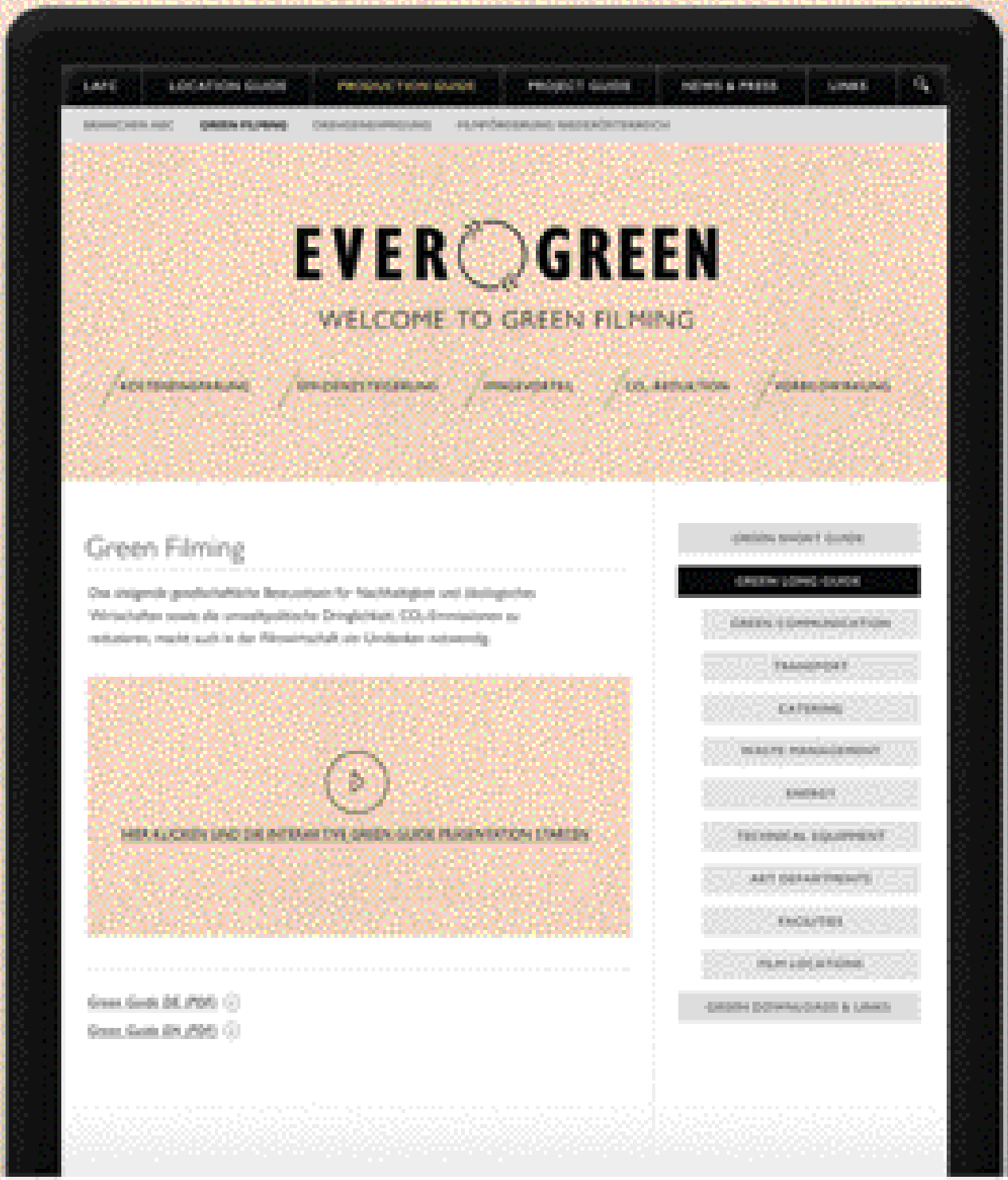
fsm

Film, Sound & Media

Das Magazin für die österreichische Entertainment- & Medienbranche

APRIL 2018



Der von der LOWER AUSTRIAN FILM COMMISSION initiativ entwickelte GREEN GUIDE zeigt, als umfassendes Maßnahmenbündel für sämtliche Aspekte der Filmproduktion, praktische Möglichkeiten auf, um Filme klimaneutraler und umweltverträglicher zu produzieren. Nachhaltiges Filmschaffen als zukunftsweisender Beitrag zu mehr ökologischer, ökonomischer und sozialer Verantwortung.

EDITORIAL

„Und der Amadeus Austrian Music Award geht an...“ heißt es wieder am 26. April, wenn zum 18. Mal die Verleihung des begehrtesten österreichischen Musikpreises im Wiener Volkstheater über die Bühne gehen wird. Der ORF überträgt live im zweiten Hauptabend. Erstmals wird Österreichs Song-Contest Gewinnerin Conchita als neuer Host der Amadeus Show durch den Abend führen. Alle Details zum Musik-Event des Jahres ab Seite 12.

2017 schloss der österreichische Musikmarkt mit einem Plus von 6,1 % ab. IFPI-Präsident Dietmar Lienbacher spricht über die positive Trendwende in der Musikbranche (Seite 14).

Gernot Blümel, Bundesminister für EU, Kunst, Kultur und Medien hat uns ein Interview gewährt und erläutert darin seine Einstellung zur heimischen Musik- und Filmbranche. Klar zu sein scheint: Kultur ist ihm ein Herzensanliegen (ab Seite 35).

Eine für das späte Frühjahr geplante große Medienenquete, wo es um ORF, Private Partnership, medienübergreifende Plattformen, Alternativen zu Google % Co gehen wird, wirft jedenfalls ihren Schatten voraus. So begehen zB. im April viele österreichische Privatradios ihr 20-jähriges Jubiläum. Wir baten Privatradiomacher in einem Rundruf um Statements zur aktuellen Situation und um Geburtstagswünsche (ab Seite 44).

Und VÖP-Vorstandsvorsitzender (und Geschäftsführer des einzigen bundesweiten Privatradios Kronehit) erläutert in seinem Interview die Ansichten des Privatsender-Verbandes zu einem umfassenden Konzept einer möglichen Rundfunkreform (Seite 48).

Die nächste Printausgabe von Film, Sound & Media erscheint knapp nach den Amadeus Austrian Music Awards Anfang Mai. Bis dahin, einen möglichst schönen Start in den Frühling.

Hannes Hochstöger, Herausgeber

PS: Newsletter einfach auf www.filmsoundmedia.at bestellen!

Cover:

EARLY MAN - STEINZEIT BEREIT
Regie: Nick Park
Drehbuch: Mark Burton
Genre: Animation, Family

Angesiedelt in der Vorzeit, als urzeitliche Kreaturen und wollige Mammuts die Erde bevölkerten, erzählt EARLY MAN, wie der gewitzte Steinzeitmensch Dug zusammen mit seinem Kumpel, dem prähistorischen Wildschwein Hognob seinen Stamm dazu bringt, gemeinsam den Kampf gegen die überheblichen Bronzezeitmenschen aufzunehmen und sich mit seinen ganz eigenen Mitteln durchschlägt.

„Early Man - Steinzeit Bereit“
(Constantin Film)
Filmstart: 26. April

Inhalt / APRIL 2018

musicbiz

4 **news**
10 **Kampagne:** Erste Bank & Tagtraeumer
12 **Amadeus:** die Nominees & Live-Acts
14 **Trendwende:** Ifpi-Chef Lienbacher im Interview
16 **AKM:** Make Internet Fair
18 **Raiffeisen:** Kiddy Contest, Frequency & Co
20 **Kreisky:** Bauch, Bein Po
22 **Jubiläum:** 25 Jahre Ursprung Buam
24 **new releases made in A.**

filmbiz

26 **news**
30 **Kino:** Wilde Mäuse erwünscht
32 **Jubiläum:** 40 Jahre Filmladen
34 **VFC:** neun Jahre - eine Bilanz
35 **Herzensanliegen:** BM Gernot Blümel im Interview
38 **Preis:** Ruth Beckermann in Berlin ausgezeichnet
40 **MipTV:** Cannes ruft

media

42 **news**
44 **Jubiläum:** 20 Jahre Privatradio
48 **VÖP:** Chance für dualen Rundfunk
50 **IP:** Eigenproduktion im Vordergrund
51 **Adgar:** Raiffeisen on top

rubriken

41 **Brief von der Akademie**
43 **reden-wir.at**
52 **Bücher, DVDs & Co**
55 **soundmobil**
56 **dates**
58 **Steirer-Mika & Comp.**

Impressum: Medieninhaber & Herausgeber: Kronos Verlag GmbH., 1130 Wien, Steckhoveng. 15, Tel. 0650-406 75 85, e-mail: office@filmsoundmedia.at, www.filmsoundmedia.at Herausgeber: Mag. Hannes Hochstöger; Redaktion: Mag. Irene Schwingenschlögl, Grafik: www.agnesschubert.at; Druck: Ueberreuter, Erscheinungsweise: monatlich, Jahresabo: 60.- Euro DVR: 092752.

Herzensbrecher Sunrise Avenue

Foto © Conny de Beauclair

l-r : Ulrich Raab, Raul Ruutu, Osmo Ikonen, Sami Osala, Riku Rajamaa, Samu Haber, Cornelius Ballin; vorne: Maja Arnautovic, Ulrike Kristen

Universal Music Austria verlieh der finnischen Band Sunrise Avenue Gold für ihr Album „Heartbreak Century". Das fünfte Album erschien im Oktober 2017 und stieg direkt auf Platz 2 der österreichischen Albumcharts ein und auch die erste Single „I Help You Hate Me" hielt sich insgesamt 14 Wochen in den Singlecharts. Ihr fünftes Studioalbum ist gleichermaßen Momentaufnahme wie Zeugnis der persönlichen und musikalischen Weiterentwicklung der Band. Nach dem Airplay-Hit „I Help You Hate Me" präsentierte Sunrise Avenue zu Beginn des neuen Jahres ihre zweite Single-Auskopplung aus dem gleichnamigen Album „Heartbreak Century". Mit Hits wie „Fairytale Gone Bad", „Hollywood Hills" oder „Lifesaver", zahlreichen Platin- und Gold -Auszeichnungen und unzähligen ausverkauften Konzerten, machte Sunrise Avenue eine beeindruckende Karriere. Nicht zuletzt aufgrund seiner Jurytätigkeit als Coach in der beliebten TV-Show „The Voice Of Germany" gilt Samu Haber als einer der beliebtesten Prominente Deutschlands und gewann dieses Mal als Coach erstmals die Show.

Pizzera & Jaus: Persönlichkeiten und Witz

Foto © Bubu Dujmic

l-r (hinten):Dietmar Lienbacher (Division Head Austria), Stefan Hochwallner (Director Sales & Business Development), Peter Schilling (Director AOR Labelgroup) (vorne): Paul Pizzera, Julia Sobieszek (Management), Otto Jaus

Als ob es nicht schon Grund genug zum Feiern ist - Ende Februar spielten Pizzera & Jaus in der ausverkauften Wiener Stadthalle vor 11.000 begeisterten Fans - gab es schon am Tag davor „Standing Ovations". Sie bekamen von ihrem Vertriebspartner Sony Music ihren ersten Platin Award für 15.000 Stück verkaufter Alben „unerhört solide" überreicht.. Paul Pizzera & Otto Jaus begeistert: „Ununterbrochen, seit 23 Wochen in den Top 10 der Longplaycharts zu sein, ist schon eine unfassbare Ehre. Aber dann noch Platinstatus zu erreichen, schlägt dem Fass nahezu den Boden aus."
Dietmar Lienbacher (Division Head, Sony Music Austria): „Pizzera & Jaus begeistern durch ihre Persönlichkeiten und Witz. Sie motivieren zum lautstarken Mitsingen, berühren durch Ihre Texte und brillieren durch Ihre Musikalität. Wir gratulieren zu Platin für und diesem herausragenden Erfolg!"
Pizzera & Jaus freuen sich aktuell außerdem über drei Nominierungen beim Amadeus Austrian Music Award - und zwar in den Kategorien „Song des Jahres", „Album des Jahres" und „Pop/Rock".

Melancholische Hommage von Peter Henisch

Dietmar Hoscher & Peter Henisch mit Band

Schon in seinen Büchern – die bekanntesten sind wohl „Die kleine Figur meines Vaters" (1975), „Baronkarl" (1992) und „Der verirrte Messias" (2009) – trifft der vielfach preisgekrönte Schriftsteller Peter Henisch regelmäßig einen Ton, der aufmerksame Leser an Bluesmusik erinnert: melancholisch, tapfer gegen die Zumutungen des Lebens, von abgeklärter Weisheit und dennoch leidenschaftlich. Kein Wunder, dass dann, wenn Henisch sich musikalisch ausdrückt, erst recht veritabler Blues herauskommt. Seine neue Platte „Blues plus" ist ein neuer Beweis dafür.
Ende Februar hat Henisch mit seinen musikalischen Mitstreitern Franz Haselsteiner (Akkordeon & Klavier), Hermann Posch (Gitarre) und Peter Strutzenberger (Bass) das Album im Studio 44 der Casinos Austria Gruppe präsentiert. Produktion und Präsentation wurden durch die Casinos Austria Music Line unterstützt.
Mississippi trifft Donau, das French Quarter von New Orleans besucht den Böhmischen Prater – solche Assoziationen verbinden die durchwegs begeisterten Kritiken mit der Musik, die Henisch und seine Freunde auf dem neuen Tonträger versammelt haben. Es sind Blues-Songs reinsten Wassers, zugleich aber in den Texten und Melodien von Wien und der Wiener Gemütsart geprägt. Vor einigen Jahren nahm die deutsche Ausgabe der Fachzeitschrift „Rolling Stone" die Musik des Schriftstellers Henisch in ihre Liste „100 neue Geheimtipps" auf und urteilte: „Mürbe und melancholisch wie ein proletarischer, wienerischer Leonard Cohen".

„Peter Henisch zeigt, wie eng verwandt Literatur und Blues immer schon sind“, freute sich Casinos Austria Vorstandsdirektor Dietmar Hoscher über den Abend, „zudem hat der Auftritt sichtlich viele verblüfft, denen die hohe musikalische Begabung des bekannten Autors noch nicht bekannt war. Es freut mich, dass Casinos Austria mit der Förderung dieses Projekts zur kulturellen Vielfalt in der österreichischen Musiklandschaft beitragen konnte.“

„Wiener Stadthallen Flügel“ … goes to Helene Fischer

Nachdem Helene Fischer schweren Herzens 5 Konzerte in Berlin und 2 in Wien, wegen eines akuten Infekts, absagen musste, war die Besorgnis bei ihren Fans zu spüren und die Angst, dass die Tour abgebrochen werden müsse, groß. Doch entgegen aller Erwartungen konnte sie sich in kürzester Zeit von diesem Rückschlag erholen und auf die Bühne zurückzukehren, um eine unvergessliche Show ihren Fans zu bieten. Dieser immense Wille und die Freude vor Publikum zu singen und zu performen, sowie die besondere Verbundenheit zu ihren Fans spürt man bei jedem ihrer Auftritte. Für ihre populären Songs und Alben wurde Helene Fischer bereits mit sechzehn Echos, sieben Goldenen Hennen, drei Bambis und zwei Goldenen Kameras ausgezeichnet. Doch auch die Geschäftsführer der Wiener Stadthalle, Wolfgang Fischer und Kurt Gollowitzer, haben das besondere Talent der Ausnahmekünstlerin hervorgehoben und ihr daher den „Wiener Stadthallen Flügel“ überreicht - eine Auszeichnung die herausragenden Persönlichkeiten verliehen wird, die maßgeblich zum Erfolg von Österreichs größtem Veranstaltungskomplexes beigetragen haben u.a. Conchita Wurst, Bryan Adams oder Ennio Morricone. Der Preis ist eine moderne Skulptur von Künstler Tomas Eller, in der sich die markante Dachform der Wiener Stadthalle wiederfindet.

l-r: Kurt Gollowitzer, Helene Fischer, Wolfgang Fischer

Fendrich-Benefizkonzerte

Rund 290.000 Kinder und Jugendliche bis 19 Jahre in Österreich sind armutsgefährdet. Sie leben in überbelegten und feuchten Wohnungen, fahren selten oder nie auf Urlaub, können sich keine Vereinsmitgliedschaft leisten und eine FreundInnen zu sich einladen. Das Taschengeld wird häufig für Haushaltsausgaben gespart. „Inakzeptabel, in einem Land wie Österreich“, findet Rainhard Fendrich. „Diese Tatsachen begreifen, zum Thema machen und die Herausforderung gemeinsam meistern. Das ist meine Vision.“ In einer völlig neuen, noch unbekannten Formation spielt Rainhard Fendrich drei Konzerte, deren Reinerlös der Volkshilfe zugutekommt. Mit dem Kartenkauf können Rainhard Fendrich-Fans nicht nur einen unvergesslichen und einmaligen Abend genießen, sondern auch aktiv und maßgeblich ein Zeichen gegen Kinderarmut in Österreich setzen.

Rainhard Fendrich singt gegen Kinderarmut

Mit dem Reinerlös der drei Konzerte hilft die Volkshilfe Menschen in akuten Notsituationen. Vor allem werden alleinerziehende Mütter und Väter, kinderreiche sowie kranke und benachteiligte Kinder unterstützt.
Um möglichst vielen Kindern helfen zu können, verzichtet Rainhard Fendrich gänzlich auf seine Gage. Durch die tatkräftige Unterstützung aller Beteiligten, sowie des Konzertveranstalters können zusätzlich die Konzertkosten gering gehalten werden. Erich Fenninger, Direktor der Volkshilfe Österreich freut sich besonders über die gemeinsame Initiative: „Mit seiner Unterstützung im Kampf gegen Ausgrenzung zeigt Rainhard Fendrich, dass es wichtig ist, gemeinsam gegen soziale Ungerechtigkeit aufzustehen. Nicht wegsehen, sondern handeln, nicht als Einzelkämpfer, sondern in der Kooperative – nur so können wir etwas verändern.“
3.-5. April, Salzburg/Congress, Graz/Orpheum, Wien/Muqua

Hans Theessink's Birthday Bash

Normalerweise stellt man den Jubilar als erstes vor, aber diesmal gebührt die Ehre der Frau: wo wäre der begnadete Bluesianer Hans Theessink ohne seine zugehörige andere Hälfte, Ehefrau und Managerin Milica? Mit ihrem feuerroten Haar sticht sie aus jeder Veranstaltung heraus, was aber das Besondere ist, ist ihre ungebrochene Leidenschaft für Musik, insbesondere den Blues. Die Begeisterung sprudelt

Milica & Hans Theessink

aus ihr raus und ist so ansteckend, dass sie es offenbar auf der ganzen Welt geschafft hat, eine Fan-Community für Hans Theessink aufzubauen. Unermüdlich tourt er durch die Welt und wenn ihm sogar in New Orleans höchster Respekt von den dort geborenen Bluesmusikern attestiert wird, dann weiß man, er ist einer der ihren, auch wenn er ein weißer, geborener Holländer ist. Blues in his heart! Und jetzt, man möchte es kaum glauben, feiert er auch schon den 70-er mit einem sogenannten „Birthday Bash", der 4 Tage anhält und an jedem der vier Abende andere hochrangige Musiker zu ihm auf die Bühne im Wiener Metropol bringt. Seine jährlichen Geburtstagskonzerte gehören zu den Highlights der Blues- und Folksszene.
Zum heurigen runden Geburtstag - 70 wird der so jugendlich wirkende Musiker - kommen viele musikalische PartnerInnen und es wird so manch denkwürdige Reunion gefeiert werden, so zB. Mit Jon Sass, Dorretta Carter und Alle Thelfa, aber auch um nur ein paar wenige Namen zu nennen auch Menü Cryle, Roland Guggenbichler, Ernst Golden, Willi Resetarits oder die Blind Boys of Alabama werden mit Theessink auf der Bühne musizieren.
4.-7. April, Wiener Metropol

Universal & Napalm Records

l-r: Ulrich Genschel (Vice President Business & Legal Affairs Universal Music), Pascal Amann (Napalm Records Legal Affairs), Max Riedler (CEO Napalm Records), Tom Bohne (President Music Domestic Universal Music)

Napalm Records wurde vor 25 Jahren von Markus Riedler in Eisenerz (Österreich) gegründet und gehört mittlerweile zu den international führenden Labels der Rock- und Metalszene mit einem weiteren Büro in New York und Berlin sowie einem weltumspannenden Netz aus A&R Consultants und lokalen Promotern. Zu den Künstlern zählen u.a. Alter Bridge, außerdem Powerwolf und Monster Magnet sowie W.A.S.P und Hammerfall. Zu den jüngsten Signings gehören Myles Kennedy und Hoobastank. Das Label ist fest in der Szene verankert, vereint in seiner Arbeit Tradition mit Moderne und ist bekannt dafür, immer wieder junge Künstler zu entdecken, neue Trends zu fördern und Künstler langfristig zu begleiten. Nun hat das Label eine langfristige Verlängerung seiner Vertriebspartnerschaft mit Universal Music Deutschland vereinbart. Damit übernimmt der Major auch in den kommenden Jahren den Vertrieb aller Napalm Records Tonträger in den Territorien Deutschland, Österreich und Schweiz.
Markus Riedler, Gründer und CEO Napalm Records: „Universal war seit Beginn unserer Zusammenarbeit ein wirklich verlässlicher und kompetenter Partner. Gemeinsam haben wir in den vergangenen 6 Jahren schon sehr viele Ziele erreicht. Wir freuen uns sehr, die erfolgreiche Kooperation mit Tom Bohne und dem Vertriebsteam von Universal Music fortsetzen zu können und die Entwicklung von Napalm Records als das Rock & Metal Label in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiter nachhaltig zu fördern. Die Grundlage dieser Partnerschaft ist wechselseitiges Vertrauen." Tom Bohne, President Music Domestic Universal Music: „Die Zusammenarbeit mit Markus und seinem Team ist von großem Vertrauen, gegenseitiger Fairness und vor allem vielen gemeinsamen Erfolgen geprägt. Ich freue mich sehr, Napalm Records und seine Künstler auch in den kommenden Jahren mit der vollen Vertriebspower der Universal Music Group unterstützen zu können und wünsche uns allen noch viele weitere spannende Projekte."

Superstar trifft Superheld

Kendrick Lamar

Gut ein halbes Jahrhundert nach seinem Debüt in den Marvel-Comics im Jahr 1966 bekommt mit „Black Panther" der erste afro-amerikanische Superheld einen eigenen Kinofilm. Neben Black Panther-Darsteller Chadwick Boseman verkörpert auch der restliche Cast starke, afro-amerikanischen Charaktere, die auf Hollywood-Klischees verzichten. Für den Soundtrack verantwortlich ist niemand Geringerer als King Kendrick Lamar himself. Neben dem ersten exklusiven Vorboten gemeinsam mit Shootingstar SZA „All The Stars", sind auch The Weeknd, James Blake, Vince Staples, Schoolboy Q, 2Chainz u.v.a. „Black Panther The Album" ist kein klassischer Soundtrack, sondern ein vom Film inspiriertes Compilation- Album, das Kendrick Lamar und Top Dawg höchstpersönlich zusammengestellt haben.
Und kommerziell scheint auch vieles richtig gemacht worden zu sein, der Film spielte am so wichtigen ersten Wochenende in den USA 120 Mio Dollar ein.

100 x Bravo Hits

Sogar in Zeiten von Streaming feiern eingeführte Marken noch immer Erfolge, federführend dabei die Compilation „Bravo Hits", die im Februar 2018 ihre 100. Veröffentlichung begeht. Seit 1992 erschienen 4 Mal im Jahr die Tophits, gepresst auf einer Doppel-CD. Aus dem Jahr 1999 stammt der Rekord der meistverkauften Compilation mit Songs von Britney Spears, den Backstreet Boys und Sängerin Loona. Heutzutage gibt es die Compilation selbstverständlich auch als Download.
Auf dem vierteljährig erscheinenden Doppelalbum landen

regelmäßig aktuelle Top-Hits. Die erste Ausgabe erschien im April 1992. Die 100. Ausgabe vereint auf 3 CDs Songs von Künstler wie Martin Garrix & David Guetta (So Far Away), Axwell & Ingrosso (Dreamer), Luis Fonsi & Demi Lovato (Echame La Culpa) und Justin Bieber Feat BloodPop mit „Friends“. Neben der regulären Ausgabe gibt es zum Jubiläum ein 3CD-Special mit den Top20-Songs der RTL-Show. Seit 2017 verantworten zum ersten Mal alle drei großen Majorlabels Sony Music, Universal Music und Warner Music mit BRAVO gemeinsam die Reihe.Die Marke BRAVO Hits besitzt eine Art ‚Leuchtturmfunktion‘, bietet Orientierung und Inspiration für die Fans“, erklärt Thorsten Tutzeck, Senior Director Media Concepts, Sony Music Entertainment Germany, stellvertretend für alle Partner. „Mit der enormen Expertise, der großen Leidenschaft und dem maximalen Engagement aller Partner wird es uns gelingen, den Erfolg der Marke nicht nur im Jetzt, sondern auch unter den Herausforderungen der digitalen Märkte in der Zukunft sicherzustellen.“ Die Jubiläumsausgabe erscheint bei Sony Music.

„Alexa, spiel ähnliche Musik!“

Amazon hat seinen Cloud-basierten Sprachdienst Alexa um neue Sprachbefehle für Amazon Music erweitert. Indem Kunden „Alexa, spiel ähnliche Musik“ sagen, können Nutzer von Prime Music und Amazon Music Unlimited ganz einfach auf Basis der aktuellen Wiedergabe neue Musik oder alte Favoriten (wieder-)entdecken. Die neuen Sprachbefehle stehen exklusiv Nutzern von Prime Music und Amazon Music Unlimited in Deutschland und Österreich ab sofort zur Verfügung.

Taylor Swift

Der neue Sprachbefehl funktioniert ebenso mit einem beliebigen Song („Alexa, spiel ähnliche Songs wie “Hollywood Hills“), Künstlern („Alexa, spiel ähnliche Musik wie Taylor Swift“), oder Künstlercharakteristika („Alexa, spiel ähnliche Musik wie Pearl Jam aus den 90ern“.

HipHop is back!

TTR setzt im Jahr 2018 den lang vermissten, guten alten Flavour wieder auf die Landkarte. Seit 20 Jahren steht Österreichs erfolgreichstes HipHop-Label Tonträger Records für anspruchsvollen Rap, dope Beats und freshe Cuts. Zum Jubiläum droppen die namhaften Linzer Acts Texta, Da Staummtisch, Hinterland, Average und Kayo ein gemeinsames, neues Studioalbum. Rap ist der Style verloren gegangen. Die Hip Hop Veteranen aus Oberösterreich bringen ihn mit „Chefpartie“ zurück und zeigen dem Rest, wer im sogenannten Game noch immer das Sagen hat. Durch die unterschiedlichen Einflüsse der Producer, MCs und DJs entsteht ein dynamisches Kaleidoskop verschiedener Stimmen, Ideen und Konzepte. Der kreative Flow, der musikalische Kick, das „Pass da Mic“ Feeling aus den Anfangsjahren der Hip Hop Kultur charakterisiert die Sessions der Musiker, zu denen sie sich im Studio zusammenfinden. Keine österreichische Formation kann sich inhaltliche Raffinesse, Wortwitz, perfektionierten, samplebasierten Sound und DJ-Skills so groß auf die Fahnen heften wie die TTR All Stars.

Texta

13.04., Wien, Wuk

Graz erklingt lichterloh

Lichterloh erklingen - ja das gibt es nicht nur in Linz, sondern auch in Graz. Am 28., 29. und 30. April 2018 wird die Grazer Innenstadt ab 20.30 Uhr wieder lichterloh erklingen. Klanglicht Graz findet zum vierten Mal statt und wird diesmal an drei Abenden die Stadt in Licht- und Klangerlebnisse tauchen. Nationale und internationale Künstlerinnen und Künstler bespielen die Häuser der Bühnen Graz – Oper Graz, Schauspielhaus Graz, Next Liberty und Dom im Berg –, zahlreiche Plätze und öffentliche Orte sowie weitere Institutionen wie Murinsel und Künstlerhaus. Das Motto ist: Eintauchen in die Emotionen, die Klang und Licht erzeugen!

Klanglicht in Graz

Publikumsmagnet seit drei Jahren

50.000 Menschen strömten im letzten Jahr zum „Klanglicht“ in die Grazer Innenstadt und ließen sich von Klang und Licht verzaubern. Aufgrund des großen Erfolges wurde die Veranstaltung heuer auf drei Abende ausgeweitet. Die Künstlerinnen und Künstler sorgen mit dramatischen Inszenierungen aus Licht, Farbe, Musik, Sound und Text bei freiem Eintritt für neue Perspektiven auf die Stadt. „Mit „Klanglicht“ verfolgen wir die Idee, zwei wesentliche Elemente der Theater von innen nach außen zu kehren: Licht und Klang sind unersetzbare Bestandteile des ‚Mysteriums Theater‘. Mit beiden Elementen wird Freude, Leid, Glück, Melancholie, Trauer und vieles

mehr spürbar. Wer Stimmungen erzeugen, verstärken oder überhöhen will, wird sich des Klanges und des Lichts bedienen müssen. Ohne diese beiden Elemente – kein Zauber!“ so Theaterholding-Geschäftsführer und Initiator Bernhard Rinner. Klanglicht Graz ist ein Projekt der Theaterholding Graz / Steiermark GmbH und bespielt die Häuser der Bühnen Graz - Oper Graz, Schauspielhaus Graz, Next Liberty und Dom im Berg - sowie zahlreiche andere Institutionen und öffentliche Orte.
www.klanglicht.at

From Vienna With Love

Der gemeinsame Open-Air-Auftritt von Conchita & die Wiener Symphoniker bei den Wiener Festwochen im vergangenen Jahr begeisterte zigtausende Zuschauer am Wiener Rathausplatz. Beflügelt von diesem Erfolg kooperieren die MusikerInnen nun für ein weiteres Projekt: Im Herbst 2018 erscheint das gemeinsame Album „From Vienna With Love“ - mit bekannten Balladen und hingebungsvollen Diven-Songs. Die Vorstellung der CD erfolgt am 20. Oktober 2018 offiziell bei einem exklusiven Galakonzert mit Band und großem Orchester im Wiener Konzerthaus.

Electric Spring

Bereits zum vierten Mal geht Electric Spring dieses Jahr im MQ – MuseumsQuartier Wien über die Bühne. Kuratiert wird die aktuelle Ausgabe des zweitägigen Festivals von DJ und Veranstalterin Therese Terror, die sich auch als Leiterin des Business Riot & Rrrriot Festival und Mitglied des femdex Teams einen Namen in der Wiener Szene gemacht hat. Für das diesjährige Electric Spring Festival verspricht sie vor allem eines: ein Line-Up, das die eindrucksvolle Vielfalt österreichischer elektronischer Artists widerspiegelt und dabei spannend, anspruchsvoll und natürlich tanzbar sein wird.
12.+13.04., Wien, Muqua, freier Eintritt
www.electricspring.at

Donaufestival 2018

Das Donaufestival habe sich im Kulturland Niederösterreich toll positioniert, sagte Landesrätin Petra Bohuslav bei der Programmpräsentation diesjährigen Donaufestivals, das vom 27. April bis 6. Mai unter dem Motto „endlose Gegenwart“ über die Bühne gehen wird. „Das Donaufestival steht für innovative Zugänge zu unterschiedlichen Themen und für den Mut, weit

Foto ©Ingo Pertramer

Thomas Edlinger

abseits des Mainstream an und über die Grenzen zu gehen. Solcherart ist es ein Symbol für die Weltoffenheit Niederösterreichs“, betonte die Landesrätin und hob hervor, dass das Donaufestival ein junges, kritisches und internationales Publikum nach Krems bringe. „Als Tourismus-Landesrätin freuen mich die Künstler und Besucher aus der ganzen Welt. Die touristische Wertschöpfung ist hier eine ganz besondere und zeigt das hervorragende Miteinander von Kultur und Tourismus in Niederösterreich“, meinte Bohuslav.
Thomas Edlinger, der künstlerische Leiter, machte das Festivalmotto an Begriffen wie „Disaster-Management“, „nie schlafende Computernetzwerke“, „gefräßige Gegenwart des Internet“, „Nanosekunden in Online-Trading“ und „medialisierte Präsenzeffekte auf der Bühne“ fest und unterstrich, dass die Musik beim Donaufestival kein Genre privilegiere: Den Soundtrack zum Donaufestival 2018 liefern u. a. die in der Postpunk-Szene Kairos sozialisierte Sängerin Nadah El Shazly, James Holden & The Animal Spirits mit kosmischer Jazzmusik, Laurel Halo mit Broken Beats und Hi-Tech-Pop, Haley Fohr alias Circuit des Yeux, Amnesia Scanner mit verdichteten, zersplitterten, verfremdeten und beschleunigten Soundpartikeln sowie Mhysa mit Sci-Fi-R‘n‘B. Für den letzten Tag des Festivals versprach Edlinger ein über acht Stunden gehendes „Dröhnen, Wogen und Wiegen fast ohne Ende“ mit sieben Acts unter dem Titel „As Waves Go by“.
Für den Bereich Performance nannte die neue Kuratorin Astrid Peterle u. a. „Church of Ignorance“ von Liquid Loft in der Dominikanerkirche mit einem babylonischen Sprachgewirr entlegener europäischer Dialekte, die Multimediainstallation „Premise Place“ von Ryan Trecartin in der Kunsthalle Krems, „Trophée“ von Rudi van der Merwe im Schlosspark Grafenegg, „Medusa Bionic Rise“, ein Trainingscamp für den neuen Menschen inklusive Designerdrogen, „When Everything Is Human…“ der Gruppe Wild Vlees zur Auflösung der Identität, das aus den Münchner Kammerspielen übernommene Stück „Re’Search Wait’s“ und Barbis Ruders „Channeling #likemetoo“ auf der Suche nach der most likeable Performance.
Dazu gibt es begleitende Talks etwa mit Simon Reynolds, bildende Kunst mit John Gerrard, Filme im Kino im Kesselhaus, eine vom Kunstraum NOE initiierte Aktion „Haben Sie auch keine Zeit für die Freizeit?“ etc.
www.donaufestival.at.

Zertifikatslehrgang Musikwirtschaft 2018/19

21 AbsolventInnen haben im Februar 2018 die dritte Auflage des Lehrgangs Musikwirtschaft abgeschlossen. Die Anmeldung für die vierte Auflage im Wintersemester 2018/19 ist ab sofort und bis 9. Juli 2018 möglich.
Der einsemestrige Zertifikatslehrgang Musikwirtschaft, den die Fachhochschule Kufstein Tirol seit 2015 in Kooperation mit dem IKM (Institut für Kulturmanagement und Gender Studies

der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien) anbietet, wendet sich an Personen, die bereits in der Musikwirtschaft tätig sind sowie an KünstlerInnen und Neueinsteigende. Hochkarätige Vortragende aus Wissenschaft und Praxis vermitteln branchennahes Know-how aus der Musikwirtschaft. Die AbsolventInnen erhalten ein Zertifikat über die erfolgreiche Teilnahme mit 6 beziehungsweise 7 ECTS-Punkten.

Auftakt und Ende des Lehrgangs waren von Festivalbesuchen flankiert: Dank der Kooperation mit dem Konferenz- und Festivalformat Waves Vienna erhielten die Lehrgangs-Teilnehmenden bereits zu Beginn Einblicke in die Praxis. Das optionale Angebot eines abschließenden Besuchs des Show-Case-Festivals Ment in Ljubljana wurde von den TeilnehmerInnen ebenfalls wohlwollend angenommen.

