. In ländlichen, naturnahen Räumen hingegen, werden Museen allenfalls als Schlechtwetter-Variante besucht.

3.3.1. Bedeutung von Bildung und Arbeitsmarkt für die Kunst

Viele Bewohner des ländlichen Raumes sind nicht in der Landwirtschaft tätig, sondern arbeiten in der Stadt. Urbane Job- und Kulturangebote treffen so auf ländliche Idylle und Ruhe. Um also die Kultur in Dörfern und Kleinstädten wieder zu beleben und Kunst und Kultur in die Gesellschaft und das politische Bewusstsein zu etablieren, müssen Kunst und Kultur in die regionale Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, Tourismus, Bildung und Verwaltung eingebunden werden. Auch rechtliche, finanzielle sowie steuerliche Rahmenbedingungen für Künstler*innen müssen sich ändern (Kunzmann, 2002:194). Dabei können Netzwerke mit der Wirtschaft und Kooperationen mit Wissenschafts- und Bildungsinstitutionen (Jugendkunstschulen, Volks-, Hochschulen etc.) helfen.

Künstlerische und musikalische Erziehung muss eine größere Bedeutung in der Schulbildung erhalten, statt nur Nebenfach zu sein. Zum Einen ist die Entwicklung von Kreativität in vielen Bereichen des Lebens gefragt. Zum Anderen sollten Kinder und Jugendliche an kultureller Bildung teilhaben dürfen, da sie ein hohes Bedürfnis nach Unterhaltung- und Freizeitangeboten haben (Bundestag, 2015:1-4). In einer Umfrage zur kulturellen Bildung gibt fast die Hälfte der Befragten (45 %) an, durch künstlerische Lehrtätigkeiten zusätzliches Einkommen zu generieren. Davon arbeiten 75 % auf Honorarbasis. Die künstlerische Lehrtätigkeit findet am häufigsten in Form privater Kurse (42 %) oder in Form von Projekten mit Kindern und Jugendlichen (37 %) statt. Häufig genannte Orte der kulturellen Bildungsarbeit der bildenden Künstlerinnen und Künstler sind Volkshochschulen und Gymnasien (Priller, 2016:46).

Nicht nur die Bildung ist eine bedeutende Rahmenbedingung für die Etablierung von Kunst und Kultur im ländlichen Raum, sondern auch der Arbeitsmarkt. Regionale Identität entsteht mitunter durch Unternehmen und Firmenmarken. Unternehmen und Region prägen sich gegenseitig und beeinflussen ihre Profile, zum Beispiel durch Image, Familienfreundlichkeit, Freizeitangebote, Unternehmenskultur oder soziale Mentalität (David, Gärtner, 2008:1-4). So kann eine bestimmte Industrie oder der Ruf eines niedergelassenen Unternehmens das Wahrzeichen einer ganzen Region oder Stadt werden. Ein Beispiel ist die Identifikation der Stadt Ankam mit der Zuckerfabrik beziehungsweise die Assoziation der Zuckerfabrik mit der Stadt Ankam. Der Arbeitsmarkt, wie angesiedelte Firmen, Höhe der Arbeitslosigkeit oder Zahl der Pendler, können Einfluss darauf haben, ob Angebote von Kunstschaffenden in der Region wahrgenommen werden.

3.3.2. Gesellschaftliche und soziale Faktoren

Eine hohe Lebensqualität ist das angestrebte Ziel, um Einwohner zum Bleiben zu bringen, Zuwanderer zum Ansiedeln zu bewegen und dem Bevölkerungsrückgang im ländlichen Raum zu begegnen. Die Schwierigkeit besteht in der individuellen Auslegung von Lebensqualität, da sie für jeden etwas anderes bedeuten kann. Was der eine als positiv empfindet, kann für den anderen negativ sein. Lebensqualität in Form einer erfüllenden Tätigkeit im Beruf, den Sinn des Lebens im Privaten, die Reduzierung von Arbeitszeit, ein positives persönliches Umfeld oder Gemeinschaft als Lebensgefühl.

Der gesellschaftliche Wandel zeichnet sich durch veränderte Lebensstile, verändertes Konsumverhalten oder eine veränderte Arbeits- und Bildungswelt aus. So schaffen zum Beispiel Mobilität und Digitalisierung einen Wandel der Arbeit. Individuelle Lebensentwürfe nehmen zu und somit wird auch ein neuer Anspruch an kulturelle Angebote generiert. Zugezogene Kreative, Akademiker oder Raumpioniere, die auf dem Land etwas bewirken möchten, können entscheidende Akteure im ländlichen Raum sein. Individualismus und Kreativität treffen auf Bodenständigkeit und Gemeinschaft (Martin, 2006:25). Senioren sind ebenso wichtige Akteure, denn sie investieren einen Großteil ihrer Einkünfte in kulturelle Angebote und haben Zeit für ehrenamtliche Tätigkeiten. Kunst und Kultur sollten eine breite Partizipation erfahren und für jede Altersgruppe, unabhängig von schulischer Bildung und sozialem Hintergrund zugänglich sein.

Zudem haben Rentner oft einen erhöhtem Bedarf an Gemeinschaft und könnten somit beim „sozialen und mitgliedschaftsmotivierten Gestalten von Ortskultur“ unterstützen. Sie tun etwas für die Kultur und die Kultur tut etwas für sie - sozusagen als wechselseitige Unterstützung im caritativen Bereich (Mörth, 1997:253-263).
Aktuell laufen verschiedene Projekte im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftsstadt 2030“ in der kleinen Gemeinde Loitz. Hier werden derzeit unter anderem Freizeitangebote für Jugendliche geschaffen, zum Beispiel ein „Escape Room“. Initiatoren sind hierbei Menschen aus der Großstadt, die sich mit ihren urbanen Ideen dem Projekt angenommen haben. Es gibt viele Möglichkeiten der Kultur- und Gemeinschaftsförderung: Hausaufgabenhilfe, Beratung und Diskussionen, Weihnachtsfeiern, Malkurse und Workshops, Lesungen, Konzerte, Jugend- oder Seniorentreff.

Anne Pallas, Geschäftsführerin des Landesverbandes Soziokultur Sachen e.V., nennt in ihrem Vortrag auf einer Tagung zum Thema „Verödung. Kulturpolitische Gegenstrategien“ drei Hauptziele und Mittel, um diese Ziele zu erreichen:

- **Abwanderung entgegensetzen:** Vertrauen in Zukunftsfähigkeit der Heimat und Gestaltungsspielräume schaffen, Akzeptanz verschiedener Lebensstile, Arbeitsmarkt gestalten,
- **Zuwanderung fördern**: Willkommenskultur um zu Bleiben, Kunstproduktion als internationaler Faktor, interkulturelle Kompetenz und Bildung, Begegnungs- und Kooperationsstrukturen,
- **Potenziale des Gemeinwesens:** junge Familien im ländlichen Raum unterstützen, Kinderbetreuung, soziale Netzwerke fördern, gemeinschaftliche Selbstorganisation, Potenziale junger Senioren für Ehrenamt nutzen.

3.3.3. Umwelt und Architektur

Das Landschaftsbild des ländlichen Raumes ist geformt durch weite Naturräume und Felder, große bewirtschaftete Flächen, zahlreiche Grünflächen und Areale für erneuerbare Energien, wie Mais-Felder für Biogasanlagen sowie Solar- und Windkraftanlagen.
Neben der Natur und Umwelt als bedeutende Standortfaktoren für neu Zugezogene, Menschen die wieder zurückkehren möchten sowie Alteingesessene ist der günstige Wohnraum im ländlichen Raum attraktiv. Leider gehören zu den günstigen Mieten auch Siedlungsbrachen, wie ehemalige Industrie-, Militär- oder Infrastrukturflächen, leere Geschäfte, Bürogebäude und Wohnhäuser. Strukturschwache Regionen drohen somit in eine Abwärtsspirale zu geraten: Der demographische Wandel begünstigt Leerstand, der wiederum für ein unattraktives (Klein-)Stadtbild sorgt. Unattraktivität verursacht weniger Zuzug, weniger Arbeitskräfte und somit weniger Investitionen (BBR, 2008). Doch bieten leerstehende Gebäude Potenzial als Zwischennutzungsflächen, zum Beispiel als Arbeitsort von Künstlern. Vorhandene Räumlichkeiten, wie Bibliotheken, Museen oder Gemeindehäuser könnten als Begegnungsstätte genutzt werden, um jung und alt zusammen zu bringen (Pallas, 2013:1-7).

Die Mentalität der Menschen, die bauliche Attraktivität und der Naturraum entscheiden über das Bild und die Anziehungskraft von Regionen. Mittels Galerien, Ateliers, Mal- und Werkstätten, sonstigen kreativen Räume oder Pubs als „trendige Locations“ kann eine Standortaufwertung für ganze Regionen erfolgen. Auch die Gestaltung von öffentlichen Plätzen, wie Wänden, Parks, Bänke, Schaufenster, Schilder etc. verschafft den ländlichen Raum ein eigenes Image. Die Frage ist nur, ob auch genug Kreative und Kunstschaffende vorhanden sind, um den Leerstand zu nutzen. Eine bedarfsgerechte Siedlungsstruktur ist gefordert.

3.3.4. Infrastruktur und Daseinsvorsorge

Noch vor wenigen Jahrzehnten wurde die kommunale Kultur als Daseinsvorsorge für die Bevölkerung angesehen. Sie sollte sicherstellen, dass eine Region als attraktiv angesehen wird und war somit einer der wichtigsten Standortfaktoren (Helbrecht, 2005). Heute wird Kultur durch mangelnde politische, staatliche Zuwendung und zunehmende private Finanzierung ökonomisiert. Jede Kommune „kocht ihr eigenes Süppchen“ und alles ist ausgerichtet auf Kommerz, um überhaupt zu bestehen. Jeder Ort will alles bei sich vorrätig haben. Dabei könnten vernetzte Kommunen und gemeinschaftliche Projekte zielführender, einfacher und erfolgreicher sein (Oswalt, 2013:14).

Kitas und Schulen sind ebenso wichtig in der Daseinsvorsorge. Kinder und Jugendliche beleben Vereine. Ein Beispiel für zivilgesellschaftliche Daseinsvorsorge ist die Freiwillige Feuerwehr. Hier werden Bürgerprojekte sowie Kinder- und Jugendausbildung gefördert. Die Feuerwehr ist meist Knotenpunkt für mehrere Gemeinden. Strukturen, wie sie bei der freiwilligen, dörflichen Feuerwehr vorkommen, auf die Kunst und Kultur anzuwenden, kann Kunstschaffende im ländlichen Raum unterstützen.
Auch die kommunale Vernetzung mit mobiler und digitaler Infrastruktur ist Voraussetzung für den Erfolg gemeinsamer Projekte. Zu einer funktionierenden Infrastruktur gehören zum Beispiel der Ausbau der Bus- und Bahnmobilität (Strecken, Zeiten, Kosten), schnelles Internet und zielgruppenorientierte Digitalisierung, um sich orts- und zeitunabhängig zu vernetzen. Auch die medizinische Versorgung, Pflege und das Arbeitsleben in einer Region können durch digitale Funktionen revolutioniert werden.

3.3.5. Digitalisierung

Die digitale Infrastruktur ist inzwischen zu einem entscheiden Standortfaktor für den ländlichen Raum geworden, um Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität von Kommunen gegenüber urbanen Räumen zu steigern sowie die Gleichwertigkeit der Lebensbedingungen gegenüber der Stadt sicherzustellen (BMI, 2019:6-29). Das Bundesministerium des Innern für Bau und Heimat befasst sich im Modellvorhaben „Digitale Infrastrukturen als regionaler Entwicklungsfaktor - MORODigital“ mit nachnutzbaren Ideen und modellhaften Lösungen für Kommunen. Im Mittelpunkt steht die Frage: Wie gelingt es Kommunen in strukturschwachen, ländlichen Regionen mit ihren staatlichen und privaten Akteuren den flächendeckenden Breitbandausbau und eine langfristige Digitalisierungsstrategie anzugehen?
Zusammen mit dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) und dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) wird der Ausbau digitaler Infrastrukturen als Voraussetzung für eine positive Entwicklung in strukturschwachen ländlichen Regionen unterstützt.

Das Kompetenzzentrum Öffentliche IT des Fraunhofer-Instituts für Offene Kommunikationssysteme FOKUS veröffentlichte 2021 den „Deutschland-Index der Digitalisierung“, der vor allem durch die Corona-Pandemie geprägt wurde. Vor allem das Thema Arbeiten von Zuhause spielte eine große Rolle im digitalen Wandel. Neben Home-Office waren Videostreaming und Online-Gaming, die hauptsächlichen Verwendungen des Internets (Fokus, 2021). Mit dem Deutschland-Index der Digitalisierung wird versucht die digitale Transformation zu messen und sichtbar zu machen. Durch Alltags- und Lebensveränderungen, technischen Fortschritt sowie unterschiedlichen geografischen, politischen, soziodemografischen und kulturellen Gegebenheiten hat der digitale Wandel eine hohe Entwicklungsdynamik. Was vor vier oder zwei Jahren noch Stand der Technik war, kann heute schon wieder veraltet sein, und auch Methodik und Zählweise offizieller Statistiken ändern sich.

Ein hoher Indexwert steht für eine weit fortgeschrittene Digitalisierung in den untersuchten Themenfeldern. Mehr bedeutet dabei nicht zwangsläufig besser. Der Index soll bei der Analyse unterstützen, regionale Stärken und Schwächen zu identifizieren und Handlungsbedarfe aufzuzeigen. Immerhin 9,1 Prozent der Bevölkerung Deutschlands nutzen das Internet überhaupt nicht, in einigen Bundesländern werden noch deutlich höhere Werte erreicht: Im Saarland, in Schleswig-Holstein sowie in den ostdeutschen Flächenländern ist der prozentuale Anteil der Nicht-Internetnutzer zweistellig (Abbildung 4), wobei der Anteil in Mecklenburg-Vorpommern mit 20,3 Prozent sogar mehr als dreimal so hoch ist wie in Bayern (6,4 Prozent) (Fokus, 2021).

