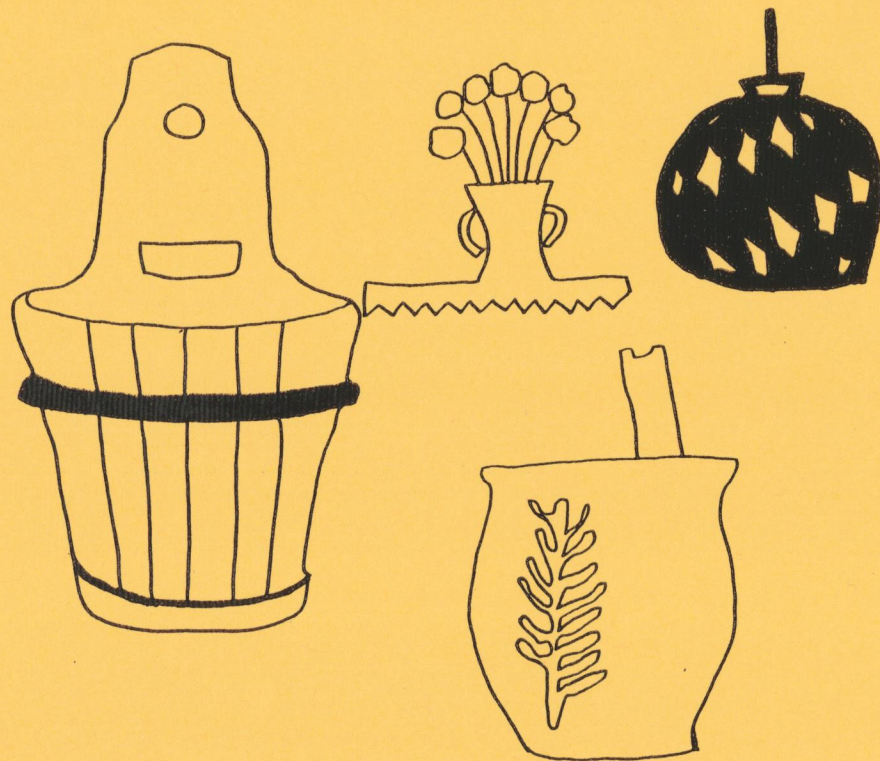


1984

KUNSTHANDWERK IM WALD- VIERTEL



EIN BERICHT DER
WALDVIERTLER BILDUNGS- UND WIRTSCHAFTSINITIATIVE - BWI
3542 Gföhl, Körnermarkt 4

I N H A L T :

A. KUNSTHANDWERK - EINE INITIATIVE DER BWI

Einleitung
Wirtschaftliche Situation im Waldviertel

B. AKTIVIERENDE BEFRAGUNG MIT KUNSTHANDWERKERN

1. Fragestellung
2. Produktpalette
3. Erwerbsart und Produktionskapazität
4. Vermarktung
5. Interesse an einer Kunsthandwerksinitiative
6. Persönliche Eindrücke

C. ANSÄTZE FÜR EIN KONZEPT ZUR FÖRDERUNG DES KUNSTHANDWERKES

1. Zielsetzung
2. Zielgruppe
3. Produkte
4. Organisationsform und Vermarktung
5. Ideenaustausch und Weiterbildung

Anhang: STATISTIK

Für den Bericht: Karin Endl
Maria Arnreiter
Dr. Anton Rohrmoser

A. KUNSTHANDWERK - EINE INITIATIVE DER BWI

Die "Waldviertler Bildungs- und Wirtschaftsinitiative - BWI" hat sich zur Aufgabe gestellt, die planmäßige Information, Bildung und Beratung der Bevölkerung im Sinne einer eigenständigen Regionalentwicklung durchzuführen.