Hannes Tschürtz

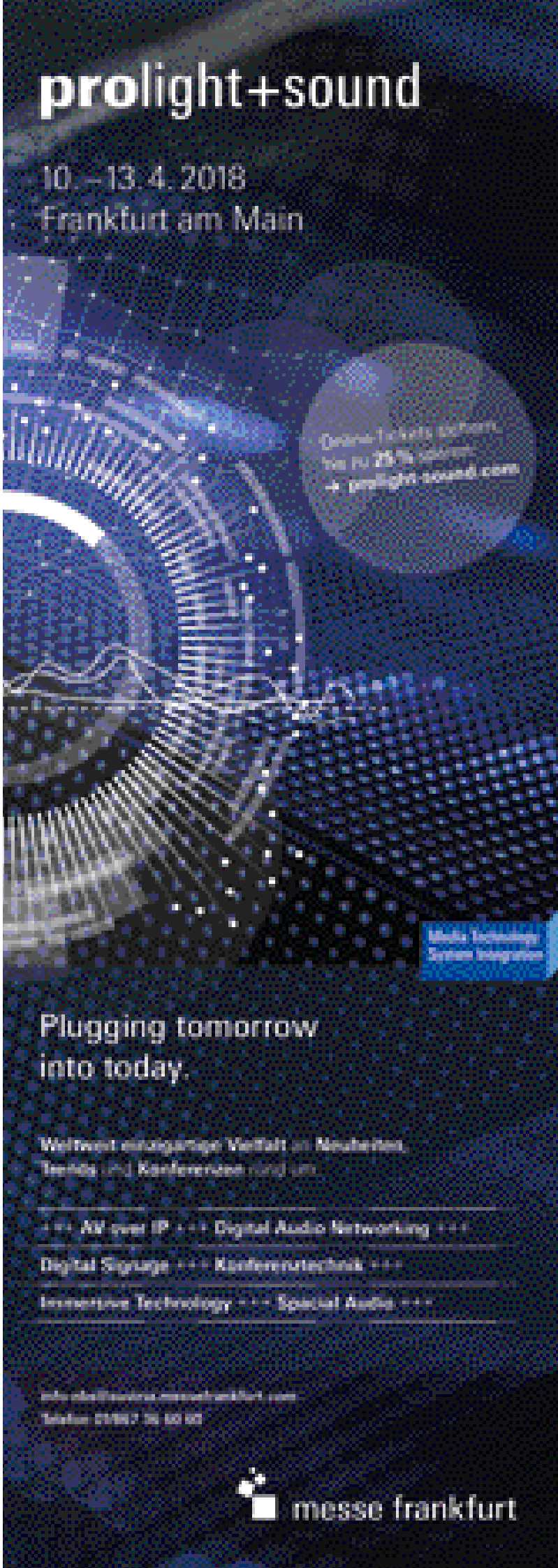
Dazwischen lagen sechs intensive Wochenenden – je drei in Wien und Kufstein – an denen führende ExpertInnen Grundlagen- und Insiderwissen vermittelten. Zu den Vortragenden zählten unter anderem einer der führenden Musikwirtschaftswissenschafter, Peter Tschmuck vom IKM, der Urheberrechtsexperte Dietmar Dokalik vom Bundesministerium für Justiz sowie zahlreiche ExpertInnen aus der Musikwirtschaft selbst - wie Christoph Kregl (redroad / Management Bilderbuch, Mavi Phoenix), Nuri Nurschbach (Sony Music), Matthias Rotermund (Live Nation GSA), Anika Metscher & Yasmine Gallus (Budde Music, Berlin) oder Jan Clausen (Factory92, PR für Sziget Festival, Roskilde und andere).

Initiiert und konzipiert wird der Zertifikatslehrgang von Hannes Tschürtz, Gründer der international wie national vernetzten Wiener Musikagentur Ink Music. Die anwendungsorientierte Ausrichtung unterstützt die Professionalisierung in der Musikwirtschaft, denn selbst wer in der Branche bereits tätig ist, geht oft erst den Weg des „Learning by Doing“. Deshalb zählen komplexe Bereiche wie Urheberrecht, die Auswirkungen der Digitalisierung auf KünstlerInnen und das Zusammenspiel der Institutionen zu den Kernbereichen der Wissensvermittlung.

Die Sinnhaftigkeit einer solchen Ausbildung wurde auch von der Wirtschaftskammer und den Verwertungsgesellschaften erkannt. Die Wirtschaftskammer Österreich und die Wirtschaftskammer Tirol sowie der SKE-Fonds der Austro Mechana stellen Stipendien für in der Branche Tätige und KünstlerInnen zur Verfügung. Unternehmen wie Comrades (Waves Vienna) und Ink Music unterstützten die Ausbildung mit Stipendiatsangeboten in Verbindung mit Praktikumsplätzen.

Bisherige Absolventen finden sich bereits heute bei etablierten Unternehmen der Musikwirtschaft wie Barracuda Music, Arcadia Live, Red Bull Culture, Ink Music, Universal Music, Sony Music, Schedler Musikverlag, Preiser Records sowie verschiedenen Festivals, Labels und Initiativen.

Generelle Einreichfrist für die Bewerbung zur Teilnahme am Lehrgang ist heuer der 9. Juli 2018. Die Aufnahmegespräche finden Mitte Juli in Wien und Kufstein statt.



Tagtraeumer & Erste Bank

Jung von Matt/Donau interpretiert den Kampagnenleitsatz „Unser Land braucht Menschen, die an sich glauben. Und eine Bank, die an sie glaubt" zum dritten Mal neu. Der Aufhänger diesmal ist die österreichische Band „Tagtraeumer", die mit einer Neuinterpretation ihres Hits „Tagtraeumen" gleich die passende Geschichte und den passenden Soundtrack zum neuen TV Spot liefert.

Erste Bank-Chef Andreas Treichl inmitten der Tagtraumer

Tagtraeumer live on stage bei der Präsentation der neuen Erste-Kampagne

Zunächst war ein Song. Und ein Vorsatz. Alex Schedler (Rudi Schedler Musikverlag) und Tagtraeumer Manager Klaus Hoffmann sitzen im Sommer 2017 bei einem Kaffee und besprechen die Möglichkeit von engeren Kooperationen mit Agenturen für passende Kampagnen. Man geht auseinander und ist sich einig, dass die Band zur Verfügung steht, wenn sich die passende Chance ergibt. Sie kommt relativ bald und sie wird genutzt. Denn die Kreativen der Agentur, die man für ein Kennenlernen besucht, haben bereits die Idee, den dritten Film der #glaubandich Kampagne durch den Song „Tagtraeumen" erzählen zu lassen. Was sie Band und Management noch am selben Abend andeuten.

Einige wenige Meetings mit Kunden und Agentur später ist man sich grundsätzlich einig, die Kreativen gehen an die Umsetzung. Für die Kampagne wird „Tagtraeumen" in einem neuen Arrangement bei Echopilot/Blautöne komplett neu eingespielt. Für den Dreh engagiert man den Dänen Martin Aamud, der im Jänner in Lissabon dreht und dabei sowohl Song sowie Botschaft des Spots perfekt umsetzt.

Während Frontman Tom über das Haus am Strand singt, von dem er träumt, nimmt einen der Lead-Film mit auf die Reise eines jungen Pärchens, das ihren Traum vom eigenen Heim endlich umsetzen will. Surreale Elemente wie Schwäne in der Spüle oder schwimmende Kinder in der Müsli-Schüssel illustrieren die Sehnsucht der beiden, die schließlich im wahrsten Sinne des Wortes ihrem Traum entgegenlaufen.

„Wir fokussieren uns hier auf das aktivierende Moment der Realisierung unserer Träume. Der Entschluss – der Moment, in dem ich weiß „Jetzt mach ich's!", hat eine unglaublich starke emotionale Kraft. Genau auf die setzen wir in dieser Inszenierung", fasst Andreas Putz, Geschäftsführer Jung von Matt, den Kerngedanken der neuen Kampagne zusammen.

„Eigentlich ist das keine Kampagne, sondern ein Versprechen an unsere Kunden, sie zu unterstützen. Wir wollen die Menschen ermutigen, an sich und ihre Träume zu glauben und sie auch wahr zu machen. Die 24- h-Express-Finanzierung ist unser Versprechen dazu: Wir analysieren innerhalb eines Tages, was möglich ist und wie wir Ideen gemeinsam finanzieren und realisieren können ", so Mario Stadler, Marketingleiter der Erste Bank.

„Wir freuen uns natürlich sehr, gemeinsam mit Erste Bank und Sparkassen und Jung von Matt Donau an dieser Kampagne beteiligt sein zu können. Der Ansatz von Agentur und Bank hat uns zu 100% überzeugt, denn hier kamen zuerst die Musik und der Text, erst dann die filmische Umsetzung. Normalerweise ist es eigentlich umgekehrt und die Musik meist eine Art „Afterthought". Sowohl die Agentur als auch die Bank haben leidenschaftlich an ihre Idee geglaubt und ihren eigenen Claim gelebt. Und wir haben an sie geglaubt, das Ergebnis gibt allen Beteiligten Recht. Es ist außerdem schön zu sehen, dass die Erste Bank und Sparkassen auf die Musik einer erfolgreichen heimischen Band setzen, um ihre Botschaft zu transportieren." ergänzt Klaus Hoffmann, Manager von Tagtraeumer.

Der Start der Kampagne erfolgte schließlich am 28. Februar, zwei Tage davor wurde sie Medien und Mitarbeitern bei einer Veranstaltung am Erste Campus präsentiert. Höhepunkt eines Tages, der ganz im Zeichen von Tagtraeumer und #glaubandich stand, war ein unplugged Auftritt der Band, der auf große Begeisterung traf.

Gleichzeitig mit dem Startschuss der Kampagne hat Warner Music „Tagtraeumen (#glaubandich Version 2018)" über alle Outlets wie zB. Spotify, Apple Music/iTunes oder Amazon als Stream bzw. Download veröffentlicht.

Ausgehend vom Lead-Film wird die Kampagne über alle Kanäle gespielt: Neben den klassischen Werbemitteln Plakat, Print, Hörfunk und POS kommt dabei ein smartes Retargeting-System zum Einsatz. Content wie die Geschichte der Tagtraeumer selbst, die seit 2014 auf Erfolgskurs unterwegs und nach der Amadeus Auszeichnung 2015 als „Band des Jahres" dieses Jahr bereits zum zweiten Mal für den Amadeus Austrian Music Award nominiert sind und ab Mitte April auf Österreich-Tournee gehen.

IFPI AUSTRIA PRÄSENTIERT

AMADEUS AUSTRIAN MUSIC AWARDS

DO | 26.04. | ORF eins

ABSTIMMEN BIS 27.MÄRZ 2018

MEHR INFORMATIONEN AUF

AMADEUSAWARDS.AT

FB.COM/AMADEUSAWARDS

Amadeus Austrian Music Awards 2018

„Und der Amadeus Austrian Music Award geht an...“ heißt es wieder am 26.04.2018, wenn zum 18. Mal die Verleihung des begehrtesten österreichischen Musikpreises im Wiener Volkstheater über die Bühne gehen wird. Der ORF überträgt live im zweiten Hauptabend.

Dietmar Lienbacher(Ifpi), Edgar Böhm (ORF), Peter Vieweger (AKM)

Die präsentierte Nominiertenliste wird von Bilderbuch und Wanda mit jeweils fünf Nominierungen gefolgt von 5K HD, Pizzera & Jaus und Raf Camora mit jeweils drei Nominierungen angeführt. Mit jeweils zwei Nominierungen haben auch Ina Regen, Leyya, Mavi Phoenix und das Nockalm Quintett gute Chancen auf eine der begehrten Amadeus Trophäen.

Conchita

Erstmals wird Österreichs Song-Contest Gewinnerin Conchita als neuer Host der Amadeus Show durch den Abend führen. und die freut sich schon: „Die Amadeus Austrian Music Awards sind eine wunderbare Gelegenheit, die Vielfalt der österreichischen Musikszene zu feiern. Es gibt in diesem Land so unglaublich talentierte, inspirierte Musikerinnen und Musiker, manche schon sehr bekannt, andere - zu Unrecht - noch weniger bekannt. Auf jeden Fall finde ich es toll und wichtig, einen Abend lang inne zu halten und stolz zu sein auf das, was hierzulande musikalisch abgeht.“

Smarte 14 Kategorien, kurzweilige Show, Genre-Vielfalt österreichischer Musik

Das Kategorien-Set der 18. Ausgabe der Amadeus Awards wird in eine klarere und übersichtlichere Form gebracht. Nicht zuletzt, um Doppelgleisigkeiten zu vermeiden, werden die allgemeinen Genre-unabhängigen Kategorien Künstlerin, Künstler und Band nicht mehr on top, sondern nur noch innerhalb der Genre-Kategorien verliehen. Außerdem wurden Schlager und Volksmusik in einer Kategorie zusammengefasst. Somit ergibt sich ein smartes Set von 14 Kategorien, das eine abwechslungsreiche, kurzweilige Show verspricht und gleichzeitig die breite Genre- Vielfalt österreichischer Musik repräsentiert.

Dietmar Lienbacher, Präsident IFPI Austria – Verband der Österreichischen Musikwirtschaft: „Die Erfolgswelle österreichischer Musik hält an: Heimische Acts erreichen Top-Platzierungen in den Charts, spielen ausverkaufte Konzerte und sorgen im Festivalzirkus europaweit für große Aufmerksamkeit. Die große Dichte und Vielfalt erfolgreicher österreichischer Musiker spiegelt sich auch in der Liste der Nominierten für die Amadeus Austrian Music Awards 2018 wider. Die Szene lebt – vitaler, kreativer und auch selbstbewusster denn je!

Kathrin Zechner, Programmdirektorin des ORF: „Wenn die erfolgreichsten und beliebtesten Könnerinnen und Könner der österreichischen Musikwelt geehrt, wertgeschätzt und ausgezeichnet werden, dann bietet der ORF dem Amadeus in seiner 18. Ausgabe die größte Bühne des Landes. Wir sind beeindruckt von der Vielfalt, Kreativität und Professionalität der Nominierten, von Arrivierten und Newcomern – und ihren Erfolgen, auch über unsere Grenzen hinaus. Ich gratuliere auch all jenen hinter den Kulissen, die den Amadeus zu einem unverzichtbaren Zeichen der musikalischen Größe dieses Landes gemacht haben. Chapeau und toi, toi, toi!“

Ö3 Senderchef Georg Spatt: „Als Partner des Amadeus und Presenter der Kategorie „Song des Jahres“ bedanken wir uns schon jetzt bei allen österreichischen KünstlerInnen für ihre tolle Arbeit! Das wird in den nächsten Wochen eine spannende Entscheidung und sehr gutes Programm!“ Hitradio Ö3 wird wieder als Partner mit an Bord sein und präsentiert die Kategorie „Song des Jahres“. Die fünf nominierten Songs – „Bungalow“ (Bilderbuch), „Columbo“ (Wanda), „Eine ins Leben“ (Pizzera & Jaus), „Primo“ (Raf Camora) und „Wie a Kind“ (Ina Regen) – werden auf Ö3 in Rotation gehen. Ö3-Hörerinnen und -Hörer können bis zum Votingende am 27. März auf oe3.ORF.at direkt für ihren Favoriten abstimmen und Karten für die Amadeus-Gala sowie für die Aftershowparty gewinnen. Am 26. April, dem Tag der Preisverleihung, wird die Ö3-Musikshow mit Benny Hörtnagl von 13.00 bis 16.00 Uhr zur Einstimmung live aus dem Wiener Volkstheater gesendet.

Peter Vieweger, Vizepräsident der AKM: „Mit dem Songwriter des Jahres-Award presented by AKM / austro mechana fokussieren wir uns auf den Beginn des kreativen Schaffensprozesses, wir rücken die KomponistInnen und TextautorInnen eines Musikstücks ins Rampenlicht. Oftmals sind sie nicht die InterpretInnen ihrer Songs und erhalten nicht die öffentliche Anerkennung, die ihnen zusteht. Mit dem Songwriter des Jahres-Award heben AKM/ austro mechana die Bedeutung des Songwritings und den wertvollen Beitrag der UrheberInnen zum Erfolg der österreichischen Musikgeschichte hervor.

Werner Müller, Geschäftsführer FAMA zur „Best Sound“-Kategorie: „Wenn die Sängerin nicht klingt wie Mickymaus, die Keyboards nicht nach 70er Bontempi, die Bässe nicht im Autoradio inexistent, am Subwoofer aber Nierensteinzertrümmernd sind. Schlicht, wenn die Aufnahme so klingt, wie sie den Intentionen der Künstler und den hohen Erwartungen des Publikums entspricht. Dann ist das zumeist der Verdienst der Profis am Mischpult, die nicht nur technisch, sondern auch kreativ- künstlerisch unverzichtbarer Teil des Gesamtsounds sind. Der Amadeus und der Fachverband der Film- und Musikwirtschaft würdigen dies mit dem Sonderpreis Best Sound für das beste Recording, Mixing und Mastering - und das ist auch gut so.“

Start des Gewinner-Votings – Musikfans entscheiden mit

Musikfans können ab sofort für ihre Lieblingskünstler stimmen. Das Voting-Tool steht auf www.amadeusawards.at/voting zur Verfügung. Die Online-Community entscheidet mit, an wen die begehrten Amadeus-Trophäen verliehen werden. Aus den Nominierten werden mittels Publikumsvoting und Juryvoting die Gewinner gewählt (wobei jeweils 50% Publikumsvoting und 50% Juryvoting in die Wertung einfließen).

So wurde nominiert:

Die Amadeus-Jury besteht aus mehr als 100 Experten der Musik- und Medienbranche. Die Nominierten wurden aus der Jury-Wertung und den Verkäufen im Jahr 2017 ermittelt. 50% Verkaufserfolg des Vorjahres und 50% Jury- Wertung fließen in das Gesamtranking ein. Die FM4 Award Nominierten werden von Radio FM4 ausgewählt.
Details zum Nominierungsprozedere gibt es auf
www.amadeusawards.at

Amadeus Austrian Music Awards – Das Team

Veranstalter: Verband der Österreichischen Musikwirtschaft - IFPI Austria.
Organisation: Stargate Group GmbH.
Regie, TV-Produktion und technische Leitung, Künstlermanagement: Lukas Dudzik, betterimages GmbH.
Öffentlichkeitsarbeit, Social Media: Dunja Stachl, Sputnik PR.

Die Nominierten 2018

SONG DES JAHRES
presented by Hitradio Ö3

Bungalow - Bilderbuch
Columbo - Wanda
Eine ins Leben - Pizzera & Jaus o Primo - Raf Camora
Wie a Kind - Ina Regen

LIVE-ACT DES JAHRES
presented by oeticket.com

Andreas Gabalier
Bilderbuch
Leyya
Rainhard Fendrich
Wanda

HARD & HEAVY

Belphegor
Kaiser Franz Josef
Mother`s Cake
The Weight
Turbobier

ELECTRONIC / DANCE

Marco Wagner & Dave Brown
Möwe
Parov Stelar
Poptracker feat. Ariana
Wandl

ALBUM DES JAHRES

Anthrazit - Raf Camora
Falco 60 - Falco
Magic Life - Bilderbuch
Niente - Wanda
Unerhört solide - Pizzera & Jaus

SONGWRITER DES JAHRES
presented by AKM & austro mechana

Florian Ritt, Gabriel Haider (Musik & Text), Paul Slaviczek (Musik) und Mathias Kaineder (Text) - Mir laungts - Folkshilfe

Andreas Grass und Nikola Paryla (Musik & Text) - Dance Like Nobodys Watching - Marija

Peter Fiedler (Musik & Text) - In der Nacht - Nockalm Quintett

Johannes Herbst und Simon Lewis (Musik & Text) - All I Am - Simon Lewis

Thomas Schneider (Musik & Text) - Unendlich gleich – Tagtraeumer(Musik & Text) - Weapons Down - Bella Wagner

JAZZ / WORLD / BLUES

5/8erl in Ehr'n
5KHD
Hubert von Goisern
Molden, Resetarits,Soyka, Wirth
Wilfried

HIP HOP / URBAN

Chakuza & Bizzy Montana
Dame
Raf Camora
Yasmo & die Klangkantine
Yung Hurn

LEBENSWERK

Wird vom Veranstalter IFPI Austria ausgewählt

POP / ROCK

Bilderbuch
Ina Regen
Pizzera & Jaus
Seiler und Speer
Wanda

FM4 AWARD

5KHD
Ankathie Koi
Dives
Farewell Dear Ghost
Mavi Phoenix

ALTERNATIVE

Der Nino aus Wien
Garish
Leyya
Mavi Phoenix
Onk Lou

SCHLAGER/VOLKSMUSIK

Die jungen Zillertaler
Die Seer
NikP.
Nockalm Quintett
Semino Rossi

TONSTUDIOPREIS ‚BEST SOUND' presented by FAMA

5KHD/„AndToInA""
Recording: Evan Sutton, Manu Mayr, Markus Wallner
Mix: Maximilian Walch, Martin Siewert, Sixtus Preiss, Manu Mayr Mastering: Martin Scheer
Künstlerische Produktion: 5K HD

Bilderbuch / „Magic Life"
Recording: Bilderbuch, Zebo Adam & Alex „Fire" Tomann
Mix: Alex „Fire" Tomann
Mastering: Martin Scheer
Künstlerische Produktion: Bilderbuch & Zebo Adam

Camo & Krooked / „Mosaik"
Recording: Nikodem Milewski
Mix: Reinhard Rietsch, Markus Wagner
Mastering: Reinhard Rietsch, Markus Wagner
Künstlerische Produktion: Reinhard Rietsch, Markus Wagner

Christoph Pepe Auer / „Songs I Like – Germany Edition" Recording: Christoph Pepe Auer, Gregor Hilbe
Mix: Dietz Tinhoff
Mastering: Martin Scheer
Künstlerische Produktion: Christoph Pepe Auer, Gregor Hilbe

Wanda / „Niente"
Recording: Paul Gallister, Lukas Turnovsky Mix: Paul Gallister
Mastering: Robin Schmidt
Künstlerische Produktion: Paul Gallister

„Die Trendwende ist geschafft“

2017 schloss der österreichische Musikmarkt mit einem Plus von 6,1 % ab. IFPI-Präsident Dietmar Lienbacher spricht im Film, Sound & Media-Interview über die positive Trendwende in der Musikbranche und gibt als Division Head Sony Music Austria Auskunft über die Neuorganisation des Musik-Major.

Dietmar Lienbacher

„Streaming wird sicherlich immer mehr an Bedeutung gewinnen und ich könnte mir vorstellen, dass schon in diesem Jahr ein Formatabtausch stattfinden könnte und mehr als 50 % des Umsatzes digital erwirtschaftet werden.“

Wie kommentieren Sie die Ergebnisse des Musikmarktes im Jahr 2017?

DIETMAR LIENBACHER: 2017 brachte für den österreichischen Musikmarkt erstmalig seit vielen Jahren eine positive Umsatzmeldung von Plus 6,1 Prozent. Das ist natürlich sehr erfreulich und in einem nachhaltigen Licht zu sehen. Auch der Blick über die Landesgrenzen hinaus bestätigt diese Trendwende, die vor allem dem stetig steigenden Streaming-Format geschuldet ist. Dieser Trend wird sich natürlich fortsetzen und auch 2018 ein Treiber des Marktes sein und für positiven Schwung sorgen. Bemerkenswerter Weise hat aber auch das physische Format nicht an Bedeutung verloren, so sind die physischen Tonträger CD, DVD und Vinyl mit knapp 65 Millionen Umsatz nach wie vor die größten Umsatzbringer am österreichischen Markt.

Wie schätzen Sie hier die mittelfristige Entwicklung ein?

LIENBACHER: Streaming wird sicherlich immer mehr an Bedeutung gewinnen und ich könnte mir vorstellen, dass schon in diesem Jahr ein Formatabtausch stattfinden könnte und mehr als 50 % des Umsatzes digital erwirtschaftet werden. Der Bereich Download kommt zunehmend unter Druck und wird von Streaming-Diensten ersetzt, so wie vor 20 Jahren die CD das Vinyl-Format abgelöst hat.

Stichwort Vinyl – die Renaissance dieses Formats ist ungebrochen?

LIENBACHER: Es ist erfreulich zu sehen, dass in der Nische fantastische Blüten gedeihen. Die Vinyl-Umsätze steigern sich von Jahr zu Jahr, zuletzt um 10 % und der Aufwärtstrend hält ungebrochen an. 2017 gingen 345.000 Schallplatten über die Ladentische, ein Wert der zuletzt 1991 erreicht wurde. Ich gehe davon aus, dass der Vinyl-Markt auch 2018 weiter zulegen wird.

Wie beurteilen Sie die Performance der heimischen Bands und Künstler?

LIENBACHER: Ein Blick auf die Jahrescharts 2017 sagt eigentlich alles aus: Sechs Produktionen der Top-Ten Jahrescharts 17 stammen aus Österreich. Der seit einigen Jahren begonnene Trend, dass heimische Produktionen speziell im Album-Bereich verstärkt punkten, setzt sich weiterhin fort. Auch in den aktuellen Longplay-Charts (Zeitpunkt des Gespräches Woche 6/2018) finden sich fünf heimische Acts unter den Top-Ten. Aber nicht nur Bands und Künstler wie Bilderbuch, Wanda und Co., performen auch über die Grenzen hinaus sehr erfolgreich, sondern auch gerade im Streaming-Bereich setzen sich Produktionen durch, die möglicherweise nicht so am Radar der Öffentlichkeit aufscheinen – Filous zum Beispiel. Die Bandbreite der heimischen KünstlerInnen zeigt sich sehr deutlich bei den Amadeus-Nominierten, wo etablierte Stars auf frische Newcomer treffen. Diese Mischung aus Arrivierten und potenziellen Newcomern beflügelt auch den Markt.

Den Markt beflügelt hat wohl auch das sogenannte „Amazon-Urteil“, dass zur Einigung bei der Speichermedienvergütung geführt hat. Wie kommentieren Sie diese Entwicklung?

LIENBACHER: Natürlich sehr positiv. Der durch die Speichermedienvergütung befüllte SKE-Fonds ist wesentliches Tool für Musikförderung und für Maßnahmen zur Stärkung der Branche. Selbst der Amadeus Austrian Music Award war bis zu diesem OGH-Urteil gefährdet. Jetzt gilt es einen adäquaten Verteilungsschlüssel unter den bezugsberechtigten Verwertungsgesellschaften zu finden. Die IFPI hat in diesem Zusammenhang einige wichtige Themen auf ihrer Agenda, die ebenfalls nicht nur die Musikschaffenden alleine betreffen. Exemplarisch das Topthema der Musikwirtschaft weltweit:

Value Gap. Dieser beschreibt das Ungleichgewicht zwischen der zunehmenden Online-Musiknutzung und der nur geringen Beteiligung der Rechteinhaber an den damit von den Online-Plattformen erzielten Erlösen. Ein Thema, das auch anderen Branchen wie Film oder Literatur enorme Probleme bereitet. Selbiges betrifft auch den Bereich Piraterie, der ja nach wie vor die dreistesten Blüten treibt, gerade aktuell zB. im Bereich der wiederkehrenden Vinyl.

Wie sehen Sie die mittelfristige Entwicklung des Musikmarktes in Österreich?

LIENBACHER: Der österreichische Musikmarkt wird in den nächsten Jahren weiter wachsen, zumal aktuell ein Drittel des Jahresumsatzes von österreichischen Produktionen erzielt wird. Ein sehr erfreulicher Trend, der sich hoffentlich fortsetzen wird.

Was trägt Sony Music Austria dazu bei?

LIENBACHER: Sony Music hat sich vor kurzem international neu strukturiert und mit Rob Stringer einen hervorragenden Musikmanager an die weltweite Spitze gesetzt. Eines seiner Anliegen ist, dass alle Länder-Companies enger aneinander rücken, um so effizienter zu arbeiten, speziell auch im A&R-Bereich. Relevante Inhalte für diverse Formate zu generieren ist die zentrale Aufgabe. Durch die Streaming-Technologie ist es heute viel einfacher unterschiedliche Gate-Keeper zu umgehen und in unterschiedlichsten Märkten weltweit erfolgreich zu sein. Die Nadelöhre sind nun nicht mehr Medien, Handel oder interne Schaltstellen sondern Playlisten oder Algorithmen. Aber am Ende des Tages bleibt: ein Hit ist ein Hit und lässt sich kaum verhindern. Sony Music wird in Kontinental-Europa von Daniel Lieberberg geführt, der GSA-Sektor von Patrick Mushatsi-Kareba, meine direkte Reporting-Line. Die ersten Gespräche sind allesamt sehr positiv verlaufen und lässt Sony Music Österreich in eine positive Zukunft blicken. Die liegt u.a. auch im Aufbau lokaler Acts. Wir waren auch in der Vergangenheit immer mit dem Ohr am Gleis unterwegs, die neue Firmenstruktur wird künftig verstärkt Output ermöglichen. Ein Blick in die aktuellen Charts zeigt, das Sony Music Austria künstlerisch sehr gut aufgestellt ist: Falco, das Neujahrskonzert, Ina Regen, Pizzera & Jaus, Die jungen Zillertaler, u.a. lassen uns sehr gut in das Jahr starten.

„Der österreichische Musikmarkt wird in den nächsten Jahren weiter wachsen, zumal aktuell ein Drittel des Jahresumsatzes von österreichischen Produktionen erzielt wird. Ein sehr erfreulicher Trend, der sich hoffentlich fortsetzen wird.“

AKM: makeinternetfair!

Die Digitalisierung schreitet ungebremst voran, für Verwertungsgesellschaften stellt dies eine enorme Herausforderung dar. AKM-Generaldirektor Gernot Graninger erläutert im Film, Sound & Media-Interview die aktuellen und künftigen Schwerpunkte von AKM und austromechana.

Gernot Graninger

Wie ist die AKM/austromechana aktuell strukturiert?

GERNOT GRANINGER: Die AKM und ihre Tochtergesellschaft austromechana sind die Verwertungsgesellschaften der Komponisten, Musiktextautoren und Musikverleger in Österreich. Wir verstehen uns als organisatorische Einheit, wobei die AKM 150 Mitarbeiter beschäftigt und die austromechana 30. AKM und austromechana vertreten in Österreich die Urheberrechte von über 23.000 Mitgliedern sowie – über Gegenseitigkeitsverträge mit über 60 ausländischen Schwestergesellschaften – von Millionen Rechteinhabern aus aller Welt. AKM und austromechana rechnen die Einnahmen an die musikalischen Urheber und deren Verleger ab – an ihre Mitglieder direkt, an die Mitglieder ausländischer Schwestergesellschaften über diese Gesellschaften. Vor der Verteilung wird lediglich der entstandene Betriebsaufwand abgezogen. Jedes Unternehmen schaut auf seine Erträge und Kosten. Die AKM hat ein Potenzial an Ertragssteigerungen von zwei bis drei Prozent, kostenseitig bemühen wir uns um Effizienzsteigerung – Rationalisierungen, Automatisierungen, Prozessverbesserungen, etc. Dadurch gelingt uns ein sensationeller Spesensatz von 9,75 % und damit sind wir gemeinsam mit der dänischen Gesellschaft KODA europäische Spitzenreiter. Wir waren auch in Österreich in der Vergangenheit bei einem Wert von 20 %, aber unserer Effizienz-Steigerung hat entsprechende Früchte getragen.

Stichwort Früchte – wie beurteilen Sie die aktuelle Situation in Bezug auf die Speichermedienvergütung?

GRANINGER: Die Speichermedienvergütung wird wieder eingehoben und ausgeschüttet. Das ist grundsätzlich der richtige Weg, die Frage ist aber, wie geht man in Zukunft damit um. Die technischen Entwicklungen und das Nutzungsverhalten der User schreiten rapide voran, Cloud-Dienste sind nur eines von vielen Beispielen, hier muss entsprechend adaptiert werden. Ebenfalls zu hinterfragen ist die gesetzlich verordnete Obergrenze von 20 Millionen Euro. Hier wird künstlich der Markt gebremst, die Speichermedienvergütung ist ja kein Geschenk des Gesetzgebers, sondern der Versuch eines fairen Ausgleichs für den Schaden, den die Urheber durch die Privatkopien etc. erleiden. Hier Begrenzungen vorzusehen ist ein politischer Kompromiss aber sachlich nicht gerechtfertigt. Die Obergrenze von 20 Mio. gilt nach dem Gesetz bis 2019. Wir werden jedenfalls die Interessen der Rechteinhaber einbringen und entsprechende Anpassungen verlangen.

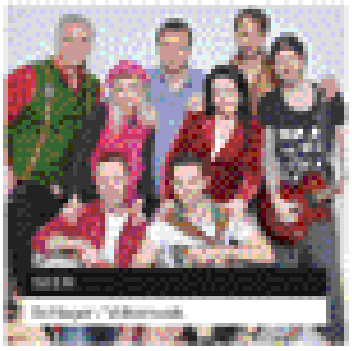
Welche Strategie verfolgen Sie im Bereich der Plattformbetreiber?

GRANINGER: Plattformdienste beruhen hauptsächlich auf von Nutzern hochgeladenen Inhalten oder dem Aggregieren bestehender Inhalte. Sehr oft erhalten die Urheber der Werke nur eine geringe oder gar keine Vergütung. Ein Wertetransfer ist die Folge, in dem der Wert kultureller und kreativer Werke von den Plattformbetreibern einbehalten wird. Die Ursache hierfür: User Uploaded Content-Plattformen wie YouTube können sich immer noch auf die 18 Jahre alte „Safe Harbor"-Bestimmung aus der Frühzeit des Internet berufen, die neuen technologie-getriebenen Geschäftsmodellen den Start erleichtern sollte. Der Google-Konzern ist mittlerweile zwar bereit Lizenzen zu erwerben, beim Tarif gibt es aber große Differenzen. Das bedarf einer Klärung durch den europäischen Gesetzgeber. Schließlich wird der Gesamtmarktwert von Plattformdiensten in Europa auf 22 Milliarden Euro geschätzt, 23 % davon gehen direkt auf die Nutzung von kulturellen Inhalten zurück. Es ist nicht einzusehen, dass ein kleiner Frisör zahlen muss, wenn er Musik in seinem Geschäft spielt und ein Milliardenkonzern wie Google/You Tube sich seiner Verantwortung entziehen will. Dieses Thema wird uns noch sehr lange sehr intensiv beschäftigen, die Chancen auf eine Einigung bestehen, aber vermutlich wird sie nicht adäquat sein. Daher geht es konkret darum, dass hier Regelwerke auf EU-Ebene geboren werden, die eine faire Situation für alle Beteiligten schaffen. An dieser Stelle kann ich auf einen Link für eine entsprechende Petition verweisen - makeinternetfair.eu - und zu einer regen Beteiligung aufrufen!

sonymusic_at

12	9	26.04.2018
Künstlerinnen	Kategorien	Amadeus Awards

Sony Music Austria
gratuliert seinen Nominierten 👍 ❤️ 👊 🤘 😄 🙌
#AAMA2018



Raiffeisen: Kiddy Contest, Frequency & Surfworldcup

Die Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien setzt seit vielen Jahren auf das Thema Musik, um bei der jugendlichen Zielgruppe zu punkten. Günther Haas, Abteilungsleiter Marketing Kommunikation erläutert im Film, Sound & Media-Interview die Strategie der Raiffeisenlandesbank und gibt einen Überblick über die Aktivitäten 2018.

„Wir verwenden rund ein Drittel des Marketingbudgets für die junge Zielgruppe um Vorteils-Content im Konzert- & Festivalbereich für unsere jugendlichen Kunden zu kreieren."

Seit wann besetzt Raiffeisen das Thema Musik?

GÜNTHER HAAS: Unser Raiffeisen Club ist unser Vorteilsprogramm für die junge Zielgruppe, also Schüler und Studenten zwischen 14 und 24 Jahren Der Club besteht seit 25 Jahren und soll dieser Zielgruppe einen Mehrwert zum Jugend- und Studentenkonto bringen. Der Hauptfokus bei den Vorteilen liegt dabei bei ermäßigten Tickets für jugendrelevante Festivals und Konzerte.

Günther Haas

Welche Festivals und Konzerte stehen dabei im Fokus?

HAAS: Aufgrund der dezentralen Struktur der Raiffeisenlandesbank und der starken Verankerung in den Regionen liegt unser Fokus nicht nur bei den großen, überregionalen Festivals, sondern auch bei lokalen Live-Gigs und Boutique-Festivals.

Wo sind Sie 2018 präsent?

HAAS: Traditionell starten wir mit dem Surf-Worldcup in Podersdorf Ende April in die Festival-Saison. Nova Rock, alle Burg Clam-Konzerte, Electric Love und Electric Nation bis hin zum Frequency und viele einzelne Live-Gigs wie Nickelback, Nick Cave oder James Blunt sind unsere Hauptattraktionen 2018. Wichtig ist, dass der Raiffeisen Club dabei immer exklusiver Bank-Partner mit exklusivem Ticketvertrieb ist. Bei uns ist das historisch gewachsen, weil wir schon immer Ticketprovider waren und unsere Kunden immer gewöhnt waren, bei uns Ermäßigungen zu bekommen. Durch das Ticketing haben wir auch einen Hebel, diese Zielgruppe in die Bank zu holen, denn erstaunlicher Weise findet der Ticketverkauf noch immer zu 90 % stationär statt. Das liegt auch daran, dass vor allem bei den jüngeren Kunden die doch teuren Tickets um die 150.- Euro von den Eltern bezahlt werden.