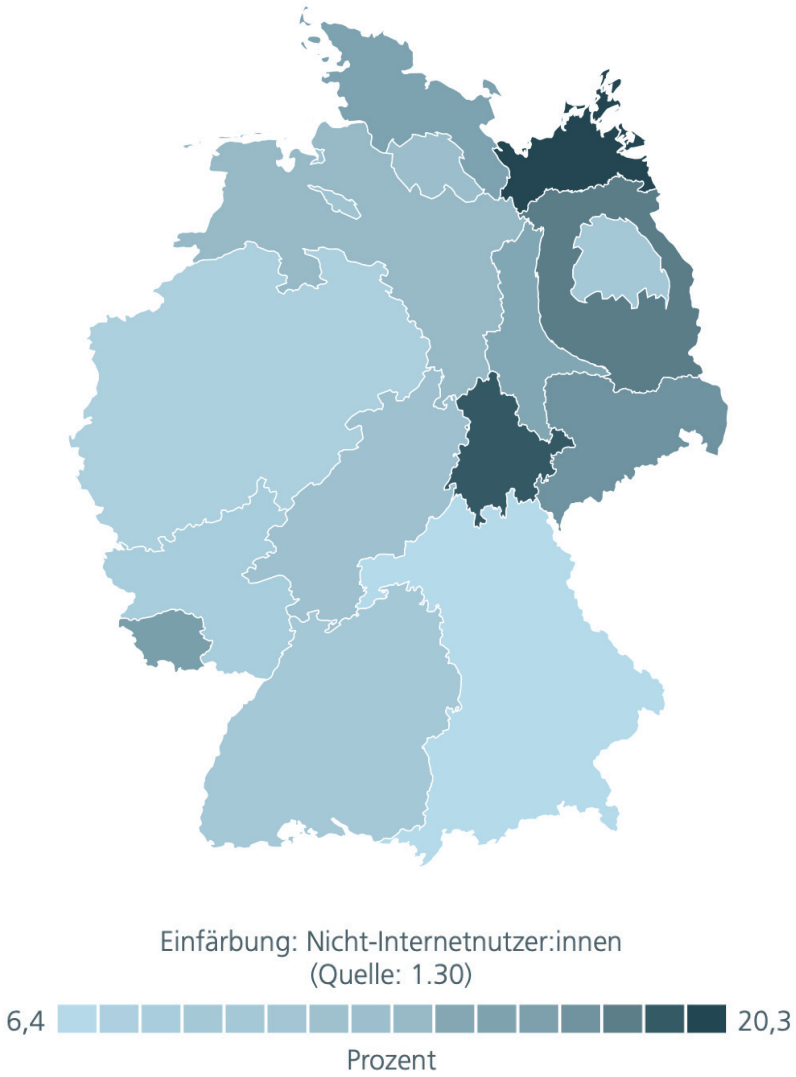


Abbildung 4: Anteile der Nicht-Internet-Nutzenden unterscheiden sich regional deutlich (*Quelle: FOKUS, 2021*)

Mit dem Ausbau der ländlichen Regionen mit schnellem Internet wird auch die Digitalisierung immer mehr zum Thema in Politik und Gesellschaft. Digitalisierte Kulturangebote können ländliche, strukturschwache Regionen aufwerten indem sie Bürgern ermöglichen an Kultur teilzuhaben. Für die Kunstschaffenden bietet die Digitalisierung vor allem die Möglichkeit des Teilens eigener Kunst- und Kulturproduktionen.

3.4. Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum

Von Künstler*innen hört man häufig, dass sie sich am Rande des Existenzminimums bewegen, wenngleich sie glücklich mit der Ausübung ihrer Kunst sind. Durch die untergeordnete Rolle des Kunst- und Kulturmarktes in der Wirtschaft befinden sich Kunst- und Kulturproduzenten, vor allem im ländlichen Raum, oft in einer schwierigen finanziellen Lage und kämpfen um ihre Daseinssicherung. Kosten für Kulturförderung im ländlichen Raum werden meist nicht als „Investition“ angesehen, sondern als unrentable „Ausgabe“ (Haselbach, 2010:1-4). Zur Unterstützung von Kunstschaffenden im Verkauf und bei der Vermarktung ist die Etablierung von Kunst und Kultur in die Gesellschaft und das politische Bewusstsein notwendig. Eine Herausforderung ist die Einbindung von Kunst in regionale Politik, Wirtschaft, Tourismus, Bildung, Verwaltung und die Gesellschaft, um eine neue Wertschätzung zu erfahren.
Kultur wird in der Politik noch als zu unbedeutend angesehen. Wird der wirtschaftliche Nutzen und Zweck von Kultur mit dem Bau von Schulen oder Straßen verglichen, geht die Kultur als Verlierer aus (Haselbach, 2010:1-4). Sie wird unterschätzt, da ihr Erfolg für eine Region und die langfristige Wirkung schwer messbar ist. „Wer Kultur fördert, muss wissen, dass sie sich nicht vollständig in ökonomischen Kriterien erfassen lässt.“ (Fioretos, 2005:1). Traditionelle, etablierte, sogar eingefahrene Verhaltensmuster müssen zielgruppenorientiert und kreativ gedacht werden, um Strukturen aufzubrechen.

Das Zeitalter der weichen Standortfaktoren beginnt. Bisherige Anforderungen, wie Ausbau von Infrastruktur oder die Ansiedlung von Unternehmen verlieren langsam an Gewicht und kulturelle Identität, Wissens- und Netzwerkförderung oder regionale Leitbilder werden bedeutender (Berg, 2006:1-3). Die Soziokultur spielt eine entscheidende Rolle im ländlichen Raum. So sind Vernetzung, Austausch und Kommunikation sowie Weiterbildung wichtige Säulen für den Aufschwung der Kultur. Die Herausforderung ist die Bildung von dichten Netzwerken wie in der Stadt - zwischen Künstlern und Nicht-Künstlern, Bund, Länder und Kommunen, Stadt und Land, öffentlich und privat sowie politisch und zivilgesellschaftlich.

Der Mensch mit seinem Engagement ist die Triebkraft kultureller Angebote und ihrer Nachhaltigkeit. Dies kann durch eine Verbesserung rechtlicher Rahmenbedingungen, der Kommunikation und der allgemeinen Situation (finanziell, organisatorisch, beratend etc.) von Kunstschaffenden unterstützt werden. Hilfreiche Instrumente dabei wären die Weiterbildung von Ehrenämtern, eine aktive Ansprache Freiwilliger, die Anerkennung von Eigeninitiative durch steuerliche Vorteile, staatliche Würdigung oder sonstige Auszeichnungen (MLR, 2013).
Kreative und engagierte Menschen sind die Schlüsselakteure der Kulturförderung im ländlichen Raum, um das kulturelle Potenzial einer Region zu entfalten. Für die Kultur, gerade im Dorf, zählt „Maßanfertigung statt Massenfertigung“ (Berg, 2006:1-3). Das Vertrauen auf den Erfolg von Projekten ist nicht ganz einfach, ermöglicht aber offen zu bleiben für Ideen, Visionen und Experimente, die langfristig das kulturelle Leben auf dem Land gestalten. Die Herausforderung ist die nachhaltige Gewinnung von engagierten, motivierten und kreativen Menschen.

Vor allem die Kommunikation, als Teil der Soziokultur, ist in vielerlei Hinsicht von Bedeutung. Durch interne Kommunikation kann die Anerkennung für Ehrenämter ausgedrückt sowie persönlichen Befindlichkeiten oder Konkurrenzdenken in Vereinen und Organisationen vorgebeugt werden. Die externe Kommunikation ist entscheidend für die Gewinnung von Sponsoren, Stiftungen und privaten Spenden. Anerkennung und Motivation wird auch durch nachhaltige, langfristige Förderprogramme erreicht. Mittlerweile hat das auch die Bundesregierung erkannt und gibt mit der „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“ positive Zukunftsperspektiven (David, Gärtner, 2008:1-4).

Um den ländlichen Raum konkurrenzfähig zur Stadt zu machen, muss auch der gesellschaftliche und demographische Wandel berücksichtigt werden. Mit veränderter Bevölkerungsstruktur ändert sich auch das Publikum von kulturellen Angeboten (Bundestag, 2015:1-4). Rückläufige Besucherzahlen von Museen haben auch in der Abwanderung aus ländlichen Regionen und der alternden Gesellschaft ihren Ursprung. Die Herausforderung für Kunstschaffende im ländlichen Raum besteht in der Anpassung ihrer Angebote. Thematische, spartenübergreifende Projekte, Konzepte und Strategien werden benötigt, um entweder die breite Masse, bestimmte Gruppen oder Einzelpersonen als Zielgruppe zu erreichen. Dabei müssen Bedarf, Ziele, Kosten, Nutzen, langfristige Auswirkungen und rechtliche Rahmenbedingungen betrachtet werden (Schultheis, 2003:14).

Auch eine mangelhafte Erreichbarkeit kultureller Institutionen auf dem Land und die eingeschränkte Mobilität älterer Menschen sind ein Problem. Herausforderungen für Künstler*innen im ländlichen Raum sind unter anderem schwierige Infrastrukturbedingungen. Sie müssen die Politik immer wieder aufmerksam machen und animieren, sich um schlechte Verkehrsanbindungen zu großen Städten, um die Erhöhung der Lebensqualität für Einwohner und Zuwanderer durch kulturelle Freizeitangebote sowie um die Arbeitsplatzbeschaffung und -förderung in der Kultur zu kümmern (Rost, 2018:276). Auch die Kunstschaffenden selbst können sich mit Bewohnern ländlicher Räume vernetzen und so Veränderungen bewirken.

Ein weiterer Schlüssel für den Erfolg kultureller und künstlerischer Angebote ist das Kulturmarketing. Um der Herausforderung der geringen Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit und Akzeptanz von Kunst und Kultur im ländlichen Raum zu begegnen, sind Öffentlichkeitsarbeit und Standortmarketing wichtig. Regionale Profile und das Image einer Region können Auswirkungen auf die Existenz von Kunstschaffenden haben. Andererseits können Künstler*innen mit ihren Angeboten zur Stärkung des Bildes einer Region beitragen. Medien spielen eine bedeutende Rolle bei der Herstellung des Images einer Region. Eigene Erfolge zu feiern und die Öffentlichkeit teilhaben zu lassen, kann helfen ein positives Bild zu generieren. Soziale Plattformen und aktuell gehaltene Internetauftritte sind wichtige Werkzeuge, um die Anonymität in Dörfern und Kleinstädten zu durchbrechen. Einwohner und Touristen können sich informieren, partizipieren, austauschen und organisieren. So kann selbst aktiv gestaltet werden, welches Bild die Öffentlichkeit von einer Region, ihrer Kultur und der Mentalität der Gemeinschaft erhalten soll.

Eine Herausforderung im Kulturmarketing ist die unerwartete Differenz zwischen dem innerem Selbstbild und der äußeren Fremdwahrnehmung. Als kritische, externe Betrachter können auch regionale Medien, wie NDR-Radio MV oder Journale, wie das Nordmagazin über Erfolge von Projekten berichten. Die Kultur kann das Markenzeichen einer Region sein. „MV tut gut“ spricht für sich und jeder hat beim Lesen eines solchen Slogans ein bestimmtes, positives Bild zu der Region im Kopf.

Die Hoffnung, mit digitalen Anwendungen den Herausforderungen des demographischen Wandels zu begegnen und strukturelle Engpässe, hervorgerufen durch die oft periphere Lage und ungünstige Siedlungsstruktur, zu überwinden, werden auch in der Politik der letzten Jahre thematisiert. Mit dem Breitbandausbau und digitalen Anwendungen soll eine Aufwertung ländlicher Regionen erzielt werden. In jeder Region stehen unterschiedliche geografische, wirtschaftliche, organisatorische, technische, kommunikative oder auch finanzielle Aspekte im Vordergrund. Die Kommunen verfolgen daher unterschiedliche Wege, um die privaten Haushalte und Unternehmen an das Glasfasernetz anzuschließen und gleichzeitig die Nachfrage nach neuen digitalen Diensten zu erhöhen (BMI, 2019:6-29). Ebenso wie mittlerweile die Dringlichkeit der Digitalisierung erkannt wurde, rücken die Potenziale der Kultur in den Fokus. Die Frage: *Warum brauchen wir Digitalisierung in den Kunst- und Kultureinrichtungen und welche Herausforderungen und Chancen ergeben sich daraus für die Institutionen?* wurde sich auch beim 2. Kulturfrühstück am 28. November 2019 in der Bayerischen Landesvertretung in Berlin gestellt. Das nachfolgende Kapitel „Digitalisierung in der Kunst“ beleuchtet den aktuellen Stellenwert der Digitalisierung in der Kunst und analysiert, was digitale Funktionen für die Kunst und Kultur bieten können.

4. Digitalisierung in der Kunst

Museen und Galerien im ländlichen Raum sind häufig geprägt von befristeten Projekten, mangelnden Geldern und fehlender technischer Ausstattung. Digitalisierung schafft vor allem Effizienz, die notwendig bei Befristung, Zeitknappheit und geringen finanziellen Mitteln ist – vorausgesetzt die Vorteile der Digitalisierung werden erkannt und digitale Funktionen werden durchdacht angewandt. Die Digitalisierung in der Kunst ist ein komplexer, langwieriger Prozess und nicht per Knopfdruck an einem Tag umsetzbar. Digitalisierung bedeutet nicht einfach einen analogen Sachverhalt auf einem Bildschirm darzustellen oder anzuwenden, sondern zu allererst die Optimierung von analogen Prozessen für den digitalen Gebrauch. Vor allem in der Kunst und Kultur ist die reflexive Auseinandersetzung mit den künstlerischen Praxen und den Künstlern sowie das Wissen um die eigene Selbstwirksamkeit und Verantwortung grundlegend (Reinwand-Weiss, 2020).
Akteure in Vereinen und Kunstschaffende selbst sollten weitergebildet werden, um ihnen zu vermitteln, was Digitalisierung alles kann. So kann dem Umstand vorgebeugt werden, Technik und Digitalisierung als Feind anzusehen. Der Nutzen digitaler Funktionen muss aufgezeigt werden, um diese gewinnbringend als Ergänzung zur traditionellen Kunst und zu bisherigen Prozessen einzusetzen. Für den Erfolg der digitalen Transformation braucht es einen Wandel im Denken und Handeln. Die Menschen mitzunehmen und Stakeholder einzubeziehen, ist der erste wichtigste Schritt im digitalen Wandel. Die Potenziale der Digitalisierung - auch in der Kunst - für eine erfolgreiche kommunale Entwicklung zu nutzen, ist das große, gemeinsame Ziel (BMI, 2019:6-29). Jedoch muss die „digitale Spaltung“ zum Beispiel durch ungleiche sozioökonomische Bedingungen, wie digitale Kompetenz und Bildung, berücksichtigt werden.