Dies bedeutet, daß

- eine wachsende Anzahl von Waldviertlern an der Bewältigung von regionalen Problemen mitarbeitet,
- neue, selbstbestimmte Beschäftigungsmöglichkeiten erschlossen werden,
- neue Formen der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Zusammenarbeit gefunden werden.

Ein weiterer Zweck ist die Aktivierung von Initiativen sowie die Betreuung von Projekten und der Erfahrungsaustausch zwischen sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Initiativen.

Der Verein BWI will auf breiterer Basis weiterführen, was in den letzten Jahren durch die Regionalbetreuung des Berglandaktionsfonds im Waldviertel in Richtung Aufbau von selbstverwalteten Betrieben begonnen wurde, wie z.B. BERSTA, EVI, Waldviertler Holzwerkstatt, Textilgenossenschaft u.a.m.

Wir überlegen nun, im kunsthandwerklichen Bereich eine Initiative zu starten. Wir haben damit begonnen, indem wir eine Bestandsaufnahme gemacht und erste Ergebnisse gesammelt haben.

Bei der Erhebung haben wir festgestellt, daß es im Waldviertel sehr viele Kunsthandwerker gibt, die eine Vielfalt von kunsthandwerklichen Artikeln herstellen. Die Palette reicht von Spinnrädern, Holzlampenschirmen, über Keramik, Hinterglasbilder bis zu Stoffpuppen, Fleckerlteppichen... Dabei handelt es sich um qualitativ hochwertige Produkte, sowohl in der Materialauswahl als auch in der soliden, kompakten Verarbeitung. Die geschmackvolle Ausarbeitung der Artikel läßt sich häufig auf die Verwendung von Naturmaterialien zurückführen.

Ein Hauptproblem der Kunsthandwerker ist die Vermarktung ihrer Produkte. Weiters erfuhren wir, daß die Kunsthandwerker untereinander nur wenig in Kontakt sind. Aufgefallen ist uns, daß bei manchen Artikeln eine Information und Beratung (Bildungsarbeit) in bezug auf Verbesserung der Qualität erforderlich ist.

Eine Kunsthandwerksinitiative müßte daher vor allem folgende Aufgaben wahrnehmen:

1. Erfahrungsaustausch unter den Kunsthandwerkern ermöglichen
2. Vermarktung aufbauen
3. Unterstützung bei Produktentwicklung durch Beratung und Bildungsarbeit

Dazu soll eine geeignete Organisationsform gefunden werden, die einerseits eine möglichst große Eigenständigkeit der einzelnen ermöglicht und andererseits doch eine verbindliche Zusammenarbeit gewährleistet.

In diesem Bereich auch aktiv zu werden, scheint uns deshalb besonders wichtig, weil das lokale Kunsthandwerk eine übergreifende Ausdrucksform regionaler Identität darstellt und damit ein wesentlicher Faktor für die Regionalentwicklung ist. Mit der Verbesserung und Förderung des Kunsthandwerkes uns auseinanderzusetzen, ist nicht zuletzt aus arbeitsplatzpolitischen Überlegungen vordringlich, weil im strukturschwachen Waldviertel dadurch qualifizierte Arbeitsplätze erhalten bzw. geschaffen werden können.

Wirtschaftliche Situation im Waldviertel

Das Waldviertel gehört - außer Verwaltungsbezirk Horn - zu einem Regionstyp, der durch mehrere strukturelle und wirtschaftliche Benachteiligungen gekennzeichnet ist. Hier fallen

- industriell-gewerbliche Standortungunst
 - landwirtschaftliche Produktionserschweris
 - geringe Entfaltung des Fremdenverkehrs
- zusammen.

Dazu kommt noch die periphere bzw. extrem periphere Lage vieler Gemeinden des Waldviertels.

Trotz zahlreicher Förderungsanstrengungen von Bund und Land hat sich die Situation der strukturschwachen Gebiete (wie es das Grenzland zur CSSR ist) im Vergleich zu den Ballungsräumen laufend verschlechtert.