Stichwort Kunden: wie viele Raiffeisen Club-Mitglieder verzeichne Sie?

HAAS: Der Raiffeisen Club verzeichnet österreichweit 600.000 Mitglieder, also Kontoinhaber zwischen 14 und 24 Jahren - generell haben wir in der Zielgruppe einen Marktanteil von an die 40 Prozent.

Welche Innovationen sind für heuer vorgesehen?

HAAS: Vergangenes Jahr hatten wir beim Frequency-Festival ein Pilotprojekt in Form des Themas Cashless-Card, die nicht nur eine Ermäßigung beim Ticket-Kauf beinhält sondern auch ein Festival-Package und andere Goodies vor Ort. Dieses Thema werden wir auch heuer weiter vorantreiben, schließlich hat das 2017 mit über 7.000 solch verkaufter Festivalpässe sehr gut funktioniert. Gemeinsam mit unseren Partnern – den Veranstaltern, Labels, u.a. bieten wir einen Mehrwert an. Wir können so mit den Acts, die auf den Festivals auftreten, werben und attraktive meet&greets u.ä. veranstalten. Und intern werden wir in diesem Jahr einen Verkaufswettbewerb unter unseren Jugendberatern starten, die als Preis ein Vip-Package für das Frequency-Festival erhalten, samt einer eigenen Glamping-Area am Gelände.

Wie hoch ist das Marketing-Budget für die Musik-Aktivitäten?

HAAS: Wir verwenden rund ein Drittel des Marketingbudgets für die junge Zielgruppe um Vorteils-Content im Konzert- & Festivalbereich für unsere jugendlichen Kunden zu kreieren.

Raiffeisen ist aber darüber hinaus auch im Family-Entertainment aktiv. Helene Fischer, Andreas Gabalier, Apassionata bis hin zum Kiddy Contest. Das Thema Musik zieht sich eigentlich durch alle Altersgruppen, Voraussetzung ist immer, dass es einen Ticketvertrieb und Ermäßigungen gibt und dass wir branchenexklusiv als Partner bei einer Veranstaltung präsent sind. Wir versuchen immer unser Konzert- & Eventprogramm in unsere Kommunikationsmaßnahmen zu integrieren und die Botschaften über unsere Kanäle und mit Power umzusetzen. Konzerte & Festivals sind Marktplätze der Jugendkommunikation und die RLB NÖ-Wien wird beim Raiffeisen Club-Programm auch weiterhin stark auf diesen Content setzen.

sponsoring.casinos.at
Serviceline +43 (0)1 534 40 50

Ein Gewinn für die Zukunft

Corporate Social Responsibility. Vom Spielerschutz über den schonenden Umgang mit Ressourcen bis hin zur Unterstützung zahlreicher Organisationen und Projekte im Interesse der Allgemeinheit: Casinos Austria lebt Nachhaltigkeit seit der Gründung vor 50 Jahren. Aus Überzeugung. Für Mensch und Umwelt.

CASINOS AUSTRIA
Das Erlebnis.

„Du bist beim Bauch Bein Po“

Wer Songtitel wie „Veteranen der vertanen Chancen“ schreibt, weil er unbedingt mal die Lottozahlen im Text unterbringen wollte, kann nur ein verschmitzter Kopf sein. Und wer mit der hochverehrten Kolumnistin Sibylle Berg in einem Stück auftreten darf, hat eine gewisse Fallhöhe erreicht. Die Band Kreisky mit ihrem charismatischen Frontmann Franz Adrian Wenzl hat mit „Blitz“ ein neues Album rausgebracht. Grund, ein bisschen nachzufragen.

Foto © Ingo Pertramer

Kreisky

Eine Würdigung von „BBP“ war schon längst fällig, dass es gleich ein Verabschiedungslied sein muss, mit dem die gebürtigen Oberösterreicher der Band Kreisky ihr neues Album eröffnen, zeugt von ihrer Freude am Ungewöhnlichen. Die 10 Songs mäandern musikalisch laut Sänger Franz Adrian Wenzl zwischen The Cure und Joy Division, der Berichterstatterins Meinung garniert mit einer Prise Element of Crime und Les Rita Mitsouko. Um ein Genre zu benamsen, am ehesten guter alter New Wave mit arty Punkattitüde. Für Wenzl, dem Texter orientiert sich die Musik teils auch an den Geschichten und „da muss man bei manchen Liedern so eher in der weinerlichen Art der erwähnten Bands singen.“ Oder wie es ein Kabarettist so ungefähr beschreibt : Der heiße Scheiß aus den 1980-er Jahren. “

Im Gegensatz zu den früheren 4 Alben (+ 1 Livealbum) - Kreisky gibt es seit 2005 - wurde diesmal nicht lange herumgetan, sondern innerhalb von 3 Tagen wurde das Album eingespielt. Diese Arbeitsweise ist dem Umstand geschuldet, dass die Musiker mittlerweile Jungväter geworden sind und offenbar die Prioritäten zugunsten des Nachwuchs setzen und auch an verschiedenen Orten leben. „Vorbereitet bin ich immer, denn ich habe auf meinem Computer mindestens 20 Word-Dokumente, die ich als Grundlage für meine Texte verwende und wenn die anderen an musikalischen Feinheiten basteln, schaue ich, was man daraus machen kann. Diesmal sind die Lyrics nicht so ausgefeilt wie auf dem Vorgängeralbum, aber dafür ist mehr das Rotzige, Unmittelbare, Rohe, das uns sehr wichtig ist, im Vordergrund. Vielleicht wirkt manches leicht patschert, so hingeschissen, aber das macht die Direktheit wett“, zeigt sich Wenzl, der große Sprachliebhaber diesmal von der lockeren Seite. Den Vergleich mit Element of Crime nimmt der Sänger, den man auch als Austrofred kennt, erfreut zur Kenntnis, aber gewollt sei dies sicher nicht, da sich – obwohl sie mittlerweile eine gestandene Band sind – die Mitglieder nicht auf eine gemeinsame Musikrichtung einigen können. Aber alle Musiker sehen dies als Vorteil, da umso mehr Einflüsse geltend werden und jede Platte anders klingt. „Außerdem sind wir richtige Freunde und nicht nur Bandkollegen dh es wird dann nicht nur viel über Musik diskutiert sondern auch die eigenen Befindlichkeiten sowie die gesellschaftlichen Entwicklungen. Wir werden ja immer wieder gefragt, ob wir uns als politische Band verstehen, finde ich nicht, wenn ich in dieser Richtung etwas ändern möchte, dann gehe ich demonstrieren, aber es hat jeder die Freiheit in unsere Texte reinzuinterpretieren, was er will.“

Der schimpfende Mensch, der vielen Kreisky-Songs die Perspektive lieh, ist vom Querulanten, der sich an der Supermarktkasse über den Joghurtpreis beschwert, erst zum Wutbürger und dann zum Präsidenten der Vereinigen Staaten geworden. Tja, aber wer Lieder wie „Ein Depp des 20. Jahrhunderts“ schreibt, dem ist nicht alles egal.

Im Herbst erlangte die Band auch Aufsehen im Feuilleton, da sie im Wiener Rabenhof Theater in einer Zusammenarbeit mit der Schriftstellerin und Spiegel-Kolumnistin Sibylle Berg zu sehen waren und durchwegs Lorbeeren für das Programm „Viel Gut Essen“ erlangten. Und Wenzl zur Einsicht gelangte, dass er doch eher „Bühnensau“ als Soundtüftler sei. „Ich würde ja manchesmal wirklich lieber wie im Lied „Ich löse mich auf“ leben, aber meine

Talente liegen eher im direkten Zugang zum Publikum“, weiß der Familienvater um die Notwendigkeit des Broterwerbs. Bandintern sind die Aufgaben auch aufgeteilt, wobei man insbesondere das grafische Talent von Schlagzeuger Klaus Mitter loben muss, der das wunderschöne Schallplattencover geschaffen hat.„Wir wollen unsere Fans auch belohnen, dass sie unsere Platten kaufen und wir wissen, dass sie den Aufwand schätzen, da es sich um ein Fachpublikum handelt“, streut der Künstler Blumen. Innerhalb von 12 Jahren ist die Band aufgrund ihrer fleißigen Konzerttätigkeit – „das einzige, das ein bissl ein Taschengeld einbringt“ - auch in Deutschland bekannt geworden und geht im April auf Tournee auch durch Städte wie München, Berlin oder Hamburg. In München, wo Wenzl seine Zelte aufgeschlagen hat, hätte er nicht Heimbonus, sondern man kenne ihre Musik aus dem Radio. FM4 sei Dank!

Alle Auftritte unter: www.kreisky.net

Blitz erscheint als 180 Gramm Vinyl, 14 Gramm CD und Download.

Besetzung: Franz Adrian Wenzl: Stimme, Keyboards Martin Max Offenhuber: Gitarre, Baritongitarre, Bass, Chor, Klaus Mitter: Schlagzeug, Chor, Gregor Tischberger: Bass, Gitarre, Chor

Bücher von Musikmenschen

Kaffeehausliteratur

Den Typus des grantigen Wieners kennt man zur Genüge, der mit seinem Verhalten alle abschreckt und keiner sich freiwillig an seinen Tisch im Kaffeehaus setzen würde. Da ist Elfriede ganz anders: als sie eines Tages bei einem plötzlichen Regenguss von der Außenterrasse des bekannten Café Hummel im achten Wiener Bezirk ins Innere flüchten muss und nur mehr ein Platz am Stammtisch von Prof. Horak frei ist, beginnt eine gewisse Annäherung, die die Autorin Karoline Cvancara zu einer höchst amüsanten, leicht lesbaren Geschichte verarbeitet. Sehr viel Lokalkolorit, sehr gute Musiktipps (kein Wunder, die Autorin ist die Tochter der ehemaligen Betreiber des legendären Plattengeschäfts Red Octopus auf der Josefstädter Straße), liebevoller Spott und eine genaue Beobachtungsgabe machen die Qualität des Romans aus. Wenn sie die Episode zweier Kartenfreunde so beschreibt - der Ankommende zum Wartenden: „Du sitzt da und hast noch nicht hergerichtet“ - dann weiß man, dass auch die Autorin gerne Zeit im Café Hummel verbringt.

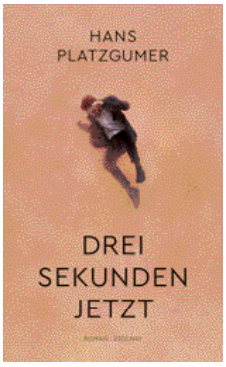
Karoline Cvancara: „Horak hasste es, sich zu ärgern“ (Verlag Wortreich)

Papa aus der Musikbranche

Wer hätte gedacht, dass in dem Zyniker Peter Draxl solch ein liebevoller Vater steckt? Der ehemalige Musikmanager schrieb ein Buch über das Leben mit einer Teenagertochter, zumindest bis zu diesem Alter. Die meisten aus der Musikbranche kennen Draxl als Nonkonformisten und wenn man seiner Tochter eine katholische Schullaufbahn angedeihen lässt, kann man sich vorstellen, dass dies zu gewissen Reibungspunkten führt. Da muss man nicht einmal ein mittelalter Rock'n'Roller sein, der laut brummend mit seiner Harley durch die Stadt zieht, sich tätowieren lässt und überhaupt wenig mit dem Hietzinger Bildungsvolk gemeinsam hat. All die großen und kleineren Zusammenstöße im Zusammenleben schildert Draxl in einem sehr warmherzigen Ton. Tochter Pippi bzw. „Kindi, Prinzessin, Goldlöckchen“ wie Papa Peinlich sie nennt, nimmt ihm kaum etwas ernsthaft übel bzw. hat von den Eltern gelernt, dass man, wenn man von einer Sache überzeugt ist, sie auch durchziehen soll, ob's den anderen passt oder nicht. Es ist aber kein Erinnerungsbuch nur für die beiden Beteiligten geworden, sondern eine amüsante Anekdotensammlung, die sehr vielen anderen Eltern bekannt vorkommen wird.

Peter Draxl: Papa Peinlich (Milena Verlag)

Das Schicksal war der Meister



In die Welt geworfen, aber zumindest in einen Einkaufswagen wird die Hauptperson Francois, der als Findelkind bei einem kinderlosen Ehepaar in Marseille aufwächst. Wir begegnen ihm als jungen Mann, losgelöst von seinen Adoptiveltern, alleine auf sich gestellt in jeglicher Hinsicht. Er trifft Gleichgesinnte und begibt sich auf eine Reise nach New York und später Montréal. Was ihn dort erwartet, lässt seine französische Heimatstadt richtig als Idylle erscheinen und dabei nicht nur klimatisch. Hans Platzgumer, der auch als ehemaliger Musiker (spielte an die 2.000 Konzerte), einen ungewöhnlichen Weg einschlug, lässt dies auch seiner literarischen Figur angedeihen. Er ist einerseits phlegmatisch, lässt sich lethargisch von seinem Umfeld bestimmen, andererseits setzt er ganz bewusst seine Entscheidungen. Und dass das Innenleben soundso viel interessanter ist als die alltägliche Realität, ist bei dieser sympathischen Selbtsbeschau einmal mehr bewiesen. „Das Schicksal war der Meister, ich nur ein Zulieferer“ lässt der Autor seinen Helden resümieren.

Hans Platzgumer: Drei Sekunden jetzt (Zsolnay)

25 Jahre Ursprung Buam

Die drei Musikanten aus dem Zillertal prägen die Szene auf ihre Weise und die steht – in der Tat – für sich selbst. Die Brüder Martin und Andreas Brugger, stehen gemeinsam mit ihrem Cousin Manfred Höllwarth seit 25 Jahren auf der Bühne. Martin, der kreative Kopf im Film, Sound & Media-Interview.

Ursprung Buam - 25 Jahre im Dienste der Volksmusik

Wie schafft man es, sich als Trio unverändert 25 Jahre im Musikbiz zu halten?

Martin BRUGGER: Es ist mittlerweile eine Seltenheit, aber bedingt durch den Umstand, dass wir als Familienbetrieb von Anfang an konzipiert waren, ist es ein leichtes Spiel. Wenn es unter der Verwandtschaft mal eine Keilerei gibt, wird das weggesteckt und man macht weiter. Uns verbindet schon sehr viel und außerdem haben wir sehr abgesteckte Rollen: jeder ist für einen anderen Teil zuständig und hat dabei absolute Eigenständigkeit, wir mischen uns nicht gegenseitig ein. Wir haben uns in all den Jahren nie verbogen, sind immer unserer Volksmusik treu geblieben und daher weiß, das Publikum auch, was es an uns hat. Es geht wahrscheinlich denn meisten Menschen so, dass die Zeit viel zu schnell vergeht und in unserem Fall kommt hinzu, dass unsere Arbeit gleichzeitig unser Hobby ist: wir sind durch und durch Musiker, wir haben immer Musik gemacht und gemocht.

„Wir haben weit über 30 Alben veröffentlicht und jede hat zumindest Goldstatus erreicht und daher wollen wir mit dem Jubiläumsalbum etwas Besonderes bieten und zwar wird es das Album auch als Schallplatte geben. Dieser Nostalgietrend ist auch in der Volksmusik angekommen.“

Aber in 25 Jahren wird doch vieles auch zur Routine und fehlt eventuell die Anfangseuphorie?

BRUGGER: Würde man nicht reifer werden in seinem Leben, wäre es weniger gelungen, aber der Ursprung, nämlich die Freude an der richtigen Volksmusik ist geblieben. Dazu kommt, dass jedes Jahr anders ist, manchmal hat man mehr Auftritte, dann wieder weniger, dann wieder mehr im eigenen Land, dann auswärts und es kommen ja auch immer neue Lieder hinzu, jeder Auftritt ist anders.

Ich nehme an, dass man als Volksmusiktrio hauptsächlich im Alpenraum unterwegs ist?

BRUGGER: Ja, natürlich ist Österreich, Deutschland, Südtirol unser Hauptgebiet, aber aufgrund der vielen Holländer, die in Tirol, speziell bei uns im Zillertal Urlaub machen, spielen wir immer wieder auch Konzerte in den Niederlanden.

Was hat sich im Volksmusikbereich am meisten verändert?

BRUGGER: Augenscheinlich das äußere Erscheinungsbild: als wir anfingen, waren wir die einzigen, die Tracht trugen, heute weiß man ja, wie dieses Gewand um sich greift und gerne auch in der Stadt getragen wird. Bei den Livekonzerten ist es wie immer, verändert hat sich natürlich das Kaufverhalten, aber zum Glück greifen unsere Fans noch immer gerne zu CDs. Wir haben weit über 30 Alben veröffentlicht und jede hat zumindest Goldstatus erreicht und daher wollen wir mit dem Jubiläumsalbum etwas Besonderes bieten und zwar wird es das Album auch als Schallplatte geben. Dieser Nostalgietrend ist auch in der Volksmusik angekommen.

Wo wird Ihre Musik außer live gespielt?

BRUGGER: Wenn Sie die Medien ansprechen, dann sehr wenig, wir haben unsere gewissen Sendungen, wo man ab und zu auftreten darf, aber viel ist es nicht. Wir können aufgrund der regen Konzerttätigkeit von unserer Musik leben, aber wäre man auf Radioeinsätze angewiesen, wäre es jämmerlich. Ich spreche nicht nur als Musiker über das eintönige Programm, sondern auch als normaler Zuhörer: wenn man - so wie wir viel im Auto unterwegs ist - dann wird es sehr eintönig, weder gibt es Spezialsendungen, noch Nischenprogramme, noch Abwechslung in der Musikfarbe - und das bezieht sich leider nicht nur auf Österreich. Es gibt keine Sendervielfalt, man braucht erst gar nicht auf Frequenzsuche einstellen.

Sie haben Ihr eigenes Label, die Hobegoaß Records gegründet, was hat es damit auf sich?

BRUGGER: Wir wollen unabhängig sein und haben aufgrund der langjährigen Erfahrung, Einblick in die Tätigkeit von Plattenfirmen bekommen. Es ist viel Arbeit, die wir uns damit aufgebürdet haben, aber wenn man sich in Nichts dreinreden lassen will, dann ist es am besten so. Wenn es so bleibt wie bisher, bin ich zufrieden, was soll man sich denn außer Gesundheit schon wünschen?

25 Jahre Ursprung Baum:
„Die Zillertaler kommen“
Alle Tourdaten unter: www.ursprungbuam.at

GROSSE FORMATE.
GROSSE SENDER.
GROSSE ERFOLGE.

IP

QUOTENBRINGER AUS ÖSTERREICH: WALZER UND VICTORIA.

Seit 8. März bittet RTL mit der neuen Staffel von „Let's Dance" Profi-Tänzer und Stars aufs glatte Parkett. Für den nötigen Glamour sorgt die neue österreichische Moderatorin Victoria Swarovski. Die „Let's Dance"-Gewinnerin 2016 führt an der Seite von Daniel Hartwich durch die Show. Wie Sie davon profitieren können? Schreiben Sie uns: verkauf@ip.at

RTL

ORF VIX ORF SPORT NTV.RO nhv CINEWORLD VIX SKY IPS SCHOLZ TVNOW

WWW.IP.AT

Made in A.

Papermoon: It's only Papermoon

Eine Gitarre und zwei Stimmen - so hat alles im Jahr 1991 begonnen und das Duo Papermoon , bestehend aus Edina Thalhammer & Christoph Straub schuf damit einen unverkennbaren Sound. Nach 24 überaus erfolgreichen Jahren auf nationalen und internationalen Bühnen hat sich das Duo getrennt. Seit 2015 führt Edina Thalhammer das Projekt Papermoon zwar mit neuen musikalischen Partnern an ihrer Seite weiter, wenngleich sie ihrem Stil treu geblieben ist. Schöne Melodien, sanfte Stimme und sogar der Celentano-Klassiker „Il ragazzo" gelingt ganz vorzüglich.

Exit Universe: Because the World is round (edel)

Ein steirisches Duo, bestehend aus der Sängerin & Pianistin Susana Sawoff und dem alle anderen Instrumente wie Vibraphon, Schlagzeug, Synthesizer etc. bedienenden Musiker Raphael Meinhart legt ein überaus zeitloses Debüt vor. Zwischen Singer/Songwriter/Jazz/Folk changierend erinnert die Musik an das ebenfalls so wunderbare Duo Angus & Julia Stone. Oder Die Songs sind in Popmusiklänge, aber nicht auf eingängige Melodien reduziert, sie klingen vertraut und sind doch mit so vielen musikalischen Ideen vollgeladen, die man erst beim mehrmaligen Hören honoriert.

VSJP Go Go! feat. Hyung-ki Joo (ats Records)

Hinter der Abkürzung steckt das Vienna Symphony Jazz Project, nur damit man weiß, worauf man sich einlässt. Der Vibraphonist Flip Philipp hat sich einen Wunsch erfüllt und sehr bekannte Melodien von Strauss über Gershwin bis hin zu Bernstein neu arrangiert und ihnen ein Jazzgewand übergelegt. Die Beschwingtheit und Eindringlichkeit ist geblieben, nur ein wenig Schalk ist hinzugekommen. Philipp hat quasi den Kern der Melodien herausgeschält und sie jazzzig-modern arrangiert. Mal in voller Bigbandbesetzung, dann wieder in kleinerer Formation, allesamt sehr mitreißend.

Bernd Ammann: Descending (cracked anegg)

Der Titel gibt die Bewegungsrichtung des Albums vor: herabsteigend.
Ziel des Bassisten ist es, seinem Instrument auf den Grund zu gehen. Er verlässt seine klassische Rolle und ist in einzigartig neuen Klängen zu hören. Damit es aber nicht zu einseitig wird, bekommt der Bass noch Trompete, Oud, Darbouka und Beatboxing zur Seite gestellt. Ganz großartig dazupassend das Cover von Ulrich Frey: Es spiegelt den unendlichen Raum der Klangfülle und auch die klaren Strukturen der exakt ineinander verzahnten Rhythmen wider.

Austrian Art Gang: Die Kunst der Fuge (Gramola)

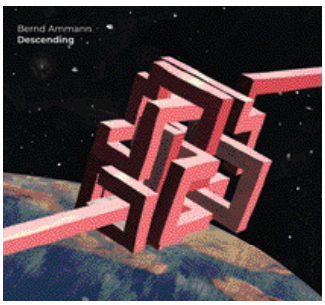
Nachdem sich weder im Bachschen Autograph noch im Erstdruck der Kunst der Fuge Angaben zur Instrumentierung des Werkes finden, kann man dieses aus 14 Fugen und vier Kanons bestehende Werk des großen Bach relativ frei angehen, hat sich vielleicht die sogenannte Austrian Art Gang (bestehend aus Klaus Dickbauer, Daniel Oman, Wolfgang Heiler, Thomas Weil und Wolfgang Derschmidt) gedacht. Und was dabei herausgekommen ist, zeugt von einer genialen Mischung aus Original und Jazzimprovisationen. Man erkennt die Absicht und ist entzückt. Frei und grenzüberschreitend, von einem leichten, jazzigen Drive begleitet, swingen sich die hochkarätigen Musiker durch die Fugen, dass man als Zuhörer fast sprachlos zuhört und immer wieder von vorne das Album auflegt.

Klaus Trabitsch: Wintermusik (Hoanzl)

Mit solch ruhiger, entspannender Musik lässt es sich leicht durch lange Winterabende kommen, idealerweise setze man sich vor einen Kamin, mit einem guten Buch und Drink in der Hand und kommt dann doch nicht zum Lesen, da man von den Gitarrenklängen gefangen genommen wird. Der „Specialist in all Styles", den man in Österreich als Begleitmusiker von Erika Pluhar, Otto Lechner oder Kurt Ostbahn kennt, hat aus seinen täglichen Übungen eine CD zusammengestellt. Inspiriert von der Winterlandschaft am Semmering sind 19 Stücke entstanden, die keinerlei Absicht, Virtuosität oder Schnelligkeit suchen, sondern garniert mit ein paar Jodlern eine Referenz an die Natur sind.

Bertram: Gegen/Licht (Pure Lands Rec.)

Für dieses Album ein Genre zu finden, ist schwer: einerseits bezeichnet sich der Musiker selbst als Liedermacher, aber halt einer der Jetztzeit. Die Texte sind zwar sozialkritisch, poetisch, berührend, aber die Musik hat es in sich. Seine leicht metallische Stimme, die sich von den Höhen auch tief hinunter schraubt, gibt quasi den Ton vor. Mit dem Produzenten Joe Gridl hatte er offenbar einen Mann an seiner Seite, der auch nichts von „normaler" Popmusik hält. Überaus flott, schräger poppiger Indierock und dann kommt wieder der wunderschöne „Lifecycle Blues" - bemerkenswert!



Achim Kirchmair Trio: Going to Ladakh (edel)

Ursprünglich aus dem Jazz kommend, hat der aus Tirol stammende Gitarrist und Komponist Achim Kirchmair – der sein Handwerk unter anderem an der Kunstuniversität Graz bei niemand geringerem als der österreichischen Jazzlegende Harry Pepl erlernte – längst auch seine Liebe für andere musikalische Spielformen wie Elektro oder Rock entdeckt. Während eines Aufenthalts im nordindischen Ladakh sind ihm viele Ideen für das vorliegende Album gekommen und wahrscheinlich kommt daher die Offenheit bei gleichzeitiger Fokussierung, will heißen dass das Trio gerne spontan abschweift, aber dem jazzigen Kernthema immer treu bleibt. Ungeheuer abwechslungsreiche Musik, die bei jedem Zuhören neue Töne eröffnet.

Viech: Heute Nacht nach Budapest (Hoanzl)

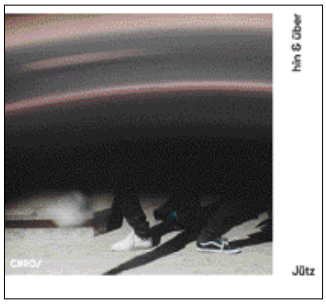
Letzten Herbst erntete Sänger Paul Plut mit seinem Solo „Lieder vom Tanzen und Sterben" viel Anerkennung von der Kritik, jetzt ist er wieder mit seiner Band „Viech" unterwegs und da geht es ein wenig leichtfüßiger zu. Das steirisch-oberösterreichische Trio zelebriert seit jeher einen ausgeprägten Hang zur Eigenheit. Die 10 neuen Songs sind allesamt kleine Geschichten, die zB. aus Alltagsbeobachtungen Abschiedslieder entstehen lassen. Die düstere Stimme des Sängers bestärkt natürlich den Text, dazu kommt die reduzierte Melodik, die sich unausweichlich in den Gehörgängen festsetzt. So kann kluge, poppige Musik heutzutage klingen. Und sehen kann man die Band live während ihrer im April startenden Tournee, Paul Plut himself auch in zwei kommenden österreichischen Filmen.

Engel Mayr: Sacred Cow (Time Zone rec.)

Engel Mayr (Gitarrist, Produzent und Songwriter u.a. bei Russkaja, Hallucination Company u.a.) hat ein rotziges Bluesrock Power Trio Album aufgenommen. Schlagzeug, Bass, Gitarre und seine Stimme – die klassische Formation von Hendrix, ZZ Top, Kings-X und Stevie Ray Vaughan. Wobei die Freude am ehrlichen Rock ganz klar im Vordergrund steht. Lass es krachen!

Jütz: hin & weg (Chaos)

Volksmusik neu zu interpretieren ist spätestens seit dem großen Werner Pirchner in Österreich ein kreativer Weg, um sich traditionellem Liedgut zu widmen. Das Tirol-Schweizer Trio Jütz bewegt sich freigeistlich in alpinen Musikkulturen und trifft fernab der Jodeldodelindustrie auf Volksgutgruppierungen, welche mit Schönheit und Aufrichtigkeit berühren. Wenn „A Blümal und a Herz" zuende gesungen ist, schmilzt man dahin wie die Gletscher heutzutage. Aber von Betroffenheitslyrik halten sie offenbar gar nichts, denn der darauffolgende „Häxesabbat" fordert mit allen Sinnen - was für ein Film entsteht da im Kopf! Musikerin Isa Kurz war oft mit ihrem Tiroler Kollegen Manu Delago auf Tournee und ähnlich mändernd zwischen den Stilen ist auch dieses Album angelegt. Da wird richtig jazzfunkig weggeshaked, dann hört man wie bei Attwenger die Quetschen schnellstmöglich vorbeiflutschen, abgelöst vom lyrischen Ton eines Flügelhorns - eine alle Sinne beanspruchende Klangkonferenz.

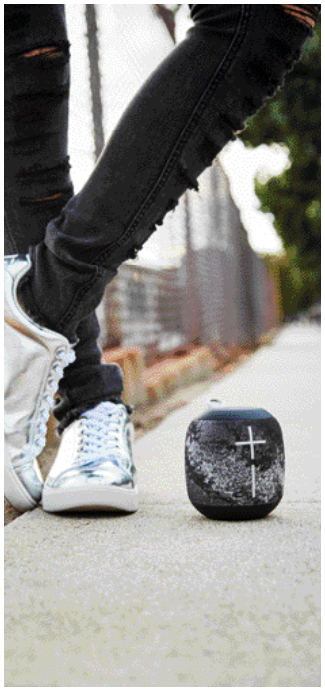


Freestyle Collection von Ultimate Ears

Rechtzeitig zur Weltmeisterschaften im Freestyle-Skiing in Tignes/Frankreich (18.-22. März.) erscheinen die Ultimate Ears-Lautsprecher in der sogenannten Freestyle Collection. Bei der neuen Kollektion dreht sich alles um die Persönlichkeit," so Charlotte Johs, General Manager bei Ultimate Ears. „Man stellt eine Playlist zusammen und definiert den persönlichen Stil – warum sollte man nicht auch einen Lautsprecher verwenden, der diesem Lebensgefühl entspricht? Mit den trendigen, unverwüstlichen und winzig kleinen Lautsprechern der Wonderboom Freestyle Collection mit sattem Sound in verschiedenen coolen Designs lässt sich der eigene Stil perfekt darstellen."

Features und Funktionen

Die Ultimate Ears Wonderboom Freestyle Collection ergänzt die Reihe der preisgekrönten Wonderboom -Lautsprecher und besticht durch denselben klaren 360-Grad-Sound mit ausgewogenem Bass. Die Lautsprecher sind schwimmfähig, IPX7-zertifiziert und somit bis zu 30 Minuten und einer Tiefe von einem Meter wasserfest. Zudem sind die Lautsprecher sturzerprobt für Fallhöhen bis eineinhalb Meter und mit einer Schlaufe versehen, damit sie ganz einfach etwa an einer Tasche befestigt werden können. Mit bis zu 10 Stunden Akkulaufzeit und einer Bluetooth-Reichweite von bis zu 33 Metern ist Wonderboom der perfekte Begleiter für die Dusche, den Strand, das Musikfestival oder die Poolparty. Durch Drücken der Ultimate Ears-Taste an der Oberseite des Lautsprechers, lässt sich ein Song abspielen, anhalten und überspringen. Außerdem können zwei Wonderboom-Lautsprecher für doppelt so viel Spaß verbunden werden. Inspiriert von internationalen Trends der Musik- und Mode-Szene werden die neuen Lautsprecher in fünf angesagten Designs angeboten: **Concrete, Avocado, Raspberry, Unicorn, Patches.Die Lautsprecher sind für 99,99 Euro (UVP) im ausgewählten Fachhandel erhältlich.**



ORF: Krön folgt Feichtenschlager

Eine insbesondere für Filmproduzenten wichtige Personalentscheidung wurde im ORF getroffen: aufgrund seiner Pensionierung ist Erich Feichtenschlager seit Anfang des Jahres nicht mehr im Unternehmen. Sein Nachfolger wurde jetzt bestimmt: es ist Michael Krön, der bis dato in der Fernsehentwicklung tätig war und nun alle Agenden von Erich Feichtenschlager übernommen hat.

Michael Krön

Filmhaus: neues Kino für Wien

Kinofreuden am Wiener Spittelberg

Gute Nachrichten für KinofreundInnen: das Filmcasino eröffnet am 6. April am Spittelberg das Filmhaus als zweiten Standort. Im Hauseingang Spittelberggasse 3 befindet sich der Zugang zum Kinosaal, der FilmfreundInnen unter dem Namen „Filmhauskino am Spittelberg“ ein Begriff ist. Ab April wird dieses feine Studio-Kino mit seiner gemütlichen Bar mit einem hochwertigen Arthouse-Programm vom Filmcasino bespielt: Neues europäisches und österreichisches Kino, Independent-Filme aus der ganzen Welt, ausgezeichnete Dokus, Programme für Familien am Wochenende, Special Screenings und thematische Schwerpunkte.
Mit John Carroll Lynchs Lucky (ab 6. April, OmU exklusiv im Filmhaus) mit Harry Dean Stanton in der Hauptrolle wurde ein programmatischer Eröffnungsfilm gewählt. Lucky ist eine wunderbare Feier des Lebens und soll dem neuen Kino Glück bringen.

Der Ernst des Lebens beginnt gerade

Endlich: Matura geschafft! Auf geht's nach Kroatien. Es soll die beste Party ihres Lebens werden. Aber für Julia und ihre Freunde wird die Maturareise zum Horrortrip, von dem nicht alle zurückkehren werden. „Die letzte Party deines Lebens“ - der junge Horrorthriller von Dominik Hartl („Beautiful Girl“, „Angriff der Lederhosenzombies“) kommt am 22. März österreichweit in die Kinos.
Die zwei wichtigsten „erwachsenen“spielen gewohnt souverän Michael Ostrowski und Edita Malovcic. Elisabeth Wabitsch, spielt mit „Julia“ eine zentrale Rolle in der Film-Matura-Truppe. Sie hat nicht zum ersten Mal eine tragende Rolle in einem Kinofilm. Mit ihrem Debut „Siebzehn“ hat die gebürtige Grazerin schon einmal große Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Markus Freistätter, der verlässliche Bogi im Film, ist zur Zeit als Erik/Erika in der Titelhauptrolle von Reinhold Bilgeris Biopic in den Kinos.

Dominik Hartl

In der Riege der talentierten jungen DarstellerInnen sind außerdem einige Nachwuchstalente die aus bekannten österreichischen Schauspielerfamilien kommen. Fanny Altenburger ist die Tochter von Julia Stemberger, Marlon Boess kommt aus der Familie der Stöckl-Schwestern und Antonia Moretti ist die Tochter von Tobias Moretti.
Produziert wurde der Horrorthriller vom Mödlinger Produzenten Florian Gebhardt, der nach „Wir sind Kaiser“, „Copstories“ und „Tatort“ nun erstmals Kinoboden betritt. Entstanden ist das Projekt nach einer Idee der gelernten Kamerafrau und Producerin Dani Purer.
Regie führte Dominik Hartl, der nach „Beautiful Girl“ und „Attack of the Lederhosen Zombies“ mit Genuss im Horror-Thriller Genre wildert.
Hinter der Kamera des bildgewaltigen Horrortrips stand übrigens kein geringerer als Thomas Kienast („Maximilian“, „Das finstere Tal“).
Ab 22. März in den österreichischen Kinos

OGH: IP-Sperren sind zumutbar

Bereits zum vierten Mal bestätigt der Oberste Gerichtshof die Zulässigkeit von Sperren des Zugriffs auf strukturell rechtsverletzenden Internetseiten. Im gegenständlichen Verfahren hatten Rechteinhaber die Sperre zu zwei IP-Adressen für illegale

Streaming-Portale zusätzlich zu bestehenden DNS-Sperren verlangt, um die Wirksamkeit der Zugangssperren zu erhöhen. Der OGH hat alle Argumente des Access Providers zur Unverhältnismäßigkeit, sowie zum Thema Overblocking verworfen. Somit ist die Rechtsfrage, welche Maßnahmen für einen Access Provider zumutbar sind, nun höchstgerichtlich geklärt.
In dieser und in vorhergehenden Entscheidungen des OGH, sowie des europäischen Gerichtshofs, fällt die Abwägung der Grundrechte der Nutzer und der Rechteinhaber eindeutig zugunsten der geschädigten Urheber, wenn vorsätzlich, systematisch und für kommerzielle Zwecke Rechtsverletzungen stattfinden.
In der Praxis ist Siteblocking durch Access-Provider für Rechteinhaber die einzige wirksame Möglichkeit, um den Zugang zu illegalem Content zu erschweren und legale Angebote zu schützen. Diese Vorgangsweise ist vielen EU Mitgliedstaaten üblich und erweist sich als sehr erfolgreich, um die Zugriffszahlen zu reduzieren.

