

5x5 FRAGEN AN KREATIVE



Die Designerin Mia Kim und der Architekt Nikolaas Heep betreiben zusammen das Büro KIM + HEEP. [www.kimheep.com](http://www.kimheep.com)

1 Fünf Kriterien für gute Shop-architektur?

- 1 Der Shop lädt die Marke emotional auf, der Einkauf ist ein Erlebnis.
- 2 Mit dem Kauf erstehe ich ein Souvenir aus der Markenwelt. Ich werde Mitglied im Klub.
- 3 Der Shop vermittelt Glaubwürdigkeit.
- 4 Der Entwurf unterstützt saisonale Umgestaltungen.
- 5 Es gibt genug Sitzgelegenheiten, besonders für die Begleiter.

2 Fünf misslungene Shops oder Einkaufszentren?

- 1 SCS Vösendorf.
- 2 Kober am Graben.
- 3 Betten-Reiter/Mariahilfer Str.
- 4 Telering Shops.
- 5 dm-Drogeriemärkte, ... und was wir sehr gerne neu interpretieren würden: die Aida-Kaffeehäuser.

3 Fünf Dinge, die Architekten und Designer in ihrer Arbeitsweise gemeinsam haben sollten...?

- 1 Die Überlegung: Wer benutzt es und wie?
- 2 Profunde Recherche, Verständnis für den kulturellen Kontext des Projekts.
- 3 Wirtschaftliches Denken.
- 4 Respekt vor dem Kunden.
- 5 Nötige Distanz zum Thema. Sie sind Generalisten.

4 ... und fünf Dinge, die sie trennen?

- 1 Nur zwei: die Stückzahl der Produkte.
- 2 Der Maßstab.

5 Eine Frage an Mia Kim: Sie sind in Korea geboren. Wie beeinflusst Sie die dortige Designtradition?

1 Der schlichte, sensible und emotionale, aber gleichzeitig funktionale Umgang mit Materialien im traditionellen Design inspiriert mich bis heute.

INS NETZ GEGANGEN

three hundred and sixty five



Und?

<http://ampersandampersand.tumblr.com>

Es gibt Dinge, die braucht die Welt nicht unbedingt, aber es ist trotzdem schön, dass es sie gibt. Zum Beispiel einen Blog, der die Schönheit des „&“ – des kaufmännischen Und-Zeichens (Englisch: ampersand) – feiert. Jeden Tag wird eine Version vorgestellt, inzwischen sind es über 300. Wer Vorschläge hat, darf sich beim Betreiber melden: [ampersandampersand@mail.com](mailto:ampersandampersand@mail.com)

Kommst du, suchst du, kennst du, kannst du? Weißt du, willst du, hast du, findest du? Kreative haben das **Online-Netzwerken** für sich entdeckt. Auf Plattformen und bei den dazugehörigen »Offline«-Events sucht man Geschäftspartner und Gleichgesinnte. **VON EVA WINROITHER**

# Geschäfte machen beim »Twittagessen«

Ich bin ein erfahrener Hamburger Freelance-Konzeptioner & -Texter und suche einen Agenturjob als „Creative Director Text“ in spannender Agentur D/A/CH“, schreibt Volker Neumann in der Facebook-Gruppe „Agenturjobs Österreich“. „Helfen dir die Kontakte nicht heute, dann helfen sie dir eben morgen“, sagt sie.

Der Netzwerkfantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Beim „Twittagessen“ lernen sich Twitter-Begeisterte abseits der 140 Zeichen kennen. „Girl Geek Dinner Austria“ ist eine Gruppe für computeraffine Frauen. Auf „Photowalk.at“ formieren sich wiederum (Hobby-)Fotografen, um bei einem gemeinsamen Stadtpaziergang zu fotografieren. Und bei einem BarCamp, auch „Nichtkonferenz“ genannt, treffen sich Interessierte, um sich je nach Motto in Diskussionen und Vorträgen auszutauschen. Das Programm wird erst während der Veranstaltung von den Teilnehmern festgelegt. Jeder darf sich in eine Liste eintragen und 20 Minuten über ein Thema referieren. Das Prinzip hinter all diesen Veranstaltungen ist dabei ähnlich. Zuerst finden Profis oder Laien online zusammen, und dann trifft man sich bei sogenannten Offline-Events, um sich im realen Leben bei Essen, Kaffee oder Bier kennenzulernen – netzwerken inklusive. Die neuen Kontakte hält man dann wieder – logisch – über die Online-Plattformen.