Es gibt eine hohe Arbeitslosenrate (in manchen Bezirken in den Wintermonaten bis zu 20 %), eine ständige Abwanderung und weite Pendelstrecken. In Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft sind in den letzten Jahren viele Arbeitsplätze verlorengegangen. Der Abbau von Arbeitsplätzen in allen Bereichen setzt sich laufend fort. Die Ansiedlung von Betrieben - Filialbetriebe und verlängerte Werkbänke mit standardisierten Tätigkeiten - in benachteiligten Gebieten war im wesentlichen erfolglos. 60% der mit Hilfe von Förderungsmitteln neu geschaffenen Arbeitsplätze sind wieder abgebaut worden, weil viele Filialbetriebe wieder zugesperrt haben. Die verbliebenen Arbeitsplätze an Fließbändern ausgelagerter Betriebe sind im allgemeinen schlecht bezahlt und unbefriedigend, genauso verschiedene Tätigkeiten im Bereich der Heimarbeit.

Zu natürlichen Benachteiligungen der Ungunstlagen (Klima, Boden, Transportkosten...) kommen strukturelle Benachteiligungen (abgestufter Bevölkerungsschlüssel, weniger Durchsetzungsvermögen, weniger Mittel für Strukturverbesserung, Bildungsaufgaben u.a.m.).

Diese schwierige Situation im Waldviertel kann nur verbessert werden, wenn die betroffene Bevölkerung selbst tatkräftig mitarbeitet. Im Bereich des Kunsthandwerkes bedeutet dies, daß die Kunsthandwerker zur Selbsthilfe greifen. Sie brauchen dazu aber eine gezielte Beratung in der Produktion und Vermarktung und beim Aufbau einer geeigneten Organisationsstruktur, und auch finanzielle Unterstützung.

B. AKTIVIERENDE BEFRAGUNG MIT KUNSTHANDWERKERN

1. Fragestellung

Um im Bereich Kunsthandwerk aktiv zu werden, ist es Voraussetzung, die bestehende Situation zu beleuchten. Wir haben uns daher entschlossen, eine aktivierende Befragung bei den Kunsthandwerkern zu machen. Durchgeführt haben die Besuche vor allem Maria Arnreiter und Karin Endl. Folgende Fragen wurden für die Gespräche mit den Kunsthandwerkern zugrundegelegt:

1. Was produzieren sie? Was kosten ihre Produkte?
2. Wie vermarkten sie? Wieviel kostet sie der Verkauf (%mäßig)?
3. Mit welchem Stundenlohn kalkulieren sie?
4. Betreiben sie das KHW hauptberuflich, nebenberuflich, hobbymäßig?
5. Könnten sie mehr erzeugen?
6. Kennen sie weitere Kunsthandwerker?
7. Haben sie Interesse, an einer Kunsthandwerksinitiative mitzuarbeiten?
8. Welche Chancen sehen sie für das KHW im Waldviertel?

2. Produktpalette:

Die 32 besuchten Kunsthandwerker stellen eine Vielzahl von Produkten her. Dabei handelt es sich um qualitativ hochwertige Produkte, sowohl in der Materialauswahl, als auch in der soliden, kompakten Verarbeitung. Die geschmackvolle Ausarbeitung der Artikel läßt sich häufig auf die Verwendung von Naturmaterialien zurückführen.