Ein gesellschaftlicher Wandel findet nicht nur in Bezug auf die Digitalisierung, sondern auch in der Kunst selbst statt. Der Kulturwissenschaftler und Soziologe Stephan Moebius meint, dass sich die Wahrnehmungsmuster, Kommunikations- und Interaktionsstrukturen, Kunstfelder sowie die Einstellung zur Kunst verändern (Moebius, 2005). Ziel der „Avantgardisten“ ist es, Leben und Kunst zu vereinen - als Lebenskunst. Postmoderne Kunstbewegungen, wie die Digitalkunst, sind keine Kunst zur Präsentation in Museen. Digitalkünstlerinnen und -künstler bilden ein eigenes Kollektiv, deren Netzkunst nicht auf den traditionellen Kunstmarkt beschränkt ist (Türstig, 2003: 183-190). Was zuvor analog mit Farben und Pinsel erfolgte, wird nun mittels Licht und Pixel am Computer generiert, animiert, manipuliert. Zur Abgrenzung des Themas *Digitalisierung in der Kunst* mit allen technischen und menschlichen Aspekten von der *Digitalkunst* als ein neues Genre, wird im folgenden Kapitel kurz auf diese Kunstrichtung eingegangen.

4.1. Netz- und Digitalkunst

Digitalkunst (auch Computerkunst) ist eine, mittels Software erzeugte oder bearbeitete Kunst auf Datenträgern. Wie auch in der traditionellen Kunst gibt es verschiedene Bereiche. Was in der konventionellen Kunst die darstellende- oder bildende Kunst ist, ist in der Digitalkunst Computermusik, Animationen oder Virtuelle Realität und Installationen. Zur digitalen Bildkunst zählen zum Beispiel das digitale Malen auf einem Grafiktablet, Foto- und Bildbearbeitung, mathematische Kunst mit Algorithmen oder Vektorgrafiken.

Als Netzkunst wird die Produktion, der Transfer und die Rezeption von Kunst mittels Internet bezeichnet. Dazu gehört, vorhandene Netzinhalte mit künstlerischer Intention wieder zu verwerten und zu verwandeln, die Präsentation der Ergebnisse in virtuellen Räumen und das Internet als Medium der Zusammenarbeit, um zum Beispiel interaktiv gemeinsame Kunstobjekte zu kreieren (Kamerbeek, Schetsche, 2007:367-372).

Die Digitalisierung bietet ganz neue Möglichkeiten der Produktion, Verbreitung und beliebigen Reproduzierbarkeit von Kunstwerken. Sogenannte NFTs (*Non Fungible Token*) sind digitale Gemälde, also verschlüsselte Krypto-Zertifikate bestehend aus einer nicht austauschbaren Bitfolge, die dezentral auf vielen Servern gespeichert wird. Der NFT-Markt boomt, sowohl der Kauf dieser digitalen Gemälde mit Kryptowährungen, wie Bitcoins, als auch die zeit- und ortsunabhängige Betrachtung dank der Digitalisierung (Ruf, 2021). Der virtuelle Raum eröffnet neue Zugänge zur Kunst und kulturelle Partizipation, zum Beispiel mittels Online-Meeting-Tools, wie *WebEx* und *Zoom*, die spätestens seit der Corona-Pandemie allen bekannt sind, oder Plattformen, wie *Google Tilt Brush* zum kollektiven, dreidimensionalen Malen an einer virtuellen Leinwand (Röthler, 2020:68-75).

Die Digitalkunst wird die konventionelle, „greifbare“ Kunst mit ihren Originalen nicht ersetzen, sondern eher eine Modeerscheinung sein, meint Marcel Noack vom Bundesvorstand des Verbandes Bildender Künstlerinnen und Künstler (BBK). Denn nicht nur die hohen Preise der Digitalkunst machen diese nur für wenige Reiche zugänglich, auch der ökologische Aspekt der Produktion und das „Aufhängen“ solcher Kunstwerke als ständig laufenden Bildschirm, machen die Digitalkunst alltagsuntauglich (Ruf, 2021). Auch Digitalkünstler Andreas Fischer sagt im Interview mit dem Magazin *Neoavantgarde*, dass die Virtualität die Realität nie ersetzen, sondern bestenfalls ergänzen wird und die Digitalisierung sogar dazu führt, dass die Menschen wieder mehr zum Natürlichen, Handwerklichen und Gemeinschaftlichen zurückkehren (Fischer, 2018). Die Physis und Sinne spielen eine wichtige Rolle beim Erleben von Kunst. Der Duft von Ölfarbe, die Haptik und Dimensionen einer Leinwand oder das Sehen leuchtender Farben werden auf einem Bildschirm niemals so nachempfunden werden können, wie in der Wirklichkeit. Es besteht also Hoffnung für die Kunst „zum Anfassen“ in Galerien, auf Theaterbühnen und in Museen. Nichts ist ausschließlich positiv oder negativ – auch nicht die Digitalisierung. Welche weiteren digitalen Funktionen es neben virtuellen Rundgängen und NFTs noch gibt und wie diese die Kunst unterstützen können, wird im nachfolgenden Kapitel aufgezeigt.

4.2. Digitale Funktionen

Bei der Digitalisierung geht es nicht nur darum eine neue Sparte der Kunst, wie der Digitalkunst zu etablieren, sondern vor allem die traditionelle Kunst zu ergänzen und mit digitalen Funktionen zu kombinieren. Die Digitalisierung als Ergänzung zu analogen Vermittlungsformen statt als Konkurrenz zu verstehen, kann von großen Nutzen für die Kunstszene sein. Dabei müssen „Insellösungen“, die nur innerhalb ihrer eigenen Umgebung wirksam und nicht mit anderen Systemen kompatibel sind, vermieden werden (Hilgert, 2019). Ziel soll eine ganzheitliche Lösung mit angepassten Inhalten in ausgewählten Infrastrukturen und analogen sowie digitalen Kanälen sein. Die klassische Kommunikation zwischen Sender und Empfänger verschwimmt, weil im Web alle partizipieren können: Schaffende, Teilende und Konsumierende. Webdienste beziehungsweise -services können als neue, digitale Möglichkeiten des Schaffens und Verbreitens von Kunst Kunstschaffende im ländlichen Raum unterstützen. Es existieren zahlreiche Plattformen, die nahezu von jedem bedient werden können.

Saatchi Art oder *Inspire Art* sind beispielsweise Online-Galerien, die Künstler*innen vernetzen und als Marktplatz für ihre Original-Kunstwerke dienen. Das Online-Projekt *Kunstplaz*a ist eine zentrale Anlaufstelle im deutschsprachigen Raum für kreative und kunstbegeisterte Menschen, ihre Arbeiten und Werke. Es bietet die Möglichkeit sich untereinander auszutauschen, sich miteinander zu vernetzen, sich zu organisieren oder gegenseitig mit Rat zu fragen. So setzt sich *Kunstplaza* aus einem Kunst-Marktplatz und einer Community (Blog) zusammen. *Etsy* ist eine Plattform, um Fotos von kreativer, handgemachter Vintage-Kleidung oder -Möbeln zu teilen und diese zum Verkauf anzubieten. Auf der Online-Pinnwand *Pinterest* können Grafiken und Fotografien geteilt, optional mit sozialen Netzwerken verknüpft und verbreitet und dank einer visuellen Suchmaschine gefiltert werden. *Twitter, Instagram oder Facebook* sind Social-Media-Plattformen zur Selbstdarstellung von Personen oder Institutionen. Auf dem Portal *Kukundo* können sich Künstler*innen registrieren, um ihre Kunst-Workshops, Malkurse oder -reisen zu vermarkten. *Google Arts & Culture* ist eine Webanwendung für virtuelle Rundgänge á la Google Streetview. Sie ermöglicht den virtuellen Besuch einer Vielzahl kultureller Einrichtungen.
Mittels *Doodle* ist es leicht online Termine abstimmen und sich zu organisieren. Auch per *WhatsApp* lässt sich einfach austauschen und kommunizieren.

Social Media für die Community, eine eigene Webseite zur Präsentation oder spezielle Plattformen für Künstler*innen zur Vermarktung lassen Handlungsspielraum. Vorteile einer eigenen Website für Kunstschaffende sind zum Beispiel Kontaktformulare für Interessierte, eine mögliche Shop-Funktionalität, Informationen über Ausstellungstermine und Veranstaltungen sowie eine virtuelle Ausstellungsfläche als selbst gewählten Rahmen für die eigene Arbeit.

Nachfolgend werden einige wichtige, digitale Funktionen mit jeweiligen Praxisbeispielen aufgelistet, die für die Kunstschaffenden relevant sein können:

Informieren: über Kontaktdaten oder Öffnungszeiten
Organisieren / Abstimmen / Vorbereiten: von Vereinsarbeit
Vergleichen / Bewerten: von Angeboten und Preisen
Buchen: eines Malkurses oder Workshops
Suchen / Finden: eines Vereines in der Nähe
Kaufen / Verkaufen: von Kunstwerken
Beraten: über künftige Entwicklungen des Kunstmarktes und Trends
Archivieren: von Kunst, wie Fotografien zum Schutz vor Zerstörung (Kriegsgebiete, Alterung etc.)
Registrieren / Anmelden: auf Kunstforen
Chatten / Mailen: zum Austauschen künstlerischer Interessen und Wissen
Besuchen: eines Museums im virtuellen Rundgang
Werben / Teilen / Präsentieren: der eigenen Kunst oder von Veranstaltungen

Wie können digitale Funktionen nun den negativen Rahmenbedingungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum entgegenwirken?

Im Kapitel 5 „Wechselwirkungen Kunst, ländlicher Raum und Digitalisierung“ wird der bisherige Rechercheteil ausgewertet. Verknüpfungen zwischen der Kunst und Kunstschaffenden, dem ländlichen Raum und der Digitalisierung werden hergestellt.

5. Wechselwirkungen Kunst, ländlicher Raum und Digitalisierung

Die Digitalisierung kann zum Einen direkte Auswirkungen auf die Kunst haben, zum Beispiel in Form angewandter Software zur Bildbearbeitung. Zum Anderen kann die Digitalisierung indirekte Auswirkungen auf die Kunst haben, dadurch dass sie die negativen Rahmenbedingungen für Künstler*innen im ländlichen Raum verbessert. Ein Beispiel hierfür ist das e-Learning. E-Learning ermöglicht jungen Menschen, die vorher zum Studieren in die Stadt ziehen mussten, im ländlichen Raum zu bleiben. So wäre wieder genügend Nachwuchs für künstlerische Vereine und Angebote vor Ort.

Der ländliche Raum ist häufig geprägt von Abwanderung, alternder Bevölkerung und einer schlechten Erreichbarkeit nächst größerer, urbaner Zentren. Ursache für eine „Landflucht“ im Laufe des Lebens ist meist die Bildung. Durch die Zentralisierung von Schulen, Hochschulen und Universitäten sind Jugendliche oft gezwungen für die Ausbildung oder das Studium in die Stadt zu ziehen. Die Online-Lehre und Digitalisierung von Bildungsangeboten kann die Entfernung wettmachen. Die digitale Infrastruktur spielt eine immer größere Rolle für Unternehmen und die Bevölkerung im Hinblick auf Bildung, Daseinsvorsorge, Wirtschaft und Verwaltung, Leben und Arbeit, Tourismus, Mobilität sowie Kultur.
Junge Menschen kehren nach der Ausbildung oder dem Studium oft nicht in den ländlichen Raum zurück, da die Stadt für sie attraktiver als der ländliche Raum ist. Die Stadt bietet eine Konzentration von Märkten und Dienstleistungen während auf dem Land immer mehr Geschäfte und kulturelle Einrichtungen schließen (Hebborn, 2021). Eine hohe Bevölkerungsdichte und Einwohnerzahl machen Angebote in der Stadt lohnenswert, da sie von Vielen wahrgenommen werden - so auch Kunstangebote.

Digitalisierung ist eine Chance für ländliche Räume, da sie bei dem Aufbau von sozialen Netzwerken als „kollektiver Raum des Lernens“, einem intensiven Generationsaustausch sowie bei Tätigkeiten helfen kann, die ohne digitale Mittel verstärkte Mobilität zum Überwinden geografischer Distanzen erfordern würden (Akarçeşme, 2019). Mit Hilfe digitaler Funktionen ist kulturelle Teilhabe trotz Entfernung zu kulturellen, urbanen Zentren möglich. Im ländlichen Raum können Künstler*innen mittels Online-Workshops und virtuellen Ausstellungen auf sich aufmerksam machen, für sich werben sowie Interessenten und Förderer gewinnen. Ziel ist also Angebote auf dem Land zu erhöhen, um Menschen zum Bleiben beziehungsweise Rückkehren zu animieren. So wären auch für Kunstschaffende ausreichend Kunstkonsumierende vor Ort.

Durch den Glasfaserausbau selbst für einzelne Höfe mit 5km Entfernung zum nächsten Haus wird der Marktmonopol der Städte gebrochen. Der urbane Wettbewerbsvorteil entfällt und der Einzelhandel rückt in den Schatten des Online-Handels. Somit wird auch der Verkauf und die Vermarktung von Kunstprodukten für freiberufliche Künstler*innen vereinfacht. Zudem fördert der Breitbandausbau auf dem Land die Ansiedlung neuer und moderner Unternehmen und schafft Arbeitsplätze (BMDV, 2021). Noch vor ein paar Jahren waren Geschäfte oder der Arbeitsplatz Gründe dafür, die Stadt als Wohnort zu wählen. Dank Home-Office und Onlinehandel kann heute auch im ländlichen Raum von Zuhause aus gearbeitet oder eingekauft werden. Die Attraktivität der Natur im ländlichen Raum verknüpft mit schnellem Internet in jedem Haushalt und Unternehmen kann viele der negativen Rahmenbedingungen im ländlichen Raum ausgleichen und so auf direktem oder indirektem Weg die Kunstschaffenden unterstützen.