Kommst du, suchst du, kennst du, kannst du? Weißt du, willst du, hast du, findest du? In kaum einer anderen Branche laufen die virtuellen Netzwerkdrähte so heiß wie in der Kreativwirtschaft. Mithilfe von Online-Netzwerken wie Facebook-Gruppen, Twitter-Nachrichten, MySpace-Seiten oder Branchenplattformen wie Digitalks.at rotten sich die kreativen Köpfe mit Gleichgesinnten zusammen, um sich gegenseitig anzuspornen, Ideen zu entwickeln, Aufträge zu lukrieren oder neue Geschäfte anzubahnen. „Wer bekannt werden will, der darf keine Chance ungenutzt verstreichen lassen“, sagt Sabrina Hanneman. Die 28-Jährige ist seit einem halben Jahr

Gründerin/Geschäftsführerin der Web-2.0-Agentur „Zensations“. Sie ist eine begeisterte Twitterin, verlinkt auf Xing und Mitglied bei Facebook-Gruppen wie „Girl Geek Dinner Austria“. „Helfen dir die Kontakte nicht heute, dann helfen sie dir eben morgen“, sagt sie.

GLOSSAR

DIE NETZWERKE

**www.neurovation.net**  
Ideenplattform für Kreative.

**www.girlgeekdinner.at**  
Netzwerk kreativer, internetaffiner Frauen; Abendessen alle zwei Monate in W, NÖ oder Sbg.

**www.digitalks.at**  
Erklärt digitale Medien in verständlicher Sprache; Events im Wiener MQ.

**www.twittagessen.de**  
Gemeinsames Frühstück, Mittag-, Abendessen, kann von jedem Twitter-User organisiert werden.

**Austrian Photography**  
Facebookgruppe für Fotografen.

**www.barcamp.at**  
BarCamps sind Events zum Wissensaustausch zu verschiedensten Themen.

**www.mobile-monday.at**  
Treffen zum Erfahrungsaustausch für alle mit Interesse an mobiler Industrie.

**www.interactiondesign.at**  
Design-Stammtisch, Thema: benutzerfreundliche Produkte.

**Agenturjobs Österreich**  
Facebook-Gruppe für Agenturjobs.

**www.photowalk.at**  
(Hobby-)Fotografen machen während eines Spaziergangs Fotos.

**Kreativwirtschaft in Österreich**  
Facebook-Gruppe.

**Selbstdarsteller und Nerds.** „Es hat etwas von einem Blinddate“, sagt Webentwickler und Jazz-Musiker Martin Wittmann. Er besuchte vor einem halben Jahr sein erstes „Twittagessen“ in Wien. Er schätzt die bunte Szene, die gute Stimmung: „Du triffst alles, von Selbstdarstellern bis zu richtigen Nerds.“ Gleichzeitig hält er die berufliche Vernetzung für wertvoll: „Es funktioniert automatisch: Du erzählst von deinem Leben, der andere von seinem, und schon hat sich wieder was ergeben.“ **MARTIN WITTMANN** Webentwickler und Musiker

Bevor das Internet aufkam, hatten sich Kreative oft nur auf Fachtagungen getroffen.