Material:

Produkt:

Holz	Drechselarbeiten: Vasen, Teller, Bretter, Mohnmörser Faßbinderei: Fässer, Bottiche, Holztröge Korbflechten: Weidenkörbe, Schwingen Holzschnitzerei: Wurzelfiguren, Krippen, Kruzifixe Kerbschnitzerei: kleine Kästchen Spinnräder, Dekorgegenstände, Hackstöcke, Spanschachterln, Holzbrandbilder, Holzlampenschirme, Holzschuhe
Keramik	Kerzenhalter, Kaffeeservices, Weinbecher, Krüge, Schalen, Vasen, Töpfe
Textil	Stoffpuppen, Handpuppen, Stofftiere, Seidentücher, Fleckerlteppiche, Kissen Klöppelarbeiten
Stein	Steinfiguren, Schmucksteinanhänger
Gebinde	Gewürzsträuße, Gewürzgestecke, Wandgebände, Strohblumengestecke, Gewürzkränze, Baumbehang
Metall	Kunstschlossereigegegenstände: Lampenschirme, Schlüsselbretter, Zeitungshalter, Kerzenständer, Kruzifixe Ritzbilder Kupferarmreife
Stroh	Strohwandschmuck: Sonnenräder Strohbilder
Glas	Hinterglasbilder Bemalte Gläser Geritzte Gläser Ölbilder, Gipsbilder

3. Erwerbsart und Produktionskapazität

Von den 32 Befragten betreiben 16 das Kunsthandwerk als reines Hobby, es sind Leute aus den unterschiedlichsten Berufssparten.

Vier der befragten Kunsthandwerker bezeichneten diese Tätigkeit als Nebenerwerb zur Landwirtschaft und für acht Personen stellt das Kunsthandwerk den Haupterwerb dar. In diesen Fällen handelt sich meist um kleine Betriebe mit zwei bis fünfzehn Beschäftigten (auch Heimarbeiter/innen).

Auf die Frage, ob eine Mehrproduktion bzw. ein höherer Absatz für sie möglich ist, antworteten die Mehrzahl (21) der Befragten mit "Ja". Viele der Kunsthandwerker haben auch Vorrat lagernd, da sie nur zu bestimmten Zeiten (z.B. im Advent bei Weihnachtsausstellungen oder -Märkten und im Sommer bei Bauernmärkten) etwas absetzen können.

Nach dem Stundenlohn befragt erklärten uns vor allem die Hobby-Kunsthandwerker, daß ihre Produkte unbezahlbar würden, wenn sie Stundenlöhne kalkulierten. Am ehesten konnten noch die Fleckerlorteppichweber einen Verdienst nennen, wobei auch sie über einen geringen Stundenlohn klagten. In den kleinen Betrieben konnten wir zwar den kalkulierten Stundenlohn auch nicht herausfinden, erfuhren aber in den Gesprächen, daß sie sich meist nur schwer "über Wasser" halten können, da auch bei ihnen die Produktion in Handarbeit erfolgt.

4. Vermarktung

Der Großteil der befragten Kunsthandwerker vermarktet ab Haus bzw. ab eigenem Betrieb oder Geschäft und auf Ausstellungen und Märkten.

Unter den hobbymäßigen Kunsthandwerkern sind einige, die noch gar nicht verkauft haben, sondern nur an Bekannte und Verwandte verschenkt und zu bestimmten Anlässen ausgestellt haben. Zwei der nebenberuflichen Kunsthandwerker betreiben dies als Heimarbeit für eine Firma, welche Menge und Preis der Produkte bestimmt.

Drei der hauptberuflichen Kunsthandwerker gaben an, daß sie ihre Waren an Wiederverkäufer abgeben, z. B. an Läden in Touristengebieten und größeren Städten.

5. Interesse an einer KHW-Initiative

Die Produktion der unter Punkt 2. erwähnten Artikel ist sehr zeitaufwendig (geringe bis keine Mechanisierung). Wenn überhaupt, dann wird mit geringem Stundenlohn gerechnet. Werden die Produkte in den Handel gebracht, macht eine meist hohe Spanne das Produkt praktisch unverkäuflich, außer der Einkaufspreis (Erzeugerpreis) wird gedrückt. Werden die Produkte selbst vermarktet, ist der Zeitaufwand ein größerer, der Stundenlohn sinkt somit wiederum. Daher ist es verständlich daß ein relativ großes Interesse an einer Initiative besteht (70 % der befragten KHW). Das Interesse beschränkt sich jedoch grobteils auf die zusätzliche Absatzmöglichkeit.