Deutschland sagt Ja zur Filmförderung

Inzwischen ist der deutsche Koalitionsvertrag zwischen CDU und CSU unter Dach und Fach und die GroKo damit abgesegnet.
Der Kulturbereich (ab Seite 164 des deutschen Koalitionsvertrags) zeigt, dass Union und SPD im Film- und TV-Bereich einiges vor haben. Dass die kulturelle und wirtschaftliche Filmförderung „zumindest auf dem aktuellen Niveau“ fortgesetzt werden soll, ist immerhin etwas. Die Koalitionäre wollen aber vor allem den German Motion Picture Fonds ausbauen und „die Potentiale der Kultur- und Kreativwirtschaft für den Innovationsstandort Deutschland nützen“ und den German Motion Picture Fond“ stärken. Volumen derzeit € 10 Mio.
Analog zu manchen Formulierungen im österreichischen Regierungsabkommen schlägt die GroKo auch eine bessere Abstimmung der Förderinstrumente an. Dass eine umfassende Förderung audiovisueller Inhalte inklusive VFX, High-End-TV und Virtual reality eingeführt soll, ist ein Blick in die nahe mediale Zukunft, der sich auch im Forderungsprogramm der Filmwirtschaft in Österreich findet.
Die Forderungspapiere der Deutschen Produzentenallianz und der verschiedenen Filmverbände scheinen also zumindest dem Wortlaut nach entsprechend Berücksichtigung gefunden zu haben. Wie der Vorsitzende der deutsche Produzentenallianz Alexander Thies dazu meinte, haben sich vor allem hoch budgetierte High End TV-Serien weltweit zu einem „Leuchtturm“ der ausdifferenzierten Sender und VOD-Plattform-Landschaft entwickelt. Für diese hochwertigen, hochbudgetierten Produktionen und deren lokalen Entwicklung, wird auch in Deutschland die Präsenz der regionalen Produktionswirtschaft für wichtig angesehen. Auch das ein Thema für Österreich.
Wie in Österreich ist aber die Messlatte wie immer die tatsächliche Umsetzung!

Crossing Europe Jubiläum

Festivalleiterin Christine Dollhofer und ihr Team stellen im Moment die programmatischen Weichen für die Jubiläumsausgabe von „Crossing Europe“ Filmfestival Linz, das von 25. bis 30. April 2018 in die 15. Runde geht und sich im kommenden April seinem Festivalcredo als unabhängiges Zeitkultur-Event treu bleiben wird: Seit 2004 verschreibt sich „Crossing Europe“ der Idee, mit einer handverlesenen Auswahl von rund 160 Spiel- und Dokumentarfilmen anspruchsvolles europäisches Filmschaffen niederschwellig zu präsentieren und dem Publikum die Möglichkeit zum direkten Austausch mit anwesenden Filmschaffenden aus ganz Europa zu bieten.
Zwei bei der letzten Festivalausgabe erfolgreich etablierten Programmschienen werden auch 2018 Teil des Programmschemas von „Crossing Europe“ sein. Die Sektion „Spotlight“ widmet sich einer der spannendsten Persönlichkeiten der europäischen ProduzentInnen-Szene, nämlich der umtriebigen und preisgekrönten Produzentin Ada Solomon aus Rumänien. Die Filmvermittlungsschiene „Schule@“Crossing Europe““ findet sich ebenfalls wieder im Programm, insgesamt drei Filmprogramme werden im Rahmen des Festivals vormittags für SchülerInnen der Oberstufe und Berufsschulen angeboten. Der heurige Tribute-Gast ist der italienische Regisseur Edoardo Winspeare, und mit „The European Grandma Project“ der Oberösterreicherin Alenka Maly ist bereits eine der fünf Eröffnungspremieren für die Festivaleröffnung 2018 fixiert.

Weitere Infos folgen.
Crossing Europe, 25.-30. April, Linz
www.crossingeurope.at

Let’s CEE: gefährlich gute Filme

Gefährlich gute Filme“ lautet das Motto der sechsten Ausgabe des auf Filme aus Zentral- und Osteuropa spezialisierten Let‘s’ CEE Film Festivals. Von 13.-22. April werden an insgesamt acht Spielstätten in Wien rund 155 Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilme in rund 200 Vorstellungen präsentiert. Am zweiten Wochenende geht es dann auch nach Graz, Salzburg und Villach. Letztes Jahr hat das Festival genau eine Woche gedauert, heuer werden es zehn Tage sein.
„Wir haben schon immer gefährlich gute Filme gezeigt, solche, die als klare Signale gegen Ignoranz, Diskriminierung und Vorurteile zu verstehen sind und die oft brennende gesell-

schaftspolitische Themen zum Inhalt haben. Das wird nicht von allen gern gesehen, und in Zeiten wie diesen schon gar nicht. Wir halten dennoch Kurs“, sag die Festivaldirektorin Magdalena Zelasko.

Ein Höhepunkt von vielen: Unter dem Titel „LET’S Open Your Mind“ präsentiert LET’S CEE heuer als erstes Filmfestival in Österreich richtiges VR-Cinema – fixe Screeningzeiten und damit ein gemeinsames Kinofeeling inklusive. Mit Unterstützung von Partnern wie der Stanford University, Greenpeace International und der britischen Zeitung „The Guardian“ wird im Village Cinema Wien Mitte sowie beim 4GAMECHANGERS Festival eine Auswahl hervorragender VR-Filme aus aller Welt gezeigt. So wie alle Kurzfilme bei LET’S CEE können sie bei freiem Eintritt besucht werden!

DSGVO - Datenschutz-Grundverordnung

Wie schützen sich FilmproduzentInnen und Musikunternehmen?

Das Datum der Inkrafttretung der Datenschutzgrundverordnung DSGVO kommt immer näher - 25. Mai 2018. Jedes Unternehmen, das regelmässig Daten verarbeitet ist betroffen und muss sich vorbereiten. Auch als Filmproduktion oder als Unternehmen der Musikwirtschaft! Unter bestimmten Umständen können auch Bildinformationen (z.B. in Dokumentarfilmen) relevante Träger sensibler Daten sein und die Verpflichtungen des DSGVO (Informationsverpflichtungen, Löschung der Daten) können schlagend werden. Die Strafen für die Nichteinhaltung können existenzgefährdend sein.
In einem Follow Up warden Fragen, wie „Treffen mich als Filmproduktion oder Tonstudio die neuen Datenschutzbestimmungen? Wie kann ich mich absichern und vorbereiten?“ geklärt.

Diese Fragen werden im Rahmen einer Informationsveranstaltung von Herrn RA Mag. Ernst Mühlfellner beantwortet.

DSGVO - Datenschutz-Grundverordnung
Mittwoch, 04. April 2018, Beginn: 18:00 Uhr
Gewerbehaus, Wilhelm-Neusser-Saal,
Rudolf-Sallinger-Platz 1, 1030 Wien

VERLOSUNG

Die Firma Hoanzl hat uns jeweils 2 Exemplare folgender DVDs zur Verfügung gestellt. Mail mit Anschrift und gewünschtem Titel an **office@filmsoundmedia.at**.
Die Schnellsten gewinnen!

Österreichischer Filmhit als DVD

Obwohl er noch immer ins Kino lockt, gibt es nun den vielfach ausgezeichneten Film „Die Beste aller Welten“ des jungen Salzburger Regisseurs Adria Goiginger als DVD. Es ist die wahre Geschichte einer drogenabhängigen Mutter, der abenteuerlichen Welt ihres Kindes und ihrer Liebe zueinander. Adrian erlebt eine Kindheit in einem außergewöhnlichen Milieu, der Salzburger Drogenszene, und mit einer Mutter zwischen Fürsorglichkeit und Drogenrausch. Wenn er groß ist, möchte er Abenteurer werden. Trotz allem ist es für ihn eine behütete Kindheit, die beste aller Welten, bis sich die Außenwelt nicht mehr länger aussperren lässt. Helga weiß, sie muss clean werden, um ihren Sohn nicht für immer zu verlieren. Doch dazu muss sie ihre eigenen Dämonen besiegen…
Regisseur Adrian Goiginger erzählt in diesem Debütfilm seine eigene Geschichte und schafft damit eine Hommage an seine Mutter, eine starke Frau, trotz aller widrigen Umstände… Mit dem österreichischen Shooting Star Verena Altenberger (“Magda macht das schon”, “Die Hölle”), ausgezeichnet für diesen Film als beste österreichische Schauspielerin, und Jeremy Miliker.

Österreichischer Fernsehhit als DVD

Fast wie beim Neujahrskonzert: kaum ist der letzte Ton erklungen, erscheint der passende Tonträger, in diesem Fall geht es um die dritte Staffel der höchst erfolgreichen ORF-Serie „Vorstadtweiber“. Insgesamt 2,9 Millionen SeherInnen, im Schnitt 793.000. verfolgten die 10 Episoden um die ORF-Quotenqueens Gerti Drassl, Maria Köstlinger, Nina Proll, Martina Ebm und Hilde Dalik. Fortsetzung folgt – die Vorbereitungen zur vierten Staffel, die ab Juli gedreht werden soll, laufen bereits. Für alle Süchtigen gibt es Abhilfe: es liegt die dritte Staffel nämlich als 3 DVD-Box schon vor und die Vorstadtweiber sind wieder voll in ihrem Element. Böse Überraschungen, heiße Nächte, frisches Blut und ein gemeinsamer Plan sind die Ingredienzien

des Erfolgsformats bei denen sich Österreichs Schauspielelite die Türklinke in die Hand gibt. Oder wie eine der Protagonistinnen meint: „In der dritten Staffel ist für jeden etwas dabei. Alles, was das Herz begehrt. Für Krimifans und alle, die Komödien lieben. Es ist fast jedes Genre vertreten – das sollte also niemand verpassen.“
Für die Drehbücher zeichnet Uli Brée verantwortlich. Regie führten Sabine Derflinger (Folgen 21–25) und Harald Sicheritz (Folgen 26–30). Die dritte Staffel von „Vorstadtweiber“ (Hoanzl) ist eine Produktion des ORF, hergestellt von MR-Film.

Österreichischer Musikhit als DVD

Paul Pizzera & Otto Jaus, die zwei heißesten Eisen, die die österreichische Kabarettlandschaft momentan zu bieten hat, brechen mit ihrer „unerhört-solide-Tour“ auf in die Hallen des Landes, um das zu tun, was sie am besten können: begeistern! Zu zweit auf der Bühne sind sie gewillt jeden Kleinkunsttempel in einen Hexenkessel der Ekstase zu verwandeln und auch die massivste Kabarettbühne

dem Erdboden gleichzumachen! Musikkabarett vom Feinsten, das aus Selbstironie, Ehrlichkeit und dem Spaß am Leben besteht und beiden bis zum letzten Ton alles an Talent und Leidenschaft abverlangt. Eine 10,0 auf der Dichterskala und die Kunst über das Leben zu lachen. Die Doppel-DVD wurde am 13. Dezember 2017 im Grazer Orpheum aufgenommen und bietet 1 1/2 Stunden grandiose Unterhaltung.
Live aus dem Orpheum Graz, 13.12.2017

Datenschutzgrundverordnung– the Horrors!

Die Verordnung 679/2016 des Europäischen Parlaments und Rats zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zum freien Datenverkehr – kurz DSGVO – dieses sperrige Gesetz wird man sich merken müssen. Haben sich bislang Film- und Musikproduktionsunternehmen möglicherweise über Datenschutz auch aufgrund des nicht immer rigiden verfolgten Datenschutzgesetzes 2000 kümmern müssen, könnte sich das mit Stichtag 25. Mai 2018 ändern. Dann tritt das neue Datenschutzgesetz 2018 und vor allem die DSGVO in Kraft.

Ist diese Verordnung mit ihren rigiden Strafdrohungen eigentlich auf große internationale Unternehmen ausgerichtet, die mit dem Verkauf von personenbezogenen Daten Milliarden Umsätze machen (die großen Internet- und Social-Media-Plattformen), so ist nun praktisch jeder betroffen -nämlich jedes Unternehmen, das Daten verarbeitet und jeder Auftragsverarbeiter/Dienstleister. Sprich: jeder!

Analoge oder digitale Daten verarbeitet wohl jedes Unternehmen in der einen oder anderen Form. Und jedes Unternehmen ist damit zwar ab jetzt von einer Meldeverpflichtung in das Datenverarbeitungs-Melderegister befreit, muss dafür aber seine interne Dokumentation verbessern und hat deutlich strengere Zustimmungs- und Informationspflichten der Betroffenen. Strafen bis zu € 20 Millionen (statt bisher max. € 25.000,--) oder bis zu 4 % des weltweiten Vorjahres-Umsatzes sind wohl existenzgefährdend.

Filmproduzenten haben persönliche Daten über ihre Mitarbeiter, über Filmschaffende, über Künstler. Agenturen verarbeiten und vermitteln Daten über die von ihnen zu Vertretenden. In vielen dieser Fälle werden nicht nur reine personenbezogene Daten wie Name, Adresse udgl. verhandelt, sondern natürlich auch besonders sensible Daten über ethnische Herkunft, politische Meinungen, Gesundheitsdaten, Daten zur sexuellen Orientierung usw.

Diese sog. „Kategorien"-Daten dürfen nur bei ausdrücklicher Einwilligung und unter Einhaltung anderer Kriterien nicht verarbeitet werden, deren Verarbeitung und Weiterverbreitung an Dritte ist aber zweifelsohne für viele Unternehmen relevant. Es wird also wohl jedes Unternehmen aufgefordert sein, sich mit den Grundsätzen der DSGVO vertraut zu machen und diese auch bei den Datenanwendungen zu berücksichtigen und zu dokumentieren.

Die Grundsätze sind in aller Kürze jedenfalls die Einwilligung der Betroffenen, die Zweckbindung, der Grundsatz der Datenminimierung, die Richtigkeit, der Schutz vor unbefugten Zugriff und eine im Unternehmen verantwortliche Person. Vor allem müssen Daten bei Verlangen des jeweils Betroffenen auch gelöscht werden. Auch Bildformate selbst können Dateninformationen –auch sensible –enthalten.

So könnte es durchaus sein, dass z.B. bei aktueller Berichterstattung oder Seitenblicke-Formate es nun nicht mehr genügt, dass die Betroffenen einfach akzeptieren, gefilmt zu werden und damit konkludent der Ausstrahlung zustimmen. Es wird wohl nach herrschender Meinung von Datenschutzexperten aktive bestätigende Handlung verlangt werden und der Betroffene wird auch einwilligen müssen, dass diese Daten (für welchen Zweck, wie lange,. . .) gespeichert werden.

Neben der allgemeinen Problematik, dass jedes Unternehmen Daten verarbeitet und damit für seine Mitarbeiter Kunden usw. verarbeitet, tritt daneben noch ein Problem für die Kreativen auf. Die Datenschutzverordnung enthält auch Bestimmungen über Bildverarbeitung.

Grundsätzlich ist wohl davon auszugehen, dass auch in der Bildinformation selbst sensible Daten vorhanden sein können – beispielsweise in einem Bericht in dem Betroffene mit Namen, Ethnie, sexueller Orientierung oder anderen Dingen „identifizierbar" genannt werden. Dass Recht des hier Betroffenen auf jederzeitige Löschung dieser Information kann im Rahmen der Verwertung eines Filmes möglicherweise schon zum Problem werden.

Ist nun jede Art von z.B. dokumentarischem Film damit verunmöglicht? Nun, es gibt eine Ausnahme für künstlerische Zwecke, die aber vage formuliert ist und im Übrigen hinsichtlich der Rechte von der Datenverwendung betroffenen Person ohnehin nur eingeschränkt greift (§ 9 zur Meinungsfreiheit). Wenngleich die Erläuterungen auf die Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit darauf also Bezug nehmen, ist klarerweise jetzt keineswegs gesagt, dass im Zweifelsfall die Gerichte oder Verwaltungsbehörden eine solche Bestimmung auslegen würden. Die in § 12 vorgesehenen Ausnahmen für Zulässigkeit von Bildaufnahmen beziehen sich dagegen leider nur auf Bildaufnahmen „zu privaten Zwecken" – eine professionelle Filmproduktion ist damit nicht von den Ausnahmetatbeständen erfasst. Ohne Panik verbreiten zu wollen: Verlassen sollte man sich darauf nicht.

Wenngleich bereits jetzt mit dem urheberrechtlichen Recht am eigenen Bild des § 68 UrhG und den mediengesetzlichen Vorschriften ohnehin eine Reihe von Abwägungen für die Filmproduktion zu treffen sind, so tritt jetzt neben dem Urheberrechtsgesetz auch das Datenschutzgesetz als mögliches Hemmnis heran, werden in der Bildinformation selbst sensible Daten veröffentlicht. Neben dem bisher schon möglichen Widerruf der Zustimmung, der aber urheberrechtlich nur als Verletzung berechtigter Interessen des Abgebildeten möglich war, besteht ein Löschungsanspruch jetzt generell datenschutzrechtlich. Bildaufnahmen sind nun wohl ohne Zweifel Daten im Sinne des bereits bestehenden Datenschutzgesetzes.

Heißt das nunmehr, dass jegliches Filmen unmöglich ist oder jede Person (auch im Hintergrund wenn erkennbar) umfangreiche Vertragstexte unterschreiben muss? Datenschutzexperten raten zumindest aufgrund des bisherigen Wissensstandes von allzu großer Aufgeregtheit ab. Wir regen aber dringend an, sich mit der DSG und ihren Pflichten zu beschäftigen. Auch in den Arbeitsabläufen, beim Dreh selbst, im Umgang mit Mitarbeitern, Unbeteiligten wird es sicher zu Änderungen auch im vertraglichen Umfeld kommen müssen.

Eine wesentliche Pflicht der DSGVO ist das Verzeichnis der Verarbeitungsbehörden. Es entsteht nach einer Inventur aller Verarbeitungsvorgänge, muss schriftlich oder elektronisch erstellt, regelmäßig überprüft und angepasst werden. Damit braucht jedes Unternehmen zwingend eine Kontaktperson; Datenschutzbeauftragte braucht es nur in bestimmten Fällen. Das Verzeichnis beginnt mit den Fragen: wer (wessen Daten werden verarbeitet), warum (Zweckbindung: zu welchen Zweck benötigen wir die Daten), welche (Daten werden überhaupt erhoben), wie (kommen Sie zu den Daten), wo (sind die Daten gespeichert z.B.: Cloud, lokal usw.), wie lange (so kurz wie nötig).

Dringend wird auch empfohlen die zahlreichen Info-Veranstaltungen und Workshops z.B. in der Wirtschaftskammer oder vom WIFI zu besuchen.

Der Fachverband regt jedenfalls an, sich mit den Unterlagen zu befassen auf https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/EU-Datenschutz-Grundverordnung:-Checkliste.html finden man erste umfassende Informationen.

Folien der Power-Point-Präsentation, einer ersten Veranstaltung vom 1.2.2018 zu diesem Thema, können im Fachverbandsbüro abgerufen werden.

Besonders aufmerksam gemacht, wird auf die Veranstaltung, am 4.4.2018, wo RA Mag. Ernst Mühlfellner, erneut über Details der DSGVO sprechen wird.

Es kann nur empfohlen werden, diesem sperrigen Thema doch Aufmerksamkeit zu schenken und wie wohl vielleicht die Gesetzesabsicht darauf gerichtet war, Unternehmen à la Facebook, Google, Amazon zu treffen – denken Sie daran,: es trifft auch Sie!

Werner Müller, FAMA (Film and Music Austria)

„Wilde Mäuse – kommt in die Kinos!“

Das österreichische Kinojahr 2017 war durchwachsen, für das Jahr 2018 kündigt Christian Dörfler, Branchensprecher der Kinos im Fachverband der Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe in der Wirtschaftskammer Österreich im Film, Sound & Media-Interview einige Maßnahmen für die Branche an und richtet gleichzeitig Appelle an die heimische Filmszene sowie an die Politik.

Christian Dörfler

Wie beurteilen Sie das österreichische Kinojahr 2017?

CHRISTIAN DÖRFLER: Wir verzeichneten einen leichten Besucherrückgang, was grundsätzlich kein Anlass für Jubelmeldungen ist. Aber: Positiv möchte ich hervorheben, dass die österreichische Kinobranche eine sehr stabile ist und die Bewegungen sowohl in die eine als auch in die andere Richtung der Statistik seit Jahren im geringen Prozentbereich stattfinden. Wir erleben also keinen Niedergang der Kinos – ganz im Gegenteil - es gibt sogar einen Zuwachs an Standorten. Aber natürlich wäre es schöner, von einem generellen und kontinuierlichen Plus zu sprechen. Das Erstaunliche ist, dass es ganz unterschiedliche Ergebnisse für die einzelnen Kinos gibt. Die Branche wird immer heterogener und es zeigt sich, dass jeder Unternehmer die Chance hat erfolgreich zu sein, wenn er seinen Betrieb dem Kinopublikum individuell und kreativ präsentiert. Noch vor einigen Jahren herrschte die Meinung, der Erfolg der einzelnen Kinos hänge fast ausschließlich von den Filmen ab. Mittlerweile zeigt sich, dass Präsentation, Marketingauftritt und vor allem Präsenz in den sozialen Medien eine viel stärkere Bedeutung bekommen haben. Es gibt unterschiedliche Kinotypen – vom Multiplex, das mit großer Filmbandbreite und modernster Technik punktet - bis hin zu kleinen Kinos mit wenigen Sälen, die mit einer entsprechend kuratierten Filmauswahl und anderen Kriterien den Erfolg suchen. So ist jeder Betrieb gefordert, seine Nische zu finden und diese bestmöglich auszufüllen. Es hat sich auch im letzten Jahr gezeigt, dass dies durchaus möglich ist.

„Die Branche wird immer heterogener und es zeigt sich, dass jeder Unternehmer die Chance hat erfolgreich zu sein, wenn er seinen Betrieb dem Kinopublikum individuell und kreativ präsentiert.“

Wie schätzen Sie das Kinojahr 2018 ein?

DÖRFLER: Am Papier zeichnet sich ein schwieriges Jahr ab – beginnend mit dem generellen Film-Line-Up bis hin zur Fußball-WM. Aber die Papierform bildet nie die Realität ab und wie sich ein Jahr entwickelt, kann man letztlich erst am Ende beurteilen. Ich schätze das erste Halbjahr jedenfalls sehr stark ein, schließlich startet im Mai das nächste Star Wars-Spin-Off. Traditionell bereichern Star Wars-Produktionen in den vergangenen Jahren immer den Umsatz. Oft haben schwierig eingeschätzte Jahre Rekordergebnisse geliefert und umgekehrt.

Wie beurteilen Sie die Performance österreichischer Kinofilmproduktionen?

DÖRFLER: Ich schätze den Stellenwert des österreichischen Films sehr hoch ein, deshalb bin ich auch enttäuscht, dass sich dies oftmals nicht in den Besucherzahlen widerspiegelt. Im europäischen Vergleich verzeichnen jene Länder einen Publikumszuwachs, die auch ein starkes Line-Up an lokalen Produkten haben. Das Hollywood-Produkt ist für alle europäischen Märkte gleich, ein starkes lokales Filmschaffen ist von großer Bedeutung und macht daher den Unterschied. In Österreich fehlt es an publikumswirksamen Produktionen, auch wenn - wie letztes Jahr – Josef Haders „Wilde Maus“ sehr erfolgreich war (Anm.: über 260.000 Besucher). Davon wür-

Garant für gute Einspielergebnisse: Josef Hader

de ich mir mehr wünschen: Wilde Mäuse – kommt in die Kinos! Darunter versteh ich einen Appell an die österreichische Filmproduktionslandschaft, weniger auf Arthouse-Filme zu setzen, sondern verstärkt auf publikumswirksame Produktionen. Selbiges gilt für die heimische Filmförderung: wir brauchen Filme, die das Publikum sehen will, dies führt zu einer win-win-Situation für alle Beteiligten – für die Produzenten, für die Filmschaffenden und letztlich natürlich auch für die Kinos.
Einen dringenden Appell richte ich an die Politik: Diese hat die Erhöhung der Umsatzsteuer auf touristische Dienstleistungen von 10 auf 13 Prozent für den Bereich der Beherbergung vor einigen Tagen im Ministerrat beschlossen - nicht jedoch für die Kinobetriebe! Ich hoffe, dass sich die Verantwortlichen diesem Thema ehestmöglich annehmen werden und auch hier auf 10 Prozent Umsatzsteuer zurückkehren, um die Rahmenbedingungen für die Branche im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern.

Gibt es seitens des Fachverbandes Maßnahmen, um das Image der heimischen Kinolandschaft zu stärken?

DÖRFLER: Wir werden in diesem Jahr wieder unsere Golden-Ticket-Verleihung für die erfolgreichsten Kinoproduktionen des abgelaufenen Jahres durchführen. Weiters werden wir - angelehnt an das Image-Sujet „Darling ich bin im Kino" - Arbeitstitel „Wiener Kinomomente" Material für einen modernen Image-Trailer sichten, der in weiterer Folge auch landesweit und in sozialen Netzwerken verbreitet werden soll. Darüber hinaus ist gemeinsam mit der Tageszeitung „Kurier" eine kinospezifische Serie geplant mit Themen wie Kinotechnik, Kino als Arbeitsplatz, Bedeutung des Kinos für die Umgebung, etc.

„Wir brauchen Filme, die das Publikum sehen will, dies führt zu einer win-win-Situation für alle Beteiligten – für die Produzenten, für die Filmschaffenden und letztlich natürlich auch für die Kinos."

Zahl der Kinos in Deutschland auf dem höchsten Stand seit zehn Jahren

In Deutschland gibt es so viele Kinos wie seit zehn Jahren nicht mehr. Mit den 107 Neu- oder Wiedereröffnungen des letzten Jahres waren der Filmförderungsanstalt (FFA) Ende Dezember 4.803 Kinosäle (2016: 4.739) gemeldet – der höchste Stand seit 2008. Auch die Zahl der Kinostandorte lag mit 899 (892) so hoch wie seit 2012 nicht mehr. Positiv ist auch der Blick auf die Bilanz: 122,3 Mio. Kinobesucher (121,1 Mio.) sorgten im letzten Jahr für ein Box-Office von 1.056,1 Mio. Euro (1.023,0 Euro) – und damit den zweithöchsten Gesamtumsatz aller Zeiten. Erfolgreichster Film des Jahres war mit 5,9 Mio. Besuchern die FFA-geförderte Produktion „Fack Ju Göthe 3", die ebenso wie seine beiden Vorläufer in den Jahren 2013 und 2015 TOP-Film des Jahres war.
Der deutsche Marktanteil lag mit 23,9 Prozent über dem letzten Jahr (22,7%). Insgesamt wurden 28,3 Mio. Tickets (27,7 Mio.) für deutsche Filme gekauft. „Für die Kinowirtschaft war 2017 ein durchwachsenes Jahr mit positivem Ausklang", erklärt FFA-Vorstand Peter Dinges. Dass mit „Fack Ju Göthe 3" erneut eine deutsche Produktion vor allen US-amerikanischen Blockbustern landete, belege „erneut den hohen Stellenwert, den deutsche Filme hierzulande im Kino mittlerweile besitzen." Die positive Entwicklung bei der Anzahl der Kinosäle und Standorte werte er es als „besonders erfreulich, zumal sich der seit Jahren anhaltende kontinuierliche Anstieg nach unseren ersten Erkenntnissen neben den Großstädten insbesondere auf kleinere Orte und Städte mit bis zu 50.000 Einwohnern auswirkt", betont Dinges.

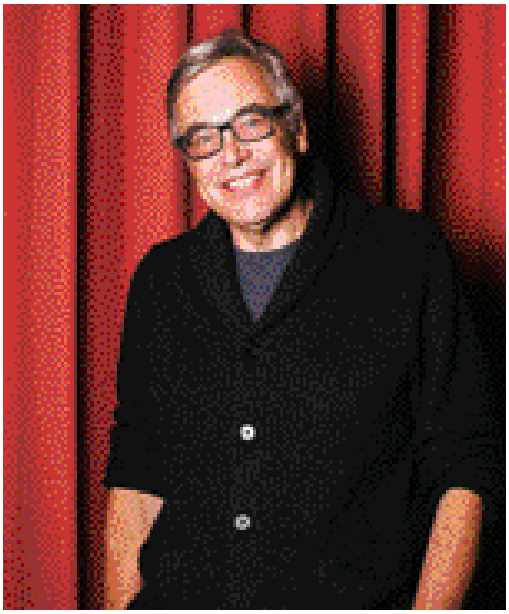
Weitere Details aus dem Kinoergebnis 2017:

Unter den 28 Besuchermillionären waren neben dem Nr. 1-Film vier weitere deutsche Produktionen: "Bullyparade – der Film" (1,9 Mio.), "Bibi & Tina – Tohowabohu Total"" (1,7 Mio.), "Ostwind – Aufbruch nach Ora" (1,1 Mio.) und "Vier gegen die Bank" (1,1 Mio.).
Seit 2011 erstmals rückläufig ist die Zahl der Erstaufführungen in den deutschen Kinos. 2017 liefen 587 Filme in den Kinos an, 23 weniger als im Jahr davor.
Von den 233 erstaufgeführten deutschen Filmen (Vorjahr 244) waren 143 Spielfilme, 90 Dokumentarfilme sowie 76 internationale Koproduktionen.
Der 3D-Film hat im letzten Jahr mit 25,5 Mio. Tickets weniger Besucher gezogen als in den Jahren davor und einen Marktanteil von 21,5% (25,6%) erzielt.
FFA-Vorstand Dinges: „Für das laufende Kinojahr erwarten wir eine Reihe viel versprechender deutscher Kinostarts u. a. mit den Schwergewichten Til Schweiger (Klassentreffen 1.0), Matthias Schweighöfer (100 Dinge) und Michael Bully Herbig (Ballon). Gespannt sein dürfen wir aber auch auf die aufwendige Verfilmung von "Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer" von Dennis Gansel und auf spannendes Arthousekino mit dem Roadmovie 25KM/H mit Lars Eidinger, inszeniert von "Friendship!"-Macher Markus Goller, "Road" von "Victoria"-Regisseur Sebastian Schipper oder "Das schweigende Klassenzimmer" von Lars Kraume.

40 Jahre Filmladen

Das österreichische Festival Diagonale widmete dem „Filmladen" einen Schwerpunkt in seinem heurigen Programm. Vom politisch agierenden Kollektiv zum größten unabhängigen Filmverleih in Österreich hat sich der Filmladen entwickelt, fast von Anfang an dabei: Geschäftsführer Michael Stejskal. Wo heutzutage die Herausforderungen liegen, erklärt er im Film, Sound & Media-Interview.

Foto © IDiagonale/Elo die Grethen



Michael Stejskal

Sind Sie stolz darauf, Teil eines Kollektivs gewesen zu sein bzw. heutzutage noch immer Chef eines rund 15-köpfigen Teams zu sein?

MICHAEL STEJSKAL: Nachdem ich ja nicht von Anfang an dabei war, kann ich diese Ehre nur zum Teil für mich beanspruchen. Aber natürlich haben wir ein Stück weit österreichische Filmgeschichte geschrieben. Ich persönlich schaue lieber nach vor als zurück, aber natürlich haben wir auch ein Stück weit österreichische Filmgeschichte geschrieben, und ein runder Firmengeburtstag legt es dann nahe, innezuhalten und in die Vergangenheit zu schauen.

Dann nur ein kurzer Rückblick: was hat Sie bei der filmischen Beschäftigung am meisten überrascht, konnten Sie Filmperlen aus der Vergangenheit entdecken?

STEJSKAL: Aufgrund des Wandels der Zeit hat sich die Arbeit natürlich geändert, aber es ist interessant, wieviele der Filme, die damals ja besonders politisch konnotiert waren, erstaunlich aktuell sind, aktueller als einem lieb sein kann. Viele haben nichts von ihrem Schwung und ihrer Intensität verloren, wovon man als Zuschauer gefangen genommen wird. Wir haben damals sehr viele Dokumentarfilme rausgebracht, viele auch nur in einer Länge, die fürs Kino nicht geeignet waren. Aber diese Filme wurden ja außerhalb des Kinos eingesetzt, landauf landab bei den verschiedensten Veranstaltungen. Die Filme waren die Grundlage für anschließende Diskussionen, es waren agitatorische Kurzfilme. Gerade im Dokumentarfilm haben sich aufgrund der Technik enorme Veränderungen ergeben, die Arbeitsweise vom Drehen mit damals 16mm Film bis zum Schneiden am Schneidetisch war komplett anders, es war wesentlich teurer, komplizierter und arbeitsteiliger als in einer Zeit, in der soeben der erste auf einem Handy gedrehte Kinospielfilm bei der Berlinale gezeigt wurde. Heutzutage hat jeder, der seine Urlaubsfilme scheiden will, ein Schnittprogramm mit einem größeren Leistungsumfang auf seinem Computer als es professionelle Programme damals hatten, als die ersten Avids auf den Markt kamen.

„Aufgrund des Wandels der Zeit hat sich die Arbeit natürlich geändert, aber es ist interessant, wieviele der Filme, die damals ja besonders politisch konnotiert waren, erstaunlich aktuell sind, aktueller als einem lieb sein kann."

Hat sich die Qualität dadurch verbessert?

STEJSKAL: Ich bin weit davon entfernt, die Vergangenheit zu verklären, zumal das Drehen auf 16mm den Regisseuren viele Einschränkungen auferlegte. Das Filmmaterial war teuer, und das Equipment war relativ schwerfällig. Dadurch konnte man den richtigen Augenblick auch nicht so leicht einfangen, und viele Dinge wurden aus materialtechnischen Gründen gar nicht gedreht. Aber diese Einschränkung hatte andererseits den Vorteil, dass sie Vorgangsweise vorher genau durchdacht sein musste. Wenn ich von Dokus ausgehe, so waren diese Mittel zur Agitation um ein Thema und die Art wie wir sie verbreiteten, war damals auf Höhe der Zeit. Heute wäre das völlig anachronistisch. Wir tauschen ja Informationen blitzschnell und in großer Vielfalt ; allerdings mit dem Nachteil, dass jeder allein zuhaus vor dem Computer sitzt oder isoliert auf sein Handy schaut. Man ist nicht mehr gezwungen, eine Veranstaltung zu organisieren – aber es gibt dann auch keine Gruppe mehr, die darüber diskutiert, es fehlt der lebendige Austausch, die Aufmerksamkeit ist atomisiert.

Bleiben wir noch beim boomenden Kinodokumentarfilm: was macht hier den großen Reiz aus?

STEJSKAL: Der Luxus sich Zeit zu nehmen, sich auf ein Thema einzulassen, sich damit beschäftigen, ist in unserer Zeit, wo der Trend von kurzen Infohappen überhand nimmt, für viele interessierte Kinogeher ein Ausgleich. Die Qualität des Kinos ist es, in

großen Bögen zu erzählen, der Zuschauer hat die Gelegenheit, sich auf den Film zu konzentrieren, ist nicht verleitet, sich wegzuzappen oder abzulenken, womit sich die Gelegenheit ergibt, den Film dann als Ganzes, vom Ende her zu bewerten. Es gibt eine reiche Bandbreite im Kino und die meisten Regisseure nehmen Kino sehr ernst und wollen sich bewusst vom Fernsehen abgrenzen. Aber egal ob im Fernsehen oder im Kino – grundsätzlich geht es immer um die die Frage: hat jemand ernsthaft etwas zu sagen oder behauptet er nur, etwas zu sagen zu haben? Und kaut dann nur etwas wieder, was schon hundertmal gesagt oder gedacht wurde; eine Problematik, die den gesamten Kulturbereich durchzieht.

Da nähern wir uns schon dem brenzligen Thema der Quantität des Angebots. Wie kann ich als Filmverleiher dem Einhalt gebieten?

STEJSKAL: Gar nicht, auch wenn wir alle wissen, dass es gemacht werden sollte.

