



Kultur  
prägt

Region und  
Identität in  
Rheinland-Pfalz

# Pirmasens: Kreativ vom Scheitel bis zur Sohle

## Im Gespräch mit Mark D. Schlick, Leiter des Amts für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften in Pirmasens

*Pirmasens steht seit über 200 Jahren für ein nicht wegzudenkendes Kleidungsstück: Schuhe. Dank der hier ansässigen Schuhindustrie zählt Rheinland-Pfalz auch heute noch zu den bundesweit bedeutenden Produktionsstandorten. Immer noch produzieren hier große Marken. Pirmasens ist Sitz der Deutschen Schuhfachschule, einer Fachhochschule und des Internationalen Schuhkompetenz Centrums (ISC). Über den Umgang mit dem traditionsreichen Handwerk und Perspektiven der Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum haben wir mit Mark D. Schlick, Leiter des Amts für Wirtschaftsförderung und Liegenschaften in Pirmasens, gesprochen.*

**ZIRP:** Herr Schlick, würden Sie sagen, das Herz der Menschen in Pirmasens schlägt besonders für Schuhe?

**Mark D. Schlick:** Im Grunde schon, wenngleich sich vieles gewandelt hat in der Vergangenheit. Wo wir einst eine Monostruktur ‚Schuhproduktion‘ vorfanden, sind heute sehr vielschichtige Gewerke entstanden. Viele dieser neuen Branchen haben ihre Wurzeln in der Schuhindustrie, wie zum Beispiel unsere Nischenkompetenz im Sondermaschinenbau, in der Intralogistik, oder der Textil-, Kunst- und Klebstofftechnik. Wir haben nach wie vor ein engmaschiges, weltweit einzigartiges und hochqualitatives Firmennetzwerk rund um das Thema ‚Schuh‘.

Wie geht die Stadt mit diesem Alleinstellungsmerkmal um?

**Schlick:** In der Vergangenheit wurde der Wegzug der produzierenden Schuhindustrie in einem Atemzug mit der Schrumpfung der Stadt und den daraus resultierenden strukturellen Auswirkungen genannt. Insofern hatte das Image der einst prosperierenden ‚Schuhmetropole‘ im Südwesten gelitten. Die Stadt arbeitet jedoch weiterhin sehr eng mit den verbliebenen Schuhunternehmen am Standort Pirmasens zusammen. Dies drückt

sich in einer intensiven Bestandspflege aus, wozu unter anderem Fördermittelberatung, strategisches Liegenschaftsmanagement und Wissenstransfer in Verbindung mit Kontaktabbauungen zu Forschungseinrichtungen gehören. Das heißt, wir sehen uns weiterhin als Schuhstadt, jedoch in einem völlig neuen Kontext: Unser Ansinnen ist die Zusammenführung von Innovation und Tradition am Standort Pirmasens und dadurch der Traditionsindustrie eine Zukunft in der Stadt zu bieten. Dies gelingt bisweilen über den Aufbau regionaler Netzwerke zu den ansässigen Forschungseinrichtungen und den umliegenden Oberzentren mit ergänzenden Forschungsschwerpunkten.

Ein klares Bekenntnis zur Kultur- und Kreativwirtschaft am Standort ist die Fachmesse ‚KREATIVITTI‘, die 2017 erstmals in Pirmasens stattfinden wird. Woher kam die Initiative zu diesem Branchentreffen?

**Schlick:** Vor etwa fünf Jahren haben wir begonnen, ein lokales, informelles Kreativwirtschaftsnetzwerk unter dem Namen PS:KREATIV aufzubauen. Dieses Netzwerk trifft sich regelmäßig um sich projektbezogen auszutauschen. Die Leitung dieses Netzwerkes obliegt der Wirtschaftsförderung. Aus diesem Netzwerk heraus bildeten sich konkrete Strukturwandelprojekte heraus: Pop-Up-Stores, Pop-Up-Ateliers, das Art-Café ‚Kunstgenuss‘ ist daraus erwachsen und vieles mehr. Dieses Netzwerk wurde durch Unterstützung der Zukunftsregion Westpfalz e.V. (ZRW) unter dem analogen Titel WESTPFALZ:KREATIV auf die regionale Ebene gehoben. Durch intensive Gespräche mit der ZRW wurde uns schnell klar, dass wir eine Plattform bauen müssen, um den angestrebten Wissenstransfer zwischen den kreativen Industrien einerseits und den produzierenden Industrien andererseits auch konkret zu vollziehen. Eine Messe in Verbindung mit einer Tagung erachteten wir als ein geeignetes Instrument.