Die Chancen, im Waldviertel zu vermarkten, werden eher als gering betrachtet, da Einheimische wenig kaufen und der Fremdenverkehr zu gering ist. Findet die Realisierung des Projektes jedoch an einem günstig gelegenen Ort statt, sehen die befragten Kunsthandwerker gute Möglichkeiten, den Absatz zu steigern.

Die Frage der aktiven Mitarbeit konnte nicht eindeutig geklärt werden, da die Organisationsform der Initiative noch relativ ungeklärt ist. Einige konnten sich aktive Mitarbeit in einem geringen Zeitausmaß vorstellen.

6. Persönliche Eindrücke

Insgesamt gesehen erlebten wir die Kunsthandwerker im ersten Moment sehr distanziert, doch bei Bekunden unseres Interesses an ihrem Produkt war die erste Hemmschwelle bald überwunden. Mit einem gewissen Stolz zeigten sie uns ihre Produkte und erklärten uns ihr Handwerk.

Der hohe Zeitaufwand im Verhältnis zum geringen Verdienst ließ erkennen, daß die Freude am schöpferischen Tun die

eigentliche Motivation zur Herstellung von Kunsthandwerksgegenständen ist.

Besonders erstaunlich war für uns die Vielzahl der Produkte und deren hochwertige Qualität.

Das Potential an kunsthandwerklichen Fähigkeiten ist vielleicht auch deshalb so groß, weil die Ruhe und Abgeschlossenheit in dieser Region zur Kreativität anregen.

Durch den Aufbau einer Kunsthandwerksinitiative wäre die Möglichkeit gegeben, dieses Potential zu fördern, das Selbstbewußtsein der Betroffenen zu stärken und einen gerechten Lohn zu erzielen.

C) ANSÄTZE FÜR EIN KONZEPT ZUR FÖRDERUNG DES KUNSTHANDWERKES

Um das Kunsthandwerk im Waldviertel zu fördern, bedarf es Anstrengungen in verschiedenen Bereichen.

1. Zielsetzung:

- Aufbauen von Kontakten unter den Kunsthandwerkern und Künstlern
- Kontakte zwischen Kunsthandwerksinteressierten und Kunsthandwerkern ermöglichen (Stadt - Land - Kontakte)
- Förderung der Vermarktung auf breiter Basis und Schaffung von Arbeitsplätzen durch Neben- und Zuerwerb im Waldviertel
- Hilfestellung bei Produktentwicklung und Produktkalkulation
- Zusammenarbeit mit Gruppen und Organisationen mit ähnlichen Zielsetzungen
- Erfassen der schöpferischen Kräfte auf breiter Basis und Förderung ihrer speziellen Begabungen.

2. Zielgruppe:

Alle Kunsthandwerker und künstlerischen Kräfte, die Heim- und Haushandwerk als Haupterwerb, Nebenerwerb und Hobby betreiben. Nicht einbezogen werden größere, gewerbliche, kunsthandwerkliche Betriebe.

In der ersten Phase werden vor allem die innovativen Kräfte angesprochen, weil diese eine Multiplikationsfunktion in bezug auf Einbeziehung weiterer Kunsthandwerker haben.

3. Produkte:

Standardisierte, katalogfähige Waren der Produktgruppen Holz, Keramik, Glas, Textil, Wachs, Metall, Stroh, Stein, usw. Der Schwerpunkt liegt auf der Veredelung heimischer Rohstoffe.