Der Kreativität im digitalen Wandel sind keine Grenzen gesetzt. Mit dem kreativen Potenzial der Kunstbranche und der Vielfalt an digitalen Technologien ist es möglich eine unendliche Zahl an neuen Formaten zu entwickeln, die Kunst und Kultur nach außen tragen (Schwarz, 2020). Dabei macht es einen Unterschied, ob die Selbstdarstellung eines Einzelnen, die Gemeinschaft und Teilhabe oder kommerzielle Kunst und Wirtschaftlichkeit das Ziel sind. Insbesondere kleine, ländliche Kultureinrichtungen sollten ihren lokalen Wirkungsbereich einbeziehen und der Bevölkerung in naher Umgebung Aufmerksamkeit schenken. Die analoge Weiterbildung von Senioren im Bereich Technik kann beispielsweise helfen ältere Menschen an die Digitalisierung heranführen und digitale Spaltung abzubauen, um die Menschen einer alternden Gesellschaft in die Kulturförderung einzubinden. Digitalisierung fördert den Austausch und die Vernetzung.

Es gibt bereits Initiativen, um zu untersuchen wie neue Chancen durch Digitalisierung bei den Herausforderungen im ländlichen Raum helfen können. Hierzu startete 2015 das Projekt „Digitale Dörfer“ vom Fraunhofer-Institut. Es zeigt auf, wie digitale Lösungen beispielsweise den Austausch zwischen Bürgern untereinander oder mit der Verwaltung vereinfachen können, oder wie digitale Anwendungen einen Überblick über alle Dienstleistungen in der Umgebung, zum Beispiel regionale Händler oder Mitfahrgelegenheiten geben können (IESE, 2022). Mittels Digitalisierung können sich Dörfer intern und mit anderen Dörfern vernetzen, Ideen präsentieren und über Neuigkeiten austauschen.

Die zahlreichen Möglichkeiten des Projektes „Digitale Dörfer“ auf die Kunst und Kultur anzuwenden, könnte Kunstschaffenden bei ihrer Etablierung im ländlichen Raum helfen. Eine dorf- oder kleinstadteigene Webseite und regionale App mit dem Schwerpunkt Kunst fördert die Identifikation mit der Region und regionalen Kultur. Solche digitalen und mobilen Anwendungen unterstützen dabei Kunst in die Gesellschaft zu integrieren, in die Köpfe zu rufen und zu bleiben. Eine kulturelle App als beispielhafte mobile Anwendung, die jederzeit wie E-Mails abgerufen werden kann, macht Kunst und Kultur alltäglich und selbstverständlich. Eine Dorf-Kultur-Webseite bietet vielfältige Chancen:

- kulturelle Freizeit- oder Jobangebote für Jugendliche in den Ferien und im Ehrenamt, um das Vertrauen in die Zukunftsfähigkeit der Heimat zu stärken,
- Organisation von Co-Working in Kultur-Institutionen, wie Galerien,
- die öffentliche Bekanntmachung und Ehrung von engagierten Bürgern, um Erfolge zu feiern und die Motivation zu festigen,
- Werbung für künstlerische Werke,
- gemeinsame Planung von Kunst- und Kulturveranstaltungen, um Gestaltungsspielräume zu schaffen,
- Gestaltung und Schreiben eigener Blogs, in denen Ideen und Personen, wie Künstler*innen vorgestellt werden, um die Akzeptanz verschiedener Lebensstile zu fördern.

Um herauszufinden wie Kunstschaffende im ländlichen Raum zur Digitalisierung stehen und ob diese eine Rolle in ihrer Kunst spielt, wurde eine Umfrage durchgeführt.

6. Umfrage: Kunst und Digitalisierung

Nachdem zuvor die Kunstbereiche definiert, die Herausforderungen für Kunstschaffende im ländlichen Raum beschrieben sowie digitale Funktionen als Unterstützung gegen negative Rahmenbedingungen erläutert wurden, wird in diesem Kapitel die durchgeführte Umfrage zum Thema „Kunst und Digitalisierung“ ausgewertet. Von 40 kontaktierten Künstler*innen aus ganz Mecklenburg-Vorpommern meldeten sich 35 zurück.

Die Recherche nach Kontaktdaten erfolgte zum Teil im Internet, unter der Suche nach „Künstler in Mecklenburg-Vorpommern“. Dabei wurden E-Mail-Adressen von Hobby- und Berufskünstler*innen gefunden. Der größte „Kontaktdatenlieferant“ ist der Marie-Hager-Kunstverein in Burg Stargard. Sowohl die Vereinsmitglieder selbst, als auch ihnen bekannte weitere Künstler*innen standen für Interviews zur Verfügung oder füllten den Fragebogen (Anlage 1 - Fragebogen „Kunst und Digitalisierung“) aus. Flyer mit Adressen von Künstler*innen dienten ebenfalls als Grundlage für Kontaktdaten. Auch die persönliche Kontaktaufnahme bei Besuchen von Ausstellungen und saisonalen Angeboten, wie Töpfer- oder Filzkursen, vor allem in der Mecklenburgischen Seenplatte, wurde genutzt.
21 der 35 befragten Künstler*innen entscheiden sich für ein persönliches Treffen, um sich zum Thema „Kunst und Digitalisierung“ auszutauschen. So gab es beispielsweise eine Diskussion mit den Kunstschaffenden der RWN-Art-Galerie in Neubrandenburg (RWN ART - Verein zur Förderung moderner Kunst Neubrandenburg e.V.) sowie Interviews mit Kunstschaffenden in Greifswald und Torgelow.

6.1. Umfragemethodik

Das Kontaktieren der Künstler*innen erfolgte in zwei Etappen. Zuerst wurden die Kunstschaffenden per E-Mail angeschrieben. Ein Anschreiben (Anlage 2 - Anschreiben an Kunstschaffende per E-Mail im ersten Durchlauf) wurde an die recherchierten Mailadressen gesendet und der Fragebogen der E-Mail beigefügt.

Die darauf erfolgten Rückmeldungen per Mail lassen sich in drei Gruppen einteilen:

1. Einladung zum Interview (Wahrnehmung des Angebotes eines persönlichen Gespräches)
2. Termin zum Telefonieren
3. Antworten auf den Fragebogen

Bei 3. bestand das Risiko, dass die Antworten nicht hilfreich beziehungsweise nicht brauchbar waren. Hier gab es Rückfragen seitens der Umfrage-Durchführenden, die ebenfalls per E-Mail beantwortet wurden.

Gab es keine Reaktion auf die Umfrage-Mail wurde der postalische Weg genutzt und ein, dem Klientel entsprechender künstlerischer Briefumschlag entworfen und an die Kunstschaffenden gesendet, welche sich nicht auf die E-Mail gemeldet hatten. Dem gestalteten Umschlag (Abbildung 5) wurde ein angepasstes Anschreiben (Anlage 3 - Anschreiben an Kunstschaffende per Post im zweiten Durchlauf), derselbe Fragebogen wie in der E-Mail sowie ein frankierter Umschlag beigefügt, um den Kunstschaffenden, die bisher nicht antworteten, die Rückmeldung zeitlich und finanziell zu erleichtern.

Von 40 kontaktierten Künstlern meldeten sich 28 im ersten Durchlauf auf die E-Mail, 7 antworteten im zweiten Durchlauf auf den Brief und fünf reagierten auf keine der beiden Kontaktaufnahmen.

Abbildung 5: Selbstgestaltete Briefumschläge (*Quelle: Monique Hoth, 2021*)

Die Wahl des zusätzlichen postalischen Weges soll nebenbei den Aspekt der Digitalisierung beim Kontaktieren untersuchen. So kann beispielsweise abgeleitet werden, dass es Menschen, insbesondere Künstler*innen gibt, die den Austausch per Brief dem digitalen Weg per E-Mail vorziehen. Dies kann auch bei der Auswertung für die Etablierung künstlerischer Freizeitangebote eine Rolle spielen, zum Beispiel bei der Frage, in welcher Weise für einen Malkurs geworben oder künftige Kunstvereinsmitglieder angesprochen werden sollen - digital oder analog.

6.2. Beschreibung Stichprobenraum

Die Wahl der befragten Künstler*innen konzentriert sich auf den Bereich Kunstschaffende in der bildenden Kunst, wie bereits unter Punkt 2.2. „Typisierung Künstler*innen“ dargestellt. Um den Umfang der Umfrage in einem auswertbarem, überschaubarem Maß zu halten, wurde in dieser Arbeit keine Umfrage für die „Kundenseite“, also Kunstkonsumierende (Galeriebesucher, Einwohner, etc.) durchgeführt.

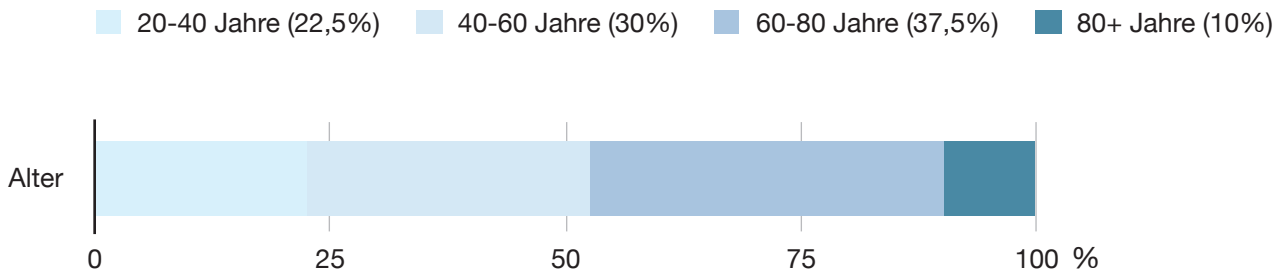
Sowohl bei der Recherche nach Kontakten im Internet, als auch bei den Kontakten, die direkt bei ihren Ausstellungen oder künstlerischen Angeboten angesprochen wurden, gab es keine festen Kriterien, an denen sich orientiert wurde. So sind in den Kategorien Region (Abbildung 6), Alter (Abbildung 7), Geschlecht (Abbildung 8), Kunstform/-art (Abbildung 9) und Beruf (Abbildung 10) nachfolgende Verteilungen entstanden. Die folgenden Diagramme beziehen sich auf alle 40 kontaktierten Künstler*innen und nicht nur auf jene, die geantwortet haben.

Abbildung 6: Verteilung der kontaktierten Künstler*innen in den Landkreisen Mecklenburg-Vorpommerns (n = 40)

Quelle: Karte Mecklenburg-Vorpommern (WIKIPEDIA)

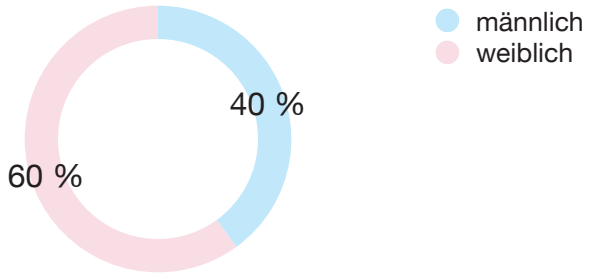
Die größte Gruppe, mit 28 Künstler*innen bilden die Kontaktierten aus der Mecklenburgischen Seenplatte. Das Marie-Hager-Haus in Burg Stargard und das RWN-Art-Gelände in Neubrandenburg machen die beiden größten befragten Künstlerkreise aus. Aus den Regionen Vorpommern-Greifswald stammen 6 Künstler*innen, von der Insel Rügen und aus Brandenburg jeweils 2 Künstler*innen und je ein Kontakt aus den Kreisen Rostock und Ludwigslust-Parchim. Die kontaktierten Kunstschaffenden wohnen und arbeiten vor allem im ländlichen Raum, also Dörfern und peripheren Regionen.

Abbildung 7: Verteilung der Altersstruktur der kontaktierten Künstler*innen (n = 40)



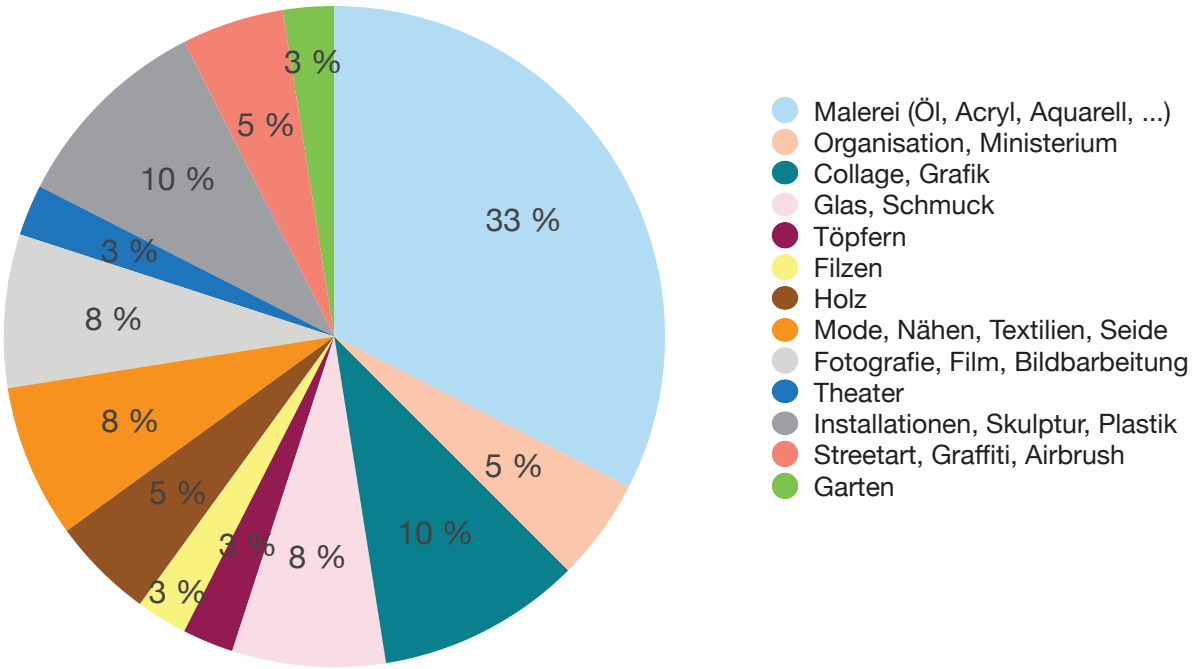
Die Verteilung des Alters der kontaktierten Kunstschaffenden ist ausgewogen. In allen vier Altersgruppen 20-40, 40-60, 60-80 und 80+ sind Befragte vorhanden. Die größte Gruppe bilden die 60-80-Jährigen, unter ihnen sind viele Rentner, die erst nach Ende des Arbeitslebens Zeit für ihre Kunstausübung haben. Die wenigsten Künstler*innen sind älter als 80 oder jünger als 40 Jahre.

