

STROH ZU GOLD

Ideen und Anleitungen zur kreativen Nutzbarmachung
regionaltypischer erneuerbarer Rohstoffe

Idee & Gestaltung: Dr. Lygia Simetzberger, Februar 2005

STROH ZU GOLD

Ideen und Anleitungen zur kreativen Nutzbarmachung
regionaltypischer erneuerbarer Rohstoffe

Idee & Gestaltung: Dr. Lygia Simetzberger, Februar 2005

- ✚ Das folgende Konzept basiert auf einer weitaus umfassenderen Sammlung von Projektideen und Entwürfen.
- ✚ Es ist sofort umsetzbar, größtenteils mit verhältnismäßig geringem finanziellem und zeitlichem Aufwand.
- ✚ Es nutzt vorhandene Ressourcen und Potenziale.
- ✚ Es kann in der bestehenden Infrastruktur umgesetzt werden.
- ✚ Es ist ausbaufähig.
- ✚ Es beinhaltet eine Fülle von anwendbaren Ideen, angefangen von einfachen Mitbringeln und Spielgegenständen bis zur Gestaltung von eindrucksvollen Events.

Wenn auch die meisten Beispiele im Anhang die Materialien Stroh und Heu als Grundstoffe nutzen, können bei der weiteren Entwicklung des Projektes auch viele andere regionaltypische Rohstoffe einbezogen werden.

Dr. Lygia Simetzberger (GIA), 7540 Neusiedl bei Güssing 59, Tel./Fax 03328/32083,
Handy 0664-5671784, E-Mail Simetzberger@A1.net

Die Autorin ist freischaffende burgenländische Künstlerin (Bildhauerei, Malerei, Literatur), promovierte Juristin mit PR-, Marketing- und Coaching-Erfahrung, Uhdlerproduzentin, und manches mehr... Sie engagiert sich seit 1989 für eine eigenständige Regionalentwicklung mit dem Arbeitsschwerpunkt Kreativität. Kreative Potentiale zu entdecken, zu aktivieren und zu nutzen – diese Aufgabe soll sowohl den BewohnerInnen des (Süd-)Burgenlandes als auch den Gästen der Region zugute kommen.

WAS?

Stroh zu Gold machen...

Nun, zumindest mehr Wohlstand in die Region bringen!

Diese Mappe soll einige regionaltypische Beispiele¹ von Verwertungs- bzw. Gestaltungsmöglichkeiten aufzeigen von ganz klein bis ganz groß.

✚ Klein:

- ✚ für den Verkauf von Souvenirartikeln
- ✚ als Maskottchen bzw. Grundlage für ein Logo
- ✚ als Beigabe z.B. in Geschenkverpackungen
- ✚ einfachere Vorgaben für Kreativ-Workshops

✚ Mittel:

- ✚ Als Blickfang bei Werbeveranstaltungen, Messen
- ✚ Hintergrund bei Pressekonferenzen
- ✚ in Foyers von Hotels, Banken, Thermen
- ✚ Anleitungen für Kreativ-Workshops

✚ Groß:

- ✚ Anleitungen für Kreativ-Workshops
- ✚ Individuelle Gestaltung von Volksfesten
- ✚ Regionaltypische Kunst-Symposien
- ✚ Sonstige Events
- ✚ Land Art, Skulpturenpark, Skulpturenmeile, Installationen
- ✚ sonstige Open Air-Nutzung

¹ Es liegen noch weitere Skizzen und Materialbeispiele der Autorin vor, bzw. ergeben sich laufend neue Ideen.

Wie?

Dies kann am anschaulichsten anhand von

- ✚ Skizzen (siehe Anhang)
- ✚ einer Muster-Kollektion (Prototypen und Mini-Skulptur-Modelle)

gezeigt werden.

Die Modelle geben zusätzlich Feedback über Machbarkeit, Materialbedarf und Zeitaufwand.

Zwei **Gestaltungsbereiche** sind grundsätzlich zu unterscheiden:

1. Kunsthandwerk bzw. Volkskunstcharakter („Traditionell“)
2. Freie Gestaltung – Kunst („Avantgarde“)

Beide können nebeneinander geschehen, sollten aber nicht vermischt werden.

Kriterien:

In der Region mit regionaltypischen natürlichen Materialien geschaffen.
Regionaltypische Symbolik (gilt nicht in vollem Umfang für „Avantgarde“).
Einfachheit, aber Originalität.
Urigkeit, aber kein Kitsch.

