

Projekt "Valorisierung des immateriellen Kulturerbes (ICH)  
für lokale nachhaltige Entwicklung in den CE-Regionen"

# BROSCHÜRE ÜBER DIE ERGEBNISSE DES IMMATERIELLEN KULTURERBES FÜR POLITISCHE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER




# INHALTSVERZEICHNIS

01. Was verstehen wir unter immateriellem Kulturerbe? .....	3
02. Was ist die VALORISIERUNG des immateriellen Kulturerbes? .....	5
03. Wie ist die ICH mit der Wirtschaft verbunden? .....	7
04. Vorstellung der ARTISTIC-Strategie .....	8
05. Kriterienkatalog zur Definition der vielversprechendsten Dimension von ICH-Valorisierungsprojekten .....	10
06. ARTISTIC-Werkzeugsatz .....	11
07. ICH-Desks und ihre Rolle in den Regionen .....	12
08. Geschäftspläne für ICH-Initiativen .....	13
09. Aufwertung des immateriellen Kulturerbes durch Crowdfunding .....	14
10. Die Zukunft der ICH-Desks und Projektaktivitäten .....	17
11. ICH-Desk Übersicht .....	18
12. Region Venetien, Italien .....	22
13. Region Steirisches Vulkanland, Österreich .....	26
14. Region Westliches Slowenien, Slowenien .....	30
15. Region West Transdanubien, Ungarn .....	34
16. Region Ostelbien im Landkreis Nordsachsen, Deutschland .....	38
17. Region Podkarpackie, Polen .....	42
18. Region Südböhmen, Tschechische Republik .....	46
19. Region Trencin, Slowakei .....	50



TAKING  
COOPERATION  
FORWARD





# Was verstehen wir unter immateriellem Kulturerbe?

Nach dem UNESCO-Übereinkommen zum Schutz des immateriellen Kulturerbes (im folgenden als ICH, von Intangible Cultural Heritage bezeichnet) bedeutet "immaterielles Kulturerbe" die Praktiken, Darstellungen, Ausdrucksformen, Kenntnisse, Fertigkeiten - sowie die damit verbundenen Instrumente, Gegenstände, Artefakte und Kulturräume -, die Gemeinschaften, Gruppen und in einigen Fällen auch Einzelpersonen als Teil ihres Kulturerbes anerkennen".

Immaterielles Kulturerbe (ICH) wird in der Regel von Generation zu Generation weitergegeben und von Gemeinschaften und Gruppen als Reaktion auf ihre Umwelt, ihre Interaktion mit der Natur und ihre Geschichte ständig neu geschaffen. ICH vermittelt Gemeinschaften und Gruppen ein Gefühl von Identität und Kontinuität und fördert so den Respekt vor kultureller Vielfalt und menschlicher Kreativität (UNESCO 2003).

So weitreichend das Übereinkommen zum Schutz des immateriellen Kulturerbes auch ist, betrachtet es ausschließlich ein solches immaterielles Kulturerbe, das mit den bestehenden internationalen Menschenrechtsinstrumenten vereinbar ist und gegenseitigen Respekt zwischen Gemeinschaften, Gruppen und Einzelpersonen sowie eine nachhaltige Entwicklung erfordert. Die Ziele des Übereinkommens sind:

- "(a) zum Schutz des immateriellen Kulturerbes;
  - (b) die Achtung des immateriellen Kulturerbes der betroffenen Gemeinschaften, Gruppen und Einzelpersonen zu gewährleisten;
  - (c) auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene das Bewußtsein für die Bedeutung des immateriellen Kulturerbes und für die Gewährleistung seiner gegenseitigen Wertschätzung zu schärfen;
  - (d) für internationale Zusammenarbeit und Unterstützung zu sorgen".
- (UNESCO 2003)

Darüber hinaus manifestiert sich ICH in den folgenden Bereichen:

- "(a) mündliche Traditionen und Ausdrucksformen, einschließlich der Sprache als Träger des immateriellen Kulturerbes;
  - (b) Darstellende Künste;
  - (c) soziale Praktiken, Rituale und festliche Veranstaltungen;
  - (d) Kenntnisse und Praktiken in Bezug auf die Natur und das Universum;
  - (e) traditionelle Handwerkskunst".
- (UNESCO 2003)

Durch den Schutz von ICH sind wir in der Lage, traditionelle Praktiken und Wissen am Leben zu erhalten. Laut UNESCO "bedeutet 'Bewahrung' Maßnahmen, die darauf abzielen, die Lebensfähigkeit des immateriellen Kulturerbes zu gewährleisten, einschließlich der Identifizierung, Dokumentation, Forschung, Erhaltung, des Schutzes, der Förderung, der Aufwertung, der Weitergabe, insbesondere durch formale und nicht-formale Bildung, sowie der Wiederbelebung der verschiedenen Aspekte dieses Erbes."<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Weitere Informationen über das UNESCO-Übereinkommen zum Schutz des immateriellen Kulturerbes finden Sie unter: <https://ich.unesco.org/en/convention> (Abgerufen am 4. Februar 2019)

# Was ist die VALORISIERUNG des immateriellen Kulturerbes?

Die Anerkennung immaterieller und symbolischer Werte ist ein wichtiger erster Schritt für eine nachhaltige Valorisierung des immateriellen Kulturerbes (ICH). ICH aufzuwerten bedeutet, traditionelles Wissen, das sich in verschiedenen Formen manifestieren kann, wie z.B. mündliche Überlieferungen, transformierende Künste, soziale Praktiken, Rituale, Festveranstaltungen, traditionelle Handwerkskunst und viele andere, anzuerkennen, zu geben und ihm einen Wert zuzuschreiben. Je breiter die Anerkennung in der Region verankert ist, desto besser ist sie für die nachhaltige Finanzierung der ICH. Im Allgemeinen kann die Valorisierung der ICH über verschiedene Ansätze erreicht werden:

## ETIKETTIERUNG UND ZERTIFIZIERUNG VON ICH

Ein offizielles Label wie ICH, entweder durch einen nationalen Verband oder die UNESCO, erhöht sicherlich das Bewusstsein. Dies kann jedoch nicht nur durch die Nennung auf einer offiziellen Liste geschehen, sondern auch durch ein regionales Engagement für ein Beispiel des ICH. Sobald die Region eine Praxis oder ein Handwerk offiziell als ICH versteht, werden die Bürger ihr mehr Aufmerksamkeit schenken, und die Menschen, die damit zu tun haben, werden sich geschätzt und anerkannt fühlen, was zu einem größeren Wissen über die ICH und zu einer stärkeren Unterstützung für sie führen kann. Beispielsweise wird eine Absichtserklärung dabei helfen, regionale Sponsoren zu finden. Offizielle Labels können für die Werbung verwendet werden und erleichtern die Sichtbarkeit der ICH über den lokalen Kontext hinaus. Darüber hinaus ist das Siegel hilfreich für den Aufbau von Praxisgemeinschaften und Wissensnetzwerken.

## (NEU-)PRÄSENTATION UND AUFARBEITUNG IN MUSEEN (UND ANDEREN PROFESSIONELLEN UND ÖFFENTLICHEN KONTEXTEN)

Durch Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation in Museen sowie durch die Erweiterung des Wissens über ICH durch Forschung und die Sammlung von Geschichten und Objekten wird das Bewusstsein, die Sichtbarkeit und die Kontinuität in der Gemeinschaft und darüber hinaus erhöht: Das ICH wird in der Tat von einem größeren Publikum als etwas anerkannt, das der Erhaltung würdig ist. Darüber hinaus stellen Museen ICH nicht nur aus, sondern stellen sie auch in größere Zusammenhänge und sind Ansprechpartner für die Forschung, für die Bewahrung, das Erzählen und das Neuschreiben der mit der ICH verbundenen Geschichten. Dadurch wird die Relevanz einer ICH gestärkt und das Wissen für die Konservierung erhalten.



## NACHHALTIGE EINBEZIEHUNG VERSCHIEDENER INTERESSEGRUPPEN

In der Best-Practice-Forschung wurde deutlich, dass Netzwerke mit Akteuren und Stakeholdern aus verschiedenen Bereichen für die Valorisierung und Sicherung von ICH von enormer Bedeutung sind. In den meisten Fällen gibt es ein bestehendes Basisnetzwerk von Personen, die sich mit ICH beschäftigen: ICH-Träger, Freiwillige und Bürger, die sich häufig mit ICH befassen oder allgemein an kulturellen Aktivitäten interessiert sind. Über diese Akteure hinaus sollten auch andere Interessengruppen ermutigt werden, sich aktiver zu beteiligen: politische Akteure und Entscheidungsträger, Wissenschaftler und Vermittler, Finanzakteure und Unternehmen. Auf diese Weise können verschiedene Perspektiven erfasst, Interesse aufgebaut und Beziehungen zwischen verschiedenen Menschen geknüpft werden, aber vor allem können die für ICH, relevanten Praktiken und ihre Geschichte gestärkt werden. Es muss eine Identifikation mit ICH und allem, was damit verbunden ist, hergestellt werden.

Im Rahmen des gesamten ICH-Valorisierungsprozesses ist es notwendig, nicht nur die ICH-Träger, die Gemeinschaft oder die Gruppe in alle Projektphasen einzubeziehen, sondern auch den Entwicklungsprozess des ICH-Valorisierungsprojekts zu begleiten und auf alle möglichen Arten zu unterstützen. Die Einbeziehung und direkte Zusammenarbeit mit den ICH-Trägern ist eine "conditio sine qua non" für die lokale nachhaltige Entwicklung, denn wir dürfen nicht vergessen: Je größer die Kluft zu den ICH-Akteuren ist, desto größer wird das Risiko negativer Auswirkungen der Kommerzialisierung oder Trivialisierung des immateriellen Kulturerbes.

Die verschiedenen Partner, die an ICH-Valorisierungsprojekten beteiligt sind, müssen dementsprechend die geistigen Eigentumsrechte (IPR) und die ethischen Grundsätze des ICH respektieren und die Bedürfnisse und die Realität der ICH-Träger anerkennen, um eine Partnerschaft auf gleichberechtigter Basis und eine prosperierende und faire Zukunft für die Gemeinschaften, Orte und Regionen aufzubauen.



# Wie ist die ICH mit der Wirtschaft verbunden?

Immaterielles Kulturerbe ist Teil unseres Alltagslebens. Die Gesellschaft als Ganzes muss ICH als eine treibende Kraft für die wirtschaftliche Entwicklung anerkennen, die eine Vielzahl von mächtigen Aktivitäten mit wirtschaftlichen und nichtwirtschaftlichen Werten umfasst. Viele Gruppen in der Gesellschaft haben als Träger des ICH der übrigen Gesellschaft viel zu bieten

Durch ihr traditionelles Wissen, ihre Fähigkeiten und Praktiken bereichern die Träger des ICH das Leben anderer und tragen auf unterschiedliche Weise und in verschiedenen Lebensbereichen zu dessen Qualität bei. Zum Beispiel sollten ICH-Träger motiviert und befähigt werden, ihr angestammtes Wissen einzubringen und weiterzugeben, wie z.B. das Wissen über Naturmedizin, das durch handhabbare und erschwingliche Techniken einheimische Pflanzen in Heilmittel verwandelt, die von allen Gruppen der Gesellschaft genutzt und erschwinglich gemacht werden können. ICH-Träger tragen verschiedene wertvolle Wissenspotenziale in sich, die lokal verfügbare Ressourcen benötigen und nicht aus fernen Regionen importiert werden müssen. Dies führt zur Valorisierung und Sichtbarkeit der ICH-Träger, -Gruppen und -Gemeinschaften und des ICH selbst, valorisiert lokale Produkte und ihre Produzenten, trägt zur nachhaltigen Nutzung der Ressourcen, zum Wachstum des lokalen Marktes und zur Zusammenarbeit zwischen allen Bereichen der Gesellschaft bei. Wie die UNESCO (n.d.) erwähnt, sind die vier Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung - Gesellschaft, Umwelt, Kultur und Wirtschaft - miteinander verflochten und nicht getrennt.

