

impulse für die „Unzufriedenen“

Großzügig, unbürokratisch, flexibel und verständnisvoll im Umgang mit seiner Klientel: unverzichtbare Eigenschaften einer Support-Initiative für die Kreativwirtschaft. Das bundesweite Förderprogramm impulse nimmt dergleichen für sich in Anspruch und macht kreativen Köpfen Mut, aus guten Ideen marktfähige Produkte, Verfahren und Dienstleistungen zu entwickeln.



Zero Inch Mastermind
Georg Lauteren mit Mitstreiter
Philipp Haffner



Orhan Kipcak, Gründer von adm
und Erfinder des interaktiven
Informationssystems DESI



Robert Höldrich, Erfinder des
3D-Soundmixer



Alois Sontacchi, Erfinder von
SoundArt

Man muss sich Kreativunternehmer als unzufriedene Menschen vorstellen. Unzufrieden nicht im (typisch österreichischen) Sinne von grantig, raunzend, antriebslos und misanthropisch. Vielmehr eine Unzufriedenheit mit dem Leben wie es ist, aber aus der (untypisch österreichischen) Perspektive des Verändern-Wollens. Einer dieser Unzufriedenen ist Georg Lauteren. Als DJ Glow gilt er als Fixstern am Firmament elektronischer Musik und beschallt seit gut 20 Jahren nationale wie internationale Clubs. Für den Vinyl-Freak hat auch Musik im mp3-Format ihre Berechtigung. Ihn stört allerdings „die Aufbereitung der Musik in Onlineshops und die erschreckend miese Qualität der digitalen Audiofiles“. Anstatt zu jammern, fasste er mit einigen Mitstreitern den Entschluss, selber ein Downloadportal für elektronische Musik zu kreieren: 'Zero Inch' „Wir wollen jene Musik online anbieten, die uns gefällt. Mit starkem Fokus auf Musik aus Österreich, aber in einem internationalen Kontext präsentiert“, so Georg Lauteren. Seit Frühjahr 2008 ist der Store mit mehr als 15.000 Titeln online (www.zero-inch.com).

Was unterscheidet Zero Inch von Marktführern wie iTunes? „Zunächst einmal die absolut tadellose Qualität der Soundfiles und dann ein Redaktionssystem, das jeden Track, jeden Musiker in einen informativen Kontext stellt, inklusive Fotos und Biographien“, so Georg Lauteren. Besonders stolz ist er auf das „location-based browsing“, das alle unter Zero Inch vertretenen Künstler auf einer Landkarte verortet und mit lokalen Events, Informationen zu den jeweiligen Szenen und Labels vor Ort verknüpft. Damit sei Zero Inch mehr als ein Laden, sondern virtueller Treffpunkt und Abbild der nach wie vor quicklebendigen Elektronikszenen. Zudem punktet der Store durch ansprechendes wie funktionelles Design und speist potenzielle Käufer nicht wie bspw. iTunes mit 30-sekündigen Teaser-Schnipseln ab. Von jedem Track können beliebige Ausschnitte vorgehört werden. Es liegt auf der Hand, dass Entwicklungsarbeit und Marketing trotz an Selbstaubeutung grenzendem Engagement nicht ohne Eigenkapitalbasis zu bestreiten sind. Unterstützung holte sich Georg Lauteren bei impulse. Das Förderprogramm wurde 2004 als Impulsprogramm kreativwirtschaft in der austria wirtschaftsservice (aws) ins Leben gerufen. impulse ist Teil des vom Bundesministerium für



impulse

impulse support

Förderung innovativer Projekte

- impulse XL: Fördersumme bis 50% der Projektkosten,

max. 200.000,-, Laufzeit 3 Jahre

- impulse XS: Fördersumme bis 70% der Projektkosten, max. 45.000,-, Laufzeit 1 Jahr

impulse training

we-workshops, Know-how und Ausbildung für Gründer und Jungunternehmer

impulse awareness

Netzwerke, Leitprojekte (z. B. designforumMQ, werkraum bregenzeralwald, Kreatives Handwerk Tirol, Salzburg, OÖ), Veranstaltungen, Internationalisierung

Detaillierte Informationen zu impulse unter www.impulsprogramm.at

Wirtschaft und Arbeit initiierten Kreativwirtschaftsprogramms evolve und verfolgt ehrgeizige Ziele: Finanzielle Unterstützung („impulse support“) plus kompetente Beratung („impulse training“) sollen die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit heimischer Kreativunternehmen stärken und innovativen Lösungen zum Durchbruch am Markt verhelfen. Zudem versteht sich impulse als Lobbyinginitiative für die Creative Industries, deren Vernetzung sie vorantreiben und deren Stellenwert in der öffentlichen Wahrnehmung sie erhöhen will („impulse awareness“).

