

Wirtschaft

Ambassador's Grunge

Erneut starten österreichische Labels einen Versuch, um jenseits des Walsbergs zu landen – mit staatlicher Hilfe.

Thomas Jäkke

Kurt Cobains Grunge betörte ursprünglich nur ein spezielles Publikum, bis er und sein Genre Anfang der 1990er im großen Stil weltweit vermarktet wurden. Ein Vorbild, das Österreichs Independent-Szene nun imitieren will, um von der Nichtbeachtung, vom Nebenschauplatz aus, auf sich aufmerksam zu machen. Und um das Image heimischer Musikkultur abseits von U-Musik endlich nach einigen vergeblichen Versuchen aufzupolieren.

Ein erneuter Versuch also. Mithilfe staatlicher Unterstützung soll es nun klappen. Das eigens dafür gegründete Austrian Music Ambassador Network (AMAN), das als Verein derzeit bei 24 Mitgliedern hält, soll die Interessen der österreichischen Labels und Musiker über die Landesgrenzen hinaus vertreten. Electronic und World Music, Alternative, Rock und Pop sowie Jazz made in Austria sind die Musikgenres, die unter einem gemeinsamen Dach vermarktet werden sollen. Schwerpunkte der AMAN-Labels sind die beiden großen und bedeutenden Märkte Deutschland und Großbritannien.

Ähnliche Initiativen waren bisher gescheitert oder hatten wie im Fall von Mica, das sich derzeit reorganisiert, zuletzt nur wenig Zählbares hervorbracht. Und auf die Unterstützung der großen Musikkonzerne können gerade unbekannte Musiker und diejenigen, die nicht dem Mainstream frönen, nicht hoffen. Wiewohl mit dem Musik-Multi Universal interessanterweise ein Major AMAN-Mitglied ist. Und Sony Music, so bestätigen AMAN-Mitglieder, will ebenso bald im Teich des Independent-Vereins mitfischen.

AMAN-Obmann Stefan Dorfmeister, im Hauptberuf Label Manager bei G-Stone Recordings in Wien, hat für sein ambitioniertes Netzwerk staatliche Starthilfe erhalten. Eine Finanzspritze in Höhe von 400.000 Euro bekommt das AMAN-Unternehmensnetz vom Bund und von der Stadt Wien als Finanzspritze – das staatliche Austria Wirtschaftsservice (IP Impulsprogramm Kreativwirtschaft) sowie Departure und ZIT (Stadt Wien) schießen jeweils die Hälfte zu. Die in AMAN vernetzten Unternehmen zahlen jeweils 500 Euro pro Jahr als Mitgliedsbeitrag in die Vereinskasse.

Profit für große und kleine Labels

Dass dabei mit Universal und bald auch mit Sony Music zwei multinationale Konzerne von den Steuergeldern profitieren, die sich üblicherweise im Nischengeschäft nicht besonders durch Aktivität auszeichnen, sieht AMAN-Obmann Dorfmeister nicht als Problem: „Wir machen Dinge, die der Einzelne nicht tun kann. Wir vernetzen uns untereinander, aber auch mit dem Handel der Szene, mit den Konzertveranstaltern und PR-Profis.“ Quartalsweise wird ein aus sieben Mitgliedern bestehendes AMAN-Gremium sogenannte „Priority Releases“ präsentieren. Hörproben sollen auch

via Internet präsentiert werden. Zwei Jobs werden dabei geschaffen. Weitere drei Agenten, „Ambassador“ genannt, sind in Deutschland unter Vertrag, um AMAN und seine Labels bekannt zu machen. Die Ambassador-Suche in England dauert noch an.

„Wir hauen uns auf ein Packerl und versuchen, ein Label auf beiden Märkten zu promoten“, beschreibt Dorfmeister eine neue Partnerschaft zwischen

Multis und Labels kleinerer und mittlerer Größe im Netzwerk.

Steuergelder hin oder her – nicht nur der heimischen Musikindustrie geht es offenbar um Höheres. Das indirekte staatliche Sponsoring von multinationalen Konzernen, die finanziell eher nicht darauf angewiesen wären, ist auch für die Wiener Finanzstadträtin Renate Brauner kein Problem: „Es sind große und kleine Unternehmen an dem Projekt beteiligt.

Die heimische Kreativwirtschaft wird dadurch besonders gefördert.“

In drei Jahren soll jedenfalls Bilanz gezogen werden. „Das Projekt muss sich selbst tragen“, erklärt AMAN-Chef Dorfmeister, „nach dem dritten Jahr wird es eine Evaluierung geben.“ Sollte das Modell keine reife Ernte bringen, heißt es für die AMAN-Unternehmen Geld nachschießen.

www.aman.ag

Warum sich mit Themen beschäftigen, die zuviel Ihrer wertvollen Zeit kosten? Wenden Sie sich gleich an den Spezialisten: Kapsch BusinessCom ist Marktführer im Bereich IT- und Kommunikationslösungen für Unternehmen jeder Größe und kennt daher sämtliche Anforderungen dieses Umfeldes. Von der Netzwerkarchitektur über moderne Sprach- und Datenlösungen bis zu umfassenden Sicherheitssystemen. Wenn Sie mehr über Kapsch wissen wollen, besuchen Sie uns unter www.kapsch.net.

kapsch >>>
always one step ahead

Überlassen Sie uns ruhig Ihre IT.
Denken Sie lieber an was Schönes.



Kapsch BusinessCom