Abbildung 8: Verteilung des Geschlechtes unter den kontaktierten Künstler*innen (n = 40)



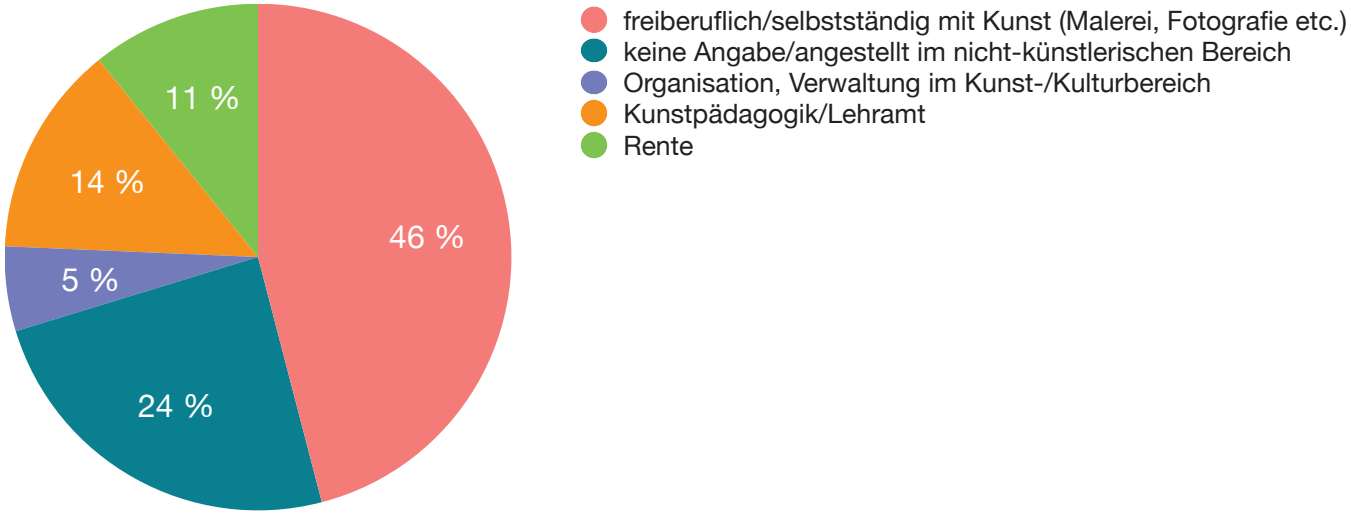
Etwa 60% der Kunstschaffenden sind weiblich und 40% männlich. Somit befinden sich unter den kontaktierten Künstler*innen deutlich mehr Frauen als Männer.

Abbildung 9: Verteilung der Kunstformen / -arten der kontaktierten Künstler*innen (n = 40)



Mit 33% ist die Malerei die am meisten vertretende Kunstform unter den kontaktierten Künstler*innen. Alle anderen handwerklichen und bildenden Künste, wie Arbeiten mit Holz, Glas oder die Fotografie sind mit 8-10% etwa gleich verteilt. Die kleinsten Gruppen unter den Kontaktierten bilden das Theater, Töpfern, Filzen und die Gartenkunst. Hat ein/e Kunstschaffende/r mehrere Bereiche in denen sie / er tätig ist, zum Beispiel Malerei und Grafik, wurde die Kunstform ausgewählt, die in ihrem / seinem Schaffen zeitlich überwiegt.

Abbildung 10: Verteilung der Berufsgruppen unter den Künstler*innen (n = 40)



Fast die Hälfte aller kontaktierten Kunstschaffenden ist freiberuflich oder selbstständig mit der eigenen Kunst tätig. Die zweitgrößte Gruppe unter den kontaktierten Künstler*innen bilden die Rentner.
Andere Berufszweige im künstlerischen Bereich, wie Kunstlehrer/in oder Galerie-Leitung und Angestellte im nicht-künstlerischen Bereich sind ungefähr gleich verteilt. Bei den Kunstschaffenden, die keine Angabe zu ihrem Beruf machten, wird davon ausgegangen, dass sie im nicht-künstlerischen Bereich tätig sind. Die kleinste Gruppe der kontaktierten Künstler*innen arbeitet im verwaltungstechnischem, organisatorischem Zweig (5%) der Kunst.

6.3. Auswertung der Antworten (Diagramme)

Um die Ergebnisse der Umfrage besser deuten zu können, wird vorab nochmal auf den Fragebogen (Anlage 1 - Fragebogen „Kunst und Digitalisierung“) eingegangen und erklärt, warum welche Fragen gewählt und welche Art von Antworten erwartet wurden.

Der Ursprung dieser Arbeit liegt in dem Gefühl, dass es weniger künstlerische Angebote im ländlichen Raum gibt. Entweder ist das Interesse beziehungsweise die Nachfrage an solchen Angeboten in der Gesellschaft gesunken oder die Kunstschaffenden und ihre Angebote sind weniger sichtbar geworden. Der Wegfall des Malkurses vom Marie-Hager-Kunstverein in Burg Stargard ist nur ein Beispiel für das „Einschlafen“ künstlerischer Angebote. Die aktuellen politischen Maßnahmen in der Corona-Pandemie bestärken das Gefühl, dass die Kunst- und Kulturszene keinen bedeutenden Stand in der Gesellschaft und der Politik hat. Kultureinrichtungen, wie Museen und Galerien sind seit fast drei Jahren immer wieder geschlossen. Fast täglich berichten die Medien über die vernachlässigte Kulturbranche und Künstler*innen, die kurz vor dem Existenz-Aus stehen.
In der Umfrage sollen das Interesse an Kunstangeboten seitens der Bürger, das Vorhandensein künstlerischer Angebote im ländlichen Raum sowie die Erfahrungen der Künstler*innen mit digitalen Funktionen untersucht werden, um abzuleiten, ob die Digitalisierung die Kunstschaffenden in ihrer künstlerischen Tätigkeit (Freizeit, Beruf, Verein etc.) unterstützen kann. Bei der Rolle der Digitalisierung für Kunstschaffende im ländlichen Raum geht es sowohl um technische als auch gesellschaftliche Aspekte. Im Fragebogen wurden die Kunstschaffenden nach den Erfahrungen mit ihren künstlerischen Angeboten und der Digitalisierung befragt.

Mit der ersten Frage „Wie hat sich das **Interesse an Ihren Angeboten** oder künstlerischen Angeboten allgemein in den letzten Jahren verändert?“ soll herausgefunden werden, ob das Interesse an Kunst in der Gesellschaft tatsächlich gesunken ist.

Die Frage 2 soll untersuchen, ob auch die Kunstschaffenden, das Gefühl bestätigen können, dass das **Angebot von gemeinsamen, künstlerischen Aktivitäten** in den letzten Jahren gesunken ist.

Bei der Frage nach einem **eigenen Laden / Atelier / Studio** soll die Präsenz der Kunstschaffenden in der Öffentlichkeit untersucht werden.

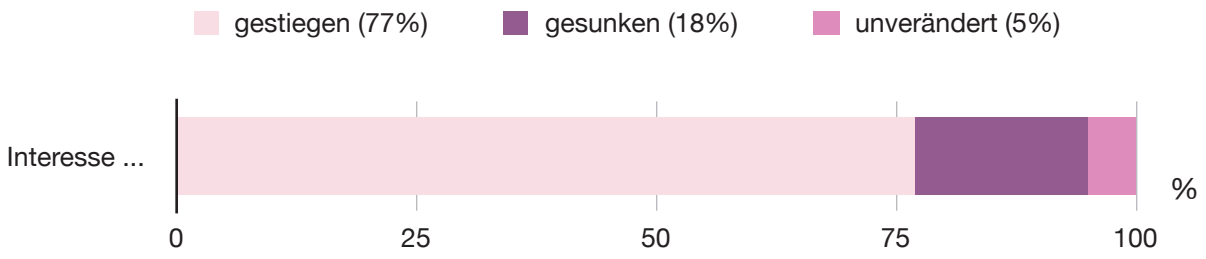
Mit der Frage nach der **eigenen Webseite** soll herausgefunden werden, wie präsent die Künstler*innen im Internet sind, ob sie digitale Mittel der Öffentlichkeitsarbeit nutzen und ob sich ein Webauftritt auf die Nachfrage nach ihren Angeboten auswirkt.

Digitale Funktionen können für die Sichtbarkeit und das Image von Kunstschaffenden und -angeboten einen wichtigen Beitrag leisten. Digitalisierung kann beispielsweise die Wahrnehmung von Kunst in der Bevölkerung erhöhen. Die Frage nach der der **Nutzung digitaler Funktionen** soll untersuchen, inwieweit Trends der Digitalisierung bereits in der Kunst im ländlichen Raum angekommen sind.

Wie Kunstschaffende zur **Digitalisierung** stehen, ob sie diese als **hilfreich / zweckmäßig oder hinderlich / nicht zweckmäßig** empfinden, soll die die letzte Frage beantworten. Die Angabe von Gründen ermöglicht Ursachen für den Erfolg oder Misserfolg der Digitalisierung für Künstler*innen im ländlichen Raum zu finden sowie Ursachen für die Ablehnung von Digitalisierung entgegen zu wirken.

In den folgenden Diagrammen (Abbildung 11-16) werden die Antworten der Kunstschaffenden ausgewertet, die auf die E-Mail oder den Brief geantwortet haben, sodass es sich - anders als bei der Beschreibung des Stichprobenraums - um insgesamt 35 Kunstschaffende von den insgesamt 40 kontaktierten Kunstschaffenden handelt.

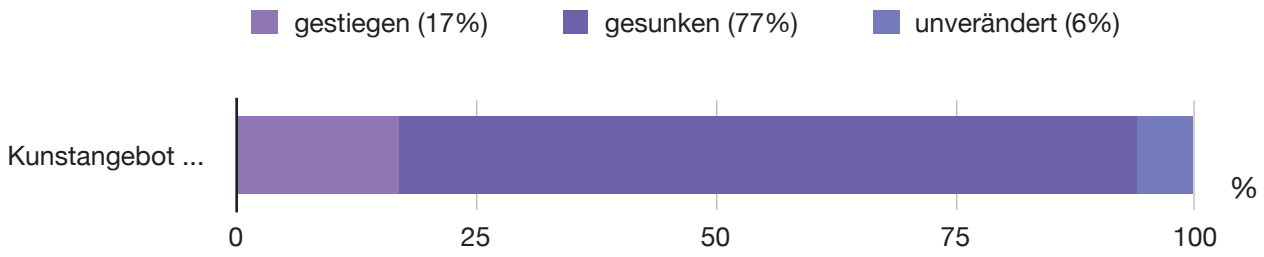
Abbildung 11: Interesse an Angeboten der Kunstschaffenden in der Bevölkerung (n = 35)



Das eigene Gefühl, dass das Interesse an künstlerischen Angeboten in der Gesellschaft sinkt, konnte nicht bestätigt werden und wird von den Kunstschaffenden sogar gegenteilig wahrgenommen. 27 von 35 Künstler*innen sagen, dass das Interesse an Ihren Angeboten, wie zum Beispiel Malkursen, Workshops oder den Verkauf von Kunstwerken gestiegen ist. Sogar während der Schließung kultureller Einrichtungen in der Corona-Pandemie gab es vermehrte Nachfragen.
Die Beschäftigung mit „schönen Dingen“ während der Corona-Krise verschafft der Kunst seit 2020 eine neue Wertschätzung. Durch die Schließung kultureller und künstlerischer Institutionen wurden die Menschen wieder aufmerksam auf die Kunst und vermissten das, was sonst jederzeit möglich war, zum Beispiel der Besuch eines Museums oder einer Theateraufführung. Auch die, durch die Pandemie eingeschränkte Reisefreiheit, führte zu einer neuen Aufmerksamkeit für regionale Angebote. Während des kulturellen und künstlerischen Saisonbetriebes in den Sommermonaten nutzen viele Touristen und Einheimische die Angebote der Kunstschaffenden, berichten die Künstler*innen in der Umfrage. Kunst ist Luxus und vor allem im Urlaub investieren die Besucher gern in ein Kunstwerk, den Galeriebesuch oder den Töpferkurs. Kunst kann auch Lifestyle und Ausdruck von Individualismus sein, somit sind selbstgenähte Mode oder handgefertigte Dekorationsartikel und Accessoires wieder im Trend.
Die Wiederentdeckung von schöpferischer und handwerklicher Tätigkeit ist ein weiterer, angegebener Grund für das gestiegene Interesse der letzten Jahre an Kunstangeboten. Als Ursache wird unter anderem die Digitalisierung selbst genannt. Die alltägliche „Konfrontation“ mit dem Bildschirm in Form von Fernseher, Computer im Beruf oder dem Smartphone als ständigen Begleiter, lässt die Menschen nach etwas „Ursprünglichem“ beziehungsweise Analogem sehnen. Das Schaffen mit den eigenen Händen wird als Ausgleich zur digitalen Welt empfunden.

Sechs Künstler*innen meinen, dass das Interesse an ihren Angeboten und der Kunst allgemein gesunken ist und zwei sagen, es ist unverändert. Die Menschen haben durch ihren Beruf, Familie oder den Alltag keine Zeit für künstlerische Tätigkeiten oder das Aktivsein in Vereinen - oder wollen sich die Zeit nicht nehmen, geben die Kunstschaffenden in der Umfrage an. Einige Kunstschaffende sind der Meinung, dass die Kultur und das gesellschaftliche Leben „einschlafen“. Als Ursache wird unter anderem die Digitalisierung gesehen. Sie bietet den Nutzern eine „vollkommene Welt“ durch Fernsehen, Internet und neue Medien und hemmt die Kreativität. Die Ursache für ein mangelhaft wahrgenommenes Kunstangebot wird auch in einer unzureichenden Sichtbarkeit dieses Angebotes gesehen.