Durch die Aufwertung und Sicherung von ICH tragen wir zu gesellschaftlichen Prozessen wie transkulturellem Austausch und gegenseitiger menschlicher Achtung über kulturelle, soziale, politische und sogar geographische Grenzen hinweg bei. Sie hilft bei der Bekämpfung von Rassendiskriminierung und fördert die Friedenskonsolidierung, wobei sie daran erinnert, dass Frieden und Sicherheit zentrale Voraussetzungen für eine nachhaltige Entwicklung sind. Durch die Aufwertung des ICH können wir als Gesellschaft das Überleben bemerkenswerter Inhalte und Aspekte unserer Kulturen erreichen und das Bewusstsein für die Bedeutung des gegenseitigen Respekts stärken. Außerdem vermeiden wir die Gefahr, dass ICH in Vergessenheit gerät, und wir vermeiden das Risiko, dass sie für immer verschwindet.

Lokale Kenntnisse, Fähigkeiten und Praktiken, die von Generation zu Generation erhalten, verbessert und weiterentwickelt werden, können einem breiten Spektrum von Menschen (sowohl Handwerkern und ihren Familien als auch Lieferanten von Materialien und Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Transport und dem Verkauf der handwerklichen Produkte), einschließlich armer und schutzbedürftiger Mitglieder unserer Gesellschaft - UNESCO (n.d.), ein Einkommen und eine respektable Arbeit bieten.

Die UNESCO (n.d: 9) betont, dass das immaterielle Kulturerbe "eine treibende Kraft für die wirtschaftliche Entwicklung darstellt, die eine Vielfalt von produktiven Aktivitäten mit sowohl monetärem als auch nicht-monetärem Wert umfasst und insbesondere zur Stärkung der lokalen Wirtschaft beiträgt". Laut UNESCO (ebd.) kann ICH als lebendiges Erbe auch "eine wichtige Quelle der Innovation angesichts des Wandels darstellen und dazu beitragen, eine integrative wirtschaftliche Entwicklung auf lokaler und internationaler Ebene zu erreichen".<sup>2</sup>

2 Ausführlichere Informationen über ICH und nachhaltige Entwicklung finden Sie in der UNESCO-Publikation "Intangible Cultural Heritage and Sustainable Development" (n.d.), erhältlich unter: <https://ich.unesco.org/doc/src/34299-EN.pdf>

# Vorstellung der ARTISTIC-Strategie

Im ersten Jahr des ARTISTIC-Projekts entwickelten alle Partner gemeinsam eine Strategie zur Valorisierung des ICH. Ausgangspunkt für die Entwicklung einer ICH-Valorisierungsstrategie, die sich auf nachhaltige Finanzierungs- und Marketingkonzepte konzentriert, ist das Verständnis des ICH in ihrem spezifischen regionalen oder lokalen Kontext und die Notwendigkeit, die ICH-Träger prominent zu berücksichtigen.

Dazu gehört es, nicht nur isolierte Finanzierungsmodelle, sondern auch eine Vielzahl kultureller Traditionen in einem breiten Spektrum genauer unter die Lupe zu nehmen:

- mündliche Traditionen und Ausdrucksformen,
- Darstellende Künste,
- soziale Praktiken,
- Rituale,
- festliche Veranstaltungen,
- Wissen,
- Praktiken, die die Natur und das Universum betreffen,
- traditionelle Handwerkskunst.

Jedes ICH zeichnet sich durch Know-how, Beherrschung und Sachkenntnis aus, die den zu erhaltenden Kern bilden.

Bei der Entwicklung der Strategie war ein Ergebnis, dass Finanzmodelle mit einer Analyse von Nachhaltigkeitsfragen und nicht mit der Implementierung von Instrumenten beginnen müssen. Ein weiteres wichtiges Ergebnis war, dass wegen der nicht-monetären Investitionen in ICH durch Freiwilligenarbeit, durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten oder materiellen Ressourcen eher über die Mittelbereitstellung für die ICH als über die Finanzierung gesprochen wurde.



Die Berücksichtigung des ICH im Bereich der öffentlichen Verwaltung oder der privaten Organisationsarbeit hat sich für die lokale nachhaltige Entwicklung in den CE-Regionen als mindestens ebenso wichtig erwiesen wie die monetäre Finanzierung.

Es gibt kein Geheimrezept und kein Standardmodell, das sich leicht für die Finanzierung von ICH in jeder Region und für jede Art von ICH anpassen lässt. Die Bedingungen sind speziell und vielfältig, denn ICH ist keine Ware wie jede andere.

#### ICH IST DAHER:

- hochgradig vernetzt mit Menschen und Gruppen,
- eingebettet in historisch gewachsene soziale Kontexte,
- verwickelt in die örtlichen Umweltbedingungen.

#### SO FORDERT DIE ICH:

- spezifisch,
- individuell gestrickt,
- Finanzierungslösungen.

Die Strategie mit ihren verschiedenen Elementen in der Toolbox wird kontinuierlich weiterentwickelt und muss immer wieder aktualisiert werden, wenn sich Änderungen ergeben.



# Kriterienkatalog zur Definition der vielversprechendsten Dimension von ICH-Valorisierungsprojekten

Die UHAM erarbeitete in Zusammenarbeit mit allen Projektpartnern und Assoziierten den Kriterienkatalog, um die vielversprechendste Dimension von ICH-Valorisierungsprojekten zu definieren. Um sicherzustellen, dass der Kriterienkatalog die regionalen Besonderheiten berücksichtigt, wurden sie in acht CE-Regionen durch maßgeschneiderte Veranstaltungen mit öffentlichen Einrichtungen und den wichtigsten Einrichtungen, die das immaterielle Kulturerbe in der täglichen Praxis unterstützen, vor Ort konsultiert.

## BASIEREND AUF DER ARTISTIC-STRATEGIE UND DEN ERGEBNISSEN DER DURCHGEFÜHRTEN PILOTTAKTIONEN UMFASST DER KRITERIENKATALOG FOLGENDE ASPEKTE:

- ICH ans Licht zu bringen, es bekannt und sichtbar zu machen;
- unter Berücksichtigung der Besonderheiten und Besonderheiten der ICH;
- Einbeziehung von ICH-Trägern, -Gruppen und -Schöpfern in allen Projektphasen;
- Achtung des Wesens, der Bedürfnisse und Wünsche, der geistigen Eigentumsrechte der ICH-Träger, der Gemeinschaft oder Gruppe, die um das ICH-Projekt herum angesiedelt sind, und Achtung der ethischen Grundsätze zum Schutz der ICH;
- Bereitstellung angemessener Unterstützung und Sichtbarkeit für ICH und ihre Träger;
- Angebot einer professionellen Ausbildung für ICH-Akteure;
- Unterstützung von Networking;
- Valorisierung des Reichtums der ICH;
- das Potenzial ICH zu erkennen und Räume für ICH zu schaffen;
- Unterstützung von Aktivitäten zur Stärkung der Identifikation der Menschen mit der ICH.

## DARÜBER HINAUS IST ES WICHTIG, DIE LOKALEN ICH-AKTEURE WEITERHIN ZU UNTERSTÜTZEN:

- nachhaltige Zusammenarbeit mit ICH-Trägern, Gemeinden und Gruppen;
- Verbesserung und Förderung der Vernetzung zwischen allen beteiligten Akteuren;
- Verfolgung lokaler, regionaler, nationaler oder transnationaler Unterstützung;
- Förderung des Wissens- und Erfahrungsaustauschs;
- geeignete Modelle zur Valorisierung, Verwaltung und Finanzierung von ICH-Initiativen anzubieten;
- auf die Einhaltung der lokalen, regionalen und nationalen Vorschriften zu achten, das Thema ICH-Valorisierung zu fördern und relevante lokale öffentliche Akteure und Regierungen dazu zu bewegen, lokale, regionale oder nationale Vorschriften vorzuschlagen und zu genehmigen, regionsspezifische Gesetze zu entwickeln und umzusetzen;
- Verknüpfung ICH mit dem Marktplatz und der öffentlichen Politik.



# ARTISTIC-Werkzeugsatz

## DAS ARTISTIC-INSTRUMENTARIUM, KOMBINIERT MIT DIENSTLEISTUNGEN SOWIE EINER AUF DIE BEDÜRFNISSE DER LOKALEN ICH-AKTEURE ZUGESCHNITTENEN QUALITÄTSHILFE, WURDE MIT DER ABSICHT ENTWICKELT:

- die Zusammenarbeit zwischen Kulturakteuren, Bürgern und Finanzakteuren stärken;
- das Verständnis für die Rolle des Valorisierungsprozesses des immateriellen Kulturerbes (ICH) als Motor für die Erhaltung der ICH durch wirtschaftliche Aktivitäten auf der Grundlage einer lebendigen Tradition zu erhöhen;
- eine Erweiterung der Kenntnisse und Fähigkeiten der ICH-Akteure ermöglichen;
- ergänzen die Materialien und Instrumente, die von lokalen Institutionen und Einrichtungen verwendet werden, die sich für die Erhaltung, Förderung und Entwicklung der ICH einsetzen;
- die Nachhaltigkeit von ICH-Projekten unterstützen.

## DAS INSTRUMENTARIUM UMFASST VIER THEMENBEREICHE:

- Werkzeug zur Identifizierung der lokalen ICH, um alle notwendigen Richtlinien zur Identifizierung neuer ICH-Initiativen bereitzustellen;
- Instrument für den Rechtsschutz der ICH zur Unterstützung der Instrumente zum Schutz des geistigen Eigentums, zur Steigerung des Bewusstseins und des Wissens im Bereich der Urheberrechte, der Warenzeichen, des Designs und der Marken, der Fragen der geographischen Angaben, der Vertraulichkeit von Geschäftsgeheimnissen und der Bedeutung des Datenschutzes;
- Werkzeug zur Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten der ICH-Akteure im Rahmen des Geschichtenerzählens, der Vernetzung, der Medienarbeit, der Organisation von Veranstaltungen, der Vorbereitung von Werbematerialien, des Versands, der Nutzung sozialer Medien und der Verwaltung der Website;
- Instrument zur Förderung von Finanzierungsmethoden, um das Wissen über private und öffentliche Akteure zu erweitern und bei ihnen eine positive Einstellung zu Investitionen in ICH-Projekte zu fördern - das Instrument richtet sich sowohl an private Investoren, die ICH-Projekte finanziell unterstützen wollen, als auch an ICH-Akteure, die private Investoren für die Finanzierung von ICH-Projekten gewinnen wollen.

## WARUM DAS ARTISTIC-TOOLSET WÄHLEN?

- Es unterstützt die Aktivitäten von Kulturakteuren;
- Es ermöglicht die unabhängige Nutzung einiger ihrer Elemente durch einzelne ICH-Akteure;
- Es wurde während der ARTISTIC-Pilotaktionen in 8 Regionen Mitteleuropas getestet.

# ICH-Desks und ihre Rolle in den Regionen

Um die Valorisierung der Projekte zum immateriellen Kulturerbe (ICH) zu unterstützen, wurden im Rahmen des ARTISTIC-Projekts 9 lokale Desks für immaterielles Kulturerbe (ICH-Desks) eingerichtet, die von ausgewählten erfahrenen und geschulten Mediatoren koordiniert werden, die in Zusammenarbeit mit den lokalen Arbeitsgruppen von Bürgern, Vereinigungen, Interessenvertretern, Unternehmern und Kulturakteuren, die ARTISTIC-Strategien und -Werkzeuge nutzen, den ICH-Akteuren mit Informationen, Ratschlägen und Schulungsmaßnahmen zur Seite stehen:

- Identifizierung lokaler ICH-Projekte;
- Generierung und Umsetzung neuer ICH-Initiativen;
- Schutz der Rechte an geistigem Eigentum;
- Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten;
- Entwicklung von Dokumenten zur finanziellen Unterstützung von ICH-Initiativen;
- Beschaffung von Finanzmitteln für ICH-Initiativen;
- Stärkung der Zusammenarbeit mit privaten Investoren.

Die Wirksamkeit der Aktivitäten der ICH-Desks beruht auf der Individualisierung der geleisteten Hilfe und auf der Einbeziehung verschiedener lokaler Akteure in die angebotene Unterstützung.