### Warum ist Pirmasens der richtige Ort dafür?

**Schlick:** Pirmasens, konkret das Amt für Wirtschaftsförderung, war und ist die Triebfeder für die organisierte kultur- und kreativwirtschaftliche Bewegung, wie wir sie aktuell in der Region Westpfalz vorfinden. Insofern sollte der Geburtsort dieser Bewegung auch der Austragungsort der Messe werden. Darüber hinaus verfügt Pirmasens über ein Messegelände mit entsprechender Infrastruktur. Jährlich finden dort zahlreiche Verbraucher- und Fachmessen statt, die sich steigender Besucherzahlen erfreuen. In das Segment der sogenannten Special-Interest-Messen passt die KREATIVITTI bestens hinein. Des Weiteren verfügt Pirmasens über eine sehr vitale Kreativszene, die bis dato etwas unterrepräsentiert war, bzw. bisher noch nicht als marketingstrategischer Faktor wahrgenommen wurde. Wir verfügen in Pirmasens über nahezu ideale Ansiedlungsbedingungen für smarte, kleine Start-Ups, die nicht unbedingt die Metropolen dieser Welt aufsuchen wollen, sondern vielleicht das grenzüberschreitende Biosphärenreservat Pfälzerwald-Nordvogesen bevorzugen, eine schnelle Datenleitung benötigen und günstig mieten oder kaufen wollen. Darüber hinaus stellt Pirmasens für das Einzugsgebiet der Messe die geographische Mitte dar, so dass niemand länger als maximal zwei Stunden Anfahrtszeit einkalkulieren muss.

### Welche Ziele verfolgen Sie mit der Messe?

**Schlick:** Die KREATIVITTI soll eine Leistungsschau für Innovation, Kultur- und Kreativwirtschaft des Südwestens sein. Über die Messe sollen einerseits die elf Teilbranchen der Kreativwirtschaft untereinander vernetzt und andererseits mit sonstigen Industrien und Dienstleistern zusammengeführt werden. Das Thema Wissenstransfer zwischen Forschung und Entwicklung, Kreativwirtschaft und sonstigem Gewerbe ist ein wesentliches Ziel der Messe. Insbesondere KMU, die sich keine eigene Kreativabteilung in ihrem Unternehmen leisten wollen und können, haben die Möglichkeit, auf der Messe Projektpartner zu finden. In diesem Kontext zu sehen ist auch das Thema Arbeitgeberattraktivität: Um als Mittelständler bei den künftigen Fachkräften auf Aufmerksamkeit zu stoßen, bedarf es einer modernen, zeitgemäßen Ansprache der Generation ‚Y‘ oder ‚Z‘. Dabei sind Homepage-Design, Entwicklung eines Imagetrailers und Corporate Designs, Nutzung der Web 2.0-Medien und Industrie 4.0

genauso wichtig wie ein ansprechendes Arbeitsumfeld. Darüber hinaus sollen junge Menschen dafür sensibilisiert werden, dass man auch in Rheinland-Pfalz und konkret in der Westpfalz auf ein breites Angebot an kreativen Jobangeboten zurückgreifen oder als Kreativ-Gründer in einem passenden Milieu starten kann.

### Hat es die Kultur- und Kreativwirtschaft im ländlichen Raum schwerer als im städtischen Umfeld?

**Schlick:** Das kann man so pauschal nicht sagen. Es kommt immer darauf an, was man als Kreativ-Unternehmen von seinem Umfeld erwartet und daraus macht. Ich persönlich kenne hervorragende Kreativwirtschaftsunternehmen, die in dörflich geprägten, grenznahen Randregionen zuhause sind und sich ein hervorragendes Geschäftsfeld aufgebaut haben. Eines steht allerdings fest: Wenn es um die digitale Infrastruktur geht, sind in der Regel Städte besser ausgestattet als dünn besiedelte ländliche Regionen, so dass die Wahrscheinlichkeit, auf digital affine Unternehmen zu stoßen, in den Städten eine höhere ist als in dörflich strukturierten Gegenden. Ein weiterer Aspekt ist das Zusammenkommen mit anderen Kreativen. Die Netzwerke in Städten sind großteils zahlreicher, umfänglicher und vielschichtiger, was sich wiederum rückkoppelt mit der Urbanität einer Stadt. Wo Kreative sind, bewegt sich etwas, werden neue, unkonventionelle (Zwischen-)Lösungen gefunden. Der Austausch ist rege und der konstruktive und kreative Output dadurch meist hoch, auch hinsichtlich der Inanspruchnahme von Leerständen.

### Pirmasens im Jahr 2030 – was sehen Sie, was wünschen Sie sich für den Standort?

**Schlick:** Mein Ziel ist es, aus der Schuhstadt Pirmasens ein smartes, buntes Mittelzentrum mit stabiler Einwohnerzahl und vielen individuellen, qualitativ hochwertigen Spezialangeboten zu machen. Eine Biosphärenstadt, in der sich kreative Gründer eine Familie ‚leisten‘ und trotzdem in sicherer, sauberer Umgebung ihr Business erfolgreich voranbringen können. Verfolgen wir unsere Ziele der Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung weiterhin so konsequent wie bisher, besteht die Chance, aus Pirmasens einen Kreativleuchtturm inmitten einer herrlichen Naturlandschaft werden zu lassen. ■