Abbildung 12: Empfinden zur Entwicklung von Angeboten (Vereine, Malkurse etc.) der Künstler*innen (n = 35)

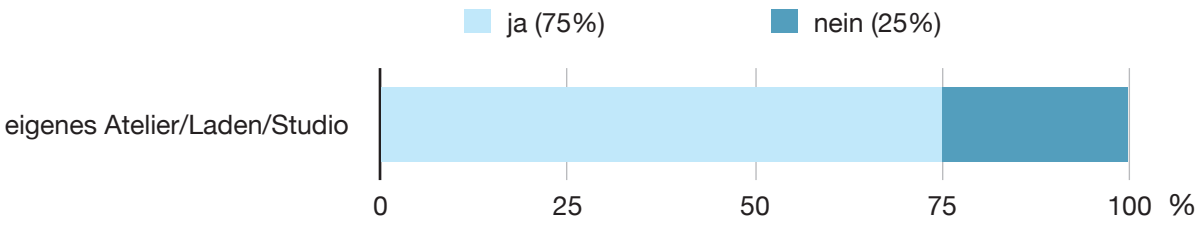


Etwa 27 von 35 Künstler*innen können das Gefühl bestätigen, dass das Angebot von gemeinsamen, künstlerischen Aktivitäten in den letzten Jahren gesunken ist und Kunstangebote (Vereine, Malkurse etc.) „einschlafen“ - obwohl das Interesse in der Gesellschaft gestiegen ist. Als Hauptursache für das Verschwinden von Angeboten und die Auflösung von Kunst- oder Kulturvereinen wird der demographische Wandel genannt: Der altersbedingte Ausfall, der Wegzug von Vereinsmitgliedern in andere, vor allem städtische Regionen und fehlender Nachwuchs durch einen Mangel an jungen Menschen im ländlichen Raum sind Ursachen für ein gesunkenes Angebot künstlerischer Tätigkeiten und Vereine. Die schlechte Erreichbarkeit und Mobilität im ländlichen Raum sorgen zudem dafür, dass Kunstangebote von den Bürgern zu wenig gesehen werden oder gar nicht bekannt sind.

Ein weiterer Einfluss auf das Kunstangebot kann auch politischer Natur sein, wie bürokratische Hindernisse oder eine fehlende „Lobby“ der Kunst und der Künstler*innen. Einige Kunstschaffende klagen über „Steine im Weg“ bei Förderprojekten oder fehlende Unterstützung von Ämtern, Ministerien und der Politik bei kulturellen Vorhaben.
Vereine können auch durch interne Konflikte verschwinden, wenn durch die Interessen einzelner Personen anstelle der Gemeinschaft der Zweck verfehlt wird. Interne Konkurrenz, Streitigkeiten und unvereinbare Ansichten können oft das Ende eines Vereines bedeuten.

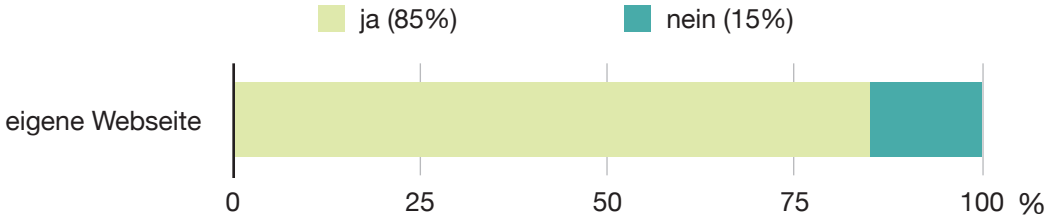
Sechs Kunstschaffende finden, dass das Kunstangebot größer geworden ist. Zwei Künstler*innen empfinden das Angebot als unverändert.

Abbildung 13: Vorhandensein von Räumlichkeiten zur Präsentation der Werke der Künstler*innen (n = 35)



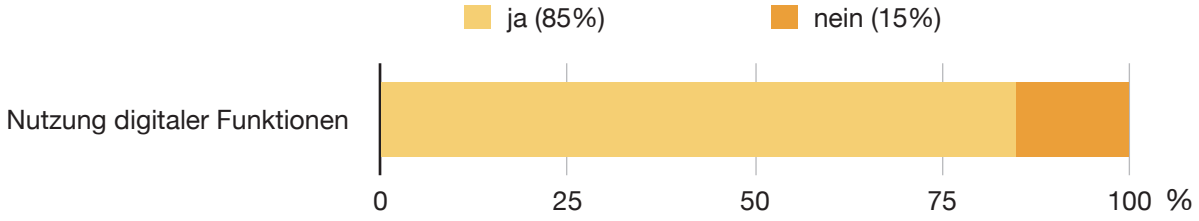
Ein eigenes Atelier oder Studio zum Arbeiten oder Ausstellen besitzen 26 der 35 Kunstschaffenden. Ein Viertel der Befragten haben keinen eigenen Laden oder „Showroom“ zum Präsentieren ihrer Werke.

Abbildung 14: Anzahl der Künstler*innen mit eigenem Internetauftritt (n = 35)



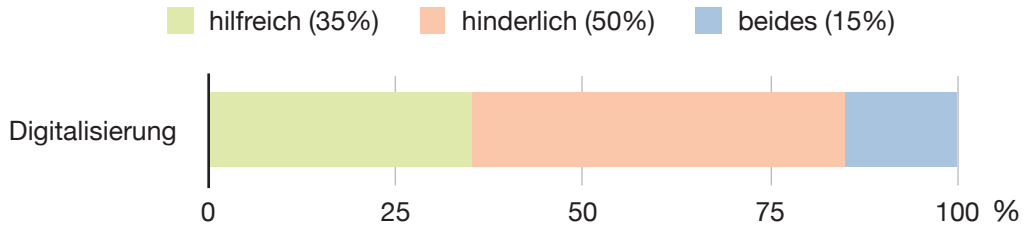
Bei dem Vorhandensein einer eigenen Webseite sieht es ähnlich aus. 30 von 35 Kunstschaffenden betreiben einen eigenen Internetauftritt oder lassen diesen sogar professionell pflegen. Das zeigt, dass bereits viele Künstler*innen erkannt haben, wie wichtig eine zusätzliche digitale Präsentation ihrer Kunst oder zum Informieren über Angebote ist.

Abbildung 15: Anzahl der Künstler*innen, die digitale Funktionen (Webseiten, Online-Malkurse, virtuelle Galerien, Bildbearbeitung, Social Media etc.) nutzen (n = 35)



30 von 35 Kunstschaffende nutzen digitale Funktionen, in Form einer Webseite oder Social Media (Facebook, Instagram, WhatsApp etc.). Etwa 30% (11 Künstler*innen) der Künstler*innen, die digitale Funktionen nutzen, arbeiten zusätzlich mit Bildbearbeitungsprogrammen, Online-Malkursen oder Plattformen für virtuelle Ausstellungen.

Abbildung 16: Einschätzung vom Nutzen der Digitalisierung aus Sicht der Kunstschaffenden (n = 35)



Die Hälfte der Befragten empfindet Digitalisierung als hinderlich für die Kunst. Das sehen vor allem Künstler*innen so, die Kunst privat für sich allein ausüben und ihre Kunst höchstens mit einigen Wenigen teilen, um Ästhetik und Freude zu vermitteln. Sie verbinden Digitalisierung mit den Begriffen „unpersönlich“, „anonym“ und „unverbindlich“. Ihrer Meinung nach kann digitale Kunst „echte“ Kunstwerke und Live-Erlebnisse nicht ersetzen. Die Kunst lebt vom Ambiente, zum Beispiel wirken Fotos von Glaskunst auf einem Bildschirm niemals so wie die ausgestellten Glaskunstwerke in einer Galerie, meinte eine Künstlerin. Licht, Farben und Atmosphäre spielen eine wichtige Rolle in der Präsentation und Betrachtung von Kunstwerken.
Einige Kunstschaffende verknüpfen digitale Funktionen auch mit „Manipulation“ und meinen die Tradition und der Sinn der Kunst gehen verloren. Die Kunst wird durch die Digitalisierung zur Massenware, heißt es in der Umfrage.
Zudem empfinden Künstler*innen die Digitalisierung aufgrund kostenintensiver Technik und Software, zusätzlichen Zeitaufwand für die Aktualität von Webseiten oder durch Updates als hinderlich für ihre Kunst. Digitalisierung sei zu schnelllebig.

12 von 35 Kunstschaffende sehen digitale Funktionen als hilfreich für ihr Kunstschaffen an. Hier bietet Digitalisierung vor allem Vorteile für Künstler*innen, die ihre Kunst kommerziell betreiben. Eine gezielte Suche nach Kunstangeboten durch Interessenten und eine hohe Reichweite zur Kundengewinnung sind für freiberufliche Kunstschaffende nützlich. Digitalisierung ermöglicht zudem unkompliziertes Organisieren, zum Beispiel von Messen oder Workshops, sagen die Befürworter. Vorteile sehen sie vor allem in der Zeit- und Ortsunabhängigkeit, die digitale Funktionen bieten.

Fünf Kunstschaffende denken, dass Digitalisierung sowohl hilfreich als auch hinderlich ist, zum Beispiel hilft, um viele Kunden zu erreichen, aber hinderlich, weil sie der Kunst den „Sinn raubt“.

Die meisten Kunstschaffenden sehen Digitalisierung eher als Ergänzung zur „anfassbaren“ und konventionellen Kunst. Digitale Funktionen sind ein „notwendiges Übel in der heutigen Zeit“, um auf dem neuesten Stand zu bleiben, zu organisieren oder präsent zu bleiben. Der Faktor Mensch spielt bei der Gewinnung von Interessenten, Kunden und Unterstützern aber die wichtigste Rolle. „Viele digitale Projekte sind gescheitert. Kultur lebt vom Live-Erlebnis statt medialer Präsentation.“, sagte die Usedomer Puppenspielerin Jana Sonnenberg im NDR-Nordmagazin am 15.02.2021.

6.4. Zusammenfassung der Umfrage-Ergebnisse

Dank der Erfahrungen und Meinungen, die 35 Künstler*innen in Interviews und dem Fragebogen mitteilten, wurde ein umfassender Überblick über das gesellschaftliche Interesse an Kunst, das aktuelle Kunstangebot sowie die Rolle der Digitalisierung für Kunstschaffende im ländlichen Raum gewonnen. Der jetzige Stand kann bei weiterführenden Befragungen von Kunstschaffenden oder Kunstkonsumierenden, in zusätzlichen ländlichen Regionen ausgeweitet werden.

Das Gefühl, dass das Interesse an Kunst in der Gesellschaft sinkt und Ursprung dieser Masterarbeit war, konnte nicht bestätigt werden. Die Mehrheit der befragten Kunstschaffenden verzeichnen ein gestiegenes Interesse an ihren künstlerischen Angeboten. Vor allem während und nach den „Lockdowns“ aufgrund der Corona-Krise wurde ein steigendes Interesse an Kunst wahrgenommen. Durch das Verbot von Reisen ins Ausland und die Schließung von Kultureinrichtungen entstand eine neue regionale Verbundenheit und Wertschätzung für die schönen, natürlichen Dinge, wie Kunst und Handwerk. Ein Puppenspieler meinte im Interview: „Ich habe immer noch mehr Arbeit als ich eigentlich erledigen kann. Die Menschen sind zum Glück immer noch ‚kulturhungrig’.“

Das Kunstangebot im ländlichen Raum ist jedoch weniger geworden. Hauptursache hierfür liegt im demographischen Wandel, da es immer mehr ältere Menschen gibt, die nicht mehr in Vereinen oder mit ihren Kunstangeboten aktiv sind sowie eine sinkende Zahl jüngerer Menschen im ländlichen Raum, die die Angebote und Vereine weiterführen könnten. Die periphere Lage und ungünstige Siedlungsstruktur im ländlichen Raum sorgen zudem dafür, dass die Sichtbarkeit von Kunstschaffenden und ihren Angeboten gering ist. Die Kunst lebt vor allem in den Sommermonaten vom Tourismusbetrieb und von jenen Interessenten, die den Kunstschaffenden über Jahre treu geblieben sind und immer wieder positiv bei Anderen über die Kunstangebote berichten und Werbung machen.

Die Umfrage zeigt, dass die Digitalisierung eher den Kunstschaffenden hilft, die von ihrer Kunst leben möchten. Digitale Funktionen wurden befürwortet, um die Sichtbarkeit der Kunst- und Kulturszene in der Bevölkerung zu erhöhen. Social Media für die eigene Community, eine eigene Webseite zur Präsentation oder spezielle Plattformen (Etsy, InspireArt, KunstPlaza etc.) für Künstler*innen zur Vermarktung gehören zu nützlichen digitalen Werkzeugen. Das Ziel der Reichweite betraf allerdings vorwiegend freiberufliche Künstler*innen. Hier unterstützen digitale Lösungen, um Aufmerksamkeit zu erhalten, die Massen zu erreichen und Kunst zu monetarisieren.

Die Kunstschaffenden, die ihre Kunst im „Stillen“ und nicht für die Masse ausführen, empfinden die Digitalisierung eher als negativ und meinen, dass Quantität und Reichweite die Qualität und den Sinn der Kunst zerstören.
Künstler*innen, die gemeinsam künstlerisch aktiv sind, zum Beispiel im Verein, nutzen digitale Funktionen als Ergänzung zur analogen, traditionellen Kunst, um sich zu organisieren, Nachwuchs zu gewinnen oder unentgeltlich Kunst zu teilen - mit dem Zweck Botschaften und Ästhetik für die Allgemeinheit zu vermitteln.

7. Auswertung und Ausblick

Spielt die Digitalisierung denn nun eine Rolle für Kunstschaffende im ländlichen Raum?