Herstellung

 auf verschiedene Weise:

- ✚ KünstlerInnen bzw. KunsthandwerkerInnen
- ✚ in Heimarbeit bzw. in geschützten Werkstätten
- ✚ Fertigung in Betrieben (gewerblich, landwirtschaftlich)
- ✚ mit Anleitung in Workshops für Kids, Youngsters, Gäste, Vereine, Senioren, Manager,...
- ✚ unter fachkundiger Anleitung als Vorbereitung von Events
- ✚ im Rahmen regionaler und internationaler Symposien

kurzum, man sieht, die Region kann auf vielfältige Weise davon profitieren!

Auch von der **Verarbeitung** her können die Produkte unterschiedlich ausfallen: vergänglicher (z.B. Outdoor-Skulpturen) und haltbarer (durch entsprechende Verfahren, Oberflächenbearbeitung etc.).

WOZU?

Die elementare Frage nach dem Nutzen kann mit einigen Stichworten beantwortet werden:

Kleine und mittlere Gegenstände

- + Vermarktungsmöglichkeit – Zusatzgeschäft für Weinverkauf, Direktvermarkter, Freilichtmuseen, Hotel-Satellitenshops, bei Veranstaltungen als Andenken, Mitbringsel, Spiel- oder Dekorationsgegenstand
- + Gestaltungsmöglichkeit – Imagefaktor
- + Einsatz im Wellness-Bereich
- + Beschäftigungsmöglichkeit – z.B. Kinder-Animation, Senioren-Animation

Große Gegenstände

- + geben Events den Charakter – Anziehungspunkt
- + sind zu besichtigen bzw. zu benutzen (u.a. richtiggehende Gebrauchsgegenstände)
- + Vermarktungsmöglichkeit von Zweckgegenständen
- + Versteigerungsmöglichkeit von größeren Objekten

WAS?

Stroh, Heu, Schilf, Wolle, Holz, Sägespäne u. dgl. sind bekanntlich auf vielfältigste Weise wieder verwendbar. Das Burgenland hat lange vielfältige Tradition – z.B. Korbflechten, Strohdächer u.v.m.

Hier geht es um neue kreative Ideen für die Nutzung².

Die skizzierten Ideen beinhalten Objekte, die den folgenden Bereichen zuzuordnen sind :

- + Andenken
- + Ziergegenstände
- + Spielgegenstände
- + Wellness-Artikel
- + Gebrauchsgegenstände
- + Gestaltende Elemente
- + Objekte mit Erlebnischarakter

² Das heißt, auch sonstige Verwertungsmöglichkeiten wie z.B. Kompostierung, Wärmedämmung, Gesundheitsprodukte wie z.B. Heukissen etc. sind in diesem Konzept ausgespart.

WER BRAUCHT WAS BZW. IST BEREIT, DAFÜR ZU ZAHLEN?

1. Gäste, aber auch Einheimische bei Besuchen von Shops bzw. Veranstaltungen, in der Unterkunft

Die Figürchen können ein Hit werden! Voraussetzungen: Objekte müssen ansprechen, also originell bzw. lustig sein, an etwas Angenehmes (z.B. einen netten Heurigenbesuch) erinnern, sauber hergestellt sein, kein allzu hoher Preis, richtig positioniert sein (es wird nach **typischen Mitbringeln** gesucht, es ist aber auch mit **Impulskäufen** zu rechnen!).

Ein Plus gegenüber vielen anderen Waren: Stroh-/Heugegenstände sind leicht und damit leicht transportierbar bzw. versendbar (Spezialthema Verpackung!).
Noch ein Bonus: In einer Überflutung mit Billig –und Kunststoffprodukten fallen neue, originelle, freilich moderate Artikel „Made in Austria“ angenehm auf³.

2. Gemeinden, Betriebe und sonstige Einrichtungen, die mit Veranstaltungen dazuverdienen (direkte Rentabilität) bzw. zumindest an Attraktivität (indirekte Rentabilität) gewinnen möchten

Voraussetzungen: individuelles Konzept („maßgeschneidert“), sei es für ein einmaliges oder für ein wiederkehrendes Ereignis.

Da viele Einrichtungen Bedarf an eigenständigen Events hätten, dazu Impulse von außen benötigen, jedoch oft nur über ein geringes Budget verfügen, ist dabei an die Nutzung von Förderungen zu denken. Außerdem genügen für einfachere Events die kreativen Impulse: z.B. eine Planung mit dem Fachmann an Ort und Stelle, Ausgabe von Musterskizzen mit einer Anleitung, eventuell Aufbau eines der Objekte unter Aufsicht. Die weitere Durchführung erfolgt durch ehrenamtlich aktive Einheimische, auch sonstige Gruppen-Projekte sind möglich (z.B. Gestaltung durch eine Schulklasse o.dgl.)⁴.