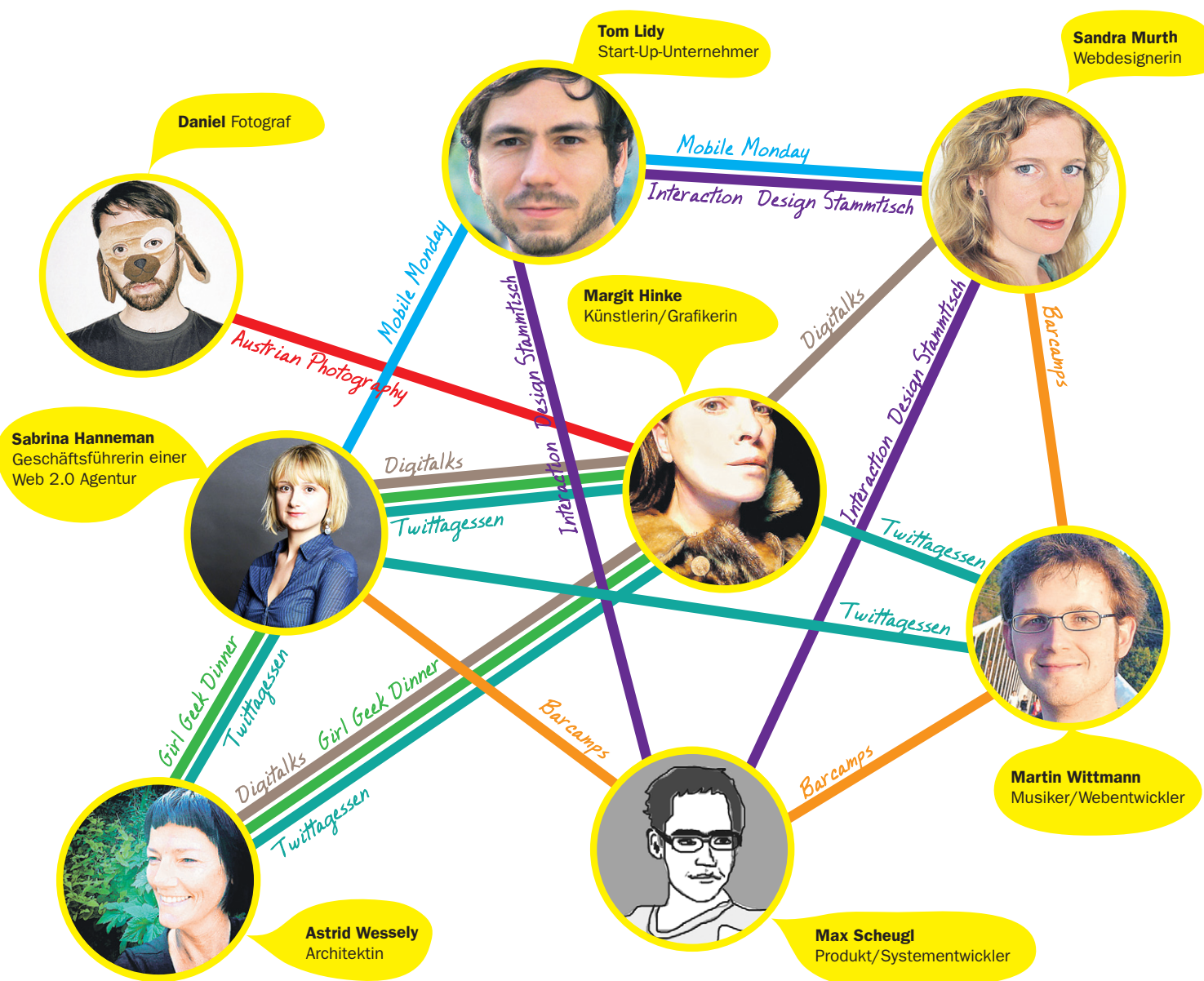
Es ist das Einmaleins des Netzwerks, das sich in der kreativen Online- und Offline-Welt abspielt. Mit dem Vorteil, dass mithilfe des Internets viel mehr Menschen erreichbar sind. Konnten sich die wenigen Kreativen vor dem Aufkommen des Internets vorwiegend auf Fachveranstaltungen mit ein paar hundert Leuten treffen oder sich vielleicht mit Flugblättern und Anschlagtafeln in Stammtischen organisieren, setzen jetzt auf einmal die gesamte virtuelle Welt und ihre Bewohner zur Verfügung. Was wichtig ist, denn: „Es gibt 150.000 Kreative in Österreich, davon sind 120.000 Einzelkämpfer“, sagt Reinhold Willfort von Innovation Service Network, einer Beratungsfirma für Wissens- und Innovationsmanagement. Und weiter: „In

» Du erzählst von deinem Leben, der andere von seinem, und schon hat sich wieder was ergeben.«

**MARTIN WITTMANN** Webentwickler und Musiker

diesen Einzelunternehmern steckt ein enormes kreatives Potenzial. Gleichzeitig sind sie mit ähnlichen Problemen konfrontiert: Wie schlage ich mich allein durch? Wie löse ich Denkblockaden, und wie kann ich meine Ideen am besten umsetzen? Es ist ein reger Austausch notwendig, damit sie über die Runden kommen.“ Willfort organisierte Anfang Juli mit „Brainwister“ ein „Massen-Brainstorming“ und Vernetzungsevent der Kreativszene: Über 300 Personen aus Branchen wie Design, Grafik, Medien, Mode, Musik oder Film kamen in Graz zusammen. Im Zentrum der Veranstaltung stand die Frage: „Wie kann sich die Kreativbranche besser, sichtbarer vernetzen?“ Das Wirtschaftsministerium gab das Projekt in Auftrag und finanzierte.

**Facebook für Ideen.** Dass sich Wirtschaft und Politik in den vergangenen zwei Jahren vermehrt für die Kreativbranche interessieren, ist kein Zufall sondern eine Rechnung: „Wir können davon ausgehen, dass Ideen in Zukunft viel wert sein werden. Sie werden maßgeblich den Dienstleistungssektor dominieren“, prognostiziert Willfort. Seine Aufgabe ist es daher, die Kreativen zu finden, ihre Identität zu stärken und sie miteinander in Verbindung zu bringen. Er interdisziplinärer, desto besser. Es sei wichtig einen Gitarrenspieler mit einem Jeans-Designer zu vernetzen. Warum? „Ein Designer denkt anders kreativ als ein Musiker oder ein Architekt. Zusammen können sie viel eher ein Projekt entwickeln als mit Kollegen aus der gleichen Branche.“ Daher war der „Brainwister“ nur ein Kennenlernetreffen, das jetzt im Netz weitergeführt wird. Neurovation.net heißt die neue Plattform. Es ist dies