Der große Vorteil der lokalen ICH-Stützpunkte besteht darin, dass sie ihre Aktionen auf Menschen stützen - Spezialisten aus verschiedenen Branchen, die sich zusammenschließen, um Kulturschaffenden bei der Umsetzung ihrer Projekte zu helfen. Die Grundlage für das Funktionieren der ICH-Desks ist daher die Einbindung lokaler Akteure, die Entwicklung und Stärkung lokaler Netzwerke, die Schaffung und Unterstützung lokaler Expertenarbeitsgruppen und der Aufbau von Gemeinschaften rund um ICH-Initiativen - um Kulturschaffende zu inspirieren, zu unterstützen und ihnen zu helfen.



# Geschäftspläne für ICH-Initiativen

## Gemeinsame Pilotaktion Nr. 1



Die erste Pilotaktion von ARTISTIC zielte darauf ab, lokale Akteure bei der Erstellung von Geschäftsplänen für die Valorisierung lokaler ICH-Projektideen entsprechend den lokalen Bedürfnissen von 8 mitteleuropäischen Regionen zu unterstützen. Die Themenbereiche der Geschäftspläne spiegeln die ICH-Vielfalt der ARTISTIC-Regionen wider.

Der Prozess der Erstellung der Geschäftspläne für ICH-Initiativen war in mehrere Phasen unterteilt:

- Lancierung eines offenen Aufrufs für Geschäftsideen, die sich an der lokalen ICH-Valorisierung orientieren;
- Überprüfung der Einhaltung der Vorschriften für staatliche Beihilfen;
- Bereitstellung von Hilfsdiensten für ausgewählte ICH-Akteure;
- Erstellung von Geschäftsplänen;
- Auswahl der Geschäftspläne, die im Rahmen der transnationalen Pilotaktion getestet werden sollen.

Unter den im Rahmen der offenen Ausschreibungen eingereichten Ideen wählte eine lokale Jury in jeder Region die Projekte aus, die sich auf lebendiges immaterielles Kulturerbe mit Entwicklungspotenzial beziehen. Die ICH-Desks boten den Urhebern der ausgewählten Projekte in Zusammenarbeit mit der lokalen Arbeitsgruppe und den ARTISTIC-Projektpartnern 1-zu-1-Sitzungen, Coaching, kleine Workshops und Pitch-Sitzungen an, um die Entwicklung der Geschäftspläne für ihre Initiativen zu unterstützen.

Als Ergebnis der Pilotaktion in 8 mitteleuropäischen Regionen:

- 132 ICH-Ideen für Projekte wurden erstellt;
- 95 Geschäftspläne für ICH-Projekte wurden erstellt;
- 44 ICH-Ideen wurden von den Bewertungsausschüssen als vielversprechend für die Erprobung von Crowdfunding identifiziert;
- Die Wirksamkeit und Nützlichkeit der im Rahmen des ARTISTIC-Projekts entwickelten Dienstleistungen, Werkzeuge und Handbücher wurden getestet, mit positiven Ergebnissen.

# Aufwertung des immateriellen Kulturerbes durch Crowdfunding

## Gemeinsame transnationale Pilotaktion Nr. 2

Auf der Grundlage von 95 Geschäftsplänen zur Erleichterung der Finanzierungsphase der gesammelten ICH-Projekte identifizierte ein Beirat, der sich aus Vertretern des ARTISTIC-Projekts und externen Experten für Crowdfunding zusammensetzte, auf der Grundlage eines unabhängigen Experten-Ranking-Prozesses die 44 vielversprechendsten Projekte und schlug einige Verbesserungen vor. Eine umfassende Liste dieser 44 Projekte ist in einem Deliverable zusammengefasst und bietet einen interessanten Überblick über ICH-Initiativen, die sich für eine Crowdfunding-Finanzierung eignen. Die gesammelten Projekte deckten ein breites Spektrum von ICH-Bereichen ab, wie z.B. traditionelles Handwerk, Volkstanz und Theater, Tourismus, lokale Produkte und Veranstaltungen usw.

### Die Pilotaktion

In den letzten 6 Monaten des Projekts ging es darum, ausgewählte Projektvorschläge in Crowdfundingkampagnen umzusetzen. Von den 44 Projekten **gingen 25 Kampagnen online und erreichten insgesamt mehr als 1 250 000 EUR.**

### Gelernte Lektionen

Obwohl COVID 19 wahrscheinlich den größten Einfluss auf die Crowdfundingkampagnen hatte, trugen auch mehrere andere Faktoren zum Scheitern der Ziele bei. Eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne durchzuführen, ist eine Herausforderung. Die Faktoren, die den Erfolg beeinflussen, reichen von der Crowdfunding-Plattform über die Projektpräsentation bis hin zu Marketingaktivitäten und der Festlegung des richtigen Finanzierungsbetrags usw. Wir sollten uns jedoch auf das große Ganze konzentrieren, das eine große Erfolgsgeschichte zeigt: Immerhin hat das ARTISTIC Projekt die ICH-Akteure mit Crowdfunding als praktikablem Finanzinstrument vertraut gemacht und 25 Crowdfunding-Kampagnen in 8 Ländern Europas begleitet.

## EINIGE BEISPIELE FÜR UNSERE PILOTAKTION

### ITALIEN-KAMPAGNE

**Gesammelter Betrag: 6 230 EUR**

**Unterstützer: 114 Personen**

**Crowdfunding-Plattform:**

**<https://www.produzionidalbasso.com/>**

**CROWDFUNDING-MODELL: BELOHNUNG/SPENDE**

Mit Diversamente in Danza ist es möglich, Koproduzenten der Show "Punte di Gesso" zu werden. Fiocchi di Neve", inspiriert von der Erzählung der veronesischen Schriftstellerin Silvia de Meis, eine Geschichte darüber, wie der Tanz es den Menschen ermöglicht, Barrieren zu überwinden, wie Vielfalt immer eine kreative Ressource darstellt und wie auch die sechste Kunst Freundschaften jenseits aller Vorurteile entstehen lassen kann. Es handelt sich um eine Vereinigung, die bereits in der Gegend von Verona tätig ist.



23



## ÖSTERREICH-KAMPAGNE

Gesammelter Betrag: 40 200 EUR (noch nicht abgeschlossen)

Investoren: 142

Crowdfunding-Plattform: 1000x1000.at

CROWDFUNDING-MODELL: BELOHNUNG/VORVERKAUF

"Wo Korn ist, da ist Mehl. Wo Mehl ist, da ist Brot. Wo Brot ist, da ist Leben!" Diesem Motto werden die drei Berghofer Schwestern in ihrer Mühle gerecht. Gemeinsam sorgen Diana, Liane und Isabella für die regionale Grundversorgung mit Mehl und dem schwarzen Gold des Vulkanlandes: Steirisches Kürbiskernöl. Im Mühlenladen bieten sie viele weitere regionale Köstlichkeiten an. In diesem Jahr feiert die traditionelle Mühle das 175-jährige Bestehen des Familienbesitzes. Mit der Investition in einen mobilen Mehlmischer, eine Füllmaschine mit automatischer Verwiegung und eine Steinmühle für spezielle und kreative Mehle und Raritäten will die Familie Berghofer ihre Zukunftsfähigkeit weiter ausbauen.



## SLOWAKEI-KAMPAGNE

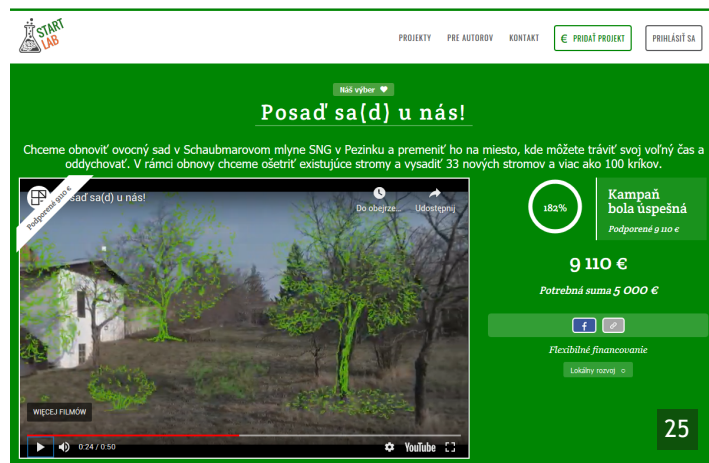
Aufgenommener Betrag: 9 110 EUR

Unterstützer: 115 Personen

Crowdfunding-Plattform: <https://www.startlab.sk/>

CROWDFUNDING-MODELL: BELOHNUNG/SPENDE

Restaurierung des Obstgartens in der Schaubmar'schen Mühle der Slowakischen Nationalgalerie in Pezinok und seine Umwandlung in einen Ruheplatz mit Behandlung der vorhandenen Bäume und Pflanzung neuer Bäume und mehr als 100 Sträucher. Später wird der Obstgarten um einen Weinberg erweitert, mit Kräuter- und Staudenbeeten im Hof und Linden in der Mitte.



## WAS KANN DIE POLITIK TUN?

Obwohl das Crowdfunding in den letzten Jahren immer populärer geworden ist, hat das Projekt ARTISTIC gezeigt, dass insbesondere im ICH-Sektor und in Mitteleuropa Crowdfunding noch in den Kinderschuhen steckt. Die mit Crowdfunding verbundenen Ängste und Risiken dominieren noch weitgehend und behindern die Akzeptanz. Der Mangel an Crowdfunding-Ökosystemen in Mitteleuropa spiegelt sich auch gut in den Kampagnen wider. Während es Österreich gelang, den größten Betrag durch Crowdfunding zu sammeln, gelang es Italien, insgesamt 10 von 25 Kampagnen online zu bringen. Gerade deshalb sind die Ergebnisse, die in weniger entwickelten Crowdfunding-Ökosystemen wie der Slowakei, der Tschechischen Republik und Ungarn erzielt wurden, eine besondere Leistung.

Crowdfunding sollte als interessante Alternative und/oder zusätzliches Finanzinstrument anerkannt und besser gefördert werden. Insbesondere Belohnungs- oder Vorverkaufskampagnen können kleine ICH-Akteure dabei unterstützen, Unterstützung für ihre Produktion oder die Organisation von sinnvollen Veranstaltungen zu erhalten. Die Nachhaltigkeit der Valorisierung des ICH war schon immer eines der Hauptanliegen im Hinblick auf die ICH - aber Crowdfunding baut Interessengemeinschaften auf und unterstützt auf sehr nachhaltige Weise insbesondere kleine und Nischeninitiativen.

Investitionsbasierte Formen der Crowdfunding-Finanzierung wurden nur in Österreich erprobt, zeigen aber ein Potenzial zur Nachahmung. Vor allem die Akteure, die die Kampagnen durchgeführt haben, sind sehr dankbar für die Erfahrung und empfehlen anderen KMU, ebenfalls von mehreren Nebeneffekten der Crowdfinanzierung zu profitieren, nämlich Marketing und Gemeinschafts-/Kundenbildung.

## SCHLUSSFOLGERUNG UND AUSBLICK

Das ARTISTIC-Projekt hat auf bemerkenswert erfolgreiche Weise gezeigt, dass Crowdfunding als Finanzierung von Initiativen zum immateriellen Kulturerbe, die von unzureichender öffentlicher Finanzierung abhängen, eine echte Option ist. Kritische Beobachter mögen darauf hinweisen, dass nicht alle 44 Initiativen in Pilotaktionen umgewandelt wurden oder dass nicht alle Crowdfunding-Kampagnen erfolgreich waren. Am Ende zählt jedoch die Wirkung! Das Projekt ARTISTIC brachte Kulturakteure und Menschen, die Kulturprojekte leiten, zusammen und bot ihnen Werkzeuge, Coaching und Unterstützung, um ihren Mangel an finanziellen Mitteln und Fachwissen zu überwinden. Betrachtet man die durchgeführten Kampagnen, ob erfolgreich oder nicht, und addiert man die Personen, die die Kampagnen mit kleinen oder großen Beträgen unterstützt haben, wird die Wirkung deutlicher. Wenn wir dann weiter anerkennen, dass all diese Initiativen Beispiele für andere Projekte liefern, die die Erfolgsgeschichten nachahmen können, können wir sehen, dass das Projekt ARTISTIC viel zur Valorisierung des immateriellen Kulturerbes beigetragen hat. So kann das Projekt ARTISTIC als eine große bürgerliche Spendenkampagne gesehen werden, bei der 2,35 Millionen Euro für die Finanzierung des immateriellen Kulturerbes aufgewendet wurden. Dabei wurde die öffentliche Förderung durch 1,26 Mio EUR privater Mittel ergänzt und es konnten Investitionen in 8 Ländern mobilisiert werden!