Das größte Problem und Herausforderung ist die rasant anwachsende Zahl an FIlmen, die jedes Jahr den Markt fluten und wir alle sind Teil des Prozesses. Jeder weiß es, aber jeder macht mit, obwohl es langfristig unvernünftig ist, nur weil es im Moment als das (wirtschaftlich) Beste erscheint, niemand steigt als erstes aus diesem überhitzten Markt aus. Es klingt verwerflicher als es ist, aber unser Ziel sollte sein, dem Publikum wieder mehr Orientierung zu bieten tunlichst sich um die Filme kümmern, die ein größeres Publikum verdienen würden und die Filme eher links liegen lassen, die nicht so sehr dieser liebende Fürsorge bedürfen. Das wäre ein gemeinsam zu formulierendes Ziel, dass man versucht, das Kinoangebot so weit einzuengen, dass wirklich nur die Filme ins Kino kommen, die es auch verdienen.

Wer oder wo sollte damit begonnen werden?

STEJSKAL: Die Hauptwurzel des Problems ist der gesamteuropäische Fördermechanismus, jährlich werden in Europa 1700 Filme hergestellt, wovon 1500 nicht mal in den jeweiligen Produktionsländern ein ausreichendes Publikum finden. Man muss sich intelligente Mechanismen überlegen, die Strukturen direkt zu fördern und dabei die Menge einzudämmen. Es ist mein Mantra, aber die Struktur über die Menge zu fördern ist falsch, siehe Landwirtschaft. An der Filmherstellung sind sehr viele Menschen beteiligt und die muss man natürlich alle im Auge haben, wenn man über ein Umsteuern nachdenkt; das beginnt mit der Ausbildung, denn alle, die die verschiedenen Ausbildungsstätten verlassen, wollen – völlig zu Recht - ihr aufwändig erlerntes Handwerk auch einsetzen. Das geht um Förderinstitutionen, die schneller und strenger nein sagen müssten, auch wenn das für viele schmerzhaft ist. Produzenten sollten nicht nur über Fees gefördert werden, sondern eher über einen Anreiz, mehr Projekte zu entwickeln. Auch Festivals und Kinoverleih gehören einer kritischen Bestandsaufnahme unterzogen. Es stehen in diesem schwierigen Prozess auch widersprechende Interessen gegenüber: für Kreative ist es lebensnotwendig möglichst viel zu machen, aber zB. für uns als Filmverleih ist es wiederum wichtig, Leute davon zu überzeugen, sich ein Kinoticket zu kaufen und das geht nur, wenn es sich um etwas Besonderes handelt. Und selbst wenn jeder Film ein Meisterwerk wäre, würde es sich nicht ausgehen. Es ist hoch an der Zeit, sich Incentive-Funding-Instrumente zu überlegen, die Struktur und die Menge zumindest teilweise zu entkoppeln, und die Teilnehmer des Fördergeschehens aus der Kurzatmigkeit herauszuholen, sich von Projekt zu Projekt zu hanteln.

Wird das Kino in den nächsten Jahrzehnten bestehen?

STEJSKAL: Es besteht kein Grund zur Sorge, dass es nicht mehr besteht, aber in anderer Form, nicht alle Kinos werden überleben, die Zuschauerzahlen werden langsam schrumpfen aber ein treues Publikum wird weiterhin diese Kulturform schätzen. Gerade im anspruchsvollen Sektor haben wir es mit einem Publikum zu tun, das sehr bewusst ins Kino geht und es vorzieht, fallweise am Abend aus dem Haus und ins Kino zu gehen, statt vor dem Fernseher zu sitzen und Filme zu streamen.

Für Filmverleiher ist diese Frage komplizierter, da es davon abhängen wird, welche Form der Verbreitung von Filmen es gibt und wie wir darauf Zugriff haben, im Moment wird der DVD-, VOD- und Fernsehmarkt ja fast ausschließlich aus Deutschland bedient, und die österreichischen Verleiher haben nur in seltenen Ausnahmefällen auf diese Rechte Zugriff. Inwieweit man in Zukunft als Verleih nur mit den Kinorechten überleben kann hängt von der Art der Verträge ab, die dann geschlossen werden. DIe Notwendigkeit eines Verleihs ist jedenfalls auch in Zukunft gegeben, aber ob es dasselbe ist, was wir heute tun, ist eher ungewiss. Die Art wie man Filme einkauft und an das Publikum bringt, hat sich aber auch in den letzten 40 Jahren geändert.

Welche Voraussetzungen müssten geschaffen werden, um die Kinolandschaft am leben zu erhalten?

STEJSKAL: Ich möchte nur auf die dringlichen Erfordernissen für den Verleih sprechen und da ist die Politik gefordert, Stichwort Territorialprinzip. Wenn ich will, dass es in jedem Land unabhängige Filmverleiher gibt, die ja zumeist die heimischen Produktionen in die Kinos bringen und somit für Filmkultur mitverantwortlich sind, dann müssten auf EU-Ebene die Zusammenhänge erkannt und die Interessen der kleinen Länder geschützt werden.

Im Grunde müsste man in Österreich die Filmverleiher in das System der Presseförderung so schnell wie möglich integrieren. Die Probleme sind hier durchaus ähnlich gelagert und die existenzbedrohenden Gefahren mindestens genauso groß. Wenn man hier nicht schnell handelt, wird es sehr schwierig sein, den österreichischen Film in seiner gesamten Bandbreite ins Kino zu bringen und generell auch nur ein Minimum an Vielfalt in der Fillm- und Kinoloandschaft zu bewahren.

„Im Grunde müsste man in Österreich die Filmverleiher in das System der Presseförderung so schnell wie möglich integrieren. Die Probleme sind hier durchaus ähnlich gelagert und die existenzbedrohenden Gefahren mindestens genauso groß.“

Neun Jahre Vienna Film Commission

Die große Attraktivität der Stadt Wien für die heimische und internationale Filmbranche wurde 2017 einmal mehr unter Beweis gestellt. Die große Zahl an Dreharbeiten konnte auf dem bereits sehr hohen Niveau des Vorjahres gehalten werden.

Foto © Katharina Schiffl

Marijana Stoisits

Setarbeitsfoto „Wie ich lernte bei mir selbst Kind zu sein", Regie: Rupert Henning, Produktionsfirma: Dor Film

„Ich freue mich außerordentlich, dass die Vienna Film Commission mit ihrer Arbeit offensichtlich die Bedürfnisse und Anforderungen der Branche trifft und damit eine wesentliche Stütze für den Filmwirtschaftsstandort Wien darstellt", so Geschäftsführerin Marijana Stoisits anlässlich der Jahrespressekonferenz der Vienna Film Commission. Vor Ort realisierte Film-, TV- und Webproduktionen erzielen eine hohe Wertschöpfung für die Stadt und tragen wesentlich zum positiven Image Wiens als pulsierende, lebendige Metropole bei.

Für den Wirtschaftsstandort Wien sind insbesondere die filmtouristischen Effekte von großer Bedeutung, da immer mehr Menschen ihre Urlaubsdestination nach Film- und Fernsehbildern wählen. Geschäftsführerin Stoisits: „Die außerordentlichen Locations der Stadt Wien und das großen Know-How der Wiener Filmschaffenden bieten damit eine große Anziehungskraft für den internationalen Markt und genießen weltweit hohes Ansehen." Regisseur Francis Lawrence, der mit Schauspielstar Jennifer Lawrence 2017 in Wien drehte, bezeichnete Wien als unvergleichlich und schwärmte von der außergewöhnlichen Atmosphäre der Stadt und den hervorragenden Drehbedingungen.

„Engagiert, umtriebig, vermittelnd – so präsentiert sich die Vienna Film Commission seit nunmehr neun Jahren. Sie ist auf zahlreichen internationalen Festivals anzutreffen, um der internationalen Filmbranche die Attraktivität Wiens als Filmkulisse und Drehort zu kommunizieren. In der Stadt kümmert sie sich um geeignete Locations und Drehgenehmigungen", resümiert Wiens Kulturstadtrat Andreas Mailath-Pokorny und betont: „Die Commission ist nicht nur für das Image Wiens als Filmstandort unentbehrlich, sondern auch für die zahlreichen damit einhergehenden Arbeitsplätze in der Kreativwirtschaft. Viel Erfolg und Elan für das zehnte Jahr."

Ansuchen und Empfehlungsschreiben

545 Film- und TV-Projekte verschiedenster Genres hat die Vienna Film Commission 2017 bearbeitet. Für diese Projekt wurden 830 Ansuchen um Drehgenehmigungen beantragt, für die die Vienna Film Commission 890 Empfehlungsschreiben an die zuständigen Magistratsabteilungen und die AntragstellerInnen ausgestellt hat.

Herausragende internationale Produktionen des vergangenen Jahres waren der Hollywoodfilm „Red Sparrow" unter der Regie von Francis Lawrence mit Jennifer Lawrence, bei dem 300 internationale und 120 österreichische Filmschaffende beschäftigt waren, die chinesische TV-Serie „Healing Love" mit Fang Hao Sheng und „Lykke Per / A Fortunate Man" von Oscar-Preisträger Bille August.

108 internationale Produktionen aus allen Kontinenten haben 2017 bei der Vienna Film Commission um 164 Drehgenehmigungen angesucht. Die meisten Projektansuchen kamen aus Deutschland, Großbritannien und Serbien, gefolgt von Slowenien, Frankreich, Korea, Polen, Ungarn, USA, Australien, China, Italien, Japan, Russland, u.a. Der überwiegende Teil der Dreharbeiten in Wien waren heimische Produktionen oder Koproduktionen, sehr viele davon für das Fernsehen.

Nach 9 Jahren erfolgte 2017 ein Relaunch der Website der Vienna Film Commission. Sämtliche Ansuchen um Drehgenehmigungen müssen online über die Website der Vienna Film Commission gestellt werden. Die Website der Vienna Film Commission enthält eine umfangreiche Motiv- und Branchendatenbank sowie einen Produktionsspiegel, der einen Überblick über alle in Wien gedrehten Film-, TV- und Web-Produktionen bietet.

Internationale Aktivitäten

Die Vienna Film Commission hat 2017 den Filmstandort Wien auf den Filmmärkten der Filmfestspiele von

Berlin, Sundance Film Festival, Cannes und Shanghai vertreten. Darüber hinaus bei der „Locations and Global Finance Show" in Burbank und beim Location Production Event „Focus" in London. 2017 wurde die Vienna Film Commission in die Locations Managers Guild International (LMGI) aufgenommen.
Geschäftsführerin Marijana Stoisits ist seit 2015 Vorstandsmitglied der Association of Film Commissioners International (AFCI) und wurde 2017 erneut zur stellvertretenden Vorsitzenden des Board of Directors der AFCI gewählt.

Filmwirtschaftsförderung

Um den Filmstandort Wien international stärker zu positionieren, brauchen Österreich und Wien neben der bestehenden kulturellen Filmförderung eine eigene gut ausgestattete wirtschaftliche Filmförderung für internationale Produktionen. Österreich ist in diesem Wettbewerb weit abgeschlagen, denn die Nachbarländer überbieten einander mit Incentives für internationale Film, TV- und Webproduktionen.

Kultur ist ein Herzensanliegen

Von der Ausstellungseröffnung zum Filmfestival und dazwischen ins Bundeskanzleramt. Als Kulturminister ist man in Österreich mehrgleisig unterwegs, dem Neuen, also Gernot Blümel, Bundesminister für EU, Kunst, Kultur und Medien scheint seine neue Rolle zu gefallen. Nachdem er bis dato hauptsächlich zu Medienpolitik befragt wurde, schränken wir uns auf Musik & Film ein.

Eine persönliche Frage zum Anfang: als studierter Philosoph wissen Sie um die Wichtigkeit des Diskurses. Was erklären Sie Ihrem bestmöglichen Gegner, warum gerade Sie für das Amt des höchsten österreichischen Kulturverantwortlichen prädestiniert sind?

GERNOT BLÜMEL: Danke für das Stichwort Diskurs, denn genau hier beginnt auch mein Ansatz: Kunst und Kultur basieren immer auf einem Austausch, auf einem Dialog. Sei es zwischen Künstler und Kurator oder Sammler, Politik und Institutionen oder Werk und Betrachter, Zuhörer, Akteur. Kunst und Kultur betreffen uns alle, kulturelle Orte oder Institutionen sind immer auch Orte der Begegnung. Ich glaube die Aufgabe der Kulturpolitik ist es, die optimalen Rahmenbedingungen dafür zu schaffen. Das ist eine Herausforderung, um die ich mich mit größter Professionalität und vollstem Engagement annehme.

Was reizt Sie an Kulturpolitik?

BLÜMEL: Wie steht es klar an der Fassade der Secession: Der Zeit ihre Kunst. Der Kunst ihre Freiheit. Das finde ich sehr spannend, weil ich glaube, dass die Künstlerinnen und Künstler Seismographen der Gesellschaft sind und ihr Schaffen ein wichtiger gesellschaftlicher Impulsgeber ist. Mein Zugang zum Amt des Ministers ist daher: Ich möchte Politik für Kunst und Kultur machen – und nicht in Kunst und Kultur.

Was kann Kultur für eine Gesellschaft bewirken?

BLÜMEL: Freiheit und Vielfalt von Kunst und Kultur sind eine tragende Säule unserer Gesellschaft, sie erweitern die Perspektive und wirken verbindend. Das kulturelle Erbe trägt auch wesentlich zum österreichischen Identitätsbewusstsein bei.

Zählen Sie sich eher zu den „Umstürzlern" oder Bewahrern?

BLÜMEL: Prinzipiell braucht es sie beide. Mich selbst sehe ich aber eher als Brückenbauer, als Verbinder zwischen Bewährtem und Innovativem.

Foto © Andy Wenzel

Gernot Blümel

Was kann die Politik machen, um auch bildungsferne Menschen für Kultur zu interessieren?

BLÜMEL: Hier spielt die Digitalisierung eine große Rolle, weil sie den Zugang zu unterschiedlichsten Inhalten ermöglicht – auch im Bereich Kunst und Kultur. Bei der Nutzung der Möglichkeiten, die sich dadurch ergeben und ergeben werden, stehen wir erst am Anfang.

Aufgrund der chronischen Unterdotierung des Fernsehfonds Austria wurde bereits im letzten Regierungsabkommen eine Erhöhung des Budgets in Aussicht gestellt. Kann es zu einer Realisierung kommen?

„Die österreichische Filmwirtschaft zeichnet sich durch viele hochwertige Produktionen aus. Als zuständiger Minister kann ich das Bestreben, hier einen stärkeren Fokus zu setzen, nur unterstützen.“

BLÜMEL: Das hängt grundsätzlich vom gesamten Budget ab, das für Kunst und Kultur zur Verfügung stehen wird, und die Verhandlungen dazu sind noch nicht abgeschlossen.

Die Filmwirtschaft wünscht sich 20 % des GIS für österreichische Produktionen: ein realistisches Ziel?

BLÜMEL: Die österreichische Filmwirtschaft zeichnet sich durch viele hochwertige Produktionen aus. Als zuständiger Minister kann ich das Bestreben, hier einen stärkeren Fokus zu setzen, nur unterstützen. Das aber nicht nur eine Frage der budgetären Mittel.. Beim Thema GIS sind wir mitten in einer medienpolitischen Diskussion. Wir planen gerade eine große Medienenquete, bei der die zentralen Themen rund um die zukünftige Gestaltung der österreichischen Medienlandschaft beleuchtet werden – auch die beste Form der Finanzierung.

Sehen Sie Änderungsbedarf an der österreichischen Fördersituation, wenn ja, was wäre Ihr ideales Modell?

BLÜMEL: Der österreichische Film ist ein wichtiger Teil unserer Kunst- und Kulturlandschaft, das steht außer Frage. Darum prüfen wir derzeit verschiedene Modelle, um möglichst effiziente Anreize für heimische und internationale Filmproduktionen zu setzen.

Die österreichischen Kinobetreiber stehen unter vollem Druck: Sehen Sie diesbezüglich Möglichkeiten zB. in einer Abschaffung der Vergnügungssteuer bzw. Lustbarkeitsabgabe?

BLÜMEL: Als Landesparteiobmann der ÖVP Wien habe ich mich für die Abschaffung der Vergnügungssteuer eingesetzt. Mit Erfolg: In Wien wurde sie mit Ende 2016 abgeschafft. Als Bundesminister habe ich hier keine Zuständigkeit – das ist Sache der Länder.

Wie stehen Sie zur Quote bzw. wie können Radiostationen insbesondere Ö3 dazu gebracht werden, mehr heimische Musik zu spielen (liegt knapp bei 15 %)?

BLÜMEL: Die Frage ist, wie man generell sicherstellen kann, dass es auch in 10 oder 15 Jahren noch österreichische Inhalte und Identität gibt. Das betrifft nicht nur die Musik. Eine Quotenregelung ist eine von vielen Möglichkeiten, die wir im Rahmen der demnächst geplanten Medienenquete diskutieren.

Sehen Sie den kulturellen Auftrag des ORF erfüllt?

BLÜMEL: Viele ORF-Produktionen entsprechen dem kulturellen Auftrag. Die Frage die sich stellt ist, ob der gesetzlich formulierte öffentlich-rechtliche Auftrag noch dem Zeitgeist entspricht, oder ob es in Zeiten fortschreitender Digitalisierung notwendig ist, nachzuschärfen. Diese Frage wird im Rahmen der geplanten Medienenquete ebenfalls Thema sein.

In der digitalen Welt wird mit kreativen Inhalten eine erhebliche Wertschöpfung erzielt. Wirtschaftlich aber profitieren vor allem jene Online-Plattformen, die sich unter Berufung auf rechtliche Schlupflöcher ihrer Verantwortung entziehen, Kreativschaffende angemessen für die Nutzung ihrer Werke zu vergüten. Diese Fehlentwicklung, der sogenannte Transfer of Value oder Value Gap, muss ein Ende haben. YouTube und andere „User Uploaded Content-Plattformen“ verdienen Werbe-Milliarden mit der Verbreitung von Musikvideos, doch es fließt kaum Geld an die Künstler und Produzenten zurück. wir kann man die ISPs und die sog. User-generated-content Plattformen wie zB. YouTube verstärkt in die Pflicht nehmen?

BLÜMEL: Das ist tatsächlich ein großes Thema, nicht nur in Österreich, auch international. Mir ist wichtig, dass wir eine Möglichkeit finden, die Urheberrechte von Künstlerinnen und Künstlern im digitalen Raum besser zu schützen. Wo es notwendig ist, auch durch Initiativen auf europäischer Ebene.

Wie stehen Sie zu Tax-Shelter-Systemen, bei denen Steuermodelle geschaffen werden, die es der Wirtschaft/Privatpersonen ermöglichen, speziell Kultureinrichtungen zu fördern?

BLÜMEL: Wir haben uns im Regierungsabkommen dazu bekannt, die Rahmenbedingungen für privates Engagement im Kunst- und Kultursektor verbessern zu wollen. Tax- Shelter-Systeme können eine Möglichkeit sein, private Förderungen anzukurbeln, es gibt aber auch andere denkbare Modelle, die wir uns anhand internationaler Beispiele gerade ansehen.

In NÖ gibt es das erfolgreiche Konstrukt der NÖ Kulturwirtschaft. Könnte man diese Struktur auch auf Bundesebene einführen?

BLÜMEL: Die Niederösterreichische Kulturwirtschaft ist ein Erfolgsmodell, das vielen als Vorbild dient. Das liegt aber auch daran, dass die Politik der Kunst und Kultur in Niederösterreich einen hohen Stellenwert einräumt – auch finanziell. Hier haben wir eine Gemeinsamkeit: Die Kultur ist nicht nur eine politische Aufgabe für mich, sondern ein Herzensanliegen. Ich werde in den laufenden Budgetverhandlungen zu erreichen versuchen, dass der Kulturetat keinesfalls gekürzt wird.

Was ist von Ihrem Ministerium bzw. Kanzleramt für die Zeit der österreichischen EU- Ratspräsidentschaft ab Juni 2018 geplant?

BLÜMEL: Sehr viel, da ich als Minister nicht nur für Kunst und Kultur, sondern auch für die EU zuständig bin. Zum einen sind einige kulturpolitische Themen wie ein neuer EU-Arbeitsplan für Kultur 2019+ als Grundlage für die künftige kulturpolitische Zusammenarbeit auf EU-Ebene in Planung. Zum anderen wird es natürlich auch ein kulturelles Rahmenprogramm während der österreichischen Ratspräsidentschaft geben, das wir demnächst präsentieren.

Anmerkung:
Im Frühjahr ist eine große Medienenquete geplant, wo es um ORF, Private Partnership, medienübergreifende Plattformen, Alternativen zu Google % Co gehen wird.

Demnächst im Kino:

29./30. März

Loveless (Polyfilm)
The Death of Stalin (Filmladen)
Unsane (Fox)
The Woman who left (Filmgarten)
Jim Knopf und der Lokomotivführer (Warner)
Vor uns das Meer (Constantin)
Looking for Oum Kulthum (Filmladen)

5./6. April

Ghostland (Polyfilm)
Lucky (Polyfilm)
Zwei Herren im Anzug (Filmladen)
Im Zweifel glücklich (Filmladen)
Das Zeiträtsel (Disney)
Gringo (Constantin)
Ready Player One (Warner)
Filmstars don't die in Liverpool (Sony)

12./13. April

Das etruskische Lächeln (Constantin)
3 Tage in Quiberon (Filmladen)
Das Mädchen aus dem Norden (Polyfilm)
Pio (Filmladen)
Der Sex-Pakt (Universal)
Steig.Nicht.Aus (Constantin)
A Quiet Place (Constantin)
Spielmacher (Warner)
Papa Moll und die Entführung des fliegenden Hundes (Thimfilm)

19./20. April

Ladybird (Universal)
Zauberer (Thimfilm)
Zeit für Utopien- wir machen es anders (Filmladen)
15 :17 to Paris (Warner)
Ghost Stories (Constantin)
Solange ich atme (Thimfilm)
Stronger (Constantin)
Zauberer (Zauberer)
Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit (Sony)

26./27. April

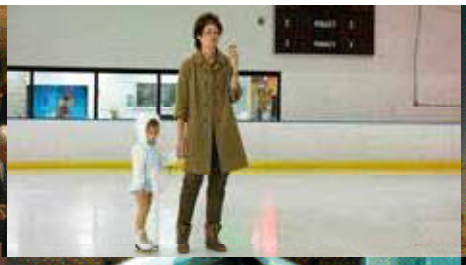
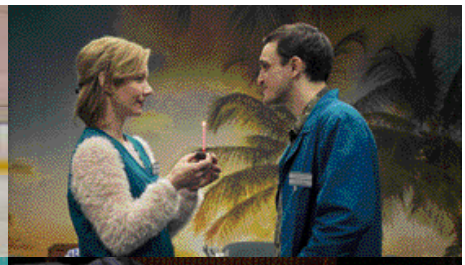
A beautiful Day (Constantin)
Jupiter's Moon (Thimfilm)
Madame Aurora und der Duft des Frühlings (Polyfilm)
Glory (Filmladen)
The Avengers 3 : Infinity War 1 (Disney)
Early Man - Steinzeit bereit (Constantin)

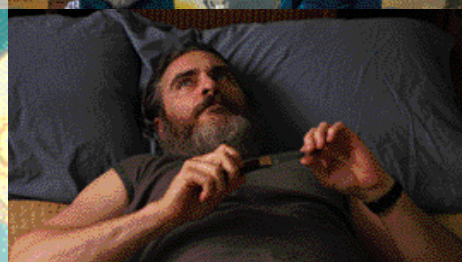
3./4/5. Mai

António um dois trés (Filmgarten)
Die Nacht der Nächte (Filmladen)
Isle of Dogs – Ataris Reise (Centfox)
Kindheit (Polyfilm)
Eleanor & Colette (Constantin)
Wer hat eigentlich die Liebe erfunden (Thimfilm)
No way out – gegen die Flammen (Constantin)
Sherlock Gnomes (Constantin)
Sweet Country (Thimfilm)
Herrliche Zeiten (Filmladen)

10./11. Mai

Thelma (Thimfilm)
I feel pretty (Constantin)
A quiet place ((Constantin)
Blumhouse präsentiert: Wahrheit oder Pflicht (UPI)
Liliane Susewind – ein tierisches Abenteuer (Sony)
Anne Clark- I'll walk out into tomorrow (Filmladen)
Rampage (Warner)
Was werden die Leute sagen (Polyfilm)



„Waldheims Walzer“ in Berlin preisgekrönt

Mit Kurt Waldheims Gedächtnislücke über seine NS-Vergangenheit verlor das österreichische Narrativ vom ersten Opfer des Nationalsozialismus seine Grundlage. Sein Präsidentschaftswahlkampf 1986 polarisierte das Land. Ruth Beckermann, damals Aktivistin, hat für „Waldheims Walzer“ österreichisches wie internationales Archivmaterial zu einem Film montiert, der aus einer Distanz von dreißig Jahren kollektive und eigene Erinnerung in ein aktuelles Spannungsfeld setzt. Und wurde bei der Berlinale mit dem „Glashüttte – Original Documentary Award“ ausgezeichnet.

Foto © Ali Ghandtschi/Berlinale

Ruth Beckermann

1986 wird Kurt Waldheim zum österreichischen Bundespräsidenten gewählt, 2000 kommt Schwarz-Blau 1 an die Regierung. Wir treffen uns zu diesem Interview zwei Tage nach der Angelobung der Regierung Kurz/Strache, 17 Jahre nach Schwarz Blau 1. Wie in einem Zyklus von rund 15 Jahren scheint es in Österreichs politischer Landschaft einen Ruck nach rechts zu geben bzw. die österreichische Gesellschaft von ihrer Vergangenheit eingeholt zu werden. Wie sehr scheint Ihnen die Affäre Waldheim symptomatisch für das politische Terrain Österreich, um diese noch einmal aufzugreifen?

RUTH BECKERMANN: Ich habe die ersten Recherchen für diesen Film schon vor Die Geträumten begonnen und dann verschoben. Anlass, mich diesem Thema wieder zuzuwenden war, dass ich selbst gedrehtes Material von damals, also 1986, wieder gesehen habe und junge Leute – die Generation meines Sohnes – die noch nicht einmal geboren waren, mich anstachelten, einen Film zu machen. Das politische Terrain Österreich ist, so absurd es klingt, noch immer vom Nationalsozialismus mitbestimmt. Die Affäre Waldheim war aber die Kehrseite der Phänomene Hofer/Strache und des jetzigen Zustandes. In der Waldheim-Affäre ging es darum, endlich mit der Vergangenheit halbwegs ins Reine zu kommen, d.h. die österreichische Opferlüge aufzubrechen. Man begann endlich, die Beteiligung der Österreicher am Nationalsozialismus aus einer anderen Perspektive zu sehen. Die Wahrheit hat sich schließlich durchgesetzt, auch wenn es lange gedauert hat. Franz Vranitzkys Rede über die Mitschuld der Österreicher fand ja erst 1991 statt. Was Hofer und Strache heute tun, ist das Gegenteil: Sie benutzen Elemente aus der Ideologie des Nationalsozialismus, um die Zukunft zu gestalten. Um das zu verdecken, üben sie ein scheinheiliges Gedenken. Das ist das Schlimme an der aktuellen Entwicklung.

Warum interessiert sich Ihrer Meinung nach die junge Generation für dieses Material?

BECKERMANN: Sie sieht das ganz anders. Die spontane Assoziation der jungen Leute, denen ich dieses Material gezeigt habe, ist Donald Trump. Lüge, Fake News, Alternative Facts und das Schüren von Ressentiments. Es war mir sehr wichtig, im Film aus heutiger Sicht den Konnex zur Waldheim-Affäre herauszuarbeiten, zum einen mit dem Lincoln-Zitat am Anfang es Films und mit dem Verweis darauf, wie Alois Mock und Michael Graff, also oberste Repräsentanten der ÖVP erfolgreich Ressentiments schürten. Heute würden die Politiker nicht mehr diesen Diskurs führen. Die FPÖ stimmte der Finanzierung eines Mahnmals für die Ermordeten von Maly Trostinez zu, man lobt Israel, spricht gerne vom „jüdisch-christlichen“ Europa, obwohl die Juden seit Jahrhunderten von Christen verfolgt wurden. Gleichzeitig ist die Rede davon, dass man Asylwerber in Ghettos am Stadtrand stecken will. Die Toten weinen noch in ihren Gräbern, wenn von rechtsextremen Politikern das Gedenken dazu benutzt wird, um in ihrem Sinne Politik zu machen.

Bereits bei Jenseits des Krieges haben Sie deutlich gemacht, wie sehr sich Ihr Blick für die Mimik und Gestik Ihrer Gesprächspartner interessiert hat. Die Mimik und noch mehr die Gestik Kurt Waldheims haben ein faszinierendes Vokabular, dem eine besondere Aufmerksamkeit gilt. Wie haben Sie seine Körpersprache in der Betrachtung des Materials Szene aus „Waldheims Walzer“ 38 erlebt und wie hat es in die Montage Einzug gehalten?

BECKERMANN: Kein anderes Medium als Film kann in Bild und Ton die Ober äche, d.h. den Körper, die Gesten, die Mimik, die Blicke so gut zeigen. Bei Kurt Waldheim bietet es sich an, den Blick darauf zu richten, weil er vor allem seine großen, langgliedrigen Finger so eindrucksvoll zum Einsatz bringt. Er ist sehr repräsentativ für diese Generation von Politikern und Beamten – seine Körperhaltung, seine Art, einen Anzug zu tragen. Er wirkt wie ein Beamter, der in die

Politik geht und war das als UNO-Generalsekretär in erster Linie auch. Ich habe im Film gleich am Anfang den Blick auf seine Hände gelenkt, weil sie so charakteristisch sind. Waldheim war ja kein Nazi, er war ein Of zier und wollte immer zur Elite gehören. Auch wenn er aus eher bescheidenen Verhältnissen stammt, war seine Familie immer sehr stark in der ÖVP verwurzelt. Ihm war sehr jung klar, dass er in der ÖVP und nicht bei den Nazis Karriere machen würde. Da hat er eine gewisse Weitsicht an den Tag gelegt und sich schon für danach positioniert. In der Zeit des Nationalsozialismus hatte er allerdings als Intelligence Of cer eine sehr wichtige Position inne und wusste sehr viel. Ob ganz oder nur halb bewusst, es war ihm sicher klar, warum er diese Zeit verschweigt oder herunterspielt.

Szene aus „Waldheims Walzer"

Wo und in welchen Medien hat Ihre umfangreiche Archivrecherche angesetzt?

BECKERMANN: Ich begann im ORF sehr breit, d.h. alles von 1986 bis zur Historikerkommission 1988 zu sichten. Es ist jedoch fast nur das gesendete Material archiviert. Was nicht gesendet wurde, wurde auch nicht aufgehoben. Leider. Andererseits ist das eine Gegebenheit, die den Rechercheaufwand limitiert. Erinnern hat ja auch immer mit Vergessen zu tun und es ist auch sehr aufschlussreich zu sehen, was gesendet und somit archiviert wurde. Waldheims Walzer ist somit auch eine Betrachtung der Mediengeschichte: Worauf haben damals die verschiedenen Sender Wert gelegt? Was haben sie gesendet?

Da Sie für WALDHEIMS WALZER nichts neu gedreht haben, sondern einen Film rein aus bestehendem Material entstehen lassen, war der Montageprozess mit Dieter Pichler gewiss ein anderer als in bisherigen Projekten.

BECKERMANN: Wir haben im Sommer 2016 ca. 150 Stunden von mir und Sebastian Brameshuber vorselektiertes ORF-Material gesichtet. Dazu kam Material, das über Internet zugänglich war. . Durch die Chronologie des kurzen Abschnitts von März bis Juni 1986, wird der Film sehr schnell vorangetrieben. Unterbrochen wird diese Chronologie durch assoziative Exkursionen in verschiedene Zeiten und zu anderen Vorfällen, um die Person Kurt Waldheim und die Affäre in einen größeren Kontext zu stellen.

Zu Beginn des Films sind Bilder zu sehen, die Sie 1986 als Aktivistin in der Affäre Waldheim selbst gedreht haben. Wie sehr setzten diese Bilder in Ihnen einen Prozess des Re ektierens über das eigene Bildermachen in Gang?

BECKERMANN: Ich komme aus einer Zeit, in der Drehen noch etwas Besonderes war. Drehen ist für mich etwas ganz Spezielles und hat mit einem Anliegen oder einer Stimmung zu tun. Ich konnte und kann eine Kamera nicht permanent ins Leben integrieren. Darum drehe ich ganz selten. Das Material hat dann aber besonderen Wert für mich.

Hat Sie Ihr damaliger Kamerablick nun nach 30 Jahren eigenem Filmschaffen und einer Revolution im Umgang mit dem Medium überrascht?

BECKERMANN: Mein Blick und mein Fokus haben sich eigentlich nicht geändert, das hat mich sehr gefreut, umso mehr, als ich sehr lange gebraucht habe, meine eigene Bildarbeit ernst zu nehmen. . Aus heutiger Sicht bin ich sehr stolz auf meinen Rundschwenk von den Demonstranten, die „Waldheim, nein!" schreien und auf denen ich sehr lange verweile zu dem Mann, der „Waldheim, ja!" ruft. Ich bedaure lediglich, dass ich als Aktivistin nicht mehr mit meiner eigenen Kamera festgehalten habe.

Sie weisen zu Beginn bereits auf Ihre Rolle zwischen „halb demonstrieren und halb dokumentieren" hin. Ist das eine Prämisse, die Ihre Arbeit immer wieder prägt?

BECKERMANN: Ich bin jemand, der in der Emotion gute Ideen hat, viel mehr als am Schreibtisch vor einem weißen Blatt. Ich halte beides für notwendig, mag es aber sehr, wenn Action ist. Eine Demo will ich nicht vom Straßenrand in einer Totalen beobachten, sondern mitten drin, nahe an den Menschen und den Gesichtern.

Es war keineswegs mein Plan, dass Waldheims Walzer aus österreichischer wie auch aus internationaler Sicht so sehr an politischer Aktualität gewinnt. Lieber wäre mir, die politische Situation wäre eine andere. Gerade im Lichte von Fake News betrachte ich diesen Film aber als eine Manifestation dafür, dass solche Dokumentar lme, die weder mit Stars noch tollen Bildern werben, eine wichtige Funktion haben und deshalb in Kinos gezeigt werden müssen, um den Menschen auch einen Ort zu bieten, wo sie zusammenkommen und darüber diskutieren können, was heute los ist. Analytische Filme haben ihre Wichtigkeit. Heute vielleicht mehr als in den letzten Jahrzehnten, als die Politik relativ in Ordnung war und wir große Hoffnungen in Europa und die USA gesetzt haben. Ich halte es für sehr wichtig, Vergangenes so genau darzustellen, dass wir dabei heute an Charlottesville, Donald Trump, Ungarn oder an die österreichische Bundesregierung denken müssen.

Auszug eines Interviews von Karin Schiefer/AFC

MIPTV: Cannes ruft!

Vom 9. - 12. April findet dieses Jahr in Cannes die größte Fachmesse und die wichtigste Networking-Veranstaltung für TV und digitalen Content in der ersten Jahreshälfte statt. Im Film, Sound & Media-Interview erläutert Nikolaus Wisiak, Geschäftsführer von pretv und seitens Film Austria Mit-Organisator des österreichischen Gemeinschaftsstandes von Film Austria und ORF die Performance der österreichischen Produktionsfirmen an der Croisette und nimmt zur aktuellen Situation der Branche Stellung.

Nikolaus Wisiak

Was darf man von der diesjährigen MIP TV erwarten?

NIKOLAUS WISIAK: Bei der Mip TV gibt es traditionell im Vorfeld einige Veranstaltungen, Workshops, Seminare und Podiumsdiskussionen, die zu besuchen ich sehr empfehlen kann. Speziell hervorzuheben dabei wäre die MipDoc, eine für die Cofinanzierung und An/Verkauf von Dokumentationen ausgerichtete Messe. Hier kann man sich über die aktuellen Trends in der Branche informieren und vor allem mit allen wesentlichen Fernsehredakteuren aus aller Welt networken. Die MipTV im Frühling und die Mipcom im Herbst sind auf die Finanzierung und den Vertrieb von internationalen Filmprojekten fokussiert. Generell sind diese beide TV-Messen nach wie vor state oft the art für TV-Sender und –Produzenten. Die über Jahre konstant 13.000 Besucher pro Messe stellen das eindrücklich unter Beweis. Es gibt kaum bessere Gelegenheiten für die führenden Vertreter der globalen TV-Industrie auf dem weltweit größten Zusammentreffen von Produzenten, Distributoren und Einkäufern, um Vertriebs- und Koproduktionsdeals abzuschließen, die aktuellsten Programme zu sichten und die neuesten Trends zu erkennen.