Es existiert eine geteilte Auffassung unter den Künstler*innen im ländlichen Raum. Die meisten nutzen bereits digitale Funktionen, vor allem in Form einer Webseite oder WhatsApp. Doch sind selbst jene, die technische Lösungen anwenden, der Meinung, dass die Kunst vom Kontakt zu den Menschen und nicht in der virtuellen, digitalen, „unpersönlichen“ Welt lebt. Digitalisierung und technischer Fortschritt rauben der Kunst den Sinn und können deshalb nicht viel für die Kunstschaffenden tun.
Unterstützen können digitale Funktionen lediglich bei der künstlerischen Vereins- und freiberuflichen Tätigkeit durch Erhöhung der Sichtbarkeit von Angeboten, Kundengewinnung und Organisation von Vereinsarbeit, Workshops sowie dem Verkauf von Kunstwerken. Nach dem Motto „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“, hilft Digitalisierung vor allem denen, die ihre Kunst kommerzialisieren.

Die meisten der befragten Künstler*innen sind „Digital Immigrants“, die sich erst im Laufe ihres Lebens mit der Digitalisierung auseinandergesetzt haben. Zudem sind die Technologien so schnelllebig, dass es schwierig ist stets über die neuesten Möglichkeiten und Techniken im Bilde zu sein, geschweige denn sie anzuwenden. Gerade im künstlerischen Bereich gibt es viele kreative Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit, aber das Gesamtkonzept zählt. Vielen Kunstschaffenden ist gar nicht bewusst, was digitale Funktionen alles leisten können und zukünftig leisten können werden. Viele der Kunstschaffenden möchten digitale Lösungen aber auch gar nicht anwenden, weil für sie Kunst und Technik nicht zusammen passen.

Für eine erfolgreiche Nutzung digitaler Funktionen bedarf es sowohl technischen Know-Hows, als auch sozialen Engagements. Sich mit anderen auszutauschen, die bereits Erfahrungen mit dem Thema Kunst und Digitalisierung haben, kann helfen Probleme im digitalen Wandel zu umgehen – vor allem dann, wenn Initiatoren des Wandels keine erfahrenen „Digital Natives“ sind.
Wie die Recherche zur Kunst und Kultur zeigte, können digitalisierte kulturelle Angebote ländliche, strukturschwache Regionen aufwerten, den Bürgern ermöglichen an Kultur teilzuhaben und letztlich sogar negativen Rahmenbedingungen für Kunstschaffende entgegenwirken. Partizipative Kultur unterstützt bürgerliches Engagement und das Teilen eigener Kunst- und Kulturproduktionen. Digitalisierung kann Vernetzung, Austausch und Kommunikation sowie Weiterbildung in der Soziokultur fördern.

Die Beantwortung der Frage welche Ziele und Zwecke mit der Überarbeitung veralteter Konzepte und der Digitalisierung erreicht werden sollen, ist grundlegend für den digitalen Wandel. Wie viele Besucher sollte ein Museum im Jahr haben, um zu existieren, aber nicht maximal gewinnorientiert zu handeln? Wie viele Mitglieder sollte ein Kunstverein haben, um zu bestehen, jedoch seinen Zweck nicht aus den Augen zu verlieren?

Digitalisierung kann auch kontraproduktiv sein, wenn der Nutzen nicht definiert ist, sondern nur um der Digitalisierung willen am Ende noch funktionierende, gut laufende Prozesse zerstört werden. Deshalb ist es wichtig bei dem anzufangen was schon da ist und zuerst analoge Prozesse zu optimieren. Für eine optimale Ausnutzung digitaler Potenziale sollte klar sein, ob Digitalisierung helfen kann und wie sie ein- und umgesetzt werden soll.

VI. Literaturverzeichnis

Akarçeşme, Dilara (2019): „Digitalisierung als Tool zur Navigation durch ausschließende Kunst- und Kulturwelten im Kontext von Migration & Alter“. Ausgabe: *p/art/icipate - Kultur aktiv gestalten* #10 OPEN UP! II, 10/2019, Seite 10 - 19

Amt Stargarder Land (2016), Marie-Hager-Haus, URL: https://www.burg-stargard.de/kultur-und-freizeit/ marie-hager-haus/, abgefragt am 06.05.2021

BBK. Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler*innen e.V (2021): „Künstler*innenstatus. Wer ist Künstler*in?“. verantwortlich: Dagmar Schmidt und Werner Schaub, URL: https://www.bbk-bundesverband.de/beruf-kunst/kuenstlerinnenstatus, 28.12.2021. Berlin

BBR. Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (2008): Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung - ein Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ (ExWoSt) des Bundesministeriums für Verkehr. Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesamtes für Bauwesen. Bonn.

BBSR. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2020–2022): „Laufende Raumbeobachtung – Raumabgrenzungen“ Siedlungsstrukturelle Regionstypen. Anpassung der Raumordnungsregionen an die Gebietsreform in Mecklenburg-Vorpommern 2011. Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, URL: https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/raumbeobachtung/Raumabgrenzungen/deutschland/regionen/siedlungsstrukturelle-regionstypen/regionstypen.html, abgefragt am 22.01.2022

Bendel, Oliver (2015): „Digitalisierung“. Gabler Wirtschaftslexikon, 07.05.2021, Hochschule für Wirtschaft. Institut für Wirtschaftsinformatik. FHNW Fachhochschule Nordwestschweiz.

Benz, Peter (2003): „Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Die Rolle der weichen Standortfaktoren“. Zweites Wirtschaftsforum: Zukunft Rhein-Main, 23. Juni 2003, Seite 1, Georg-Christoph-Lichtenberg-Haus der Technischen Universität Darmstadt

BMDV. Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2021): „Die Breitbandförderung des Bundes“. 16.12.2021, URL: https://www.bmvi.de/DE/Themen/Digitales/Breitbandausbau/Breitbandfoerderung/breitbandfoerderung.html, abgefragt am 26.01.2022

BMI. Bundesministerium des Innern für Bau und Heimat (2019): „Digitale Infrastruktur als regionaler Entwicklungsfaktor - Nachnutzbare Ideen für Kommunen aus dem Modellvorhaben MORODigital“. MORO Praxis Heft. Ausgabe: Heft 13, Seiten 6 - 29

BMWK. Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022): Kultur- und Kreativwirtschaft, Wirtschaftsbranchen, URL: https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Branchenfokus/Wirtschaft/branchenfokus-kultur-und-kreativwirtschaft.html, abgefragt am 21.01.2022

David, Alexandra und Gärtner, Stefan (2007): Kultur und Kreativität als regionaler Wirtschaftsfaktor. Seite 1-4, in: Institut Arbeit und Technik, Jahrbuch 2007. S. 52-59, Gelsenkirchen

Deterding, Sebastian (2009): Henry Jenkins: Textuelles Wildern und Konvergenzkultur. in: *Schlüsselwerke der Cultural Studies* (pp. 235-246), VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden

Deutscher Bundestag (2015): Zukunftsweisende Kulturpolitik im demographischen Wandel - Stärkung der Kultur im ländlichen Raum. Antrag, 18. Wahlperiode, Drucksache 18/5091, Seite 1-4

Dörner, Karel und Meffert, Jürgen (2015): „Nine questions to help you get your digital transformation right". McKinsey & Company (international vertretene Unternehmens- und Strategieberatung), URL: https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/nine-questions-to-help-you-get-your-digital-transformation-right#, abgefragt am 09.09.2021

Esaak, Shelley (2019): „What Are the Visual Arts?" in: ThoughtCo. URL: https://www.thoughtco.com/what-are-the-visual-arts-182706, aktualisiert am 01.10.2019

Farken, Thomas (2022): Das ist Soziokultur. Bunter leben. AG-SOZIOKULTUR. URL: http://www.soziokultur-in-leipzig.de/soziokultur/. 2022

Fioretos, Aris (2005): Pippi hat die Nase vorn. Kulturaustausch Online. Institut für Auslandsbeziehungen e.V., Seite 1

Fischer, Andreas (2018): „Wie Digitalisierung den klassischen Kunstbegriff aufbricht". Digitalkünstler aus Berlin im Interview mit Autorin Franziska vom Magazin *NEOAVANTGARDE*, URL: https://neoavantgarde.de/interview-mit-andreas-fischer/, abgefragt am 04.09.2021

FOKUS *Fraunhofer-Institut für Offene Kommunikationssysteme* (2021): „Deutschland-Index der Digitalisierung 2021". Autoren: Ines Hölscher, Nicole Opiela, Jens Tiemann, Jan Dennis Gumz, Gabriele Goldacker, Basanta Thapa, Dr. Mike Weber. Kompetenzzentrum Öffentliche IT.
URL: https://www.oeffentliche-it.de/documents/10181/14412/Deutschland-Index+der+Digitalisierung+2021, abgefragt am 11.09.2021

Geißler, Theo und Zimmermann, Olaf (2010): „Digitalisierung: Kunst und Kultur 2.0.". Nachdruck von Beiträgen aus politik und kultur - Zeitung des Deutschen Kulturrates. Deutscher Kulturrat e.V. 1. Auflage September 2010

Haselbach, Dieter (2010): „Kultur als Standortfaktor". Veranstaltung der Konrad-Adenauer-Stiftung, Seite 1-4

Hebborn, Klaus (2021): „Kultur in der Stadt. Chancen für die Weiterentwicklung der Stadtkultur", in: Politik & Kultur 2/2021. Deutscher Kulturrat

Helbrecht, Ilse (2005): Geografisches Kapital - Das Fundament der kreativen Metropolis. In: Kujath, Hans Joachim (Hrsg.): Knoten im Netz. Zur Rolle der Metropolregionen in der Dienstleistungswirtschaft und Wissensökonomie. Stadt- und Regionalwissenschaften. Band 4. Erkner bei Berlin.

Hilgert, Markus (2019): „Digitalisierung in Kunst- und Kultureinrichtungen - Herausforderungen und Chancen“. Vorstand Kulturstiftung der Länder, 2. Kulturfrühstück am 28. November 2019 in der Bayerischen Landesvertretung in Berlin. URL: https://www.kulturstiftung.de/digitalisierung-in-kunst-und-kultureinrichtungen/

Hoffmann, Björn (2010): „Tendenzen der Kunst von 1990 bis heute“. Duden Learnattack GmbH, URL: https://www.lernhelfer.de/schuelerlexikon/kunst/artikel/tendenzen-der-kunst-von-1990-bis-heute

IESE. Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering (2022): „Digitale Dörfer“, URL: https://www.digitale-doerfer.de/unsere-plattform/, abgefragt am 26.01.2022

Kamerbeek, Ingrid und Schetsche, Michael (2007): „Webism Movement - Die Netzkunst des Neuen Jahrhunderts“. In: Kai Lehmann, Michael Schetsche (Hrsg.): Die Google-Gesellschaft - Vom digitalen Wandel des Wissens. Bielefeld: transcript 2007, S. 367 - 372.

Klein, Kristin und Meyer, Torsten (2020): „Post-Internet Arts Education - Perspektiven einer kulturellen Bildung im Internet State of Mind“. Kreativ und Digital. Ausgabe Mai 2020, Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung (LKJ) Baden-Württemberg e.V., URL: https://www.kiwit.org/media/material-downloads/lkj_kreativ-und_digital.pdf

Kühn, Franka (2017): „Die demografische Entwicklung in Deutschland“, bpb. Bundeszentrale für politische Bildung, URL: https://www.bpb.de/politik/innenpolitik/demografischer-wandel/196911/fertilitaet-mortalitaet-migration, 29.8.2017

Kulturräte in Mecklenburg-Vorpommern (2015): Vorreiter für Deutschland? In: Kulturpolitische Mitteilungen. Nr. 149, Ausgabe II/2015, Seite 66-67

Kunzmann, Klaus R. (2002): Kultur, Wirtschaft und Raumentwicklung. Informationen zur Raumentwicklung. Heft 4/5.2002, Seite 190-194. Universität Dortmund

Küpper, Patrick (2016): „Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume“. Thünen Working Paper 68, Thünen-Institut für Ländliche Räume. Braunschweig, Dezember 2016

Liersch, Anja (2020): Bildung und Kultur. Spartenbericht Soziokultur und Kulturelle Bildung. Seite 10-16, Statistisches Bundesamt.