**GESAMTE CROWDFUNDING-KAMPAGNEN: 25**  
**INSGESAMT AUFGENOMMENER BETRAG: 1 268 262,88 EUR**  
**GESAMTZAHL DER UNTERSTÜTZER: 2235**  
**EINIGE KAMPAGNEN LAUFEN NOCH IMMER.**

# Die Zukunft der ICH-Desks und Projektaktivitäten

Lokale ICH-Desk Points sollen den lokalen Akteuren eine kontinuierliche Unterstützung bieten, um die Nachhaltigkeit von ICH-Projekten zu gewährleisten. Ihre Tätigkeit hat die Nützlichkeit der im Rahmen des ARTISTIC-Projekts entwickelten Instrumente, Strategien und Handbücher bestätigt und es uns ermöglicht, die Idee der multidirektionalen, fachlichen und organisatorischen Unterstützung von Kulturschaffenden und Institutionen, die sich mit immateriellem Kulturerbe befassen, in der Praxis zu erproben.

Die Fortsetzung der in 8 Regionen Mitteleuropas begonnenen Aktivitäten zu gewährleisten und andere Regionen und Länder durch die guten Praktiken des ARTISTIC-Projekts in jeder Region zu inspirieren:

- Es wurde ein Lokaler Aktionsplan entwickelt, um die Dauerhaftigkeit der Arbeit der Lokalen Arbeitsgruppe zu gewährleisten;
- Für alle ICH-Desks wurden Geschäftspläne erstellt, in denen die Rahmenbedingungen und Bedingungen ihrer künftigen Arbeit in bestimmten Regionen in kurz- (ein Jahr), mittel- (drei Jahre) und langfristiger (fünf Jahre) Perspektive festgelegt sind;
- Zwischen den ARTISTIC-Projektpartnern, den Mitgliedern der lokalen ICH-Desks und der lokalen Arbeitsgruppe für ICH-Valorisierung wurde eine Absichtserklärung unterzeichnet, um stabile und dauerhafte Beziehungen zwischen den lokalen Akteuren aufzubauen und die ICH-Initiativen langfristig weiter zu unterstützen und zu fördern.

Die vorbereiteten lokalen Aktionspläne und Geschäftspläne bildeten die Grundlage für die Entwicklung des Konzepts für die Umsetzung des ICH-Desk-Netzwerks, um die künftige Anwendung der ARTISTIC-Strategie und des Manifests durch andere Regionen zu lenken. Die Instrumente und Dienstleistungen, die im Rahmen des ARTISTIC-Projekts entwickelt wurden, sind nicht nur für die Regionen der Projektpartner nützlich, sondern ihre Universalität und Anpassungsfähigkeit werden auch die Umsetzung dieser Lösungen in anderen Gebieten ermöglichen.

Alle Ergebnisse des ARTISTIC-Projekts können über die Projekt-Website  
<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/ARTISTIC.html> und die ENTRIBU-Plattform  
<https://www.entribu.eu/en> eingesehen und heruntergeladen werden.

## TSCHECHISCHE REPUBLIK

Der ICH-Desk wurde im Eigentum der Südböhmischen Handelskammer, Husova 9, České Budějovice eingerichtet.  
Die Öffnungszeiten ist jeden Tag von 7:30 - 15:30 Uhr.  
Tel.: +420 601 058 587  
rychnavska@jhk.cz

## UNGARN

West-Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd.  
Büro Nr. 1: 9700 Szombathely, Horváth Boldizsár krt. 9.  
Büro Nr. 2: 9021 Győr, Arany János u. 28-32.  
Tel.: 06/94/500-495  
Fax: 06/94/500-496  
info@westpannon.hu  
www.westpannon.hu  
www.facebook.com/westpannonteam

## DEUTSCHLAND

Die Projektaktivitäten werden in Zusammenarbeit mit dem Verein zur Bewahrung und Förderung des ländlichen Raumes Ostelbien im Landkreis Nordsachsen e. V. nachhaltig gesichert:  
Bahnhofstraße 3c  
D- 04886 Beilrode  
Tel./Fax: +49 3421 718290  
info@ostelbien.de  
www.ostelbien.de

## ÖSTERREICH

Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes  
Gniebing 148, 8330 Feldbach  
info@vulkanland.at  
www.vulkanland.at

## SLOWENIEN

Stadtbezirk Bovec  
Trg golobarskih žrtev 8  
5230 Bovec  
Tel.: +386 5 38 41 900  
artistic@bovec.si  
www.obcina.bovec.si

## ITALIEN

1) t2i - Technologietransfer und Innovation Corso Porta Nuova, 96 I-37122 Verona  
Tel.: +39 0458766406  
info.verona@t2i.it  
www.t2i.it

2) Region Veneto Regione del Veneto Abteilung für Industrie, Handwerk, Handel und Dienstleistungen  
Fondamenta S. Lucia, Cannaregio 23, I-30121 Venezia  
Tel.: +39 041 279 5899  
Tel.: +39 041 279 5842  
giulio.cavinato@regione.veneto.it  
elisa.bertoni@regione.veneto.it  
www.regione.veneto.it/web/attivita-produttive/artistic



## POLEN

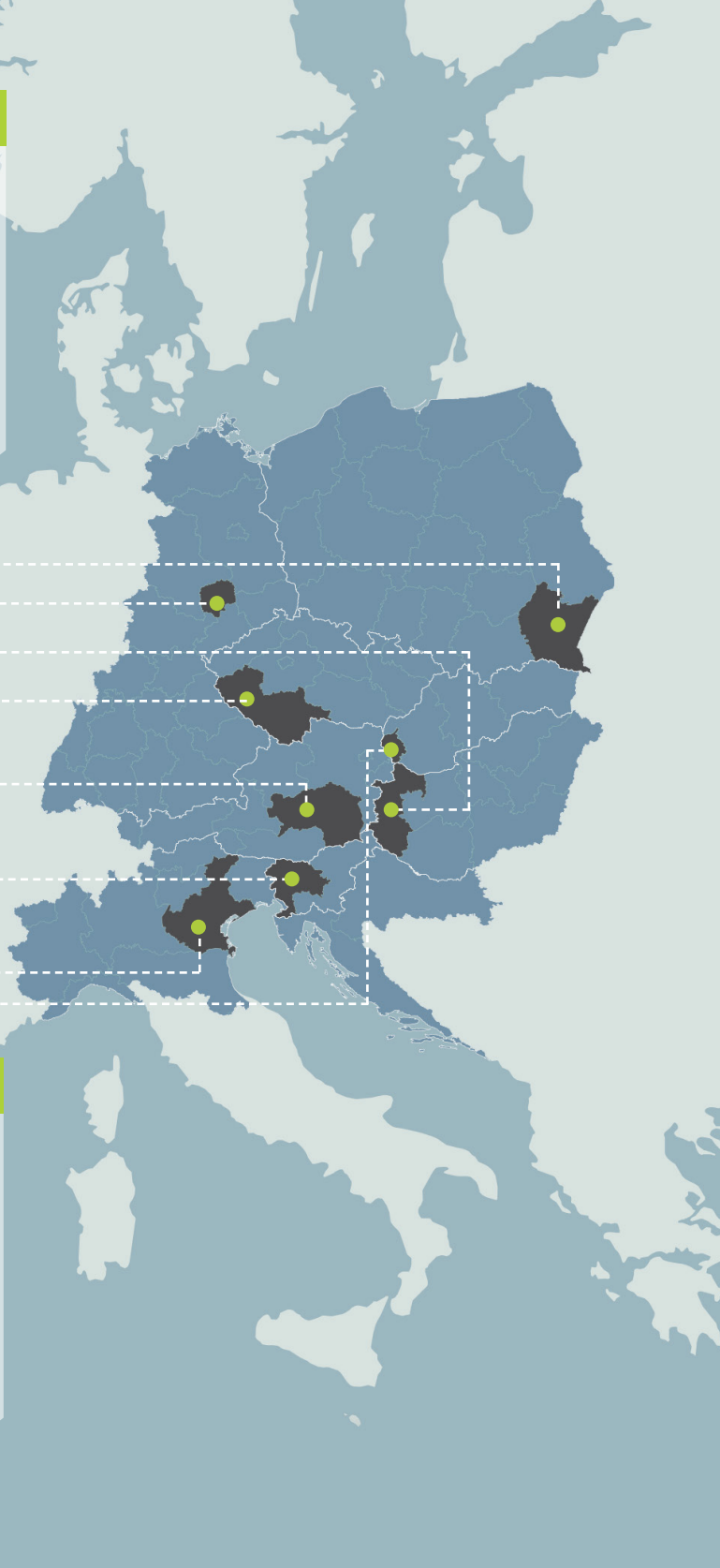
1) Regionale Entwicklungsagentur  
Rzeszow in Zusammenarbeit mit  
der Rzeszowska-Stiftung Szopena  
51, 35-959 Rzeszów  
Tel. +48 17 867 62 29  
artistic@rarr.rzeszow.pl  
www.rarr.rzeszow.pl

2) Vereinigung für das städtische  
Funktionsgebiet Przeworsk -  
Jarosław ul. Cerkiewna 3, 37-500  
Jarosław  
Tel.: +48 794 919 888  
mof@um.jaroslaw.pl

## SLOWAKEI

Slowakische Industrie- und  
Handelskammer  
Trenčín Regionalkammer  
Lubica Žovincová  
Jimennikého 2  
91101 Trenčín  
Slowakei  
sopkrktn@sopk.sk  
www.tn.sopk.sk

Regionale  
Fremdenverkehrsorganisation -  
Trenčín Region Eva Frývaldská  
K dolnej stanici 7282/20A  
911 01 Trenčín  
Slowakei  
eva.fryvaldska@trencinregion.sk  
www.trencinregion.sk





# ARTISTIC GESCHICHTE VON 8







# MITTELEUROPÄISCHEN REGIONEN





# REGION VENETIEN ITALIEN

## PARTNER, DIE DIE REGION VERTRETEN:

- t2i Technologietransfer und Innovation (Hauptpartner)
- Region Venetien

Die Region Venetien profitierte von der Zusammenarbeit zwischen zwei wichtigen und anerkannten Partnern. Diese Partnerschaft war sehr effektiv und konkret - was zu einer Zusammenarbeit beim Experimentieren mit den beiden Pilotaktionen und auch zur gemeinsamen Umsetzung des ICH-Desks führte. Die etablierte regionale Zusammenarbeit war in der Lage, lokale Kulturakteure und Institutionen aus der ganzen Region selbst zu erreichen und einzubeziehen, da #cooperationiscentral. Die gemeinsame Arbeit ermöglichte die Erprobung eines Modells für die Entwicklung von ICH-Initiativen, das junge Start-ups einbezieht und lokale Identitäten, Werte und das Erbe aufwertet.