„Die MipTV im Frühling und die Mipcom im Herbst sind auf die Finanzierung und den Vertrieb von internationalen Filmprojekten fokussiert. Generell sind diese beide TV-Messen nach wie vor state oft the art für TV-Sender und –Produzenten.“

Wie werden die Auftritte der teilnehmenden österreichischen Firmen bei den Fernsehmessen in Cannes organisiert?

WISIAK: Film Austria richtet gemeinsam mit ORF Enterprise den Messestand bei der MIP TV und Mipcom aus. Die Beteiligung von Film Austria am Stand wird vom Fachverband, Außenwirtschaftskammer, ÖFI, Wiener Filmfonds, RTR, VAM, den Beiträgen der Produktionsfirmen die an den Messen teilnehmen sowie durch Eigenmittel von Film Austria - insgesamt rund 60.000.- Euro für beide Messen - finanziert. Der Stand steht allen österreichischen Produzenten offen und speziell die jüngeren Kollegen sind herzlich eingeladen die Messe zu besuchen. Die Eintrittspreise liegen für die Firmen, die sich über unseren Stand akkreditieren bei ca. 50% der Normalpreise und darüber hinaus steht ihnen die volle Infrastruktur eines Messestandes zur Verfügung, der sonst für ein einzelnes Unternehmen unfinanzierbar wäre. Wir erwarten auch heuer wieder an die 20 österreichische Unternehmen an unserem Stand. Speziell zu empfehlen ist unser traditionelles Get-Together am 10.4. mit über hundert internationalen Gästen – ein ideales Biotop für Networking und mögliche künftige Projekte. Besonders positiv hervorheben möchte ich die angenehme und gute Zusammenarbeit mit dem ORF in Bezug auf die Standorganisation und das allgemein kollegiale Klima, das sich nicht zuletzt auch sehr positiv auf die Performance vor Ort auswirkt. Der ORF ist u.a. auch mit seinen weltweit gefragten Universum-Produktionen ein großer Frequenzbringer. Universum ist eine international etablierte Marke und wir würden uns wünschen, wenn hier die „Schlagzahl“, also die-

Österreichischer Gemeinschaftsstand auf der MipTV

Frequenz der eigenproduzierten Dokumentationen, und damit die internationale Bedeutung der Marke weiter erhöht würde. Ein stärkeres Investment in dieses klassisch öffentlich-rechtliche Programm würde sicherlich auch vom heimischen Publikum belohnt werden.

Wie beurteilen Sie generell die aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für österreichischen Produzenten?

WISIAK: Die heimische Filmbranche ist eine sehr aktive, es gibt Nachfrage nach österreichischen Produktionen und nach österreichischer Qualität. Es wäre daher sinnvoll in diese Branche zu investieren und weitere Arbeitsplätze zu schaffen. Allem voran denke ich, dass die Erhöhung des Fernsehfonds Austria der zur Zeit mit 13, 5 Millionen Euro pro Jahr dotiert ist dringend notwendig ist. Wie eng das Feld bestellt ist, sieht man schon am ersten Einreichtermin des heurigen Jahres beim Fernsehfonds Austria, bei dem bereits der Großteil der Mittel vergeben wird. Generell wird der Kampf um die Fördertöpfe härter.

An welchen Projekten arbeitet pre tv zur Zeit?

WISIAK: Wir arbeiten an verschiedenen Projekten im Rahmen von Universum und Universum History, die wir auch heuer abschließen werden. Aktuell haben wir eine zweiteilige Dokumentation über die Chinesische Mauer in Kooperation mit China International Television Corp. (CITVC) im Programm. Das aktuell größte Projekt in der Finanzierungsphase ist ein Dreiteiler über die Seidenstraße mit ORF, ZDF, arte und ebenfalls mit Partner CITVC aus China. Seit unserem Brahmaputra-Projekt hat sich CCTV als verlässlicher und tragfähiger Kooperationspartner erwiesen.

BRIEF VON DER AKADEMIE

Die superspacige Verleihung des Österreichischen Filmpreises 2018 in Grafenegg ist famos über die Bühne gegangen. Dank an Mirjam Unger, Hilde Dalik, Christoph Grissemann, Doris Knecht, Gudrun von Laxenburg, uva. …die haben das Ding gerockt. Die Aufzeichnung der gesamten Gala samt Einspielungen der Filmausschnitte können Sie hier ansehen: https://vimeo.com/254237830.

Lukas Miko, der in der Kategorie „Beste männliche Nebenrolle" in „Die beste aller Welten" ausgezeichnet wurde, verlas im Namen der Initiative #KlappeAuf einen Aufruf gegen Verhetzung und Entsolidarisierung. Mittlerweile haben 650 Filmschaffende unterschrieben und es geht noch mehr ...
http://www.klappeauf.at/aufruf-gegen-verhetzung-und-entsolidarisierung/

Wir möchten hier auch nochmals auf die von Akademie-Präsident Stefan Ruzowitzky initiierte Vertrauensstelle hinweisen, die im Herbst 2017 anlässlich der #metoo Bewegung für Betroffene von sexueller Belästigung in der Filmbranche von der Akademie eingerichtet wurde. Drei langjährig im Filmbusiness tätige und angesehene Persönlichkeiten, die Kostümbildnerin Birgit Hutter, die Präsidentin der Akademie und Schauspielerin Ursula Strauss sowie der Regisseur und Schauspieler Karl Markovics stehen für Kollegen/innen als vertrauliche Ansprechpersonen zur Verfügung.

Mehr Infos hier:
http://www.oesterreichische-filmakademie.at/projekte_metoo.html

Nach der Gala ist vor der Gala … und ewig grüßt das Murmeltier ... jedoch winterschlafen geht gar nicht, denn wir setzen bereits im Frühling unsere Kooperation mit der Europäischen Filmakademie fort: Der EFA Young Audience Award 2018 findet europaweit am Sonntag, 6. Mai 2018 ganztags statt. 2000 Jugendliche (12-14 Jahre) sehen 3 ausgewählte europäische Filme, diskutieren diese mit Mitgliedern der Akademie und wählen ihre Favoriten. Wir veranstalten diesen langen Kinosonntag bereits zum dritten Mal in Wien (in Kooperation mit wienXtra im Urania Kino) und in St. Pölten im Cinema Paradiso. Via Livestream können abends dann alle bei der Preisverleihungsgala in Erfurt mitfiebern.

Gefördert wird der YAA in Österreich vom BKA /EU und Kultur Niederösterreich.

Alle Infos und Trailer zu den Filmen hier:
https://yaa.europeanfilmawards.eu/#nominiations

Infos zur Anmeldung http://www.oesterreichische-filmakademie.at/projekte_YAA.html

Video vom letzten Jahr YAA 2017:
https://vimeo.com/221226997

Am 15. Mai, 20 Uhr zeigen wir, bei freiem Eintritt, im Stadtkino im Künstlerhaus in Kooperation mit Freies Kino die zum Österreichischen Filmpreis 2018 nominierten Kurzfilme. Begleitende Gespräche führt Kurt Brazda mit den Filmemacher/innen.

Am 30. / 31. Mai veranstalten wir bereits zum dritten Mal die superbeliebten Les Nuits En Or, eine Kooperation mit der Académie des César. Wir freuen uns riesig die 32 Preisträger/innen-Kurzfilme weltweiter Filmakademien (Oscar, Bafta, Lola, César,… und auch den österreichischen „Besten Kurzfilm 2018" „Mathias" von Clara Stern) in zwei Marathonscreenings im Rahmen des VIS Vienna Shorts Festival präsentieren zu dürfen.

Wir sehen uns im Kino!

Marlene Ropac
Geschäftsführung der Akademie des Österreichischen Films

Wiener Wissenschafter schaffen TV-Plattform der Zukunft

Die rasant wachsenden digitalen Möglichkeiten zur Vernetzung und Veröffentlichung schnell und punktgenau zu nutzen ist ein zentrales Anliegen von TV-Anbietern. Jetzt beginnen internationale Experten, unter maßgeblicher Beteiligung der österreichischen Partner MODUL Technology und webLyzard, dieses Anliegen in die Tat umzusetzen. Das mit 3,5 Millionen Euro geförderte EU-Projekt "ReTV" wird TV-Anbietern Entscheidungsgrundlagen liefern um bestehende Inhalte an das enorme Angebot digitaler Netzwerke rasch und zielgerichtet anzupassen. Führende Medientechnologie-Experten aus ganz Europa haben sich zusammengefunden, um es TV Anbietern zu ermöglichen flexibler und agiler auf die zunehmende Konkurrenz durch neue digitale Medien reagieren zu können. Ihr erklärtes Ziel ist die Entwicklung einer "Trans-Vector Plattform", die TV-Anbietern schnell und zuverlässig Informationen darüber liefert, wer ihre Produktionen wann, wo und wie konsumiert. So bietet diese Plattform fundierte Entscheidungsgrundlagen und Empfehlungen, für welche sozialen Netze und digitalen Verbreitungswegen sich eine aufwändige Anpassung lohnt.

Geht mit Rekordgewinn

Max Conze

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE konnte den Aktionären als eine seiner letzten Amtshandlungen ein für das Unternehmen höchst erfreuliches Rekordjahr vorweisen: der Konzerumsatz ist um 7 % gestiegen auf 4.078 Mrd. Euro gestiegen. Interessanterweise erwirtschaftete der Konzern im Gesamtjahr 51 Prozent des Konzernumsatzes außerhalb des TV-Werbegeschäfts (Vorjahr: 47%) und hat damit seine strategische Diversifizierung erfolgreich fortgesetzt. Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE, dazu: „Wir hatten 2017 einen starken Endspurt. So konnten wir auf Jahressicht weiter profitabel wachsen und haben erstmals die Umsatzmarke von 4 Mrd Euro übertroffen. Im Vergleich zu 2009 ist das eine Steigerung von knapp 50 Prozent. Im selben Zeitraum haben wir den Nettogewinn verdreifacht und die Nettofinanzverschuldung etwa halbiert. So eine Leistung ist in einem hoch dynamischen Umfeld wie der Medienbranche einmalig und ich bin stolz darauf, diesen Weg mit diesem großartigen Team gegangen zu sein."
Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat Max Conze als Nachfolger des langjährigen ProSiebenSat.1-Vorstandsvorsitzenden Thomas Ebeling mit Wirkung zum 1. Juni 2018 zum Vorstandsvorsitzenden der ProSiebenSat.1 Media SE ernannt.

Von 2011 bis 2017 leitete Max Conze als Chief Executive Officer das britische Technologieunternehmen Dyson. Unter seiner Führung haben sich sowohl Gewinn wie auch Umsatz verdreifacht. Innerhalb dieser Zeit hat das Unternehmen verstärkt in Technologien und die digitale Transformation investiert und gleichzeitig die Marktposition in Asien ausgebaut. Zuvor arbeitet Conze 17 Jahre für Procter & Gamble in unterschiedlichen Management- und Marketingpositionen in Deutschland, USA, China und der Schweiz.

Hey hey hey Tom Turbo - im neuen Sound

25 Jahre Tom Turbo

Zum 25-jährigen Jubiläum bekommt das Wunderfahrrad Tom Turbo, das genau 111 Tricks auf Lager hat, ein freshes, zeitgemäßes Musik-Image. Mit seinen eigenen Texten und neu arrangierter Melodie hat der Musiker Slomo den Original-Titelsong der Kinderfernsehserie von Thomas Brezina und Freddy Gigele zu neuem Leben erweckt.
„Tom Turbo ist für viele Erwachsene eine wunderbare Erinnerung aus ihrer Kindheit. Wenn Musiker ihm zu Ehren dann sogar einen Song entwickeln, ist das eine hohe Auszeichnung für diese Sendung, die mich riesig freut. ‚Hey hey hey Tom Turbo' ist die Aufforderung an alle neugierig zu bleiben, wie damals als Kinder als Detektive bei der Sendung. Das Abenteuer geht weiter", freut sich Brezina.
„Mit der Veröffentlichung der Tom Turbo Coversingle bringt der ORF-Enterprise Musikverlag sowohl ein Produkt für die jüngsten ORF-Fans als auch für nostalgische Serienjunkies auf den Markt. Slomo reiht sich somit an eine Vielzahl österreichischer Musikschaffender ein, die von den Vermarktungs-Plattformen des ORF-Enterprise Musikverlags als starker Partner profitieren", kommentiert Gerhard Hanzl, Leiter des ORF-Enterprise Musikverlags.

Wer macht das Licht aus?

Die Vergangenheit war harmlos, die Gegenwart herausfordernd, die Zukunft erschreckend - zumindest wenn man sich nicht mit den Entwicklungen beschäftigt. Der deutsche TV-Journalist Michael Steinbrecher hat gemeinsam mit dem Journalistikprofessor Günther Rager die digitale Transformation, die insbesondere die Medienwelt betroffen hat, unter die Lupe genommen. Ob Big Data oder künstliche Intelligenz, social

Bots oder fake News - es sind Schlagworte die jeder verwendet, aber die wenigsten genau wissen, welche problematische Veränderungen damit einhergehen. Und was soll man eigentlich von den immer neuen Technologien aus dem Silicon Valley halten? Kann es Demokratie ohne Medien geben? Erfährt der Journalismus eine Renaissance oder macht der Letzte das Licht aus? Und wer will schon Influencer statt Meinungsbildner? Antworten darauf haben auch die beiden Autoren nicht gefunden, aber immerhin machen sie bewusst, wie naiv wir Konsumenten uns oft verhalten und dabei geht es nicht nur um die freiwillige Auslieferung der eigenen Daten. So schnell neue Technologien vorgestellt werden, es braucht trotzdem Zeit, darauf Antworten zu finden, Anstöße dazu finden sich in dieser überaus lesenswerten Medienanalyse.

Michael Steinbrecher, Günther Rager: Wenn Maschinen Meinung machen. Journalismuskrise, Social Bots und der Angriff auf die Demokratie (Westend)

REDEN-WIR.AT

Ulrike Wittmann, Kommunikationsberaterin

#flowerrain

Klingt doch nach eitler Wonne. Oder? Liebliche Bilder entstehen. Oder? Vielleicht können Sie auch etwas mit der Aussage "Sie streuen mir Rosen" anfangen? Worte fühlen sich oft wie Blumen an. Und wie es eben in unserer digitalen Welt nun mal so ist, es gibt sie auch im Netz.

Solch ein digitaler Blumenregen hat das österreichische Neujahrsbaby 2018 empfangen. Und sogar die New York Times würdigte dem Neuankömmling einen Artikel. Aber nur aufgrund eines in den digitalen Medien auf den neuen Erdenbürger vorausgegangenen Shitstorms, der seines Gleichen suchte.

Diese mit lawinenartigem Charakter digitale Entrüstungswelle, die aufgrund der aggressiv beleidigenden Wortwahl in den Social Media Kanälen zurecht das Wort "shit" beinhaltet, ist kein neues Phänomen und durchaus ernst zu nehmen.

Als Shitstorm bezeichnet man das geballte Auftreten heftiger Kritik gegen Einzelpersonen, Personengruppen oder Unternehmen in Social Media-Kanälen, Blogs und anderen Webauftritten mit Dialogfunktion. Mit lawinenartigem Charakter und hochemotionaler, großteils aggressiver und beleidigender Wortwahl.

Der Begriff „Shitstorm" entstammt dem englischen Sprachraum, wird dort im Gegensatz zur deutschen Verwendung allerdings nicht ausschließlich zur Bezeichnung des Internetphänomens verwendet, sondern kann sich auch allgemein auf unangenehme Situationen beziehen. Im Oxford Dictionary findet man eine Shitstorm-Definition, die das Phänomen als „A situation marked by violent controversy" definiert und als vulgären Jargon markiert.

Das kommunikative Unwetter beginnt in der Regel mit vereinzelten Kommentaren. User nutzen dialogorientierte Kommunikationskanäle, um öffentlich sichtbare Kritik zu üben und die Macht des Netzes zu demonstrieren. Das Unternehmensprofil im sozialen Netzwerk kann so schnell zum digitalen Pranger werden. In einen Shitstorm münden kritische Kommentare jedoch erst dann, wenn Meinungsäußerungen ein Echo in der Web-Community finden und in kurzer Zeit eine Vielzahl an Unterstützern zu ähnlichen Reaktionen animieren. Diese entfernen sich im Laufe des Shitstorms nicht selten vom ursprünglichen Thema und schlagen von sachlicher Kritik in unflätige Beschimpfung über. Ein Merkmal, das die derbe Bezeichnung für dieses Internetphänomen erklärt.

Der Verlauf eines Shitstorms lässt sich anhand von Phasen sichtbar machen. Das Social-Media-Monitoring-Unternehmen BIG (Business Intelligence Group) hat diesbezüglich eine Einteilung in drei Phasen vorgeschlagen, die den Anfangs-, Wende-, und Endpunkt eines Shitstorms kennzeichnen:

- Pre-Phase: In der Pre-Phase liegt das Beitragsaufkommen auf Normalniveau – Anzahl und Tonalität der Beiträge zeigen keine Auffälligkeit.
- Akute-Phase: Die akute Phase bezeichnet den eigentlichen Shitstorm als ungewöhnlich hohes Aufkommen negativer Beiträge. In dieser Phase erreicht die Beitragsanzahl ihren Höhepunkt. Oft fällt dieser mit dem Zeitpunkt zusammen, an dem sich die Massenmedien einschalten und für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen. Folgen keine weiteren Ereignisse (z. B. Kommunikationsfehler), die den Shitstorm weiter anfachen, zeigt sich nach dem maximalen Beitragswert ein Abschwung, mit dem die akute Phase ausklingt.
- Post-Phase: Die Post-Phase kennzeichnet den Nachklang eines Shitstorms. Auch wenn sich das Beitragsaufkommen auf dem kritischen Kommunikationskanal normalisiert hat, bleiben Krisen-Themen im Netz präsent: Das Internet vergisst nie.

Die Eigendynamik sozialer Medien stellt für Betroffene eine Herausforderung dar. Und nicht immer lassen sich kritische Kommentare auf ein Fehlverhalten der adressierten Unternehmen oder Privatleute zurückführen. Einen allgemeinen Krisenplan nach dem Motto „So entgehen Sie dem Shitstorm" lässt sich daher nicht entwickeln. PR-Strategen empfehlen Betroffenen jedoch, sich an gewisse Kommunikationsrichtlinien zu halten. Diese zielen in erster Linie darauf ab, die Wogen zu glätten und einer Eskalation der Situation entgegenzuwirken.

- Ruhe bewahren und Situation analysieren.
- Zensur vermeiden.
- Kritische Stimmen ernst nehmen und Fehler eingestehen.
- Offen und umfangreich kommunizieren.
- Alle Kommunikationskanäle mit einbeziehen.

Aber wir waren eigentlich beim Thema #flowerrain, oder? Jede Bewegung ruft eine Gegenbewegung aufs Tableau. Unternehmen haben bei digitalem Wellengang immer die Möglichkeit, das Ruder in die Hand zu nehmen und können sich durch aktive, zeitnahe und konstruktive Kommunikation in ein Blumenmeer schiffen.

Ach ja, auch von meiner Seite: Sei willkommen liebe neue Erdenbürgerin! #neujahrsbaby2018, #willkommenasel

www.reden-wir.at

20 Jahre Privatradio

Bis zum 1. April 1998 wurde Österreich oftmals als „Medien-Albanien" bezeichnet. Dann wurden im ganzen Land Schalter umgelegt und Privatradios begannen mit Schwung ein neues Radio-Zeitalter einzuläuten. Was aus den Erwartungen wurde und warum Radiomachen auch nach 20 Jahren eine Herausforderung ist, soll ein Rundruf unter Privatradio-Geschäftsführern klären.

Gottfried Bichler

Sylvia Buchhammer

Thomas Mair

Ralph Meier-Tanos

Stephan Prähauser

Christian Stögmüller

1. Womit eröffneten Sie den Betrieb Ihres Senders?

GOTTFRIED BICHLER/ANTENNE KÄRNTEN
Antenne Kärnten ging am 5.5.1998 als erstes Privatradio Kärntens „on air". Der erste Song, der gespielt wurde, war „Sound of music" von Falco. Heute sind wir laut Radiotest die amtierende private Nummer 1 im südlichsten Bundesland.

SYLVIA BUCHHAMMER/RADIO Ö24
Mit viel Begeisterung und Bereitschaft täglich dazu zu lernen. Wir haben ja Neuland betreten und vom ORF kamen keine Leute mit Expertise, um sich auf das Abenteuer Privatradio einzulassen.*

THOMAS MAIR/RADIO SUPERFLY 98,6
Curtis Mayfield and Ice-T - Superfly 1990; am 29.02.2008 pünktlich um 20.15 Uhr zur total radiountypischen aber tv-typischen Primetime hat einer der Eigentümer und Mitgründer des Senders, Heinz Tronigger, diese Platte aufgelegt;
Ablauf: Vinyl auf eine der beiden Technics 1210er Turntables, Regler am DJ-Mixer hochgefahren, Nadel auf die Platte, kurzes Knistern und los ging es!
Der restliche Abend/die restliche Nacht war nicht nur im gesamten Wiener Sendegebiet für unsere HörerInnen die erste Superfly Party, sondern auch für unsere engsten Freunde, Wegbegleiter und ausgewählte Gäste im Sendestudio auf der Mahü eine "funkige" Sache.

RALPH MEIER-TANOS/radio88,6
Ich war damals noch nicht bei radio 88.6, aber soweit ich weiß, war der erste Titel, den wir gespielt haben, „I`m So Excited" von den Pointer Sisters. Unter den Zuhörern waren u.a. Bürgermeister Michael Häupl und der damalige Bundeskanzler Victor Klima, neben vielen Musikern und Prominenten aus Österreich, … alle Freunde des Radios. Sicher ein ganz besonderer, emotionaler – ja, medienhistorischer – Moment für jeden einzelnen, der an diesem Tag dabei war.

STEPHAN PRÄHAUSER/WELLE1
Mit Falco „Helden von heute" und einer großen Portion Enthusiasmus.

CHRISTIAN STÖGMÜLLER/LIFE RADIO
Der erste Song, der am 1. April 1998 genau um Mitternacht bei Life Radio on air ging war natürlich „Live is Life" von Opus.

* Ö24: Vorweg möchten wir aber darauf hinweisen, dass die Sender unserer Gruppe kein einheitliches Start-Datum haben. Die Antenne Salzburg z. B. ist, als zweitältestes Privatradio Österreichs, bereits vor 23 Jahren, im Herbst 1995, wenige Wochen nach der Antenne Steiermark, on air gegangen. Andere Sender unserer Gruppe wiederum sind nur ein paar Jahre alt, sie wurden in eine bereits bestehende Privatradio-Landschaft implementiert. Es würde aber zu weit führen, jeden einzelnen Sender hier zu beschreiben, deshalb sind unsere Antworten eher allgemein und kurz gehalten.

2. Was waren die besten Überraschungen in den letzten 10 Jahren?

BICHLER:
Von sehr erfolgreichen Radiotests, die uns immer wieder zu den österreichweiten Spitzenreiter der Hörverweildauer in Kärnten ernannten, über viele persönliche Begegnungen mit Hörerinnen und Hörern bei Interviews und eigenen Aktionen wie Auto Spion, Schlüsseljagd, Interviewbox, usw. bis hin zu zahlreichen Auszeichnungen – die letzten 10 Jahre waren wirklich fantastisch. Höhepunkte waren dabei auf jeden Fall die drei Nominierungen zum Radiopreis und zwei Radiopreise (Gold – Beste Comedy, Silber – Bester Moderator Joe Kohlhofer). Auch Joe Kohlhofer's Last Christmas- Aktion (er hat 24 Mal hintereinander Last Christmas gespielt) war definitiv eine Überraschung, die für weltweite Berichterstattung sorgte und keiner so schnell vergessen wird.

BUCHHAMMER:
Dass sich Privatradio in der für uns relevanten Werbezielgruppe (14-49 J.,Anm.) erfolgreich und stabil etablieren konnte.

MAIR:
Spontan fällt mir dazu die Party zum ersten Geburtstag in der gesamten Ottakringer Brauerei ein, wo bereits 2-3 Stunden vor Einlass die ersten Gäste vor dem Schranken der Brauerei warteten, weil sie keine Tickets im Vorverkauf bekommen hatten; kurz vor Einlassstart waren es dann mehr als 500 Superfly Fans, die sich bereit machten für den Ansturm auf die Abendkassa, in der Hoffnung noch Karten zu ergattern; die Party war dann der Wahnsinn - ein derart emotional vergleichbares Event hatte ich bis dahin nicht erlebt; man spürte am Fest selbst, dass unsere Community sehr glücklich darüber war, endlich einen Radiosender zu haben, der ihren Musikgeschmack trifft und gleichzeitig ein positives Lebensgefühl vermittelt, das ja insgesamt mit Soul Music gerne verbunden wird, was es aber in der österreichischen Radiolandschaft bis dahin nicht gegeben hat. Und, dass es eben nicht nur ein Radiosender ist, sondern ein Musikkonzept, mit einem gut sortierten Musikarchiv, umfassendem Verständnis für DJ-Kultur mit gleichzeitig enger Verbundenheit zur urbanen Wiener Musik- und Clubszene sowie viel Gefühl und Leidenschaft.

MEIER-TANOS:
Weniger überrascht, aber mehr gefreut hat uns natürlich die Tatsache, dass wir mit 9.1.2017 endlich alle unsere Lizenzen zusammenführen durften und radio 88.6 so zum größten einzelnen Regionalsender werden konnte. Ein ganz wichtiger Tag für uns und ein Meilenstein des Unternehmens.

PRÄHAUSER:
Die Entwicklungen der Menschen/Mitarbeiter.

STÖGMÜLLER:
Die Beliebtheit und Bekanntheit der Marke Life Radio. Wir haben fast 200.000 StammhörerInnen und jedesmal Tausende bei den Events. Seit es uns gibt waren z.B fast 40.000 SchülerInnen bei „Life am Berg". Cool.

3. Was die größte Enttäuschung?

BICHLER:
Eher der traurigste Moment: Als im Sommer 2014 unsere Frühmoderatorin, Timm Bodners Stellvertreterin und gute Freundin Kathrin Eckert vollkommen unerwartet nach einem Hirnödem verstorben ist. Kathrin war jahrelang Moderatorin bei uns und in Kärnten extrem beliebt. Es ist nach wie vor der schwärzeste Tag in unserer Sendergeschichte.

BUCHHAMMER:
Dass die Politik in Österreich erst durch den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte in Straßburg dazu gezwungen werden musste, das gesetzeswidrige Rundfunkmonopol zugunsten des ORF aufzuheben.

MAIR:
Enttäuschungen gab es in den letzten 10 Jahren natürlich auch einige. Aus den meisten haben wir gelernt und als Chance für Verbesserungen genützt. Manche kann man leider nicht aus der Welt schaffen. Am schwerwiegendsten ist da sicherlich die Tatsache, dass die Reichweite, so wie sie in Österreich mit dem Instrument des Radiotests von Gfk Austria erhoben wird, nicht die Realität von Superfly am Markt widerspiegelt.
Dass die Erhebungsmethodik nicht lege artis ist, wurde bereits in einem gerichtlich beauftragten Gutachten bewiesen. Und die lächerliche Beibehaltung der 14-49 Zielgruppe, jeder weiß, dass die werberelevante Zielgruppe nicht darauf beschränkt ist, unser Sender definiert sich nicht über das Alter, unserer HörerInnen, aber allgemein ist das kompletter Humbug.

MEIER-TANOS:
Die größte Enttäuschung ist sicher der Status der Entwicklung eines echten, dualen Rundfunksystems in Österreich. Wenn man sich nach 20 Jahren sowohl die Rahmenbedingungen als auch die Marktsituation in Österreich - im Vergleich zu vielen anderen europäischen Ländern – ansieht, dann kann man nur den Kopf schütteln und enttäuscht sein.
Aber kein Grund, um allzu lange den Kopf zu schütteln; wir sind ja dazu da, die Dinge zu verändern, zu verbessern und diese Verbesserungen voranzutreiben. Und vielleicht ist jetzt die Zeit reif, positive Veränderungen für Privatradio in Österreich herbeizuführen.

PRÄHAUSER:
Die Entwicklungen der Menschen/Mitarbeiter und die Ungleichbehandlung gegenüber dem ORF.

STÖGMÜLLER:
Die gab's eigentlich kaum. Außer wenn einer meiner Lieblingssongs es mal nicht auf die 1 in den Charts geschafft hat.

>

4. Warum machen Sie gerne Radio?

BICHLER:
Weil es die lässigste Sache ist, für die du Geld bekommen kannst. Radio ist nach wie vor eines der schnellsten Medien, es ist eines der persönlichsten und emotionalsten. Es gibt kein anderes Medium, das näher am Menschen dran ist, als Radio. Kein Tag ist wie jeder andere und ich liebe es Geschichten zu erzählen, Leute zu unterhalten und zu informieren.
Außerdem sind wir bei der Antenne nicht nur Kollegen, sondern eine Familie. Unsere Mitarbeiter sind keine Passagiere, sondern aktive Mitgestalter der Antenne-Erfolgsgeschichte. Selbstverständlich gibt es auch bei uns Reibungspunkte, doch die wissen wir in positive Energie umzuwandeln. Das alles schafft ein Umfeld, das Lust am Arbeiten macht und das gelbe Herz schneller schlagen lässt. Kurz gesagt, wir ziehen nicht nur alle am gleichen Strang, sondern auch alle in die gleiche Richtung!

BUCHHAMMER:
Weil es durch die Musik und die menschliche Stimme das emotionalste und darüber hinaus das schnellste Medium ist.

MAIR:
Weil wir, als wir damals antraten, der fixen Überzeugung waren, dass Radio auch anders funktionieren kann. Wir haben bereits in der Bewerbungsphase um die Wiener Frequenz mit einem Konzept überzeugt, das sich gegen 24 andere durchgesetzt hat, darunter so ziemlich alle großen Medienhäuser dieses Landes.
Wir machen Radio so, wie wir es selber immer hören wollten. Wir sind keinen radiomarkttypischen Regeln gefolgt, sondern machen ein Programm, das sich über die Marke Superfly für authentische Inhalte definiert - Punkt! Gleichzeitig ist die Mediengattung Radio tatsächlich die spannendste unter allen Mediengattungen, weil sie nur mit dem Sinn des Hörens arbeitet. Es ist so emotional wie kein anderes Medium - es ist Kino im Kopf und dank online und der immer stärker werdenden mobilen Nutzung auch fast überall konsumierbar.

MEIER-TANOS:
Da gibt es so viele unterschiedliche Gründe …
Radio ist, für fast alle, ein Teil unseres täglichen Lebens. Du erreichst mit Radio rd. 80% aller ÖsterreicherInnen an nur einem Tag!
Radio ist damit sicher eines der stärksten, wenn nicht überhaupt das stärkste, Medium das es gibt; und gleichzeitig so unaufdringlich, aber sicher auch immer noch viel zu sehr unterschätzt.
Radio ist ständig live … und deshalb ist beim Radio einfach jeder Tag eine neue Herausforderung und mit dem vorhergehenden nicht zu vergleichen. Außerdem arbeiten beim Radio Menschen, die mit einer unglaublichen Leidenschaft für das, was sie tun, ans Werk gehen; in so einer Dichte wie beim Radio findet man das kaum wo.

PRÄHAUSER:
Radio ist schnell, direkt, nahe am Menschen.

STÖGMÜLLER:
Es ist emotional, bunt, abwechslungsreich, jeder Tag ist anders. Wir leben durch und mit den Menschen im Land. Musik macht einfach Spaß. Das Team ist toll und es gibt nichts Schöneres als in der Früh durch den Sender zu gehen und die Leidenschaft zu spüren, die alle haben.

5. Wie zufrieden sind Sie mit der wirtschaftlichen Situation bzw. wie verankert ist der Sender in der werbetreibenden Wirtschaft?

BICHLER:
Die Antenne Kärnten steht im Jubiläumsjahr auf wirtschaftlich sehr stabilen Beinen. Langjährige Partnerschaften und treue Kundenbeziehungen sind das Fundament und wesentlicher Bestandteil des Erfolgs der Antenne – im wirtschaftlichen Sinne als auch in Bezug zum Stellenwert am Markt in Kärnten. Als Nummer 1 Privatradio in Kärnten sind wir für unsere Kunden ein verlässlicher Partner und flexibler 360 Grad-Problemlöser mit optimalem Preis- Leistungsverhältnis. Die hohe Emotionalität in der Werbebotschaft und die hohe Zahl an Kontakten in der werberelevanten Zielgruppe sind weitere Attribute, die die werbetreibende Wirtschaft in Kärnten an der Antenne schätzt.

BUCHHAMMER:
Man sollte, ja, darf nie "zufrieden" sein, weil in diesem Wort allein schon die Gefahr der Inaktivität schlummert. Aber, ja, wir sind dankbar, dass die werbetreibende Wirtschaft unser Bemühen anerkennt und unsere, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Angebote nützt. Insofern sind wir tatsächlich gut "verankert".

MAIR:
Als Privatsender, der sich fast ausschließlich über Werbeschaltungen finanziert, ist natürlich auch Superfly mit der werbetreibenden Wirtschaft eng verbunden und auf starke Partner, die auf die Einzigartigkeit unserer Zielgruppe seit Jahren vertrauen, angewiesen. Der in Österreich am härtesten umkämpfte Wiener Radiomarkt bietet uns da auch Chancen, sich spürbar von den Marktteilnehmern abzuheben. Radio Superfly hat ein sehr klares Profil, den Zugang zu den Opinion Leaders und zum kaufkräftigsten Publikum am Radiomarkt im Osten Österreichs - ein wertvolles Gut, von denen es nicht beliebig viele in der österreichischen Medienlandschaft gibt.

MEIER-TANOS:
… wenn Sie mich so fragen, da würd oder müßt noch viel mehr möglich sein. Aber unzufrieden sind wir – trotz der Rahmenbedingungen von Privatradio in Österreich – nicht. Es geht uns gut und wir entwickeln uns vor allem sehr gut. Aber nur deshalb, weil wir mit enormen Aufwand und viel Herzblut jeden Tag um jeden Hörer und jeden Kunden kämpfen.
Ich weiß aber auch, dass es vielen anderen Sendern nicht so geht, und dafür gibt es viele Gründe, die nicht bei den Sendern selbst liegen.
Für die werbetreibende Wirtschaft sind wir heute ein verlässlicher, starker Partner, der vor allem schnell, unkompliziert, kreativ und kostengünstig ist.
Also ja, wir sind gut verankert bei der werbetreibenden Wirtschaft in unserem Sendegebiet.

PRÄHAUSER:
Wir sind nach 20 Jahren eine feste Größe im lokalen Werbemarkt, aber wir versuchen uns stetig zu verbessern. Zufriedenheit passt nicht in unser Format…

STÖGMÜLLER:
Wir sind der Nummer 1 Privatsender in Oberösterreich und in der Zielgruppe auch seit Jahren in allen Werten vor dem ORF-Landesstudio. Diese Regionalität und den geringen Streuverlust schätzt die Wirtschaft natürlich genauso wie unsere Flexibilität und die kurzen Wege. Wirtschaftlich sind wir seit Jahrzehnten im schwarzen Bereich. Daher können wir sehr zufrieden sein.

6. Wird es im Jubiläumsjahr besondere Aktivitäten geben?

BICHLER:
Den 20. Geburtstag von Antenne Kärnten feiern wir im Mai mit einer großen Geburtstagsfeier. Zusätzlich dazu haben wir in unserem Jubiläumsjahr noch einiges für unsere Hörerinnen und Hörer geplant, zum Beispiel veranstalten wir eine große Geburtstagstour, die uns im Juni vier Wochen lang durch ganz Kärnten führen wird. Und jeder der hinkommt, hat die Chance auf einen richtig lässigen Preis.
BUCHHAMMER:
Wie schon eingangs erwähnt, wir haben aufgrund der Vielzahl unserer regionalen Sender kein generelles Jubiläumsjahr. In Salzburg haben wir allerdings zum "20er" (2015 Anm.) schon gefeiert.

