

GRÜNDER
DER WOCHE

Kommerzielle Videotheken gibt es schon einige. Mit der im Wiener MuseumsQuartier gegründeten Videothek FS21 wollen Thomas Thurner und Agnes Peschta hingegen alternative Filme verleihen, die es im klassischen Handel nicht gibt.

Mayr®



Filmliebhaber **Thomas Thurner** verleiht alternative DVDs

1 Idee. „Wir hatten selbst Bedarf nach einer solchen Videothek. Durch illegale Downloads im Internet sterben klassische Videotheken, die noch bestehenden konzentrieren sich meist auf drittklassige Actionfilme.“

2 Ziel. „Vorerst arbeiten wir auf Non-Profit-Basis, wir wollen eine Aufstockung des aktuellen Bestands finanzieren und unsere Miete zahlen können. Noch läuft die Arbeit parallel zu anderen Jobs; bei kommerziellem Erfolg werden wir uns aber mit beiden Füßen ins Projekt stellen.“

3 Lage. „Im MuseumsQuartier befinden sich unsere potenziellen Kunden. Einerseits gibt es vier Millionen Besucher pro Jahr, andererseits arbeiten hier viele Filminteressierte. Die Öffnungszeiten sind von 15 bis 20 Uhr, so können sich diese Leute die DVDs nach der Arbeit mit nach Hause nehmen.“

4 Strategie. „Obwohl wir alternative Filme bieten, wählen wir Werke, die sich die Leute gern ansehen. Marketingtechnisch werden wir keine klassischen Kampagnen machen, sondern über unsere Partner die Szene erforschen. Zu unseren Partnern und Lieferanten zählen das Dokufilm-Internetportal Docushop, die Verleihagentur Filmladen, der Experimentalfilm-Vertrieb Index und der Wiener Community-Sender Okto.“ (stm)

ARBEITSWELT

Die Kunst, Kunst zu Geld zu machen

Beigestellt



Die Berliner Autoren **Sascha Lobo** und **Holm Friebe** glauben an neue Märkte mit vielen Nischen

Eine Anstellung suchen oder künstlerische Träume verwirklichen? Kreative, die den zweiten Weg wählen, werden zur neuen digitalen Bohème Europas, behaupten zwei deutsche Buchautoren.

 **BUCH-TIPP**

„Wir nennen es Arbeit“
Holm Friebe, Sascha Lobo

Eine Alternative zur Festanstellung in einem Konzern stellen Friebe und Lobo in diesem Buch vor. Dabei wird auf die Nutzungsmöglichkeiten des Internets, notwendige Netzwerke und langfristiges Planen ebenso eingegangen wie auf die entsprechenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen.

304 Seiten; 18,50 €

Web-Tipps
www.wirnenenesarbeit.de
www.riesenmaschine.de
www.monochrom.at

Die im Wiener MuseumsQuartier angesiedelte Künstlervereinigung Monochrom ist mit ihren neun Mitgliedern bekannt für ausgefallene Aktionen. Mal wird das Logo einer anderen Künstlervereinigung – „gekauft in einer feindlichen Übernahme“ – dem Coca-Cola-Konzern für einen vierstelligen Betrag angedreht; ein anderes Mal sprechen die Künstler Passanten auf offener Strasse an, mit dem Vorschlag, deren Seele um 3,50 € zu kaufen. „Manche Projekte bringen Geld, andere nicht“, sagt Johannes Grenzfurthner, Gründungsmitglied von Monochrom. Daher werden die Projekte vorfinanziert: arbeiten drei Leute an einem Stück, so wird der Ertrag durch vier geteilt – der vierte Teil wandert in die Projektkassa.

Hobby als Arbeit. Das Prinzip ähnelt dem, was Sascha Lobo und Holm Friebe in ihrem Buch „Wir nennen es Arbeit“ als „Digitale Bohème“ bezeichnen: die Menschen tun das, was ihnen Spaß macht. Früher hätte das zwangsläufig Existenzprobleme bedeutet, heute habe sich der Markt geändert. „Die Nischen werden in Summe wich-

tiger als die Hits“, sagt Autor Holm Friebe. Für manche Dinge sei vielleicht noch keine Nachfrage da, in Zukunft sei diese aber vielleicht gegeben. Da gilt dann: Patchwork. Parallel zu den Leidenschaften wird somit einer kommerziellen Tätigkeit nachgegangen, die die Rechnungen zahlt und Projekte vorfinanziert. Auch Johannes Grenzfurthner hat eine Professur an der FH Joanneum in Graz – bezüglich der finanziellen Aussichten der Bohème ist er aber skeptisch: „Die Leidenschaft muss auch einen Markt haben.“ Flash-Programmierer zum Beispiel hätten da mehr Chancen als jemand, der experimentelle Lyrik verfasst.

Neuer Markt. „Digital“ ist diese neue Arbeitsgesellschaft, weil sie die Technik benutzt: Handwerker verkaufen ihre Produkte über Ebay, Modedesigner stürzen sich auf die virtuelle Welt Second Life. „Früher war es schwer, ein stationäres Geschäft zu haben“, sagt Friebe. „Heute gibt es dafür den Online-Markt.“ Ihr Buch setzen die Autoren übrigens im Web fort.

STEFAN MEY

stefan.mey@wirtschaftsblatt.at