## GELERNE LEKTIONEN

Die beiden ARTISTIC-Pilotaktionen in der Region Veneto haben einige Meilensteine gesetzt, die eine Überlegung wert sind:

- Die Möglichkeit, ein komplettes Modell von der Ausschreibung bis zu den Crowdfunding-Kampagnen zu implementieren, das durch Trainings- und Coaching-Sitzungen führt, die es vorher nicht gab.
- Lernen, dass kulturelle Projekte entwicklungswürdig sind und einen sozialen, wirtschaftlichen und finanziellen Wert für die Gebiete haben können.
- Erprobung von Crowdfunding als Mittel zur Entwicklung komplementärer Finanzierungen unter Berücksichtigung der Tatsache, dass die öffentliche Hand und die Banken ihre Interventionen in ihren Referenzgebieten drastisch reduziert haben.
- Kulturunternehmen sind auch Unternehmen als solche - sie haben eine Würde wie jedes andere Unternehmen auch.
- Es muss sofort geklärt werden, ob der Kern des Projekts darin besteht, ein neues Unternehmen zu gründen oder nur eine kulturelle Initiative umzusetzen. Dies ist von entscheidender Bedeutung, da auf diese Weise definiert werden kann, welche Dienstleistungen oder Instrumente verwendet werden sollen. Um z.B. eine lokale Kulturkampagne zu entwickeln, ist es ratsam, sich nach einer lokalen Spenden- oder Spendenplattform umzusehen, aber für jemanden, der ein neues Unternehmen gründen möchte, wird vorgeschlagen, sich finanzielle Hilfe von Kredit- oder Eigenkapitalplattformen zu beschaffen.
- Kreditvergabe und viel mehr Gerechtigkeit erfordern eine andere Herangehensweise an eine Crowdfunding-Kampagne und vor allem an den Auswahlprozess: sehr präzise und strenge Anforderungen für die Teilnahme.
- Die Kampagnen müssen eine harmonisierte Mischung aus digitaler Kommunikation und traditioneller Kommunikation sein, insbesondere im Bereich (Veranstaltungen, Plakate, Broschüren usw.) von Banken, öffentlichen Verwaltungen, Geschäften, Theatern usw. Die COVID-19-Pandemie hat die bereits geplanten und begonnenen Initiativen zum Stillstand gebracht, die für die Verbreitung von Initiativen in Gebieten mit kleinen städtischen Zentren und im fortgeschrittenen Alter von grundlegender Bedeutung waren.
- Es ist von grundlegender Bedeutung, das Engagement von Unterstützungsinstitutionen auf lokaler Ebene zu verstärken, wie z.B. lokale und genossenschaftliche Kreditbanken, die in der Lage sind, Spenderunterstützung außerhalb des Internets zu sammeln und zu vermitteln.
- Um eine spezifische ICH-Initiative oder -Aktivität zu entwickeln, ist nicht unbedingt ein gut entwickelter und detaillierter Geschäftsplan erforderlich, aber um ein Unternehmen oder eine Vereinigung zu gründen, die auf dem Markt überlebt, wird empfohlen, zunächst das Geschäftsmodell zu definieren und dann einen vollständigen und gut entwickelten Geschäftsplan zu erstellen.

## SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Initiativen des ARTISTIC-Projekts sind sehr wichtig, weil sie den Absichten der politischen Vertreter der Regione del Veneto (PP02) folgen. Das Regionalgesetz Nr. 34 vom 8 Oktober 2018 "Regeln für den Schutz, die Entwicklung und die Förderung des venezianischen Handwerks" führt Regeln für die Anerkennung des künstlerischen, typischen, traditionellen und historischen Handwerks ein, sowie die Einführung der Figur des "Handwerksmeisters" und des Konzepts der "Schulwerkstatt". Die Regionalregierung arbeitet derzeit an spezifischen Interventionen für Meister, künstlerische und traditionelle Prozesse und den Generationentransfer, insbesondere an der Umsetzung einer Verordnung mit einer spezifischen Bestimmung über Anforderungen, Kriterien und Verfahren für die Anerkennung der Meisterqualifikation und für die Aktivierung einer Schulwerkstatt. Die ARTISTIC best practice unterstützt diesen Ansatz und die Richtung der neuen Maßnahmen, die ergriffen werden sollen, eindeutig.





# REGION STEIRISCHES VULKANLAND ÖSTERREICH

## PARTNER, DIE DIE REGION VERTRETEN:

- ▣ Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes
- ▣ ISN - innovation service network GmbH







Im Rahmen des Interreg-Projekts "ARTISTIC - Inwertsetzung des Immateriellen Kulturerbe für lokale nachhaltige Entwicklung in den CE-Regionen" bestand die Möglichkeit, neue Potentiale zu identifizieren, zu unterstützen und zu fördern. Durch dieses Projekt war es möglich, das regionale Kulturerbe in der Region zu erleben und zu stärken. Da wir in einer Region leben, in der die Aufwertung und Wertschätzung des Wissens vor Ort im Hinblick auf die regionalen Entwicklungsziele bereits Stand der Technik ist, fügte dieses Projekt eine Sensibilisierungskampagne für Kleinunternehmer hinzu, die ihr ICH-Potenzial bereits anwenden und nutzen, ohne sich dessen unbedingt bewusst zu sein.



Auf diese Weise deckten die Workshops inhärentes Wissen ab, machten es sichtbar und lösten neben dem rein geschäftlichen Aspekt den Geist des "Ich habe der Gesellschaft einen Wert zu geben" aus.

Die ICH-Unternehmen hier werden zumeist von Frauen geführt, so dass dies für sie als gefährdete Gruppe in einem Land, das immer noch bis zu 40% weniger an Frauen zahlt, von großem Wert ist.

Es ist auch der Fall, dass der Ansatz, aus einem Hobby ein nachhaltiges Geschäft zu machen, jetzt und in Fortführung des Projekts einen zusätzlichen Nutzen bringt, denn wenn man einmal Selbstwertgefühl und Selbstwertgefühl entwickelt hat, kann man sich dieses in der Regel nicht mehr nehmen lassen.

### ZUSAMMENFASSEND LÄSST SICH SAGEN, DASS DAS ERGEBNIS DREIFACH WAR:

- Sensibilisierung für den Wert der ICH-Aktivitäten für die Wirtschaft;
- Wert und Selbstachtung für die Akteure der Aktivitäten ernten;
- Kennenlernen alternativer Finanzierungsmodelle zur Verbesserung von Geschäftsmöglichkeiten und Geschäftsentwicklung.

### GELERNT LEKTIONEN:

- Einrichtung eines Netzwerks von ICH-Akteuren;
- Implementierung von Crowdfunding-Methoden in Kombination mit ICH;
- Sensibilisierung für immaterielles Kulturerbe in unserer Region;
- Der Wert einer ländlichen Region mit einem Überfluss an traditionellem ICH-Wissen;
- Die Herausforderungen des Weges im Hinblick auf einen wichtigen Schritt: die Umsetzung einer Vision in einen für die Wirtschaft anwendbaren Ansatz;
- Die inhärente Angst vor einem Geschäftsplan und die Freude, wenn Akteure bei der Erstellung eines Geschäftsplans unterstützt wurden;
- Die Rolle der Frauen in einer patriarchalischen Gesellschaft im 21. Jahrhundert;
- Der Weg zur Transformation für die beteiligten Frauen, da dieses Modell nicht mehr den tatsächlichen Lebensbedingungen für Frauen und Männer, für die Gesellschaft entspricht.



## SCHLUSSFOLGERUNGEN:

- ICH-Wissen ist in der Region weit verbreitet.
- Die ICH war vor dem ARTISTIC-Projekt nicht im öffentlichen Bewusstsein gewesen. Dank des Projekts wurde der erste, wesentliche Schritt zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit für dieses Thema getan, aber es ist noch ein weiter Weg zurückzulegen, um dieser Veränderung mehr Bedeutung zu verleihen.
- Sehr tief greifende Auswirkungen sind im Bereich der tatsächlichen Akteure zu verzeichnen.
- In Bezug auf die Durchführung von Crowdfunding / alternativen Finanzierungsaktivitäten:
  - Unterstützung des regionalen Mühlenhandels als Grundlage für Produktinnovationen.
  - Weitere Stärkung der Zukunftsfähigkeit eines der wichtigsten Werke im Raabtal.
  - Jährlicher Warengutschein mit Mehrwert.
  - Einzigartige Einblicke und Möglichkeiten rund um die Mühle und den Mühlenhandel.
  - Öffentliches Bewusstsein für die sichere Lieferkette für eine wesentliche Lebensmittelzutat - Mehl aufgrund des kontinuierlichen Betriebs der Mühle.
- Weiterentwicklung des immateriellen Kulturerbes im steirischen Vulkanland.





# REGION WESTLICHES SLOWENIEN


## SLOWENIEN

### **PARTNER, DIE DIE REGION VERTRETEN:**

- Jarina, Genossenschaft für ländliche Entwicklung
- Stadtbezirk Bovec

Westslowenien hat seit Beginn des Projekts viele Akteure miteinander verbunden. Die Zusammenarbeit zwischen Gemeinden, verschiedenen Organisationen wie Museen und Entwicklungsagenturen wurde verstärkt, die Beteiligung von Verbänden und Einzelpersonen im ICH-Bereich wurde verstärkt. Dank ARTISTIC war die Region in der Lage, ICH-Träger, Verbände und politische Entscheidungsträger auf verschiedenen Ebenen des Projekts und bei verschiedenen Veranstaltungen, darunter Seminare, Workshops, Präsentationen, Treffen und Studienbesuche, miteinander zu verbinden. Die Partner sind auch stolz darauf, die Kinder vor Ort in die Projektaktivitäten einzubeziehen, da das kulturelle Erbe von Generation zu Generation weitergegeben wird, und dies gibt den Kindern das nötige Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Kultur und einer lokalen Gemeinschaft, die das ARTISTIC-Projekt angenommen und auf die Einladung zur Zusammenarbeit reagiert hat. In den letzten Jahren war das Projekt eine großartige Gelegenheit, mit vielen verschiedenen Einzelpersonen und Vereinigungen zusammenzuarbeiten, darunter Imker, Kräuterkundige, Schafzüchter, Dachdecker, Geschichtenerzähler, Handwerker und Dolmetscher.





Es war die Interpretation des kulturellen Erbes, die Gegenstand der ersten beiden Pilotaktionen war. Die Partner arbeiteten mit einem Team zusammen, das das Projekt KulTurca entwickelte, das ein neues touristisches Produkt darstellt, das das Radfahren mit dem kulturellen Erbe und der lokalen Küche verbindet. Geführte Radtouren mit Elektrofahrrädern lenken die Aufmerksamkeit auf den thematischen Inhalt der lokalen Umgebung, insbesondere durch die Verbindung der Bereiche Schafzucht, Käseherstellung, Bienenzucht, Kräuterkunde, Spirituosen und lokale Küche. Die zweite Pilotaktion, für die ebenfalls eine Crowdfunding-Kampagne vorbereitet wurde, ist das Dispersed Hotel Soča mit Dienstleistungen im Zusammenhang mit Natur, Kulturerbe, Freizeitaktivitäten und Küche in einem nachhaltigen Tourismusprodukt. Dieses Konzept basiert auf der Verbindung und Vernetzung mit lokalen touristischen Anbietern und Kulturförderern (Bewegung, Musik, lokale Küche und Kultur), um ein einzigartiges Erlebnis der reinen Natur und des nachhaltigen Lebens zu schaffen, wie es unsere Großeltern genossen.





ARTISTIC war eine Gelegenheit, die Zusammenarbeit mit dem Slowenischen Ethnographischen Museum zu verstärken, das dazu beitrug, ihr Wissen und ihre Erfahrung an alle Projektpartner weiterzugeben. In der ersten Phase des Projekts wurde die umfassende Identifizierung von Trägern des immateriellen Kulturerbes durchgeführt. Am Ende des Projekts beschlossen die slowenischen Partner jedoch, sich auf die Entwicklung und Förderung eines gemeinsamen Produkts zu konzentrieren, das die typischen Eigenschaften des immateriellen Kulturerbes aufweist - die Kräuterkunde in Slivna. Es wurde ein Modell für die nachhaltige Entwicklung und Vermarktung von Slivna entworfen, das dazu beitragen wird, die bestehenden Bemühungen der lokalen Teilnehmer in Bezug auf das, was das Gebiet zu bieten hat, zu verbessern. Eines der neuen touristischen Produkte wird neben dem Festival auch der "Kräutergarten" sein, der die Idee der Kräuterkunde das ganze Jahr über weiter unterstützen wird.

Die nachhaltige Komponente dieses Projekts ist die weitere gemeinsame Schaffung von zwei Dörfern, Soča und Slivna.