MAIR:
Das 10-jährige Jubiläum wird uns heuer spürbar für alle begleiten. Den ersten Höhepunkt gibts natürlich bei unserem Geburtstagsfest am 13.4. in der Ottakringer Brauerei. Derzeit lassen wir auch über unsere Social Media Kanäle auf Facebook 10 Jahre Superfly Revue passieren, indem wir unsere Community mit dem Spiel "Fact or Fake" testen, ob sie von Superfly Mitarbeitern präsentierte Fragen zum Sender richtig beantworten können.
Wir wollen natürlich auch noch wissen, welches Album unsere HörerInnen zum Album of the Decade wählen werden - das kommt dann im April. Im Sommer planen wir ein großes Sommerfest und weitere Konzerte.
Begleitend dazu werden wir heuer soviel, wie noch nie zuvor am Sender verschenken. Also Superflyhören, speziell in der Morningshow, wird sich bezahlt machen. Aber auch über unsere Social Media Kanäle wirds einiges zu berichten geben.
Die neue Website sollte, wenn dieses Interview gedruckt wird, ebenfalls bereits online sein. Und wir werden noch mit weiteren Aktionen überraschen, die ich hier noch nicht verraten will.

MEIER-TANOS:
Es gibt immer besondere Aktivitäten bei 88.6. Wir haben das ganze Jahr über unseren Hörern verschiedene Highlights zu bieten. Das beginnt bei unserem 88.6-Band-Contest und geht bis hin zu den unglaublichen 88.6-Konzertreisen rund um die Welt. Aber unsere Hörer hören uns ja nicht, weil wir 20 sind, sondern weil wir heute hier und jetzt gutes Radio machen. Deshalb haben wir uns auch entschieden, keine spezielle Aktivität im Zusammenhang mit dem Jubiläum zu machen.

PRÄHAUSER:
Ja, aber das erfahren unsere Hörer zuerst.

STÖGMÜLLER:
Natürlich. Gerade läuft on air 20x20, bei der HörerInnen 20 Songs zählen und dann für jeden 20 Euro gewinnen. Wir planen eine Discotour mit 20 Terminen in ganz Oberösterreich und natürlich am 6. April auch einen Geburtstags-Event. Außerdem stehen unsere „Klassiker" wie das Brückenpicknick in Steyr ganz im Zeichen des Jubiläums.

7. Was wünschen Sie sich, sollte man über Ihren Sender sagen?

BICHLER:
Wer an die Antenne denkt, hat sofort folgendes im Kopf: „Die Antenne ist mein Tagesbegleiter Nr. 1!" Denn mit der Antenne bin ich immer fünf Minuten früher informiert, bekomme stets das schnellste Verkehrsservice mit den aktuellsten Blitzern sowie das neueste Wetter-Update für meine Region. Die gelbe Nummer 1 bietet mir nicht nur modernen regionalen Service und Unterhaltung, sondern auch die angesagtesten Hits gemixt mit den besten Klassikern. Das zu erreichen ist unser Anspruch, daran arbeiten wir jeden Tag.

BUCHHAMMER:
Ein attraktiver Tagesbegleiter, der, angefangen von der Morningshow bis zur Drivetime, positive Stimmung verbreitet, über die wichtigen Dinge schnell und korrekt informiert und Musik spielt, die ins Ohr geht.

MAIR:
Dazu habe ich jetzt auch ganz kurz mit ein paar Superfly Kollegen gesprochen. Folgendes kam dabei heraus:
• Der einzige Radiosender, der wirklich "real" ist.
• Der Radiosender mit dem besten Musikgeschmack.
• Die urbane Feelgood Radiostation mit einem einzigartigen Muskkonzept.
• Der Sender, bei dem Soul nicht nur in der Musik steckt.
• Der Sender, wo jeder Künstler ein Star ist.
• Der einzige Sender, den man zu jeder Tages- und Nachtzeit hören kann.
Anmerkungen dazu: das sind eigentlich die Aussagen, die wir auch immer wieder von der Superfly Community in den letzten 10 Jahren gehört haben.

MEIER-TANOS: Radio 88.6 – das ist mein Lieblingsradiosender ! … die rocken - gemeinsam mit mir - das Leben.

PRÄHAUSER: „Welle1 müsst ihr einschalten…"

STÖGMÜLLER: Life Radio ist und bleibt unsere Nummer 1.

Superfly: Die 10. Superfly Birthday Night findet am 13. April wieder in der gesamten Ottakringer Brauerei statt. Der Ansturm auf die VVK Tickets ist erwartungsgemäß sehr groß - eine gewisse Routine in der Vorbereitung und am Abend selbst gibt es aber nicht nur beim Radioteam, sondern sicherlich auch bei der engsten Crowd, die mittlerweile nicht alle gemeinsam auf einmal zum Einlassbeginn sich anstellen. Die Kontingente wurde noch besser verteilt. Es empfiehlt sich aber trotzdem, bald eine VVK Karte beim Ticketing Partner Erste Bank entweder online auf www.sparkasse.at/ticketing oder in einer der Filialen zu besorgen. Nur so kann der Einlass garantiert werden.

„Chance für dualen Rundfunk“

Ernst Swoboda, Geschäftsführer von Kronehit und Vorstandsvorsitzender des VÖP erläutert im Film, Sound & Media-Interview die aktuelle Situation der Privatradios und sieht den richtigen Zeitpunkt gekommen, um einen dualen Rundfunk auf Augenhöhe in Österreich herzustellen.

Ernst Swoboda

Wie beurteilen Sie die Performance der Privatradios im ersten Quartal 2018?

ERNST SWOBODA: Umsatzmäßig war das erste Quartal aus meiner Sicht eher zäh, ich gehe aber davon aus, dass die Werbebranche und auch die Umsätze der Privatradios in diesem Jahr noch richtig Fahrt aufnehmen werden. Saisonale Schwankungen sind nicht ungewöhnlich, es gibt aber keine Hinweise für eine generelle Zurückhaltung bei den Werbe-Spendings.

Wie sieht die Situation bei Kronehit aus?

SWOBODA: Kronehit hatte 2017 das erfolgreichste Jahr seit Bestehen des Senders, das wird heuer wohl schwer zu toppen sein. Wir arbeiten weiterhin stark am Programm, fahren erfolgreiche Promotions – beginnend beim Kitzbühel-Wochenende, wo Kronehit das Event exklusiv begleiten durfte bis zur aktuellen Kooperation mit Lidl, wo wir das größte Radiogewinnspiel, das jemals in Österreich stattgefunden hat. durchführen. Generell beschäftigen wir uns intensiv mit der Vision, wie Radio in zehn Jahre aussehen könnte. 2017 haben wir Kronehit Smart gelauncht, eine Radio-App die funktioniert wie ein Streamingdienst, die wir weiter ausbauen werden. Ebenso wie Kronehit TV, das bislang ein reines Musikfernsehen war und künftig mit Nachrichten, Service, Konzertübertragungen u.v.m. weiterentwickelt wird.

„Der VÖP arbeitet seit zwei Jahren an einem umfassenden Konzept zur Rundfunkreform, das wir letztes Jahr in Form des Weißbuches „Media Future Perspectives“ vorgelegt haben und das wir gegenwärtig nachschärfen.“

Wie beurteilen Sie als VÖP-Vorsitzender die aktuellen medienpolitischen Diskussionen in Österreich?

SWOBODA: Der VÖP arbeitet seit zwei Jahren an einem umfassenden Konzept zur Rundfunkreform, das wir letztes Jahr in Form des Weißbuches „Media Future Perspectives“ vorgelegt haben und das wir gegenwärtig nachschärfen. Etliche unserer Vorschläge werden aktuell in den medienpolitischen Diskussionen aufgenommen und debattiert. Es ist gegenwärtig ein Diskussionsprozess in Gang gekommen, der richtig und wichtig ist und der wohl seinen Höhepunkt in der angekündigten parlamentarischen Medienenquete noch im ersten Halbjahr diesen Jahres finden wird. Hier wird sich der VÖP natürlich sehr stark mit Vorschlägen einbringen.

Dieser Tage begehen die Privatradios ihr 20jähriges Jubiläum – wie lautet Ihr Resumee?

SWOBODA: 20 Jahre Privatradio ist ein schöner Anlass sich darauf zu besinnen, dass die Privatradios sehr viel bewegt und Arbeitsplätze geschaffen haben, ein Wirtschaftsfaktor geworden sind und die Medienlandschaft diesen Landes belebt haben. Nachdenklich macht, dass es selbst nach 20 Jahren nicht gelungen ist, einen wirklich dualen Rundfunk zu etablieren. Nach wie vor dominiert der ORF mit seinem Programmangebot den Markt, das beginnt bei den Übertragungskapazitäten im Verhältnis von Sieben zu Drei und setzt sich in etwa diesem Verhältnis bei den Reichweiten und Marktanteilen fort. Darüberhinaus ist der ORF mit vielerlei Verflechtungen und Beteiligungen am Markt präsent– ORS, APA bis hin zu den Verwertungsgesellschaften. 20 Jahre Privatradio haben meiner Meinung nach bewirkt, dass wir heute einen weniger öffentlich rechtlichen Rundfunk haben als davor, weil vor allem aus Ö3 die früher vorhandenen öffentlich-rechtlichen Elemente konsequent entfernt worden sind, um auch das private Marktsegment zu besetzen und zu dominieren. Jetzt ist der Zeitpunkt gekommen, einen wirklich dualen Rundfunk zu schaffen mit einem starken öffentlich rechtlichen Rundfunk und einer ebenso starken privaten Medienlandschaft auf Augenhöhe.

Wieso sollte dieser Zeitpunkt jetzt gekommen sein?

SWOBODA: Weil ich zum ersten Mal in der bestehenden Regierung Veränderungswillen orte und auch viele Probleme und Schieflagen erkannt werden. Das ist für eine grundlegende Änderung des Systems eine ganz wesentliche Voraussetzung. Der ORF orientiert sich seit langem zu stark am Wettbewerb mit privaten Anbietern und zu wenig an seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag. Wir haben daher Änderungsvorschläge zum ORF-Gesetz entwickelt, die im ORF für mehr Public Value einerseits und weniger Kommerz andererseits sorgen sollen. Ö3 bspw. ist wenn überhaupt nur noch homöopathisch öffentlich-rechtlich, anders als vor 20 Jahren.

Welche konkreten Vorschläge hat der VÖP einzubringen?

SWOBODA: Wir schlagen ein Bündel an Maßnahmen vor: Jedes Programm des ORF muß unverwechselbar öffentlich-rechtliche Anmutung haben. Das wird von Programm zu Programm unterschiedlich sein, aber daraus ergibt sich für die Privaten automatisch mehr Spielraum den sie brauchen, um sich zu entfalten. Damit einhergehend muss ein Wandel in der Einstellung der ORF-Belegschaft stattfinden, die nicht als Hauptaufgabe sehen darf die Privaten zu bekämpfen und niederzuhalten. Der ORF und seine Mitarbeiter müssen sich als wesentlicher Teil eines dualen Rundfunks auf Augenhöhe verstehen, der gemeinsam mit den Privaten eine österreichische Identität schafft und Vielfalt bietet. Die in diesem Zusammenhang berechtigte Frage der Finanzierung ist einfach beantwortet: der ORF soll die Mittel bekommen die er braucht aber künftig soll er das nicht selbst entscheiden, sondern eine ausgelagerte Kommission o.ä. Ob die Mittel dann über Gebühren oder aus dem Budget zur Verfügung gestellt werden ist eigentlich eine Randfrage.

Wie sehen Sie die Rolle des ORF in der digitalen Welt?

SWOBODA: Es spricht viel dafür, dass der ORF auch in der digitalen Welt entsprechende Möglichkeiten bekommen soll, aber nur dann, wenn es gelungen ist, das Unternehmen im analogen Bereich auf das zurückzuführen was ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk zu sein hat.

„Es spricht viel dafür, dass der ORF auch in der digitalen Welt entsprechende Möglichkeiten bekommen soll, aber nur dann, wenn es gelungen ist, das Unternehmen im analogen Bereich auf das zurückzuführen was ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk zu sein hat.“

HD Austria: 25 % Wachstum

Über 125.000 Kunden verzeichnet HD Austria. Bei über zwei Millionen Satelliten-Haushalten in Österreich ist die Zielvorgabe relativ klar, wie auch Peter Kail, Managing Director der HD Austria Marketingagentur Eviso erläutert.

Peter Kail

HD Austria ist eine Marke der M7 Group S.A. und seit September 2011 für österreichische Satelliten-Haushalte über die ORF Digital-Sat-Karte und seit Juli 2012 via Satellit zusätzlich über die Sky Smartcard zu empfangen. Seit November 2015 ist HD Austria in Österreich auch über die M7-eigene HD Austria Sat-Plattform empfangbar.

Die M7 Group mit Sitz in Luxemburg versorgt als einer der größten Plattformbetreiber für satelliten- und IP-basiertes TV mehr als 3 Millionen Endkunden in Europa. In den Niederlanden, Belgien, Deutschland, Österreich, Tschechien und der Slowakei bietet die M7 verschiedene Programmangebote für digitales Fernsehen an. Das Programmangebot wird für den jeweiligen Markt spezifisch aufbereitet und auf die Seher und das Land zugeschnitten. Zudem bietet die M7 Group S.A. über ihr Tochterunternehmen Stream Group in Europa und Asien mit einer eigens entwickelten Plattform interaktive IPTV-, OTT- und Multiscreen-Dienste. In Österreich und Deutschland ist die M7 seit 2014 nach Übernahme von KabelKiosk führender Anbieter von TV-Entertainment für Kabel- und IP-Netze.

„Wir bieten mehr als 60 Sender Sender in HD- und UHD-Qualität und zusätzlich 30 Premiumsender“, so Eviso Managing Director Pater Kail. „Bewegtbild ist gefragter denn je, die Kunden wollen aber zunehmend selbst entscheiden, wann und wo sie Content nutzen. Das können wir unseren Kunden bieten“.

Mehr als 60 HD- und UHD-Sender, 30 neue Premiumsender für mehr Unterhaltung und unterwegs fernsehen mit der Now App für Handy, Tablet und Laptop sowie über 4.000 Filme in der Online Videothek bieten die unterschiedlichen HD Austria Pakete.

Seit 1. März schaltet HD Austria für Kombi Kunden auf der eigenen Plattform sieben zusätzliche Premiumsender frei: 13th Street HD, E! Entertainment, Fix&Foxi TV, Mezzo, Mezzo Live HD, SYFY HD und Universal Channel HD. Der Musiksender Mezzo ist ab sofort für Kunden mit HD Austria Kombi Paket über die HD Austria Satelliten-Plattform in kristallklarer HD-Bild- und Soundqualität verfügbar. Mit dem HD Austria SAT-Receiver oder -Rekorder, der HD Austria NOW App und dem Webplayer sind via Internet zusätzlich 13th Street HD, E! Entertainment, Fix&Foxi TV, Mezzo Live HD, SYFY HD und Universal Channel HD für Kombi Kunden empfangbar.

Peter Kail erläutert die HD Austria-Philosophie: „Der Bewegtbildmarkt ist dort, wo zB. der Musikmarkt vor 15 Jahren war: es gab eine Single, ein Album und Punkt. Mittlerweile hat sich der Musikkonsum völlig gewandelt. Ähnliches sehe ich auch für den Bewegtbildmarkt. Und wir wollen hier den Konsumationswünschen unserer Kunden entsprechen. Unser Motto lautet nicht umsonst: einfach mehr sehen. Und das wo und wann man will.“ 125.000 Kunden in Österreich verzeichnet HD Austria gegenwärtig. Peter Kail: „25 % Wachstum innerhalb eines Jahres ist für ein Medienunternehmen eine beachtliche Zahl. Ich denke angesichts der über zwei Millionen Satellitenhaushalten gibt es für uns noch reichlich Wachstumspotential“.

„Eigenproduktion im Vordergrund“

Walter Zinggl, Geschäftsführer von IP Österreich, Werbezeiten-Vermarkter der Mediengruppe RTL, im Film, Sound & Media-Interview über die aktuellen Strategien im TV-Business, über neue Trends und die Bedeutung von Eigenproduktionen im IP-Sender-Portfolio.

„Wir haben seit 9. Jänner diesen Jahres mit n-tv und RTLplus zwei neue Sender in unserem Senderportfolio, die sich von Beginn an ausgezeichnet am österreichischen Markt etabliert haben.“

Wie verläuft die TV-Saison 2018?

WALTER ZINGGL: Ausgehend von einem sehr guten TV-Jahr 2017 und einem für die IP Österreich hervorragenden Ergebnis – 2017 war das vierte Jahr in Folge mit Rekord-Earnings – lässt sich auch das Jahr 2018 sehr optimistisch an. Nach dem ersten Quartal bin ich zuversichtlich, dass wir auch 2018 mit einem ähnlichen Ergebnis wie 2017 rechnen können.

Walter Zinggl

Die Marktsituation in Österreich hat sich aber verändert …?

ZINGGL: Die Übernahme von ATV und ATV2 durch die prosiebensat1puls4-Gruppe vor gut einem Jahr hat uns natürlich nicht sehr amüsiert, aber zugleich motiviert entsprechend professionell und strategisch auf diese veränderten Marktbedingungen zu reagieren. So haben wir seit 9. Jänner diesen Jahres mit n-tv und RTLplus zwei neue Sender in unserem Senderportfolio, die sich von Beginn an ausgezeichnet am österreichischen Markt etabliert haben. Sowohl Reichweiten als auch Marktanteile stimmen uns sehr zuversichtlich. Das Buchungsinteresse an dem erfolgreichsten deutschsprachigen Newsformat n-tv und RTLplus, dem Sender für die weiblichen Best-Ager seitens der werbetreibenden Wirtschaft war sehr stark. Speziell RTLplus, ein Sender der vor 18 Monaten gelauncht wurde und eine der erfolgreichsten Sendereinführungen der letzten zehn Jahre ist, hat den Nerv der Zielgruppe sofort getroffen. Zugleich ist uns bewusst, dass neue Sender und Formate nicht die einzige Antwort auf den Zuwachs von Reichweite und Marktanteilen unserer Mitbewerber sein kann, sondern dass die Performance der bestehenden Sender konsequent verbessert und verstärkt werden muss. Und hier muss man den Senderverantwortlichen wirklich gratulieren, denn die Performance der Sender der Mediengruppe RTL ist wirklich außerordentlich.

Foto © AMG RTL D / Stefan Gregorowius

Ninja Warrior Germany bei RTL

Foto © MG RTL D / Bernd-Michael Maurer

Die Höhle der Löwen bei VOX

Was macht sie so speziell?

ZINGGL: 2017 wird auch in Österreich als Jahr in die TV-Geschichte eingehen, wo die Bastion mit Doppelfolgen amerikanischer Serienware gefallen ist. Das hat unsere Position insofern gestärkt, weil die Mediengruppe RTL mit allen Sendern schon seit einigen Jahren auf Eigenproduktionen setzt und diese Strategie konsequent weiter führt. Sowohl bei RTL als auch bei VOX wird am Ende des Jahre eine hohe 80er-Prozent-Zahl für Eigenproduktionen im Programm-Mix aufscheinen – und das in allen Zeitzonen. Die US-Serienware verliert zunehmend an Attraktivität und wandert Richtung Streaming-Plattformen ab. Die Mediengruppe RTL hat den dornigen Weg der Eigenproduktion, der enormen Fokus und auch entsprechende Budgets verlangt, schon vor einigen Jahren eingeschlagen und etliche Erfolge erzielt, die uns jetzt niemand mehr nehmen kann und auf die wir in den nächsten Jahren mit gutem Fundament aufbauen können.

Welche Highlights bietet die Mediengruppe RTL 2018?

ZINGGL: Hier alle aufzuzählen wäre vermessen, aber ich kann zwei Beispiele exemplarisch herausheben. Spannend zu sehen sein wird, wie sich der Trend zur Physical Fitness-Show weiterentwickelt. Mit „Ninja Warrior Germany“ hat RTL hier ein entsprechendes und höchst erfolgreiches Format am Start.

VOX bietet nach der herausragenden Performance von „Club der roten Bänder“ mit „Milk & Honey“ – ein israelisches Erfolgs-Format - das nächste vielversprechende Projekt an. Das TV-Geschäft ist es eigentlich sehr simpel: Strahl deine Show/Format aus

und schau am nächsten Tag auf die Quote. Die Mediengruppe RTL hat für jedwedes Ergebnis entsprechende Alternativen und Projekte in Vorbereitung.

Stichwort Geschäft: welche Strategien hat IP Österreich bei der Vermarktung im Portfolio?

ZINGGL: Da wäre zB. das „IP Mehrwert" Paket, das Frühbucherbestpreise für Sonderwerbeformen, Werbeblock-Exklusivität oder Treffsicherheitsgarantie beinhaltet. Auch im Bereich Addressable TV erreicht IP Österreich immer mehr Haushalte. So stieg die Reichweite seit Februar 2017 um über 75%. Und auch im Online-Bereich setzen wir auf Innovationen und damit auf Wachstum. Jüngstes Beispiel: Mit dem Pre-Roll Takeover wird aus dem Pre-Roll ein Werbeform-Blockbuster. Ähnlich wie beim Branded Player XXL legt sich der Pre-Roll Takeover wie ein großflächiger Rahmen um den Player und lässt viel Raum für Botschaften. Der Rahmen nimmt die gesamte Bildschirmbreite ein und interagiert mit dem Pre-Roll.
Mit der Unit 3 bieten wir TV Werbung für Startups und KMUs. Das erfolgsabhängige Beteiligungsmodell „Media 4 Revenue Share", gibt den jungen Unternehmen die Chance, TV als neuen Marketingkanal und als reichweitenstärkstes Kommunikationsmedium für sich zu entdecken. Die Start-ups können ihr Produkt einer breiten Öffentlichkeit präsentieren. Auf den IP Österreich-Sendern erzielen sie mehr Reichweite, Involvement und Werbewirkung.

Mit R9 haben Sie auch österreichische Privatsender in der Vermarktung. Wie sieht hier die Entwicklung aus?

ZINGGL: Der TV-Kanal R9 verbindet die Stärke des Regionalfernsehens mit österreichweiter Präsenz. Die erfolgreichsten regionalen Champions aller Bundesländer, darunter W24, Schau TV, LT1, N1, Kärnten 1, Tirol TV, Ländle TV, Kanal 3 und Regional TV Salzburg haben mit der Einspeisung in das UPC-Kabelnetz einen großen Sprung in der technischen Reichweite gemacht und ich bin zuversichtlich, dass R9 sein Potential künftig voll ausspielen wird.

Foto © MG RTL D / Nadine Dilly

Let`s Dance bei RTL

Adgar 2018: Raiffeisen Bankengruppe ist Printwerber des Jahres

Der Verband Österreichischer Zeitungen hat zum 34. Mal seinen Werbepreis Adgar verliehen. Dabei wurden die kreativsten Sujets folgender Agenturen prämiert: Young & Rubicam, Wien Nord, Demner, Merlicek & Bergmann und DDB Wien. Die Sonderpreise gingen an das Artistic Department von Chanel und Tunnel23. „Printwerber des Jahres" wurde die Raiffeisen Bankengruppe Österreich.
VÖZ-Präsident Thomas Kralinger gratulierte den Preisträgern im Wiener Konzerthaus vor 650 Gästen aus Werbung, Wirtschaft, Politik und Medien und erklärte: „Unsere Printprodukte und Onlineportale sind Premiumplattformen für Werbepartner - es ist eben nicht egal, wo Werbung geschalten wird. Gerade hochwertige Produkte und Dienstleistungen brauchen ein vertrauenswürdiges Umfeld."
In seiner Eröffnungsrede sprach Kralinger über das „zunehmend überhitzte Meinungsklima", welches durch Algorithmen und Filterblasen verschärft werde: „Das scheinbar angenehme Leben in der Filterblase führt langfristig zu intellektueller Kurzatmigkeit, kognitiven Defiziten und einer verzerrten Realitätswahrnehmung. Bei Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie am besten unsere Zeitungen oder Magazine."
VÖZ-Vizepräsident Helmut Hanusch unterstrich in seiner Laudatio vor allem Raiffeisens strategischen und kontinuierlichen Einsatz von Printwerbung: „Die Raiffeisen Bankengruppe zählt zu den größten Kunden in Österreich und ist seit Jahren ein stabiler und verlässlicher Partner der Branche, der bewusst auf die vielfältigen Werbemöglichkeiten in Österreichs Zeitungen und Magazinen setzt. Bei Raiffeisen weiß man, dass die Marke nachhaltig von einem glaubwürdigen Werbeumfeld profitiert."

Gerald Grünberger, Gernot Blümel, Thomas Kralinger

Culcha Candela live im Wiener Konzerthaus

Hanusch und VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger überreichten die Auszeichnung an den Raiffeisen-Werbeleiter Leodegar Pruschak. „Mit Printwerbung erreichen wir unsere Kunden punktgenau auf Bundes-, regionaler und lokaler Ebene. Sie ist daher ein wesentlicher Erfolgsbaustein in unserer Mediastrategie", so Pruschak.
Der „Hamma!" des Abends war der Auftritt der Band Culcha Candela. Das Berliner Quartett begeisterte das Publikum mit Reggae, Dancehall und Hip-Hop. Für Lacher sorgte der Opening-Act des „Reporters ohne Grenzen" und Politikerschrecks Peter Klien. Durch die Adgar-Gala führten Kathi Wörndl (RTL II) und Marvin Wolf (ORF). Die Videos, mit denen die einzelnen Adgar-Kategorien vorgestellt wurden, wurden auch heuer von „Adgar-Stammdesigner" Martin-Daniel Thamers Agentur Intermedia gestaltet.
Nach der Preisverleihung im Mozartsaal des Konzerthauses genossen die Gäste ein von Ralph Kampf, Chef de Cuisine des Restaurants Weinzirl, kreiertes Menü. Im Anschluss feierten zusätzlich 350 Gäste der jungen Kreativszene bei der Aftershow-Party mit Culcha Candela und DJ Stari.

BÜCHER, DVD & CO

Träumen durften auch die Frauen

Wenn man diesen Roman gelesen hat, ist man froh, dass das 20. Jahrhundert vorbei ist, nicht nur wegen der zwei Weltkriege, die für die Nachgeborenen schon urlange weg sind, sondern auch wegen der damals vorherrschenden Sitten. Der finnische Schriftsteller Tommi Kinnunen, dessen Debüt in seiner Heimat zu einem Bestseller wurde und mittlerweile in 20 Sprachen übersetzt vorliegt, zeigt in seinem Generationenroman, der zwischen 1905-1996 in Nordfinnland spielt, auf, wie sehr gesellschaftliche Grenzen einem das Leben zermürben können. Drei Frauen und ein Mann, anhand derer die sozialen Entwicklungen nicht nur in Nordeuropa deutlich werden, stehen im Mittelpunkt. Die Urgroßmutter muss sich als Hebamme und Fahrradfahrerin durchsetzen, die Großmutter als Berufstätige, die Erzählerin gegen die Dominanz der Schwiegermutter, die bis zum Schluss mit Sie angesprochen werden wollte. Machos kommen nur als Randphänomen vor, das Augenmerk liegt auf der Emanzipation dieser starken Frauen. Und obwohl ihnen von der Gesellschaft so viele Steine in den Weg geschoben werden, träumen sie weiter von einer besseren Welt. Was würden sie wohl denken, wenn sie 2018 aufwachen würden ?

Tommi Kinnunen: Wege, die sich kreuzen (dva)

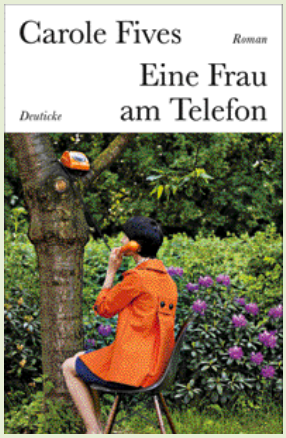
Vom Trost freundlicher Menschen

Im fiktiven Holt, einer Kleinstadt in Colorado ließ der 2014 verstorbene Autor Kent Haruf alle seine sechs Romane spielen und man ist froh, diesen Ort nur literarisch zu betreten. Die Enge, die Grausamkeit, die Aussichtslosigkeit, die solche Städte im Nirgendwo ausmachen, würde allzu sehr bedrücken, wäre der Autor nicht ein solch großer Humanist und böte in seinen Geschichten Auswege. Im vorliegenden Fall wird die 17-jährige schwangere Highschool-Schülerin mit dem schönen Namen Victoria Roubideaux auf Vermittlung ihrer Lehrerin von einem alten Brüderpaar, das eine Farm betreibt, aufgenommen. Daneben gibt es einen zweiten Erzählstrang von einem jungen Brüderpaar, dessen Mutter an Depressionen leidet und sie verlässt. Haruf ist ein ganz genauer Beobachter, ob es die Landschaft, die Arbeit auf einem Bauernhof oder die Feindseligkeiten einer empathielosen Jugend sind. Es graut einem und man ist so froh, dass in diesem tristen Umfeld auch Liebe und Freundlichkeit vorhanden sind. Wie heißt es so richtig: Familie kann auch etwas sein, was man erst finden muss.

Kent Haruf: Lied der Weite (Diogenes)

Lach nicht zu laut!

Diesen Ratschlag, den die Mutter ihrer Tochter gibt, bevor diese zum ersten Mal im Fernsehen auftritt, sollte man auch als Leserin beherzigen, so man im öffentlichen Raum liest. Dieses schmale Büchlein, in der nur eine spricht, nämlich Charlène eine lebenslustige Frau, die gerne trinkt und raucht und ihr Herz auf der Zunge trägt, ist höchst amüsant. Sie ist Anfang sechzig, beide Kinder sind aus dem Haus, ein Ersatz für den verstorbenen Gatten ist leider noch nicht gefunden. Um dieses Problem zu besprechen, ruft die Mutter ihre Tochter an, und wir hören ihr dabei zu. Dating, Fernsehserien, der Hund ... , aber es geht auch um ernstere Dinge – die Leere etwa, die sie manchmal umgibt, oder ihre schwere Krankheit. Mal schimpft sie auf ihre Enkelin, dann kann sie nicht von ihr lassen, selbiges mit der Tochter, oder der Freundin, im Grunde aber ein überaus heiteres Buch, dessen Leichtigkeit das hübsche Cover wunderbar widerspiegelt.

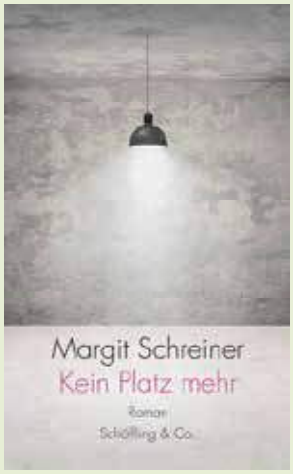


Carole Fives: Eine Frau am Telefon (Deuticke)

Störfaktor Mensch

Die Welt könnte so gut existieren, gäbe es die Menschen nicht, die noch das letzte Eck mit irgendwelchen Dingen vollstopfen, ist mehr oder weniger die Conclusio der Schriftstellerin Margot Schreiner. Gewohnt überspitzt und mit reichlich schwarzem Humor wettert sie über die Fülle, mit der wir uns tagtäglich umgeben. Dabei bleibt niemand verschont: Bruno stapelt Unterlagen in seiner neu hinzugemieteten (um Platz zu schaffen!) Bibliothek, Hans und Maria kaufen zwar nichts Neues, schmeißen aber auch nichts weg, Rudi und Franca leben in einem vollgestellten Schloss am Lago Maggiore und selbst bei Willi auf dem Land wird es eng. Die Protagonisten haben im Laufe ihrer 60+-Jahre so einiges angesammelt, ob materielle Dinge, Erfahrungen, Abnützungserscheinungen, Eigenheiten und obwohl man gemütlich von der Couch aus die Welt erleben könnte, haben sie trotz alldem noch immer hochfliegende Pläne. Schreibkurse in der Toskana, Übersetzungsseminare in Japan oder ganz einfach sich eine eigene Bahn im Schwimmbad zu erkämpfen, es lohnt sich, ist die Autorin überzeugt. Und für dieses schmale Bändchen findet man in jeder Bibliothek noch einen Platz.

Margit Schreiner: Kein Platz mehr (Schöffling & Co)



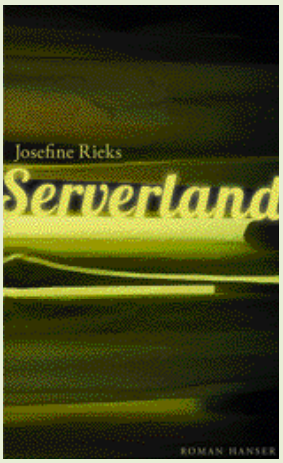
BÜCHER, DVD & CO

Zeit schmilzt dahin

Eine partnerschaftliche Versuchsanordnung zeigt der österreichische Autor Norbert Gstrein in seinem neuen Roman „Die kommenden Jahre". Während der Mann als Gletscherforscher den Typus des skeptischen, abwartenden, eher pessimistischen darstellt, ist die Frau als Journalistin von großer Neugierde, Offenheit und Optimismus geprägt. Wenn aber dann eine einquartierte Flüchtlingsfamilie dieses Gebilde ein wenig aufreißt, wird klar, wie fragil Beziehungen in unserer heutigen Zeit sind. Ob der Aufbruch gelingen wird, ob Kanada ein Neuanfang sein könnte? Schwierig nach allen Seiten hin, dieser Sommer der Veränderung, die Suche nach dem Selbst, die Angst vor dem Älterwerden. Eines ist klar, die Zeit, schmilzt dahin wie das Gletschereis.

Norbert Gstrein: Die kommenden Jahre (Hanser)

Als es Google nicht mehr gab



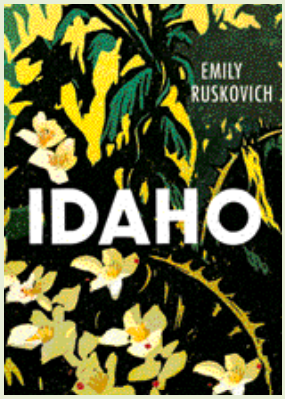
Die junge Josefine Rieks, ganz offensichtlich ein versierter Digital Native hat eine Zukunftsversion beschrieben, in der es kein Internet mehr gibt bzw. von einer Gruppe Jugendlicher wieder ausgegraben wird. Reiner, Mitte zwanzig, sammelt Laptops aus dieser lange vergangenen Zeit und wird zum Begründer einer Jugendbewegung, die verklärt, was es früher wohl einmal gab – die Freiheit einer Gesellschaft, die alles miteinander teilt. Mit Hilfe einer Autobatterie gelingt es, eine Verbindung zu lange stillgelegten Servern herzustellen. Die Jugendlichen sehen, was seit Jahrzehnten keiner mehr gesehen hat: groß ist die Freude über Musikvideos, aber auch Entsetzen als sie zum ersten Mal die aus dem World Trade Center springende Menschen anno 9/11/01 sehen. Sogar die Talking Heads werden mit ihrem Video „Once in a lifetime" geehrt und die 60-jährige Pensionswirtin ist die Progressivste von allen (da sie ja noch das Internet miterlebt hatte). Witzige Horrorvision für die meisten Menschen!

Josefine Rieks: Serverland (Hanser)

Besser grausam als feige?

Um mit dem Gegenteil zu beginnen, was die Qualität dieses Buches ausmacht, möchte man wie ein Schausteller schreien, um dieses Buch zu verkaufen. Die US-Amerikanerin Emiily Ruskovich legt mit ihrem fulminanten Debut eine Familiengeschichte vor, die man so selten gelesen hat.

Ein flirrender Sommertag in Idaho, USA: eine Familie im Wald, die beiden Mädchen spielen, die Eltern holen Brennholz für den Winter. Die Luft steht, die Mutter



hat ein Beil in der Hand – und innerhalb eines Augenblicks ist die Idylle zerstört. Was davor und danach geschah, wird uns durch viele Nebengeschichten erzählt, aber die Unbegreiflichkeit bleibt bestehen. Am besten erwischt es offenbar noch den Vater, der an einer vererbten frühen Demenz leidet und sich damit quasi aus der Geschichte schleicht. Die Suchende, nämlich seine zweite Frau sowie die Mörderin müssen mit der Tat leben. In einer ganz wunderbaren, subtilen Sprache nimmt uns Ruskovich an der Hand, lässt uns diverse Fährten ausprobieren, uns in die grandiose Natur dieses nordwestlichen US-Staats eintauchen, mal zwischen Schwesternspielen und Gefängnisalltag switchen und letztendlich unsere Konzentration herausfordern. Es gibt kaum eine Emotion, die diese wuchtige Geschichte, in der von Gewalt bis Liebe alles drinnen ist, auslässt. Ist es tatsächlich besser grausam als feige zu sein?