4. Organisationsform und Vermarktung:

Um die verschiedenen Zielvorstellungen wie Erfahrungsaustausch, Weiterbildung und Vermarktung zu ermöglichen, wäre ein Verein in Verbindung mit einer Ges.m.b.H. eine zweckmäßige Form. Der Verein könnte sich vor allem um Kontakte untereinander, um die Information und Weiterbildung der Kunsthandwerker an-

nehmen und dazu eine geeignete, demokratische Basis unter Ermöglichung einer breiten Beteiligung der Kunsthandwerker und Interessierten bilden. Weiters soll der Verein auch die Direktvermarktung fördern durch Veranstaltungen, Bekanntmachen des Kunsthandwerkes, Bauernmärkte usw.

Erfahrungen anderer Kunsthandwerksinitiativen (z.B. in der Steiermark) zeigen, daß das zentrale Problem der Kunsthandwerker die Vermarktung darstellt und daß dazu ein Verein nicht die geeignete Rechtsform darstellt. Es soll daher in der Folge eine Firma in Form einer Ges.m.b.H., die zur Gänze dem Verein gehört, gegründet werden: Aufgaben der Ges.m.b.H. sind die Vermarktung und Produktentwicklung und die dazu erforderlichen Werbemaßnahmen.

Aufbau einer Vermarktung durch:

- Eigenes Verkaufslokal und Ausstellungsräume, z.B. in Mold (guter Standort)
- Verkauf an BERSTA, EVI und ähnliche Geschäfte
- Organisation von Verkaufsausstellungen
- Teilnahme an bestehenden Verkaufsausstellungen und Messen
- Kontakte zu Händlern und Handelsketten aufbauen.

Erforderlich ist eine aggressive Werbepolitik durch Flugzettel, Produktkataloge, laufende Ausstellungen, Öffentlichkeitsarbeit, Inserate, qualitativ hochwertige Produkte u.a.m.

Personalaufwand:

Der Verein sollte von den gewählten Funktionären und aktiven Mitarbeitern ehrenamtlich getragen werden (ev. Spesenersatz), die Ges.m.b.H. erfordert mindestens eine(n) Geschäftsführer(in): Vor allem für Organisation, Einkauf und Vertrieb.

Weiteres Personal: Für die Verkaufsstelle 1 1/2 Kräfte, für Büro und Buchhaltung 1/2 Kraft.

Darüberhinaus sind ehrenamtliche Mitarbeiter bzw. auf Honorarbasis für Design, Produktentwicklung und Produktkalkulation sowie für die Weiterbildung erforderlich.

Der Geschäftsführer müßte in den ersten zwei Jahren aus öffentlichen Mitteln finanziert werden, die übrigen Angestellten müßten von der Firma getragen werden.

Wie Erfahrungen zeigen, ist der erforderliche Umsatz nur mit kunsthandwerklichen Artikeln alleine sehr schwer zu erbringen. Gründe dafür sind u.a.: Hohe Lagerkosten (da manche Waren lange liegen), nur eine Produktsparte, eher Geschenks- und weniger Gebrauchsartikel etc.

Daher ist zu überlegen, neben dem Verkauf von Kunsthandwerk als Hauptbereich die Palette auszuweiten, z.B. Socken und Stutzen von der Wasserburg Textilwaren Ges.m.b.H., z.B. Kräuter u.a.

Durch die Führung zusätzlicher Produkte könnte sich die Verkaufsstelle selber tragen. Um diese Frage zu beurteilen, bedarf es eines detaillierten Betriebskonzeptes und einer Abschätzung der Marktchancen.

5. Ideenaustausch und Weiterbildung:

- Regelmäßige Treffen zum Erfahrungs- und Ideenaustausch zwischen den Kunsthandwerkern;
- Anbieten von Kursen: Aufgreifen und Weiterentwicklung von traditionellen Waldviertler Formen und Bearbeitungstechniken, gegebenenfalls heben der künstlerischen Qualität, Produktfindung usw. für die verschiedenen Produktgruppen;
- Seminare zur Stärkung der Identität der Kunsthandwerker im Waldviertel durch Bearbeiten aktueller geschichtlicher Aspekte, der Rolle des Kunsthandwerkes in der Bevölkerung, wecken des Bewußtseins für Gemeinschaft und Solidarität untereinander (heraus aus der Isolation);
- Workshops zur Kontaktmöglichkeit zwischen Kunsthandwerkern und Interessierten am Kunsthandwerk und Konsumenten, u.a. gezielte Förderung von Stadt-Land-Kontakten.