## GELERNT LEKTIONEN:

- Das ICH-Feld ist groß und braucht viel Aufmerksamkeit.
- Die ICH-Träger sind bereit, ihr Wissen und ihre Erfahrung zu teilen, benötigen jedoch in der Regel organisatorische Unterstützung.
- Für die weitere Nachhaltigkeit des Erbes ist die Einbeziehung der ICH-Träger und Bürger in den Entscheidungsprozess notwendig.
- Bildung und Beratung im ICH-Bereich ist sehr willkommen.
- Der Wissensaustausch zwischen den Generationen sollte für alle oberste Priorität haben.
- Internationale Zusammenarbeit ist ein wichtiger Aspekt der Entwicklung und Erhaltung des lokalen Erbes, da sie neue Horizonte eröffnet und neue Perspektiven bietet.
- Die Verbindung von kulturellem Erbe und Unternehmertum ist etwas, das mehr Aufmerksamkeit verdient, weil es als Mittel zur Erhaltung und Pflege eines bestimmten Erbes dienen kann, das sonst verloren ginge.

## SCHLUSSFOLGERUNGEN

In einem abgelegenen und ländlichen Gebiet wie Bovec und Slivna ist das kulturelle Erbe etwas, das die Menschen verbindet, die Wurzeln der Gemeinschaft vertieft und die Menschen anschließend davon überzeugt, zu bleiben und gemeinsam an der Entwicklung und Pflege ihres Erbes zu arbeiten. Die Mitglieder der Gemeinschaft sind eine Säule nicht nur der kulturellen Entwicklung, sondern auch anderer Aspekte der Gesellschaft. Daher sollte es im Interesse aller liegen, die ICH und ihre Träger zu unterstützen, da sie einen Schwerpunkt für den Erhalt der Gemeinschaft und ihres Erbes darstellen.






# REGION WEST TRANSDANUBIEN

## UNGARN

**PARTNER, DER DIE REGION VERTRITT: WEST-PANNON REGIONAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT PUBLIC NONPROFIT LTD.**

Westtransdanubien spiegelt die traditionelle ungarische Landschaft wider, die eine farbenfrohe Natur mit Hügeln, Flusstälern, Wäldern, Wiesen, Ackerland und Seen umfasst und winzige Siedlungen mit reichem Kulturerbe verbindet. Die freundlichen kleinen Dörfer bewahren sorgfältig die Überreste der Volksarchitektur und erwarten ihre Gäste in wunderschön restaurierten Bauernhäusern. Landhäuser, Glockentürme und Weinberghäuser geben einen Vorgeschmack auf das Alltagsleben der bäuerlichen Kultur. Typische Volkstraditionen wie Karneval, Maibaumaufstellen und -tanzen, Ernterennen, Weinlesespaß und andere Wettbewerbe sind Unterhaltungsprogramme nicht nur für Einheimische, sondern auch für Touristen.





Mit dem Projekt ARTISTIC wollte die West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd. die Verbindung zwischen Kulturakteuren, Gesellschaft und Finanzakteuren verbessern und diese Gruppen dabei unterstützen, die Qualität ihrer Aktivitäten in Bezug auf die Aufwertung des zuvor beschriebenen reichen Erbes zu verbessern.

Lokale Akteure erwarben tiefgreifende Kenntnisse über die wesentlichen Fähigkeiten, um ein erfolgreiches kulturbasiertes Unternehmen zu gründen und zu führen: Die Bewerber nahmen am Ausbildungs- und Geschäftsentwicklungsprozess teil, lernten, wie man die Werte des immateriellen Kulturerbes identifiziert, wie man geistige Eigentumsrechte schützt, wie man Zugang zu finanziellen Ressourcen erhält und verbesserten ihre Kommunikationsfähigkeiten, um ein gewünschtes und glaubwürdiges Image für ihre Aktivitäten und ICH-Projekte zu gestalten. Der Lern- und Entwicklungsprozess führte zur Realisierung von elf Geschäftsplänen auf der Grundlage der einzigartigen traditionellen Architekturtechniken, die die Region charakterisieren. Einige dieser Pläne befinden sich noch auf dem Reißbrett, einige von ihnen führen Crowdfunding-Kampagnen durch, und einige von ihnen befinden sich bereits in der Umsetzung.

Die Pläne und die laufenden Projekte können als greifbare Ergebnisse der Initiativen im Zusammenhang mit dem immateriellen Kulturerbe betrachtet werden, aber es gibt eine noch wichtigere Auswirkung des ARTISTIC-Projekts: ein lokales und auch transnationales Netzwerk der ICH, das in einer Zeit, in der Zusammenarbeit wichtiger denn je ist, weiter gestärkt wird.



## GELERTE LEKTIONEN:

- Beim Erleben und Kennenlernen verschiedener Manifestationen des lokalen immateriellen Kulturerbes, verschiedener sozialer Praktiken und Traditionen war es wichtig zu erkennen, dass ihr Wert und ihre Begründung immer die gleichen sind.
- Auch wenn sich die Menschen vor Ort nicht immer über die ICH, die sie umgibt, im Klaren sind, beeinflusst sie ihr tägliches Leben auf verschiedene Weise.
- Es ist wichtig, das Bewusstsein für die Kooperationsmöglichkeiten von Kulturorganisationen zu schärfen: Sie arbeiten auf das gleiche Ziel hin, deshalb sollten sie sich nicht länger als Konkurrenten sehen.
- Genossenschaftliche Organisationen können Start-ups mit ihren bereits bestehenden Netzwerken unterstützen.
- Die Sensibilisierung und Aufklärung über alternative finanzielle Ressourcen sollte weiter verstärkt werden.
- Der rechtliche Hintergrund der Crowdfunding-Finanzierung sollte auf europäischer und nationaler Ebene geklärt werden, da unsichere regulatorische und steuerliche Vorschriften die wachsende Rolle alternativer Finanzierungsformen behindern.






## SCHLUSSFOLGERUNGEN

"Unser Erbe gibt uns eine Verbindung zur Vergangenheit, es kann den Tourismus anspornen, die Solidarität der Gemeinschaft fördern, die Menschen können sich organisieren und sich verbunden fühlen". Das immaterielle Kulturerbe ist ein unsichtbares Band zwischen den Menschen vor Ort, aber einige von ihnen drohen zu verschwinden, was zum Teil darauf zurückzuführen ist, dass sie vor unseren Augen verborgen sind. Wir brauchen die Bedeutung der ICH im Hinblick auf ihren theoretischen Wert nicht näher zu erläutern, aber wir könnten sagen, dass sie eine der Hauptsäulen der regionalen Entwicklung ist, insbesondere in ländlichen Gebieten. Um nur einige Stichworte und Gedanken zu nennen: Unternehmensgründungen auf der Grundlage einer Idee, die aus unserer Geschichte stammt, Kunsthandwerk, Festivals, touristische Attraktionen, Schaffung von Arbeitsplätzen... Es ist nicht schwer, das große Ganze zu sehen: Eine gut etablierte lokale Entwicklungsstrategie kann davon profitieren, sich auf das immaterielle Kulturerbe zu stützen, umgekehrt kann unser Erbe vor dem Verschwinden in den Nebeln der Zeit bewahrt werden.





# REGION OSTELBIEN IM LANDKREIS NORDSACHSEN DEUTSCHLAND



**Partner, der die Region vertritt:** b & s Unternehmensberatung und Schulung für den ländlichen Raum GmbH in Zusammenarbeit mit dem Verein zur Bewahrung und Förderung des ländlichen Raumes Ostelbien im Landkreis Nordsachsen e. V.

Neue Aspekte der Nutzung des immateriellen Kulturerbes wurden in der Region berücksichtigt. Neben der kulturellen Bedeutung der ICH wurden auch die Möglichkeiten für die wirtschaftliche Entwicklung berücksichtigt. Geschäftsmodelle wurden für ICH angepasst und verwendet. Für ausgewählte Businesspläne wurden die Möglichkeiten von alternativen Finanzierungsmodellen untersucht.







Auch Crowdfunding wurde als neue Finanzierungsmöglichkeit, insbesondere in ländlichen Regionen, in Betracht gezogen. In Zusammenarbeit mit dem Verein zur Bewahrung und Förderung des ländlichen Raumes Ostelbien im Landkreis Nordsachsen e. V. wurde ein Netzwerk auf- und ausgebaut. Erste Erfahrungen mit Crowdfunding wurden gesammelt und übertragbar gemacht. Die Wertschätzung für Aktivitäten im Zusammenhang mit dem immateriellen Kulturerbe wurde erhöht. Der Verein zur Bewahrung und Förderung des ländlichen Raumes Ostelbien im Landkreis Nordsachsen e. V. wurde als Motor der ländlichen Entwicklung in der Region gestärkt. Die Erfahrungen der europäischen Partner werden im Projekt und in der Zukunft genutzt.

### GELERNE LEKTIONEN:

- Es gibt Unterschiede zwischen Stadt- und Landbevölkerung in Bezug auf die Affinität zu Projekten, die von vielen Menschen finanziert werden.
- Erfolgreiche Projekte "gehen den Menschen unter die Haut".
- Crowdfunding ist für viele Menschen in Zeiten niedriger/null Bankzinsen denkbar.
- Ein guter Geschäftsplan hilft, erfolgreich zu sein.
- Erfolgreiche Kampagnen können auch ohne eine professionelle Plattform durchgeführt werden.
- Werbung und Marketing müssen auch von den Akteuren selbst betrieben werden.
- Erfolgreiche Projekte brauchen genügend Zeit zur Planung und Umsetzung.
- Die Genossenschaft ist nicht nur selbst ein immaterielles Kulturerbe, sondern die Form der Genossenschaft kann auch dazu dienen, Projekte erfolgreich zu finanzieren und umzusetzen.

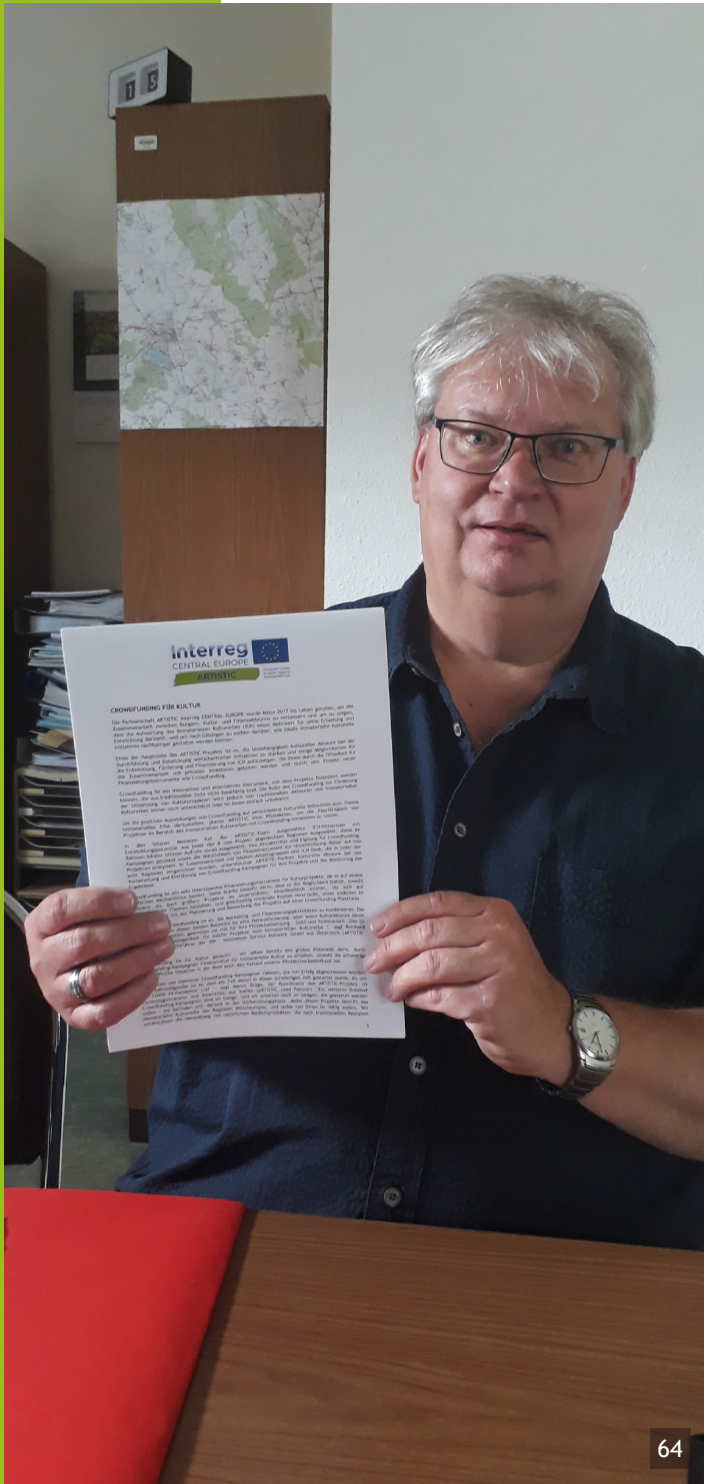




## SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Globalisierung hat vor allem für ländliche Gebiete neue Herausforderungen geschaffen. Die Konkurrenz durch Importe oder große Einzelhandelsketten, der industrielle Niedergang in vielen Gebieten und der Bevölkerungsrückgang aufgrund der zunehmenden Verstädterung sind nur einige der Bedrohungen, denen ländliche Gebiete heute ausgesetzt sind. Um die langfristige und nachhaltige Entwicklung einer Region zu gewährleisten, brauchen sie innovative Wirtschaftsstrategien, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Die wirtschaftliche Bewertung des immateriellen Kulturerbes kann einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung einer Region leisten.