Ideal bieten sich die „Florianijünger“ als Aktive an, denn bei Verwendung von brennbaren Materialien bei Events sollte natürlich der Brandschutz in Planung und Ablauf eingebunden werden – also eine ideale Partizipation bzw. Präsentation der Ortsfeuerwehren!

So kann eine finanziell schwache Gemeinde mit viel Eigeninitiative die Durchführung weitgehend allein abdecken und braucht nur einen Beitrag für den Zeitaufwand des fachkundigen Beraters zu entrichten (der sich ganz gewiss amortisiert).

STROH ZU GOLD – Seite 5

³ Haben Sie schon mal die mit Enzian und Edelweiß bemalten Souvenirtellerchen umgedreht, die bei uns erhältlich sind? Unsere Souvenirs kommen aus Italien, China, Deutschland... Ich schäme mich jedes Mal, wenn ich für meine japanische Brieffreundin nach typisch österreichischen Geschenken suche!

⁴ An dieser Stelle sei auch an die wertvolle Hilfe seitens vieler höherer Schulen im Burgenland gedacht, die in der Lage sind, Projekte zu entwickeln bzw. zu unterstützen.

WIE kann damit begonnen werden?

Sind einmal die Ideen da, ist es nicht weit zur Tat!

Die Ideen müssen allerdings zunächst noch zu denjenigen gelangen, die diese benötigen, seien es die potenziellen Produzenten, seien es die Verkäufer, seien es die Veranstalter.

- ✚ Dazu leistet sicher die burgenländische Kreativwirtschaft einen bedeutenden Beitrag.
- ✚ Es sind aber vom Land auch die Medien dafür zu gewinnen, bzw. sollte möglichst Präsenz – z. B. öffentliche Räume - geschaffen werden.
- ✚ Kontaktaufnahme mit Informationsdiensten der Tourismusbranche und der Landwirtschaftskammer, aber auch mit höheren Schulen und sich daraus ergebende Kooperationen können hier nur angedacht werden.
- ✚ Die Präsenz im Internet - auch in Form von Vernetzung – ist heute schon obligat.
Man darf ruhig in größerem Rahmen denken – womöglich wird die Idee, Auslandsburgenländern eine Internet-Bestellmöglichkeit für Strohplüppchen aus der Heimat zu offerieren, sogar zum größten Verkaufshit, man denke an die weltweite Beliebtheit der Sachertorte? Oder das Uhudlerweiberl gefällt den Japanern? Kühn, aber nicht unmöglich!
- ✚ Die Gemeinden und Tourismusverbände sollten informiert werden, dass es ein kreatives „Stroh zu Gold-Event-Service“ gibt (eventuell, dass Fördermöglichkeiten bestehen), einzelne ausgesuchte (prädestinierte) Gemeinden könnten vielleicht vor einer allgemeinen Ausschreibung kontaktiert werden,... während bei einigen Tourismus-Shops schon bald Testmärkte für Mini-Figuren eingerichtet werden könnten. Dazu genügen geringe Stückzahlen, die Auflage kann dann entsprechend erweitert werden.

Hierbei handelt es sich nur um einen groben Rahmen. Dieser zeigt aber bereits auf, dass sich diese und noch weitere Ideen unmöglich von einer einzigen Person in die Tat umgesetzt werden können. Dazu bedarf es vieler Hände!

Abschließend....

Nach einer These der modernen Kommunikationswissenschaft behauptet sich immer jenes Individuum am besten, das am flexibelsten ist.

Analoges gilt wohl auch für Regionen... Ich bin überzeugt, dass wir in unserer Region nur eine reale Chance haben, unseren Lebensstandard zu halten bzw. zu verbessern, nämlich, wenn wir höchst kreativ ans Werk gehen, sei es um damit attraktiver für Gäste werden, sei es um möglichst innovativ in der Produktentwicklung zu sein.

Dann wird es uns womöglich wirklich gelingen,

Stroh in Gold

zu verwandeln!

Lygia Simetzberger (GIA), 7540 Neusiedl bei Güssing 59, Tel./Fax 03328/32083,
Handy 0664-5671784, E-Mail Simetzberger@A1.net