LPB. Landeszentrale für politische Bildung (2018): „Lage, Einwohner und Profil des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern“. vom 15.08.2018, URL: https://politik-mv.de/2018/08/15/lage-und-natur/, abgefragt am 22.01.2022

Maretzke, Steffen (2016), „Demografischer Wandel im ländlichen Raum. So vielfältig wie der Raum, so verschieden die Entwicklung“. Datenbasis: Laufende Raumbeobachtung des BBSR Geometrische Grundlage: BKG. Bearbeitung: G. Lackmann, S. Maretzke. Information zur Raumentwicklung Heft 2.2016

Martin, Olaf (2011): Regionalplanung und regionale Identität - Glaube Liebe Hoffnung. Schriftliche Fassung eines Vortrages auf der Tagung „Pampaparadiese? Kultur als Standortfaktor - Strategien der Regionalentwicklung“ am 27.06.2011, Seite 1

Martin, Olaf (2006): Über Kulturregionen und deren Bedeutungslosigkeit für die Wirtschaft. Arbeitskreis Kulturregionen in Deutschland. Bonn, Seite 25

Minor, Jens (2013): „Google Bildersuche: Neues Design wird ausgerollt + (ur)altes Design wiederherstellen“. GoogleWatchBlog, veröffentlicht am 20.01.2013, URL: https://www.googlewatchblog.de/2013/01/google-bildersuche-neues-design/, abgefragt am 11.09.2021

MLR. Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (2013): Kultur in den ländlichen Räumen Baden-Württembergs. Situation, Trends, Potenziale und Handlungsfelder

Moebius, Stephan (2005): „Die Wiederverzauberung der Welt in der Google-Gesellschaft. Die historische Avantgarde und die postmoderne Digitalkunst“. Soziologe und Kulturwissenschaftler, Stipendiat der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) und Lehrbeauftragter am Institut für Soziologie der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i. Br., URL: https://stephanmoebius.de/wp-content/uploads/2019/07/DigitalkunstAvantgardeMoebius.pdf, abgefragt am 15.07.2021

Mörth, Ingo (1997): Zum Stellenwert bildender Kunst im ländlichen Raum. Streiflichter aus einer Untersuchung in Oberösterreich. Seite 5. Johannes Kepler Universität Linz. In: Alfred Smudits, Gerhard Staubmann (Hrsg.), Kunst-Geschichte-Soziologie. Beiträge zu einer soziologischen Kunstbetrachtung aus Österreich. Festschrift für Gerhard Karner, Frankfurt/M. 1997: Verlag Peter Lang, S. 253 - 263

Morr, Markus (2010): Land (m)unter? Ländliche Räume und Kulturarbeit. In: Soziokultur. Prinzipien, Praxis, Perspektiven. Ausgabe 3/10. Bundesvereinigung Soziokultureller Zentren e.V. (Hrsg.), Seite 4

Mörth, Ingo (1997): „Zum Stellenwert bildender Kunst im ländlichen Raum. Streiflichter aus einer Untersuchung in Oberösterreich“. Seite 2. Johannes Kepler Universität Linz. In: Alfred Smudits, Gerhard Staubmann (Hrsg.), Kunst-Geschichte-Soziologie. Beiträge zu einer soziologischen Kunstbetrachtung aus Österreich. Festschrift für Gerhard Karner, Frankfurt/M. 1997: Verlag Peter Lang, S. 253 - 263

Muntschick, Verena; Schuldt, Christian; Papasabbas, Lena (2014) „Die Zukunft des Museums ist integrativ“. URL: https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/die-zukunft-des-museums-ist-integrativ/, abgefragt am 24.08.2021

Nünning, Ansgar (2009): „Vielfalt der Kulturbegriffe“, bpb. Bundeszentrale für politische Bildung, URL: https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/kulturelle-bildung/59917/kulturbegriffe, 23.7.2009

Oswalt, Philipp (2013): Der ländliche Raum ist kein Baum. Von den zentralen Orten zur Cloud. In: „Raumpioniere in ländlichen Regionen. Neue Wege der Daseinsvorsorge“. Hrsg. Kerstin Faber, Philipp Oswalt, Seite 14

Pallas, Anne (2013): Vom Menschen her denken. Potenziale multifunktionaler (Kultur)Institutionen im ländlichen Raum. Vortrag zur Tagung: „Verödung. Kulturpolitische Gegenstrategien“, Seite 1-7. Landesverband Soziokultur Sachsen. Görlitz

Pawlik, V. (2020), „Anzahl der Personen in Deutschland, die Museen, Galerien oder Kunstausstellungen besuchen, nach Häufigkeit von 2016 bis 2020 (in Millionen)“. Statista, Umfrage zur Häufigkeit des Besuchs von Museen, Galerien, Ausstellungen bis 2020, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171176/umfrage/haeufigkeit-des-besuchs-von-museen-galerien-kunstaustellungen/ , abgefragt am 25.08.2021

Priller, Eckhard (2016): Die wirtschaftliche und soziale Situation Bildender Künstlerinnen und Künstler 2016. Zusatzaspekte: Einkünfte aus Ausstellungsvergütungen. Engagement für Geflüchtete, S. 35ff. Berlin. In: Liersch, Anja (2020): Bildung und Kultur. Spartenbericht Soziokultur und Kulturelle Bildung. Seite 46, Statistisches Bundesamt.

Radke, Adelgunde (2021): Interview, Marie-Hager-Kunstverein Burg Stargard e.V., URL: https://www.marie-hager-kunstverein.de/unser-verein/, abgefragt am 05.05.2021

Reinwand-Weiss, Vanessa-Isabelle (2020): „Kulturelle Bildung und Digitalisierung - zwei Gegensätze? Grundsätzliche Beobachtungen zum Zusammenspiel der beiden Welten“. Direktorin der Bundesakademie für Kulturelle Bildung Wolfenbüttel und Professorin für Kulturelle Bildung in Hildesheim. *Kreativ und Digital.* Ausgabe Mai 2020. Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung (LKJ) Baden-Württemberg e.V.

Rost, Christian (2018): Die temporäre Kleinstadt - Das Konzept der Zwischennutzung als Instrument kreativer Stadtentwicklung unter Schrumpfungsbedingungen. Büro für urbane Zwischenwelten. In: Katja Wolter, Daniel Schiller, Corinna Hesse (Hrsg.). Kreative Pioniere in ländlichen Räumen. Innovation & Transformation zwischen Stadt und Land. 2018, Seite 276

Röthler, David und Akarçeşme, Dilara (2020): „Enter now: Digitalisierung, virtuelle Kunst und Partizipation“. David Röthler (Experte für Online-Kommunikation und Online-Bildung) im Gespräch mit Dilara Akarçeşme, Ausgabe: *p/art/icipate - Kultur aktiv gestalten* #11. SHUT DOWN!, 10/2020, Seite 68 - 75

Ruf, Birgit (2021): „Digitale Kunst: Millionen Euro für eine Datei“. nordbayern.de, Onlinedienst von Nürnberger Nachrichten und Nürnberger Zeitung, URL: https://www.nordbayern.de/kultur/digitale-kunst-millionen-euro-fur-eine-datei-1.11009320, abgefragt am 15.07.2021, Nürnberg

Schmidt, Wolf (2012): Die Kunst des Bleibens. Wie Mecklenburg-Vorpommern mit Kultur gewinnt. Herbert Quandt-Stiftung.

Schultheis, Jürgen (2003): Die Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main und die Bedeutung der weichen Standortfaktoren. In: Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Die Rolle der weichen Standortfaktoren. 2. Wirtschaftsforum: Zukunft Rhein-Main, 23. Juni 2003, Seite 14, Georg-Christoph-Lichtenberg-Haus der Technischen Universität Darmstadt

Schwarz, Nicole (2020): „Ohne Digitalisierung kein Überleben - Digitale Angebote nicht nur entwickeln, sondern monetarisieren!“. Professorin für Marketing und Leiterin des Masterstudiengangs Kulturmanagement der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes, URL: https://www.kulturmanagement.net/Themen/Ohne-Digitalisierung-kein-Ueberleben-Angebote-nicht-nur-entwickeln-sondern-monetarisieren,4186, abgefragt am 06.09.2021

Shifman, Limor (2014) „Meme: Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter“. Suhrkamp Verlag, URL: https://books.google.de/books?hl=de&lr=&id=lpg8CgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=Digitalisierung+kunst&ots=wNDoRoQuV3&sig=zYToknqGAElVDQf1wuINHw3jMFA#v=onepage&q=Digitalisierung%20kunst&f=false

Siepermann, Markus (2021): „Digital Native, Digital Immigrant“. Gabler Wirtschaftslexikon, 07.11.2021, LS für Wirtschaftsinformatik. Technische Universität Dortmund.

Statista (2021): „Einwohnerzahl in Mecklenburg-Vorpommern bis 2020“, 21.06.2021, URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155151/umfrage/entwicklung-der-bevoelkerung-von-mecklenburg-vorpommern-seit-1961/, abgefragt am 22.01.2022

Türstig, Hans-Georg (2003): „Netzkunst als Kunstnetz“. In: Schetsche, Michael und Lehmann, Kai (2003) „Netzwerker-Perspektiven. Bausteine einer praktischen Soziologie des Internet“. Regensburg. Roderer Verlag. Seite 183-190

Wiesand, Andreas (2010): „Kultur- oder Kreativwirtschaft: Was ist das eigentlich?“, Seite 1-5. bpb. Bundeszentrale für politische Bildung, URL: https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/kulturelle-bildung/60088/kreativwirtschaft, 13.12.2010

Wikipedia (2022): „Kunsthandwerk“, URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Kunsthandwerk, abgefragt am 21.01.2022

VII. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1
Modell Kulturbereiche ……..…… Seite 12

Abbildung 2
Modell „Bildende Kunst, Darstellende Kunst und Digitalkunst“ ……..… Seite 14

Abbildung 3
Typisierung ländlicher Kreisregionen anhand der Dimensionen Ländlichkeit und sozioökonomischen Lage ……..……..… Seite 18

Abbildung 4
Anteile der Nicht-Internet-Nutzenden unterscheiden sich regional deutlich ..……..… Seite 24

Abbildung 5
Selbstgestaltete Briefumschläge ……..…… Seite 34

Abbildung 6
Karte Mecklenburg-Vorpommern (WIKIPEDIA) mit Verteilung der kontaktierten Künstler*innen in den Landkreisen Mecklenburg-Vorpommerns ……..… Seite 35

Abbildung 7
Verteilung der Altersstruktur der kontaktierten Künstler*innen ……..… Seite 36

Abbildung 8
Verteilung des Geschlechtes unter den kontaktierten Künstler*innen ……..……..… Seite 36

Abbildung 9
Verteilung der Kunstformen / -arten der kontaktierten Künstler*innen ……..……..… Seite 36

Abbildung 10
Verteilung der Berufsgruppen unter den Künstler*innen ……..……..… Seite 37

Abbildung 11
Interesse an Angeboten der Kunstschaffenden in der Bevölkerung ……..……..… Seite 39

Abbildung 12
Empfinden zur Entwicklung von Angeboten (Vereine, Malkurse etc.) der Künstler*innen ……..……..……..… Seite 40

Abbildung 13
Vorhandensein von Räumlichkeiten zur Präsentation der Werke der Künstler*innen ……..… Seite 41

Abbildung 14
Anzahl der Künstler*innen mit eigenem Internetauftritt …….…. Seite 41

Abbildung 15
Anzahl der Künstler*innen, die digitale Funktionen (Webseiten, Online-Malkurse, virtuelle Galerien, Bildbearbeitung, Social Media etc.) nutzen ……..… Seite 41

Abbildung 16
Einschätzung vom Nutzen der Digitalisierung aus Sicht der Kunstschaffenden …… Seite 42

VIII. Anhang

Anlage 1 - Fragebogen „Kunst und Digitalisierung“

Name _____ Telefon/Mail _____

Anonym bleiben ☐ j ☐ n

Alter ☐ 20 - 40 ☐ 40 - 60 ☐ 60 - 80 ☐ 80+

Geschlecht ☐ w ☐ m Wohnort _____

Kunstform/-art _____ Beruf _____
(Malerei, Töpfern, Fotografie, Theater, Grafik etc.)

1. Wie hat sich das **Interesse an Ihren Angeboten** oder künstlerischen Angeboten allgemein in den letzten Jahren verändert?

☐ gestiegen ☐ gesunken ☐ unverändert

Mögliche Ursachen ihrer Meinung nach sind: _____

_____

2. Können Sie das Gefühl bestätigen, dass das **Angebot von gemeinsamen, künstlerischen Aktivitäten** in den letzten Jahren gesunken ist und Kunstangebote (Vereine, Malkurse etc.) „einschlafen“?

☐ j ☐ n

Mögliche Ursachen: _____

_____

3. Haben Sie ein/en eigenen/es **Laden/Atelier/Studio**? ☐ j ☐ n

4. Haben Sie eine eigene **Webseite**? ☐ j ☐ n

5. Nutzen Sie bereits **digitale Funktionen** (Webseiten, Online-Malkurse, virtuelle Galerien, Bildbearbeitung, Social Media, WhatsApp etc.)?

☐ j ☐ n

6. Empfinden Sie die **Digitalisierung** eher als
☐ hilfreich/zweckmäßig oder ☐ hinderlich/nicht zweckmäßig?

Gründe: _____

_____

Anlage 2 - Anschreiben an Kunstschaffende per E-Mail im ersten Durchlauf

Sehr geehrte/r Frau/Herr …,

durch … bin ich auf Sie und Ihre Kunst aufmerksam geworden.

In meiner Masterarbeit des Studiums "Digitalisierung und Sozialstrukturwandel" an der Hochschule Neubrandenburg befasse ich mich aktuell mit der Untersuchung des gesellschaftlichen und digitalen Wandels im Bereich Kunst und Kultur. Es sollen unter anderem das aktuelle Interesse an Kunst in der Gesellschaft sowie das Kunstangebot im ländlichen Raum untersucht werden.
*Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, ob die Digitalisierung die Kunstschaffenden in ihrer künstlerischen, organisatorischen oder freiberuflichen Tätigkeit unterstützen kann und welche Erfahrungen Künstler*innen bereits mit digitalen Lösungen gemacht haben.*

Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie Zeit für die Beantwortung meiner Fragen (siehe Anhang) finden würden. Wenn Sie Interesse haben, können wir uns auch gern zu einem persönlichen Gespräch verabreden (0123 - 45 67 8).

Gerne stelle ich Ihnen die Ergebnisse meiner Arbeit nach Abschluss der Untersuchung zur Verfügung. In meiner Auswertung habe ich vorgesehen, die Aussagen meiner Interviewpartner auf Wunsch zu anonymisieren. Bitte geben Sie mir gegebenenfalls einen Hinweis im Fragebogen.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit und Unterstützung!

Freundliche Grüße,
Monique Hoth

Anlage 3 - Anschreiben an Kunstschaffende per Post im zweiten Durchlauf

Sehr geehrte/r Frau/Herr …,

in meiner Masterarbeit des Studiums "Digitalisierung und Sozialstrukturwandel" an der Hochschule Neubrandenburg befasse ich mich aktuell mit der Untersuchung des gesellschaftlichen und digitalen Wandels im Bereich Kunst und Kultur. Es sollen unter anderem das aktuelle Interesse an Kunst in der Gesellschaft sowie das Kunstangebot im ländlichen Raum untersucht werden.
*Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, ob die Digitalisierung die Kunstschaffenden in ihrer künstlerischen, organisatorischen oder freiberuflichen Tätigkeit unterstützen kann und welche Erfahrungen Künstler*innen bereits mit digitalen Lösungen gemacht haben.*

Ich hatte Ihnen bereits vor wenigen Monaten eine E-Mail mit meinen Fragen gesendet und wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie Zeit für die Beantwortung des beigefügten Fragebogens finden würden und mir diesen in dem frankierten Umschlag zurücksenden könnten.

Gerne stelle ich Ihnen die Ergebnisse meiner Arbeit nach Abschluss der Untersuchung zur Verfügung. In meiner Auswertung habe ich vorgesehen, die Aussagen meiner Interviewpartner auf Wunsch zu anonymisieren. Bitte geben Sie mir gegebenenfalls einen Hinweis im Fragebogen.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit und Unterstützung!

Freundliche Grüße,
Monique Hoth