Natürlich hat nicht jedes Kulturerbe das gleiche wirtschaftliche Potenzial. Dennoch kann es einen ganz wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität leisten. Wirtschaftlich nutzbares immaterielles Kulturerbe kann die einzigartigen Merkmale einer Region sehr gut fördern.





# REGION PODKARPACIE

## POLEN

**PARTNER, DER DIE REGION VERTRITT: AGENTUR FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG IN RZESZOW**

Die vielfältigen Erscheinungsformen des immateriellen Kulturerbes in der Region Podkarpackie sind ein großer Reichtum unserer Region und eine Quelle der Inspiration für die Entwicklung vieler lokaler Initiativen sowie für das Unternehmertum von Schöpfern und Künstlern, die eine lebendige Tradition bewahren wollen. Die Beziehung der Einwohner zur Region, das Engagement der lokalen Akteure für die Erhaltung der Tradition und gleichzeitig die Kreativität der Vertreter lokaler Gemeinschaften bei der Anpassung vorhandener Kenntnisse und Fähigkeiten an die Bedürfnisse einer sich wandelnden Gesellschaft sind Gelegenheiten, die Bewahrung und Förderung des immateriellen Kulturerbes mit der wirtschaftlichen Tätigkeit lokaler Künstler und Einrichtungen zu verbinden.





Die Initiativen, die die wirtschaftliche Tätigkeit auf der Achtung der Tradition gründen, sind für die Region Podkarpackie besonders wertvoll und können ihr Entwicklungspotenzial erheblich beeinflussen.

Die Durchführung des ARTISTIC-Projekts hat gezeigt, wie groß das Entwicklungspotenzial von Projekten des immateriellen Kulturerbes ist und wie viel die Region durch die Unterstützung solcher Vorhaben an Image und Werbung gewinnen kann. Gleichzeitig machte die Durchführung des ARTISTIC-Projekts den Menschen bewusst, wie viel Arbeit geleistet werden muss, um eine Änderung der Mentalität und der Herangehensweise von Kulturschaffenden, Kultureinrichtungen und lokalen Gemeinschaften bei der Entwicklung wirtschaftlicher Aktivitäten auf der Grundlage von Manifestationen des immateriellen Kulturerbes und eine Änderung des Finanzierungsschemas für solche Projekte herbeizuführen.





## GELERNE LEKTIONEN

- Lokale Kulturschaffende haben sehr interessante Ideen für Projekte im Bereich der Aufrechterhaltung und Entwicklung der ICH, aber die Umsetzung solcher Projekte durch sie erfordert die Mitgestaltung und volle organisatorische Umsetzungsunterstützung durch andere.
- Lokale Fachleute und Experten aus verschiedenen Branchen zeigen großes Interesse daran, Kulturschaffende bei der Umsetzung ihrer Projekte organisatorisch und inhaltlich zu unterstützen (Wissensaustausch, Unterstützung bei der Umsetzung einer bestimmten Dienstleistung); alle Aktivitäten der Lokalen Arbeitsgruppe erfordern jedoch die Initiierung und ständige Koordination seitens der ICH-Desk-Stelle.
- Lokale Künstler und Institutionen sind an das traditionelle Modell der Kulturfinanzierung aus öffentlichen Mitteln gewöhnt. Die Zusammenarbeit mit privaten Investoren sowie der Einsatz eines neuer Finanzierungsinstrumente wie Crowdfunding stießen bei Kulturschaffenden auf großes Interesse, doch in der Praxis erforderte jede Aktivität in diesem Bereich eine starke organisatorische Unterstützung durch die ICH-Desk-Punkte.
- ICH-Projekte verfügen über ein starkes Geschäftspotenzial, das von regionalen Unternehmern, die solche Initiativen nur ungern finanziell unterstützen, immer noch unterbewertet wird. Eine Ausnahme bilden kleine Unternehmen aus dem kreativen Sektor, die die Unterstützung von ICH-Projekten (Umsetzungshilfe statt finanzieller Unterstützung) als eine Möglichkeit sehen, ihre Marke zu fördern und aufzubauen.
- Die Aktivitäten des ARTISTIC-Projekts sind mit der Kreativindustrie verbunden.
- Es ist wichtig, kulturelle Institutionen und Organisationen für den Wert der Zusammenarbeit und der gemeinsamen Arbeit zur Unterstützung von ICH-Projekten zu sensibilisieren.
- Die Sensibilisierung, Beratung und Ausbildung von ICH-Schöpfern und Kulturinstitutionen sollte fortgesetzt werden - es besteht nach wie vor eine sehr hohe Nachfrage nach Aktivitäten, die darauf abzielen, das Bewusstsein für die Rolle der ICH-Valorisierung und die Vorteile der Zusammenarbeit mit privaten Investoren zu stärken.
- Die Entwicklung der Geschäftstätigkeit auf der Grundlage des immateriellen Kulturerbes bedroht die Erhaltung dieses Erbes nicht, wenn sich lokale Einheiten und Spezialisten in den Prozess der Gründung eines Projekts / Unternehmens einbringen und die Schöpfer in der Anfangsphase der Umsetzung der Aktivitäten (Geschäftstätigkeit) unterstützen.
- Die interregionale und internationale Zusammenarbeit ist wichtig, um bewährte Praktiken vorzustellen, die beweisen, dass Kultur + Geschäftsaktivitäten möglich und effizient sind, die Erhaltung der ICH unterstützen und die regionale Entwicklung fördern.



## SCHLUSSFOLGERUNGEN

Unternehmen aus der Kulturwirtschaft verbinden Kunst, Kultur, Wirtschaft, moderne Technologien und verfügen sehr oft auch über Innovationspotenzial, daher spielen sie in einer modernen wissensbasierten Wirtschaft eine Schlüsselrolle bei der Wertschöpfung und der Stimulierung von Innovationen in der Region. Aus dem kulturellen Erbe, insbesondere aus dem immateriellen Kulturerbe, schöpfen Unternehmen aus dem kreativen Sektor und vielen anderen Branchen ihre Inspiration, weshalb es so wichtig ist, sowohl ICH zu erhalten als auch Initiativen zu unterstützen. Dazu gehört auch die wirtschaftliche Tätigkeit regionaler Künstler, die Tradition und moderne Technologien verbinden und auf die Erhaltung des lebendigen Kulturerbes ausgerichtet sind.

Dank des ARTISTIC-Projekts konnten die beiden etablierten lokalen ICH-Desk Points in der Region Podkarpackie ihre ersten Erfahrungen bei der Vorbereitung und Durchführung von Crowdfunding-Kampagnen für ICH-Ideen sammeln und den lokalen Akteuren zur Verfügung stellen. Im Rahmen der Arbeit der lokalen ICH-Desk-Points wurden in der Region dauerhafte ICH-Unterstützungsstrukturen geschaffen, unter anderem durch die Stärkung lokaler Netzwerke und den Aufbau einer lokalen Arbeitsgruppe für ICH, deren Mitglieder auch in Zukunft die Entwicklung von ICH-Projekten unterstützen werden. Der Betrieb der lokalen ICH-Desk-Punkte trug dazu bei, das gesellschaftliche Bewusstsein für das immaterielle Kulturerbe der Region zu schärfen, die Notwendigkeit der Unterstützung von Geschäftsinitiativen auf der Grundlage der ICH und die Notwendigkeit, andere Finanzierungsquellen für diese Art von Initiativen zu nutzen. Dank der Umsetzung dieses Projekts schlossen sich zu der vor ARTISTIC bestehenden Gruppe von Einrichtungen zur Unterstützung der ICH auch Einrichtungen zur Unterstützung von Unternehmen, Unternehmer aus dem kreativen Sektor und die ersten privaten Investoren an.



# REGION SÜDBÖHMEN

## TSCHECHISCHE REPUBLIK



### **PARTNER, DER DIE REGION VERTRITT: SÜDBÖHMISCHE HANDELSKAMMER**

Eine Übersicht des immateriellen Kulturerbes zu Beginn des Projektes zeigte (wie in der Broschüre zu jeder Region zu sehen ist), dass die südböhmische Region reich an Traditionen und Handwerk ist. Obwohl das Gebiet für ICH nicht so bekannt und erfahren ist, haben wir dank des Projekts ARTISTIC versucht, ein Netzwerk von Kulturakteuren und Vermittlern zu schaffen, die in den für die Unternehmensgründung wichtigen Bereichen ausgebildet wurden







Da viele Menschen, die handwerkliche oder andere kulturelle Tätigkeiten ausüben, nicht wissen, wie man ein Unternehmen führt, wurde ein ICH-Desk mit geschulten Betreibern eingerichtet, das im Eigentum der Südböhmischen Handelskammer unter České Budějovice zu finden ist, und alle Unternehmer und Existenzgründer erhalten Beratung und Unterstützung, wenn sie darum bitten. Eine weitere Aktivität im Rahmen des Projekts bestand darin, private Investoren und die Öffentlichkeit miteinander zu verbinden. Offene Ausschreibungen in jeder Region führten zu vielen neuen Geschäftsprojekten, aus denen der Beirat mehrere auswählte, die für die Crowdfunding-Kampagnen unterstützt wurden.



Dank der öffentlichen Veranstaltungen zur Vorstellung des Projekts, der Pilotaktionen, der Kriterien und Instrumente, die während des Projekts von allen Partnern geschaffen wurden, und anderer wichtiger Dinge, die die Bedeutung der Bewahrung des immateriellen Kulturerbes unterstreichen, hat das Projekt die Öffentlichkeit und andere Interessengruppen für das Gebiet der ICH und seine Notwendigkeit der Nachhaltigkeit sensibilisiert.



#### GELERTE LEKTIONEN:

- Traditionen in verschiedenen Regionen;
- Zusammenarbeit durch verschiedene Sektoren (öffentlich, private Investoren, öffentliche Behörden,...);
- Neue Finanzierungsquelle - Crowdfunding;
- Transnationale Zusammenarbeit;
- Transnationale Vielfalt.