Emily Ruskovich: Idaho (Hanser) übersetzt von Stefanie Jacobs

Von null auf 180

Aus vielerlei Gründen kann man sich diesen Film anschauen: bald beginnt wieder die Outdoorsaison für die Tennisspieler und es wird Vorfreude geweckt, Roger Federer ist zwar der größte Tennisspieler unserer Zeit, aber wer ist sein Gegenpart, hat es schon einen Film gegeben, in dem ein Hollywoodstar (Shia LaBoeuf) einem unbekannten Isländer (Sverrir Guðnason) den Vorzug gegeben hat, können die jüngeren Menschen mit dem Namen Björn Borg außer in Verbindung mit Unterhosen etwas anfangen und ist es nicht ein Genuss, wieder stiltechnisch in die Welt der 1980-er einzutauchen? Der kühle Schwede Björn Borg und der hitzköpfige US-Amerikaner John McEnroe gehörten unbestritten zu den größten Legenden im Tenniszirkus – Borg/McEnroe zeigt die beiden Tennis-Ikonen bei den Vorbereitungen für das Grand Slam-Turnier in Wimbledon 1980. Borg (Sverrir Gudnason) will dort unbedingt seinen 5. Titel in Folge holen und sich ein Denkmal setzen, hadert aber mit sich selber und seinem Erfolg. Sein größter Herausforderer ist der aufstrebende Rüpel McEnroe (Shia LaBeouf), getrieben vom Gedanken, Borg endgültig vom Thron zu stoßen. Erst im Final treffen der Gentleman und der talentierte Exzentriker aufeinander – es wird eines der legendärsten Tennis-Matches aller Zeiten!

Wenn man bedenkt, welche Vorbereitung die heutigen Spieler noch am Platz treffen, bevor sie ihren ersten Schlag servieren, wo sie jedesmal von 0 auf 180 drehen müssen, „nur" um nach Aufschlag, Return, Volley, Passierball den Punkt für sich zu entscheiden, ist man als ZuschauerIn froh, dass das damalige epische Spiel von über 4 Stunden hier insgesamt nur 20 Minuten dauert.

BorgMcEnroe (Ascot Elite) R: Janus Metz Pedersen

BÜCHER, DVD & CO

Hör auf mit dem Schwedenscheiß!

Mit diesen Worten wird der Museumskurator Christian (Claes Bang) von seinem Kollegen angepflaumt, als er etwas politisch Korrektes sagen möchte. Ein winziges Detail in dem 160 Minuten langen Film, aber ein Bezeichnendes. In der Anfangsszene wird dem Kurator, der gerade die Ausstellung „The Square" vorbereitet, auf dem Weg zum Museum in einem Überraschungscoup sein Handy, seine Geldtasche und vermeintlich seine Manschetten gestohlen. Was diese unerfreuliche Begebenheit in ihm und seinem Umfeld auslöst, zeigt diese großartige Gesellschaftssatire meisterhaft. Der schwedische Regisseur Ruben Östlund, der schon mit dem Familienfilm „Höhere Gewalt" bewies, dass er es versteht aus Kleinigkeiten eine Weltsicht abzuhandeln, ist trotz aller Schärfe ein zutiefst menschlicher Regisseur. Der vielfach ausgezeichnete Film spielt in der schillernden Welt der Kunstszene und zeigt deren moralische Falltüren. In seiner klug inszenierten und äußerst unterhaltsamen Satire auf den modernen Menschen vermisst Östlund in gewohnt exakten Beobachtungen die Widersprüche zwischen eigenem Selbst- und Gesellschaftsbild und realen Verhältnissen. Mit feinem, ironisch-entlarvendem Humor, verstärkt durch eine subtile Bildsprache, wirft er damit brisante Fragen zum Zustand der heutigen Gesellschaft auf. Was im Museum locker von den Lippen kommt, gerät in der Begegnung mit Menschen aus dem Sozialbau sehr hörbar ins Stocken, da kommt man mit intellektueller Souveränität nicht weit, au contraire, Christian lässt sich sogar in einen Kampf mit einem 12-jährigen Bub ein!

The Square (Alamode) R: Ruben Östlund D: Claes Bang, Dominic West, Elisabeth Moss u.v.m.

Tödliches Eis

Alleine für die kurzen Szenen, die die einstige Hollywood-Schönling Val Kilmer nun als aufgedunsener, suspendierter Polizist absolviert, zahlt es sich aus, diesen Film anzusehen. Wer die Krimis des norwegischen Bestsellerautors Jo Nesbø gelesen hat, hätte sich die Hauptfigur, Harry Hole eher so vorgestellt. Diese aber wird von Michael Fassbender verkörpert und man muss sagen, das ist nicht sein Film. Er ist kein verzweifelter, saufender Polizist, der in einer verschimmelten Wohnung haust, wenn er nicht gar aus seinem Suff auf einer Parkbank aufwacht sondern eben ein sehr angenehm anzusehender Mann mit einem fittnessgetrainten Körper. Um auf das Hauptmanko dieser Verfilmung zu kommen: es spielen allesamt großartige Schauspieler mit, die gewisse Geheimnisse andeuten, die aber letztendlich nicht allzuviel zur Handlung beitragen. Gerne hätte man mehr erfahren über die Rollen von Rebecca Ferguson Charlotte Gainsbourg Chloë Sevigny David Dencik oder J. K. Simmons, aber das geht sich in einer Spielfilmlänge leider nicht aus (das Buch hat über 500 Seiten). So aber freut man sich an den wunderbaren Landschaftsaufnahmen, am perfekten Englisch aller Mitspielenden, graust sich vor den Schockmomenten und hofft, dass die kommenden (?) Verfilmungen mehr von der Atmosphäre der literarischen Vorlage transportieren könnten. Ach ja, es geht um Frauenmorde und dysfunktionale Familienverhältnisse.

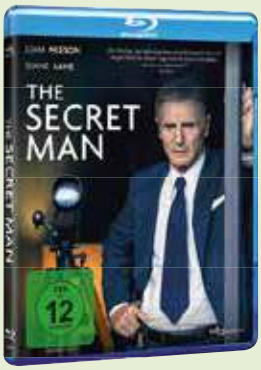
The Snowman (Universal) R: Thomas Alfreds, Produzenten: Martin Scorsese Thomas Alfredson Tim Bevan Jo Nesbø

Der mit der Deprifratze

Sido mag Christian Ulmen nicht, da er so eine Deprifratze hat, während sein Freund Fahri Yardim ihm bescheinigt, dass Sex das letzte sei, woran man denke, wenn man ihn sähe. Viele Gemeinheiten lässt der deutsche Schauspieler über sich ergehen, aber das ist so gewollt, denn die Serie „Jerks" stammt von ihm und seinem Compagnon Fahri Yardim.

Bei den beiden Komödianten wird aus jeder noch so banalen Alltagsfrage eine Frage der Moral und Grenzüberschreitung. Sie lügen und lavieren, was sie eint und unzertrennlich macht. Obwohl die Freunde unterschiedlicher nicht sein könnten: Für den einen ist das Leben an sich eine Zumutung, ihn plagen Selbstzweifel und Patchwork-Nöte – der andere lässt jeden Tag Milch und Honig fließen, notfalls mit nonchalanter Gewalt. Der eine benutzt das Katzenklo, der andere wohnt „so Helene Fischer-mäßig". Die nun als DVD vorliegende erste deutsche Eigenproduktion des Video-on-Demand-Anbieters Maxdome zählt sicherlich zum lustigsten, dass je auf Pro7 ausgestrahlt wurde. Eine Warnung muss ausgesprochen werden: Jerks ist nichts für zarte Gemüter und empfindliche Mägen.

Jerks (Universum)



Moral siegt über Lügen!

Auch wer an US-Zeitgeschichte interessiert ist und zur Unterhaltung diverse Politserien verfolgt, wird nie ganz schlau, wie es genau zwischen Weißem Haus, CIA und FBI funktioniert (aktuell Mueller versus Trump). Ein Film, der wieder versucht, etwas Licht hinter die Kulissen zu bringen, ist die Geschichte um einen der berühmtesten Whistleblower im Zuge des Watergate-Skandals in den 1970-er Jahren. Vor allem Alan J. Pakulas Kinoklassiker „Die Unbestechlichen" von 1976, bei dem die Recherchen der von Dustin Hoffman und Robert Redford gespielten Journalisten und ihre Treffen mit dem Informanten „Deep Throat" zum ersten Mal in der US Geschichte zum Rücktritt eines Präsidenten führten, prägt unser Bild des Politikskandals.Mit fast dokumentarischer Strenge rekonstruiert Regisseur Peter Landesman diese hochbrisante Affäre erstmalig aus der Sicht von „Deep Throat, und Liam Neeson spielt den aufrechten Mann mit der ganzen Würde seines Wesens. Die Kamerafahrten über Washington DC vermitteln das abgehobene Bild einer Politelite, während die Filmmusik (Daniel Pemberton) ein bedrohliches Gefühl der Dringlichkeit erzeugt. Versöhnlicher Ausklang: Moral siegt über Lügen!

The Secret Man - Mark Felt: The Man Who Brought Down the White House (Ascot) R: Peter Landesman

SOUNDMOBIL I
MERCEDES E220D 4MATIC ALL TERRAIN

Ob unbefestigter Feldweg zum Kletterfelsen oder steile Serpentinen zur tief verschneiten Skihütte: wo konventionelle Kombis oft schon aufgeben müssen, kommt die neue E-Klasse All-Terrain dank erhöhter Bodenfreiheit mit großen Rädern und serienmäßigem Allradantrieb 4Matic locker durch. Und sie macht wegen ihres markanten Looks mit kraftvoll ausgestellten Radläufen und SUV-Kühlergrill auch dabei eine gute Figur. Dank offroad-orientierter Gestaltungselemente wie dem Zweilamellen-Grill im SUV- Stil oder den schwarzen Radlauf-Verkleidungen wirkt der All-Terrain kraftvoll und robust und hebt sich zugleich vom klassischen T-Modell ab. Dynamik und moderner Luxus verbinden sich mit statusbetonender Souveränität und folgen der aktuellen Formensprache. Das neue Modell verfügt über alle intelligenten Laderaumlösungen des E-Klasse T-Modells wie beispielsweise die serienmäßige Cargo-Stellung der Rücksitzlehne: Die Lehne kann um rund 10 Grad steiler gestellt werden. Das sorgt für ein zusätzliches Ladevolumen von 30 Litern bei weiterhin voller Nutzbarkeit als Fünfsitzer – in Summe sind es dann also 670 Liter. Der All-Terrain verfügt serienmäßig über Dynamic Select. Damit lassen sich fünf Fahrprogramme mit unterschiedlicher Charakteristik von Motor, Getriebe, ESP und Lenkung wählen. Modellspezifische Besonderheit ist das Fahrprogramm All-Terrain, das Einstellungen für den Einsatz abseits befestigter Wege bietet und vom GLE abgeleitet wurde. Durch die nochmals komfortablere Fahrwerksauslegung und die großen Räder mit höherer Flanke erhöht sich der Fahrkomfort auf schlechten Wegstrecken noch einmal spürbar gegenüber der E-Klasse. Durch die Anwahl des Fahrprogramms All-Terrain über den Fahrprogramm-Schalter wird das Fahrwerk in Verbindung mit der serienmäßigen Air Body Control um +20 mm bei einer Geschwindigkeit bis 35 km/h angehoben. Die Schwellen für ESP bzw. die Giermomentenregelung und die Antriebsschlupfregelung (ASR) sind entsprechend angepasst. Das All-Terrain Fahrprogramm bietet eine spezielle Anzeige im Fahrzeugdisplay. Angezeigt werden dort unter anderem der Lenkwinkel, das Fahrzeugniveau (Stellung der Luftfederung), der Steigungs- und Neigungswinkel, Stellung von Gas/Bremse und ein Kompass. Mit einem Wort: ein Mercedes für jedes Terrain, der auch seinen Preis hat, natürlich.

194 PS, Verbrauch 5,3 L, Höchstgeschwindigkeit 231 km/h
Beschleunigung: 8,0 (0-100 km/h)
Preis: ab 62.430- Euro (inkl. aller Steuern)

SOUNDMOBIL II
HYUNDAI KONA

Der Kona markiert für Hyundai einen wichtigen Meilenstein bei der Produktentwicklung und soll für die Marke neue Kundenkreise erschließen. Hyundai verkaufte seit der Einführung der ersten Generation des Santa Fe im Jahr 2001 mehr als 1,4 Millionen SUV in Europa. Der Kona soll diese Erfolgsgeschichte weiterschreiben. Die Optik - außen wie innen – kann hier durchaus hilfreich sein. So ist die kräftige Front des neuen Kona geprägt durch den Cascading-Kühlergrill, dem auffälligen Designmerkmal aller neuen Hyundai-Modelle. Speziell die neu positionierten LED-Tagfahrlichter über den Frontscheinwerfern ziehen die Blicke auf sich. Mit dem progressiv-eigenständigem Design, vielen Individualisierungsmöglichkeiten im Innenraum, zahlreichen Assistenzsystemen und umfangreicher Konnektivität richtet sich der knapp 4,15 Meter lange Fünftürer insbesondere an Lifestyle-orientierte Käufer aus dem urbanen Umfeld. Zum österreichischen Marktstart stehen vier Ausstattungsversionen und zwei Turbo-Benzineinspritzer wahlweise mit 1.0 Liter Hubraum, drei Zylinder 120 PS oder vier Zylinder, 1.6 Liter Hubraum und 177 PS zur Wahl. Die hier vorgestellte 1.0. Liter Version macht ordentlich Spaß. Einige Details: mit dem auf Knopfdruck ausfahrbaren, außergewöhnlich lichtstarken Head-up Display hat man wichtige Information wie Geschwindigkeit, Navigations- oder Warnhinweise immer im Blick. Oder: der kristallklare Sound aus der Premium Sound Anlage von Krell ist ein akustisches Highlight - dank acht Lautsprechern inklusive Subwoofer und Verstärker. Im neuen Kona wird das Handy über die integrierte Smartphone-Ablage schnell und einfach aufgeladen. Punkto Sicherheit verfügt der Kona über zahlreiche state-of-the-art-Features – Autonomer Notbremsassistent, Spurhalteassistent, Toter-Winkel-Assistent, Querverkehrswarner, Müdigkeitserkennung, Fernlichtassistent u.v.m. Modernste Technik nutzt der Kona auch für den Antrieb. Die Sechsfach-Einspritzdüsen des 1.0 T-GDI aus der Kappa-Baureihe arbeiten mit bis zu 200 bar Systemdruck, um die Verbrennung zu optimieren und Verbrauch und Emissionen nachhaltig zu senken. Die fünf Jahre Garantie ohne Kilometerbegrenzung sind ein weiteres Asset des rundum gelungenen neuen Hyundai Kona SUV.

120 PS, Verbrauch 5,4 L, Höchstgeschwindigkeit 181 km/h
Beschleunigung: 12,0 (0-100 km/h)
Preis: ab 18.990.- Euro (inkl. aller Steuern)

dates

CALEXICO

Auf dem renommierten Indielabel ist das Punk-Country-Duo gelandet, weniger Mariachi mehr Funk mit teilweise großartigen Balladen und gehörigem Drive. Bestes Album seit langem!
The Thread that keeps us" (City Slang)
19.03., Linz, Posthof

JESUS CHRIST SUPERSTAR

Das weltbekannte Kultmusical von Star-Komponist Andrew Lloyd Webber kehrt für neun Vorstellungen ins Ronacher. Lieder wie „Heaven on Their Minds", die Ballade „I Don't Know How to Love Him" – die als Single die Charts erreichte – und das rockige „Superstar" sorgen für große Emotionen. Die Hauptrolle des Jesus übernimmt auch in diesem Jahr wieder der amerikanische Darsteller Drew Sarich.
23.03.-2.04. Wien, Ronacher

5/8ERL IN EHR'N

Zu einem Dreitagesfest laden die Musiker dieser ungewöhnlichen Wiener Souljazz-worldband. „Duft der Männer" heißt das mittlerweile fünfte Studioalbum auf dem in 13 Liedern eine Bestandsaufnahme von Alltag, Politik und der österreichischen Seele musikalisch vorgetragen wird.
„Duft der Männer" (Hoanzl)
26.-28. 03., Wien, Stadtsaal

CHRIS NORMAN & BAND

Das aktuelle Album „Don't Knock The Rock" gibt die Devise für seine Konzerte, vor, bei denen er neue Songs, aber auch ein Best-of seiner größten Hits präsentieren wird.
28.03, Wien, Stadthalle

HEAVEN SHALL BURN

Die nie um klare Worte verlegenen Vorzeige-Athleten des zeitgenössischen Metal, Heaven Shall Burn , paaren unter dem bereits legendären"Tour Of The Year" Banner ein weiteres Mal entschlossene Haltung mit ausdauernder Live-Power.
29.03., Wien, Gasometer

JOAN AS POLICE WOMAN

Hinreißender Pop, Soul, Blues, komplexe Rhythmen und ihre Wahnsinnstimme – all das vereint die New Yorker Künstlerin Joan Wasser alias Joan as Police Woman. Berühmt als Kollaborateurin und Muse für so unterschiedliche Künstler wie Anohni, Rufus Wainwright, Lou Reed und Beck, arbeitet Joan seit der Veröffentlichung ihres letzten Albums mit den Modedesignern Viktor & Rolf sowie einer wachsenden Liste von Musikern zusammen, darunter Sufjan Stevens, Lau, RZA und zuletzt Daniel Johnston.
2018 kommt die Künstlerin mit ihrem aktuellen „Damned Devotion" nach Österreich.
30.+31.03., Graz, PPC, Wien, Ottakringer Brauerei

JENNIFER ROSTOCK

Man merkt den Berlinern nicht an, dass es sie schon 10 Jahre gibt: volle Power voraus für ihren DeutschRock.
30.03., Linz, Posthof

METALLICA WORLDWIRED TOUR

Hardwired…to Self-Destruct (Universal)
31.03., Wien, Stadthalle

VOCES8

Schubladendenken gibt es bei diesem britischen gesangsensemble nicht und daher hat man an 2 Abenden die Möglichkeiten ihre Bandbreite an musikalischem Können zu goutieren. Filmmusik und Poparrangements stehen auf dem Programm «Slap that Bass», das sich Größen der amerikanischen Musik zwischen Broadway und Hollywood ebenso widmet wie englischem und irischen Folk und tags darauf gibt es „A Celebration of Claudio Monteverdi".
4.+5.4., Wien, Konzerthaus

SOY LUNA

Soy Luna ist seit dem Start im Disney Channel im Mai vergangenen Jahres ein weltweites Phänomen und gehört zu den Top-Formaten der Kids und Teens. Nach der ausverkauften Konzert-Tour in Südamerika zu Beginn des Jahres dürfen sich nun auch alle europäischen Fans auf das musikalische Highlight freuen.
5.+6.04., Wien, Stadthalle

WANDA

Das Stadthallekonzert war binnen kürzester Zeit ausverkauft, an folgenden Terminen gibt es evtl. noch die Möglichkeit, Österreichs angesagteste Band auf ihrer „Niente-Tour" zu erleben.
14.04., Innsbruck, 7.07., Graz, 8.07., Salzburg, 14.07., Linz, 14.09. Klagenfurt

KREATOR

Eine der vielseitigsten Metal-Bands, in Innsbruck mit Kollegen wie Pungent Stench, Black Inhale, Insaitiy Alert oder Schirenic Plays auf der Bühne.
„Gods of Violence"
6.+8.04., Innsbruck,Linz, Posthof

BABA ZULA

Die Istanbul Band mischt gekonnt orientalische Rhythmen mit westlichen Harmonien.
9.04., Wien Wuk

LIZZ WRIGHT

Auf diesem Album präsentiert Lizz Wright zehn Songs von unterschiedlichen Größen wie Ray Charles, Bob Dylan, Nina Simone, k.d. lang, Frank Perkins und zeigt erneut ihr Talent als Interpretin von Klassikern. Mit ihrem Produzent Joe Henry hat sie es geschafft, die Lieder auf ihre eigene Art und Weise zu interpretieren und somit etwas Neues zu kreieren.
„Grace" (Universal), 11.04., Wien, Konzerthaus

ROY HARGROVE QUINTET

Oft als Funker bezeichnet, wird der texanische Jazztrompeter deutlich, was sein Jazzcredo ist: „Ich sehe mich heute als Teil jener Minderheit im Jazz, die die Tradition von Musikern wie Saxofonist Charlie Parker, Trompeter Dizzy Gillespie oder Louis Armstrong aufrechterhält."
11.04., Wien, Porgy

AFRIKA!AFRIKA!

12.04.-1.05., Wien, Stadthalle

TOCOTRONIC

Die klugen, sprachverliebten Hamburger legen ein doppeltes Konzeptalbum vor. Jedes Stück weist spezifische, zeitgebundene musikalische Referenzen auf und hat seinen Ausgang im Werden und Sein: von der Kindheit über die Adoleszenz und frühe Erwachsenenzeit bis in die Gegenwart.

„Die Unendlichkeit" (Universal)
13.04., Salzburg, republic

THE BASEBALLS

Seit zehn Jahren verrocken The Baseballs die Charts, indem sie Hits der 2000er in fetzige Rock'n'Roll-Versionen der 50er-Jahre kleiden.
13.+ 14. 04., Wien, Gasometer, Linz, Posthof

STAR WARS IN CONCERT

„Es war einmal vor langer Zeit in einer weit, weit entfernten Galaxis …."
Seit Jahrzehnten begeistert die größte Science-Fiction-Saga der Filmgeschichte weltweit Millionen von Fans aller Generationen, nicht zuletzt auch durch die Filmmusik von John Williams, die zu den erfolgreichsten Soundtracks der Kinogeschichte gehört. Pünktlich zum 40-jährigen Jubiläum startet das mächtige Weltraum-Epos nun als audiovisuelles Gesamterlebnis seine Reise in die Konzertsäle.

14.04., Wien, Stadthalle

BOB DYLAN

Einer der wichtigsten Songschreiber des Jahrhunderts legte letztes Jahr ein Dreifach-Studioalbum vor, das dreißig neue Aufnahmen von Songs aus dem American Songbook enthält. Er begeistert dabei mit neuen Lesearten von Songs, die Generationen bewegt und berührt haben und immer wieder unterschiedlichen Stücken aus einem Lebenswerk, das seinesgleichen vergeblich sucht.
„Triplicate" (Sony), 13.+16.04., Salzburg, Wien

SOL GABETTA

14.04., Wien, Konzerthaus

IMAGINE DRAGONS

„Evolve" (Universal)
15.04., Wien, Stadthalle

BUGGE WESSELTOFT

„Everybody loves Angels" (Universal)
15.04., Wien, Porgy

THIRTY SECONFD TO MARS

Seit ihrer Gründung vor fast zwei Jahrzehnten produzieren Sänger und Gitarrist Jared Leto und seine Band Thirty Seconds To Mars kraftvoll und melodiös getriebenen Alternative Rock.
„ A Day in the Life of America"
17.04., Wien, Stadthalle

SELIG

Für die Aufnahmen zu ihrem neuen Album hat sich die Band in die Abgeschiedenheit der schwedischen Westküste zurückgezogen. Inspiriert von der Natur und dem aufgewühlten Weltverhalten vertonten sie dort Bilderwelten, Momentaufnahmen und Traumsequenzen.
„Kashmir Karma"
18.+ 19.04., Graz, ppc, Dornbirn

DAVID GARRETT

Die Begeisterung für Garrett sprengt alle Grenzen, er füllt Konzerthalle und sogar ganze Stadien. Alle seine Alben – ob Klassik oder Crossover – sind Chartbreaker.

„Rock Revolution" (Universal)
20.+22.04., Wien, Konzerthaus

ALEXANDER MARCUS

Er war Deutschlands erster YouTube-Star und nennt sich heute King of Electrolore.
20.04., Wien, Gasometer

NF

NF - ausgeschrieben Nate Feuerstein ist ein Hip Hop und Alternative Artist.
21.04., Wien, Flex

EHRLICH BROTHERS

Die Künstler faszinieren mit einer einzigartige Mischung aus spektakulären Illusionen und hautnaher Zauberkunst.
22.-28. 04., Wien, Stadthalle, Salzburg, Innsbruck, Dornbirn

DAS GROSSE SCHLAGERFEST

Die Tournee zur erfolgreichsten Musikshow Deutschlands kommt mit KLUBBB 3 mit Florian Silbereisen, Jan Smit und Christoff. Dazu eine hochkarätige Künstlerriege der Extraklasse und eine neue, sensationelle Show mit Unmengen von Konfetti und Partystimmung !
23.04., Wien, Stadthalle

KENNY BARRON

Erst mit knapp 75 kann man im Wiener Konzerthaus den genialen Pianisten Kenny Barron solo und unplugged erleben. Er, der schon in jungen Jahren in Bands von Altvorderen wie Yusef Lateef, Lee Morgan und James Moody spielte, zählt zu den großen Lyrikern des Jazz. . In den 1960er-Jahren begleitete Barron neben Getz auch Lalo Schifrin, Lou Donaldson und Dizzy Gillespie. In den letzten Jahren zeigte er mit Einspielungen mit Dave Holland und Ron Carter auf.
24.04., Wien Konzerthaus

MACKLEMORE

Der Rapper aus Seattle verdient sich mit seinen expliziten Messages ein goldenes Händchen.
„Gemini" (Universal), 24.04., Wien, Gasometer

SATURDAY NIGHT FEVER - DAS MUSICAL

Als Kinofilm löste „Saturday Night Fever" Ende der 70er eine weltweite Discowelle aus und machte John Travolta zum Star. Über einen sehr langen Zeitraum war der Soundtrack mit den erfolgreichsten Songs der Bee Gees das weltweit meistverkaufte Soundtrack-Album. Der Musicalhit „Saturday Night Fever" erzählt eine der meistgeliebten Tanz-Geschichten aller Zeiten, mit legendären Hits der Bee Gees wie „Stayin' Alive", „Night Fever", „Jive Talking", „You Should Be Dancing" und „How Deep is Your Love?"
25.4.-1.5., Ö-Tour

KAYA YANAR

2 Stunden Lebenshilfe mit Doktor Yanar
26.04., Wien, Gasometer

MIA.

Netter Elektropop aus Berlin.
„Nie wieder 20"
27.04., Wien, Ottakringer Brauerei

BOBBY MCFERRIN

29.04., Linz Posthof

LISA STANSFIELD

Die ehemalige Popsängerin mit Schauspielerfahrung hat es mittlerweile aus dieser perlenden Welt weg,

hin eher zu einer Mischung aus Philly-Soul, Club Musik und tief berührenden, sehr persönlichen Balladen gezogen, wie sie das neue Album selbst bezeichnet. Lasse man sich überraschen!
„Deeper" (earMusic)
2.5., Wien, Muqua

BRADLEE, SCOTT'S JUKEBOX

Bradlees Materialauswahl reicht vom 80er-Jahre Hard Rock von Guns'n'Roses bis hin zu Hits von 2015 wie Justin Biebers „Sorry". Sie werden von einer wechselnden Besetzung von Musikern und Sängern in Mode gebracht und stammen von einer Zeit, als die Eltern von Axl Rose und Bieber noch nicht mal geboren waren - eine Zeit der Straßenmusik und engelsgleich klingenden Schnulzengesänge.
„The new Classics" (Universal)
2.05., Wien, Gasometer

ELTON JOHN

2.05., Wien, Stadthalle

ANASTACIA

Die aktuelle CD ‚Evolution' markiert eine Rückkehr zu den Ursprüngen. Fesselnde Rocknummern wechseln sich mit einprägsamen Pop-Songs und bewegenden Balladen ab. „
„Evolution", 3.05., Wien, Stadthalle

STEIRER·MIKA & COMP.
Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung

Keine Herstellungsförderungen mehr für „Unternehmen in Schwierigkeiten“

Das Wettbewerbsrecht der EU sieht restriktive Rahmenbedingungen für die Vergabe von staatlichen Förderungen vor. Dies soll Wettbewerbsverzerrungen durch Förderung bestimmter Unternehmen durch einzelne Mitgliedstaaten verhindern. Eine der Voraussetzungen für die Vergabe von Förderungen aus öffentlichen Mitteln ist, dass es sich beim Empfänger der Förderung nicht um ein „Unternehmen in wirtschaftlichen Schwierigkeiten“ handelt. Dies ist vorab vor Gewährung einer Förderung zu überprüfen.

Auch die Förderinstitutionen der Filmbranche müssen diese Voraussetzungen beachten. Das österreichische Filminstitut, der Filmfonds Wien und Filmstandort Austria (FISA) haben sich nun auf eine einheitliche Vorgangsweise verständigt.
Bei Einreichungen auf Herstellungsförderung ab 1.1.2018 sind dem Antrag die letzten beiden Jahresabschlüsse anzuschließen. Weiters ist ein sogenannter AGVO-Vermerk vorzulegen.

Was ist ein AGVO-Vermerk?
In der Allgemeinen Gruppenfreistellungs-Verordnung (AGVO) der EU sind die Voraussetzungen für die Fördervergabe geregelt, daher die Kurzbezeichnung „AGVO-Vermerk“.
Beim AGVO-Vermerk handelt es sich um eine Bestätigung des Wirtschaftsprüfers bzw. Steuerberaters, wonach das antragstellende Unternehmen kein Unternehmen in Schwierigkeiten ist und somit öffentliche Beihilfen in Anspruch nehmen darf.
Bei der Formulierung ist darauf zu achten, dass

- explizit auf Art 2 Abs 18 AGVO verwiesen wird,
- die Wortfolge „Unternehmen in Schwierigkeiten“ verwendet wird und
- die Förderfähigkeit explizit bestätigt wird.

Die branchenüblichen Kosten für die Ausstellung dieser Bestätigung sind als Projektkosten förderfähig.
An Förderzusagen werden die Fördergeber künftig die Bedingung knüpfen, dass zum Zeitpunkt der Vertragserstellung keine wirtschaftlichen Schwierigkeiten im Sinne der Allgemeinen Gruppenfreistellungs-Verordnung vorliegen.

Was ist ein „Unternehmen in Schwierigkeiten“?
Je nach Rechtsform sind die „Schwierigkeiten“ unterschiedlich definiert:
Eine Kapitalgesellschaft (GmbH, AG) ist in Schwierigkeiten, wenn das Eigenkapital weniger als das Stammkapital beträgt. Beispiel: Stammkapital 35.000, Freie Rücklagen 15.000, Bilanzverlust – 30.000 –>Das Eigenkapital beträgt 20.000, das mehr als die Hälfte von 35.000 Euro – somit ist das Unternehmen nicht in Schwierigkeiten.

Bei einer Personengesellschaft (OG, KG) sind die Schwierigkeiten so definiert: mehr als die Hälfte der in den Geschäftsbüchern ausgewiesenen Eigenmittel ist durch Verluste aufgebraucht.
Jedenfalls in „wirtschaftlichen Schwierigkeiten“ nach der AGVO-Definition ist ein Unternehmen, über das ein Insolvenzverfahren eröffnet wurde oder das die Voraussetzungen für ein Insolvenzverfahren erfüllt (Überschuldung, Zahlungsunfähigkeit).

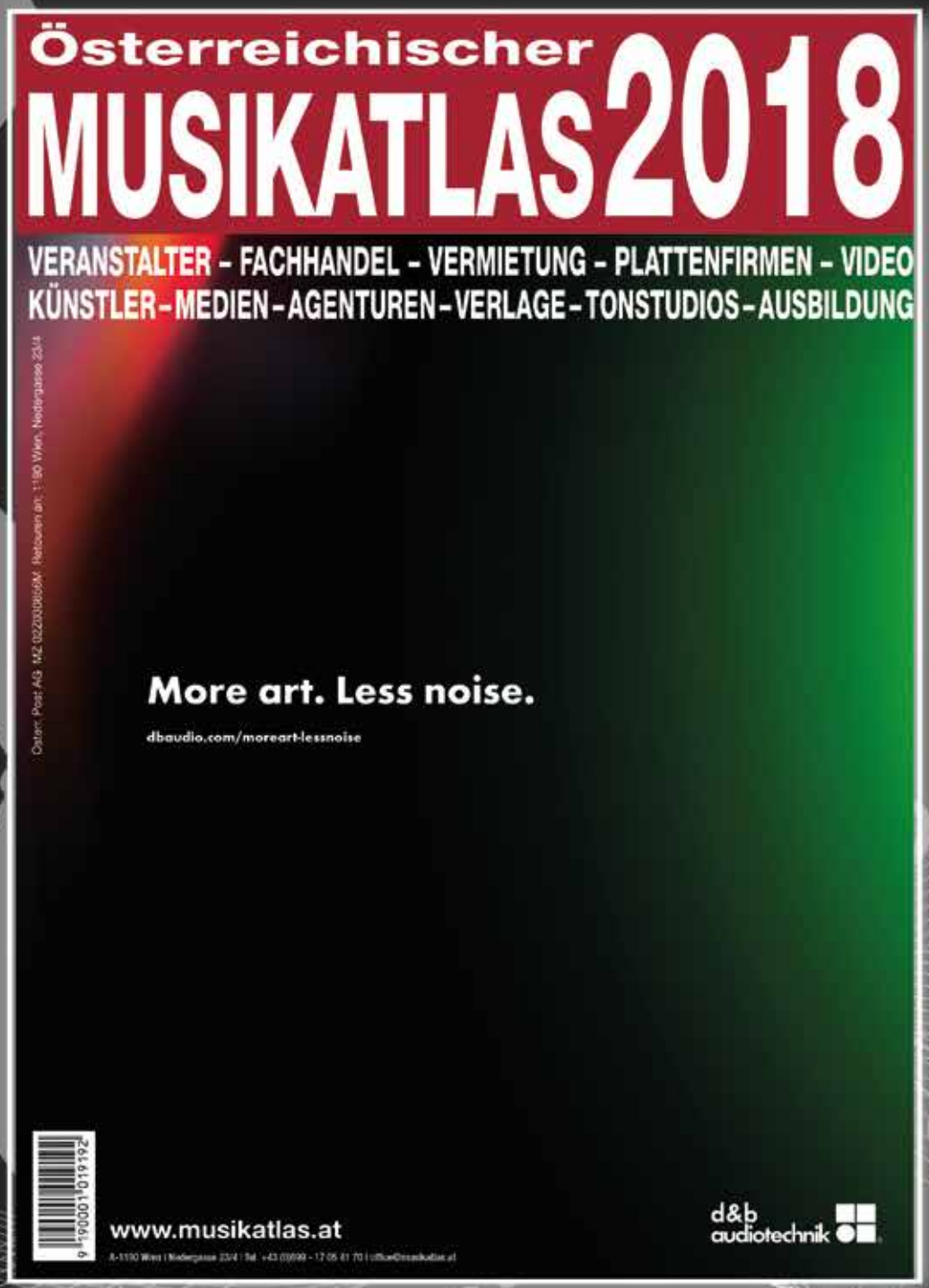
Zweifelsfragen und Unklarheiten
Personengesellschaften haben oft keine fixe Kapitaleinlage – zB OG mit zwei Arbeitsgesellschaftern. Die eingezahlten Eigenmittel wären null. In sinngemäßer Auslegung der Bestimmung wäre hier wohl ein positives Eigenkapital Voraussetzung.
Nicht genannt sind Vereine, die unter Umständen als Antragsteller in Frage kommen könnten. Diese haben kein Stammkapital, daher wird wohl auch hier positives Eigenkapital Voraussetzung für die Förderfähigkeit sein.
Unklar ist auch, wie bei Einnahmen-Ausgaben-Rechnern vorzugehen ist – allerdings werden sich unter den Bewerbern für eine Herstellungsförderung kaum Einnahmen-Ausgaben-Rechner befinden.

Was ist der Sinn der Sache?
Verständlich ist das Anliegen, dass Förderungen nicht an Unternehmen vergeben werden sollen, die insolvenzbedroht sind und bei denen die Gefahr besteht, dass das geförderte Vorhaben gar nicht umgesetzt werden kann (das Geld aber trotzdem weg ist). Ob dieses Ziel mit diesen Kriterien bestmöglich erreicht wird, ist aber zu bezweifeln.
Bei der Erstellung der Jahresabschlüsse wird jedenfalls künftig auf diese „Kennzahl“ zu achten sein. Gegenenfalls sind eigenkapitalstärkende Maßnahmen zu überlegen.

MMag. Petra Egger
Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin
www.steirer-mika.at

10.000 EINTRÄGE – TOP AKTUELL – AUF EINEN GRIFF

JETZT BESTELLEN!



office@musikatlas.at

ORF eins

ORF. WIE WIR.

AMADEUS AWARD

DER ÖSTERREICHISCHE MUSIKPREIS

MODERIERT VON CONCHITA

DO 26. APRIL **21:55**