Wie aus der Erhebung hervorgeht, gibt es sehr viele Kunsthandwerker im Waldviertel, die eine große Palette qualitativ hochwertiger Produkte erzeugen.

Dieser Bericht soll eine Diskussion darüber anregen, in welcher Form eine Förderung des Kunsthandwerkes zielführend sein könnte, um dadurch eigenständige Regionalentwicklung im Waldviertel zu stärken.



Initiative Kunsthandwerk Waldviertel
Schritt für Schritt

1984 - **VORARBEITEN**

= Situationsanalyse

aktivierende Befragung der BWI unter 32 Kunsthandwerkern
im Waldviertel

Ergebnis: * Hauptproblem ist Vermarktung

- * Kunsthandwerker untereinander wenig Kontakt
- * Beratung zur Qualitätsverbesserung fehlt

1985 - **AKTIVIERUNG**

= Interesse wecken

Alle befragten Personen und viele andere, deren
Adressen gesammelt wurden, werden von der BWI zu
ersten Treffen eingeladen.

Dort wurde von Kollegen Dieter Vöröš der schon er-
folgreich bestehende Verein "Steirische Kunsthandwerks -
Initiative" und seine Arbeit vorgestellt.

Elisabeth Pichler, Regionalbetreuerin und Bernhard
Schneider, Arbeitsmarktbetreuer übernehmen aufgrund
des großen Interesses der Waldviertler Kunsthandwerker
den Aufbau einer ähnlichen Initiative im Waldviertel.
Hauptziel ist die Schaffung einer gemeinschaftlichen
Vermarktungsorganisation ihrer Mitglieder.

- * Durch Verkauf der Kunsthandwerk-Produkte auf Märkten
und Ausstellungen kann zusätzliches Einkommen er-
wirtschaftet werden.

* Das gemeinsame Auftreten verhilft dem Waldviertler
Kunsthandwerk zu mehr Bekanntheit und Anerkennung.

* Die Zusammenarbeit erleichtert das Kennenlernen, den
Erfahrungsaustausch. Neue Ideen werden umgesetzt.
Die gegenseitige Unterstützung entlastet bei der
zeitaufwendigen Verkaufsarbeit.

Im Juni findet der 1. Waldviertler Kunsthandwerksmarkt
im Schloß Rosenau bei Zwettl statt.

Diese Aktivität findet große Zustimmung und auch Käufer
bei den Besuchern.

Das ermutigt zum Weitermachen.

1985/86 - **PROJEKT MANAGEMENT**

= Lernen durch gemeinsames Tun

Bis es zu einer Ausstellung oder einem Markt kommt,
sind viele Gespräche, Vorarbeiten und gemeinsame
Treffen notwendig. Die BWI, vertreten durch Elisabeth
Pichler und Bernhard Schneider übernehmen die nötige
Organisationsarbeit unter Einbeziehung der beteiligten
Kunsthandwerker. Ebenso gewährt die BWI finanzielle
Unterstützung. Mit vereinten Kräften ist so eine
Anzahl an Verkaufsmöglichkeiten zu verwirklichen. Aus-
stellungen, Märkte, Kommissionsgeschäfte werden organi-
siert. (siehe Liste im Anhang)

1987 - **GRÜNDUNG EINER ORGANISATION**

= eigener Verein der Kunsthandwerker/innen des Waldviertels.

Erarbeitung von Statuten

- = Ziele und Arbeitsweise des Vereins
- = Rechte und Pflichten der Mitglieder
- = Rechte und Pflichten des Vorstandes

Information über Vereinsrecht