Sabine Pümpel, impulse-Programmlinierin: „Das Förderprogramm zielt auf arbeitsmarktpolitisch zunehmend relevante Kreativbranchen ab. Dazu zählen Schlüsselbranchen der Wissensgesellschaft wie Design, Multimedia, Musikwirtschaft, Audiovision und Film, Mode, Grafik, Werbung und der Kunstmarkt.“

Unabhängige Jurys wählen aus den eingereichten Projektvorschlägen jene aus, deren innovativer Gehalt hohes Marktpotential verspricht. Mit der Förderschiene „XL“ unterstützt impulse KMUs in kapitalintensiven Projektphasen oder bei der

Marktetablierung ihrer Innovationen. Mit der „XS“ Förderung können Personen und Kleinstunternehmen ihre Ideen auf inhaltliche Machbarkeit und Markttauglichkeit checken. In beiden Fällen flankiert impulse die monetäre Unterstützung mit individueller Beratung. Internationale Branchenexperten vermitteln in Workshops Know-how und Lust auf kreatives Unternehmertum.

Im Oktober und November 2008 demonstrierte die Multimediaausstellung impulse on the spot im Wiener designforumMQ die Bandbreite des Förderprogramms anhand der unterstützten Projekte. Videoanimationen, Info-Terminals, Texte, Bilder und Objekte führten dem Publikum die Innovationskraft der heimischen Kreativwirtschaft vor Augen. Auch die Ausstellungstechnologie erwuchs aus einem von impulse unterstützten Projekt: Mit dem interaktiven Informationssystem „DESI“ kämpfen Multimediadesigner Orhan Kipcak und sein Grazer Unternehmen admTM mit multimedialen Szenographien gegen antiquarische Museumskonzepte an. Ausstellungsobjekte erzählen ihre Geschichte, wenn sich ihnen Menschen nähern, Eintrittskarten merken sich die Museumstour eines Besuchers, die sich am Home-

computer wiederholen lässt (www.adm.at).

In so genannten Soundboxen präsentierte die Ausstellung impulse-geförderte Projekte mit elektroakustischem Schwerpunkt. Etwa die Musiksoftware 3D-Soundmixer des Grazer Wissenschafters Robert Höldrich, die Klang in seiner räumlichen Verteilung steuern kann. Die Illusion, dass Töne bei einer Aufführung von Musik aus unterschiedlichen Richtungen kommen, gehört damit für Tonmeister und Komponisten zum neuen Repertoire künstlerischen Ausdrucks. Der 3D-Soundmixer macht räumliches Hörerlebnis unabhängig von der Wiedergabesituation möglich und funktioniert mit Kopfhörer, Surround-Anlage, im Theater oder Konzertsaal.

Ein weiterer steirischer Akustik-Wissenschaftler, Alois Sontacchi, arbeitet mit impulse-Support an einer Software zur digitalen Analyse und Re-Synthese von Musik. Dank SoundArt lässt sich eine Sammlung von Audiofiles mittels MP3-Player genreübergreifend nach neuen Eigenschaften ordnen. Inhalte eines Stückes können durch Zitate aus anderen Stücken belegt und neue Musikstücke generiert werden. Als webbasiertes Tool ermöglicht SoundArt Künstlern wie der Industrie einen spielerischen Zugang zur Musik.



Sabine Pümpel, Programmleiterin impulse

MCP: Volks- und Schlagermusik auf gutem Weg

Seit über 30 Jahren liefert die MCP aus dem Tiroler Ötztal verlässlich Hits und Top-Seller im Schlager und Volksmusikbereich. Sound & Media traf Sales Director Thomas Michaeler zum Interview über ein durchwachsendes Jahr 2008 und den durchaus positiven Ausblick auf die kommenden Monate.

Wie würden Sie das Jahr 2008 aus Sicht der MCP beschreiben?

MICHAELER: Das Jahr 2008 hat uns mit einem schwierigen Umfeld konfrontiert, speziell die erste Jahreshälfte kann man durchaus als miserabel bezeichnen – nicht nur für uns, sondern ich denke für die gesamte Handelslandschaft im Tonträgerbereich. In der zweiten Jahreshälfte hat allerdings der Umsatz stark angezogen und auch das Weihnachtsgeschäft entwickelt sich sehr zufrieden stellend. Übrig bleiben wird ein geringes Minus im Vergleich zum Vorjahr, aber viel geringer, als man es zur Jahreshälfte vermuten hätte können.

Was waren die Highlights für MCP in diesem Jahr?

MICHAELER: Als absolute Highlights aus Sicht von MCP kann man die Performance der Amigos und der Ladiner bezeichnen. Die Amigos sind mit dem

Album „1 Tag im Paradies“ seit über 20 Wochen unter den Top Ten der Austria Top 40 und haben in den letzten beiden Jahren über 1,5 Millionen Alben verkauft. Auch der 2. Platz von Vincent & Fernando beim Grand Prix der Volksmusik war sehr erfreulich. Das neue Album „Einfach glücklich sein“ von Sigrid & Marina nimmt eine schöne Entwicklung und mit Andy Borg haben wir natürlich einen weiteren Star in unserem Artist Roster. Vom Weihnachtsgeschäft erwarten wir erfreuliche Ergebnisse. Neben dem üblichen Aktionsgeschäft mit Mehrfach-CD-Boxen u.ä. sollten die Weihnachtsalben von Künstlern wie die Ladiner oder auch Andy Borg eine schöne Performance verzeichnen.

Das klingt doch sehr versöhnlich zum Jahresausklang – wie schätzen Sie die Marktentwicklung generell ein?



Branchenkennner Thomas Michaeler