## SCHLUSSFOLGERUNGEN

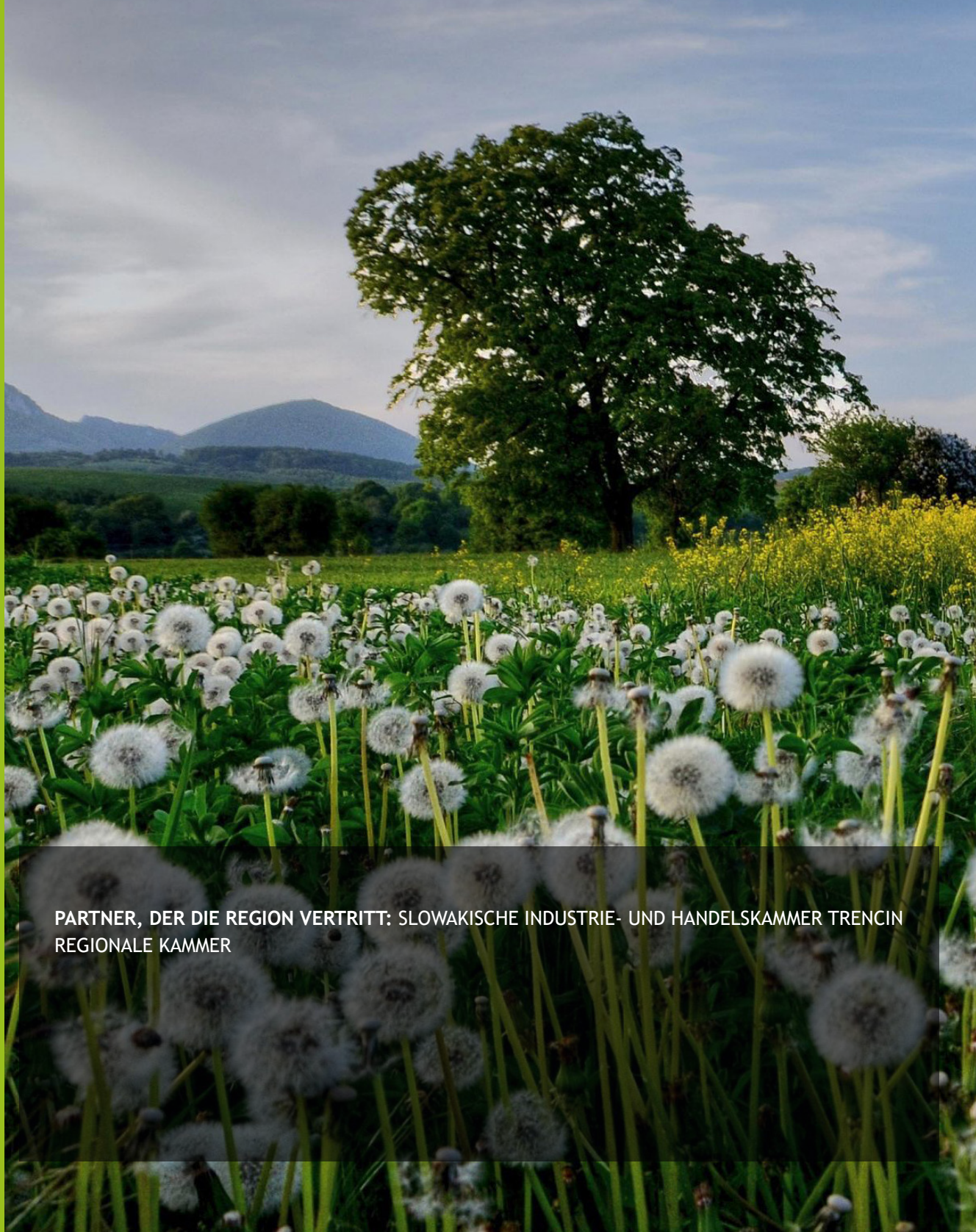
In der letzten Zeit hat sich die Welt sehr schnell entwickelt und modernisiert, was normal und natürlich ist. Für die jungen Generationen ist es jedoch sehr wichtig, nicht nur die IT-Technologien zu kennen, sondern auch die alten Traditionen, alte Handwerke, Dinge, die mit der Natur und dem Universum verbunden sind, kulturelle Aktivitäten usw. Auch wenn wir modern leben, ist es immer noch sehr wichtig, die Geschichte, die alte Art, Dinge zu tun, die Architektur, das Handwerk und alte Rezepte nicht zu vergessen. Viele Menschen folgen diesen Traditionen, aber meistens als Hobbys. Warum kann ihr Hobby nicht ihr Beruf sein? Es ist sehr schwer, ein Unternehmen in diesem Bereich zu führen, und es ist sehr schwer, in diesem Sektor seinen Lebensunterhalt zu verdienen. Innovative Ansätze können diesen Menschen helfen, weil sie die Traditionen am Leben erhalten.



76

# REGION TRENCIN

SLOWAKEI



PARTNER, DER DIE REGION VERTRITT: SLOWAKISCHE INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER TRENCIN  
REGIONALE KAMMER







Das Projekt ARTISTIC brachte der Region Trencin einen neuen Ansatz für die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren im Bereich der ICH. Einige Stakeholder sind landesweit tätig, und ihre Beteiligung trug dazu bei, neue Ausbildungsprodukte in den Bereichen Kommunikation, Projektmanagement und Finanzierung vorzubereiten. Wichtig war die Identifizierung von Möglichkeiten für eine private Finanzierung von ICH in der Region und die Sensibilisierung für alternative Finanzierungsmöglichkeiten, einschließlich Crowdfunding.





### GELERNTLE LEKTIONEN:

- Die Koordination im Bereich des Erfahrungsaustauschs zwischen erfahrenen Initiativakteuren einerseits und neuen ICH-Initiativen andererseits wird begrüßt.
- Es gibt Vertreter, die in der Lage sind, regionale ICH-Initiativen und -Projekte durch Ausbildungshilfe, PR sowie finanzielle Unterstützung zu unterstützen.
- Das Projekt zeigte das Potenzial für neue Verbindungen mit anderen Sektoren, wie Start-ups und der Kreativwirtschaft, auf.

### SCHLUSSFOLGERUNGEN

Trotz des historischen Reichtums und der Attraktivität der Region ist es sehr wichtig, einen konstanten Eifer für die Vorbereitung von Touristenattraktionen zu haben, die ICH-Elemente beinhalten. Die Region verzeichnet einen geringen Besucheraufenthalt. Auf der anderen Seite besteht eine Nachfrage nach Aktivitäten, die in den Kurorten angeboten werden.



## AUTOREN DER ARTIKEL IN DER BROSCHÜRE (IN REIHENFOLGE):

- 1) Was verstehen wir unter immateriellem Kulturerbe?  
Was ist die VALORISIERUNG des immateriellen Kulturerbes?  
Wie ist die ICH mit der Wirtschaft verbunden?  
Vorstellung der ARTISTIC-Strategie  
Kriterienkatalog zur Definition der vielversprechendsten Dimension von ICH-Valorisierungsprojekten  
Prof. Dr. Gertraud Koch, Dr. phil. Eliane Fernandes Ferreira, Institut für Europäische Ethnologie / Kulturanthropologie der Universität Hamburg, Deutschland
- 2) ARTISTIC-Werkzeugsatz  
Regionale Entwicklungsagentur Rzeszow, Polen
- 3) ICH-Desks und ihre Rolle in den Regionen  
Regionale Entwicklungsagentur Rzeszow, Polen
- 4) Geschäftspläne für ICH-Initiativen  
Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes, Österreich
- 5) Aufwertung des immateriellen Kulturerbes durch Massenfinanzierung  
ISN - innovation service network GmbH, Österreich
- 6) Die Zukunft der ICH-Desks und Projektaktivitäten  
Region Venetien, Italien  
Regionale Entwicklungsagentur Rzeszow, Polen
- 7) ICH-Schreibtisch-Karte  
ARTISTISCHE Partner
- 8) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Veneto, Italien  
t2i Technologietransfer und Innovation, Italien  
Region Venetien, Italien
- 9) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Steirisches Vulkanland, Österreich  
Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes, Österreich
- 10) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Westslowenien, Slowenien  
Jarina, Genossenschaft für ländliche Entwicklung, Slowenien  
Stadtgemeinde Bovec, Slowenien
- 11) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - West Transdanubien, Ungarn  
West-Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd, Ungarn
- 12) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Ost-Elbia im Bezirk Nordsachsen, Deutschland  
b&ts consulting and training for the rural area GmbH, Deutschland
- 13) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Podkarpackie, Polen  
Regionale Entwicklungsagentur Rzeszow, Polen
- 14) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Südböhmen, Tschechische Republik  
Südböhmische Handelskammer, Tschechische Republik
- 15) ARTISTISCHE Geschichte von 8 Regionen Mitteleuropas - Trencin, Slowakei  
Slowakische Industrie- und Handelskammer, Slowakei



## FOTOS:

1. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
2. Richard Mcall da Pixabay / IT
3. Ewelina Matusiak - Wyderka / PL
4. Fachschule Schloss Stein / AT
5. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
6. Sklenysen.sk / SK
7. East Elbia Association / DE
8. Rok Petelin / SI
9. Archive of the Glass Heritage Center in Krosno / PL
10. Archive Regional Team Krzemienickie Wedding, Tadeusz Poźniak / PL
11. South Bohemian Region / CZ
12. From the collection of the F. Kotula Ethnographic Museum in Rzeszów / PL
13. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
14. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
15. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
16. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
17. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) / IT
18. Municipality of Bovec (Občina Bovec) / SI
19. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
20. Municipality of Bovec (Občina Bovec) / SI
21. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
22. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
23. Giorgia Panetto - Diversamente in Danza / IT
24. Berghofer Mühle / AT
25. <https://www.startlab.sk/projekty/385-posad-sad-u-nas/> / Slovak National Gallery / SK
26. Bernhard Bergmann / AT
27. Tadeusz Poźniak / PL
28. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
29. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
30. Matej Vranič / SI
31. Free-Photos da Pixabay / IT
32. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
33. East Elbia Association / DE
34. Lucio Alfonsi da Pixabay / IT
35. Associazione Villa Fabris - Centro Europeo per i Mestieri del Patrimonio / IT
36. Marcel Kessler da Pixabay / IT
37. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
38. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
39. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
40. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
41. Bernhard Bergmann / AT
42. Fachschule Schloss Stein / AT
43. Fachschule Schloss Stein / AT
44. Association for the Advancement of Steirisches Vulkanland (Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes) / AT
45. Association for the Advancement of Steirisches Vulkanland (Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes) / AT
46. Association for the Advancement of Steirisches Vulkanland (Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes) / AT
47. Aleš Fon / SI
48. Rok Petelin / SI
49. Rok Petelin / SI
50. Martin Smerdel / SI
51. Rok Petelin / SI
52. Municipality of Bovec (Občina Bovec) / SI
53. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
54. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
55. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
56. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
57. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
58. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
59. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
60. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
61. Hartmut Heine, Blumberg / DE
62. East Elbia Association / DE
63. b&s consulting and training for the rural area GmbH (b&s unternehmensberatung und schulung für den ländlichen raum GmbH) / DE
64. b&s consulting and training for the rural area GmbH (b&s unternehmensberatung und schulung für den ländlichen raum GmbH) / DE
65. Kamil Paluszek, [www.pelnykadr.com](http://www.pelnykadr.com) / PL
66. Archive of the Leżajsk Land Museum / PL
67. Archive of the Culture City Center in Rudnik on the San river / PL
68. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
69. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
70. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
71. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
72. South Bohemian Region / CZ
73. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
74. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
75. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
76. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
77. Jana Pagáčová - Pominovec / SK
78. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
79. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
80. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
81. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
82. South Bohemian Region / CZ
83. EAST ELBIA ASSOCIATION / DE
84. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
85. Rok Petelin / SI
86. Fachschule Schloss Stein / AT
87. Archive of The Studio of the Carpathian Icon / PL
88. Nea Archeologia Cooperativa - Museo Archeologico Sette Comuni e Sito Archeologico "Bostel di Rotzo" / IT
89. ludovakultura.sk / SK



Diese Broschüre gibt nur die Ansichten der Autoren wieder, und das ARTISTIC-Projektteam haftet nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

Grafischer Entwurf: Agentur für regionale Entwicklung in Rzeszow  
Jahr der Veröffentlichung: 2020





82



83



84



85

**Interreg**  
CENTRAL EUROPE



**ARTISTIC**

European Union  
European Regional  
Development Fund



86



87



88



89

<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/ARTISTIC.html>



REGIONE DEL VENETO



Universität Hamburg  
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



JIHOČESKÁ  
HOSPODÁŘSKÁ  
KOMORA



Das Projekt ARTISTIC, wurde 2017-2020 durchgeführt, wird durch das Interreg CENTRAL EUROPE Programm unterstützt, das durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung finanziert wird.