» eine eigene Social-Media-Plattform für kreative Köpfe, ein Facebook für Ideen. Die User können Vorschläge und Einfälle hochladen, sich – Überraschung – mit anderen Kreativen vernetzen, Ideen bewerten oder bewerten lassen und diese schließlich verkaufen. Im Moment hat die Plattform rund 1500 Teilnehmer. Ende September sollen es 10.000 sein. Dann wird Zwischenbilanz gezogen, weil der zeitgleich auf der Platt-

form fortgeführte Ideenwettbewerb mit einem Preisgeld von zehn Mal 1000 Euro ausläuft. In weiterer Folge soll die Plattform mit Unternehmen verbunden werden. Diese können Aufgabenstellungen online stellen, für die die Plattform-User dann Ideen einreichen können. Die besten werden gegen Geld oder Gutscheine abgelöst. Eine Win-win-Situation, wie Willfort findet. Dass sich große Firmen mit den Kleinen verbinden wollen, zeigen auch die BarCamps, die von Firmen gespon-

Gute Verbindungen. Und eigentlich wären es ja noch viel mehr. Denn allgemeine Web-2.0-Profilen auf Xing, Facebook, Twitter, MySpace oder LinkedIn wurden für dieses Netzbeispiel nicht berücksichtigt. /// Foto: beigestellt, Illustration: Lilian Panholzer

## Reine Formsache

Die Kolumne für KREATIVE STREITKULTUR

**Bauchladen Büro.** Wie schafft man den Spagat zwischen Atelier und professioneller Firma? Zwischen Kreativität und Organisation? **VON GREGOR SCHUBERTH**



Der Grafikdesigner Stefan Sagmeister empfiehlt als Büroregel: Klein bleiben, sonst arbeitet man nur als Manager einer Designfirma und nicht mehr als Designer. Aber wie klein ist klein, wie lange segelt man zur Paria der Klitschenbüros, ohne es zu merken? Der Anspruch auf künstlerische Glaubwürdigkeit und die Darstellung für eine Fachwelt stehen in scharfem Kontrast zu den Projekten, mit denen man Geld verdient und die ein Büro tragen. Anwälten zum Beispiel ist eine solche moralische Unterteilung der Aufträge unbekannt. Eine früher weiterverbreitete Büroform unter Architekten könnte man das Wald-und-Wiesen-Büro nennen, mit dem gemischten Bauchladen an Aufträgen, die sympathische Mischkulanzen, der praktische Arzt auf dem Lande für das Bauen. Diese Art dürfte vom Aussterben

bedroht sein. An den Anfang der Baukunst setzt die Architekturtheorie gern die adaptierte Höhle oder die aus Ästen geflochtene Urhütte, aber ob die von Planungsfirmen ausgearbeitet werden oder von kreativen Alleingängern, ist nicht überlieferbar. Also nach welchem Konzept ausgerichtet? Firma oder künstlerisches Atelier, Büro oder Kreativstudio? Der Künstler verkauft nach Diederich Diederichsen gesprochen (wie unlängst hier zu lesen war) durch Selbstverwertung und Personalisierung die Geschichte mehr als das Produkt. Und darin folgen die Gefahren auf den Fuß, nämlich das Fehlen all dessen, was für normale Dienstleister selbstverständlich ist: strenge Stundenersparnis, Kostenkontrolle, durchdachte Büroorganisation. Dazu gehören auch das Evaluieren der Aufträge nach finanzieller Sinnhaftigkeit, die Unterscheidung nach Privat- und Gewerbetunden.

Trotzdem, Firma und Atelier gleichzeitig, mehrgestaltig und auf der schmalen Halbinsel niedergelassen, wo der Blick nach den zwei verschiedenen Meeren möglich ist? Vielleicht, aber man sollte dann Schumpeters Einschätzung folgen, dass die doppelte Buchführung als kulturelle Leistung dem Lesen, Schreiben und Rechnen gleichzustellen sei (und dem Zeichnen). Also los, weiter versuchen, flotte Zeichnungen und kühle Kalkulationen auf derselben Serviette, bitte schön. (Guter Rat ist günstig: ein schlankes Zeiterfassungsprogramm: [mte.yo.lk](http://mte.yo.lk).)

Gregor Schubert betreibt mit seiner Schwester Johanna „Schubert und Schubert“, ein Büro für Architektur und Innenarchitektur in Wien.

[diemprese.com/formsache](http://diemprese.com/formsache)

sert werden. Ebenso die Liste der Teilnehmer bei einzelnen Offline-Events: Am Wiener Interactions-Design-Stammtisch im Lokal WerkzeugH sitzen Einzelkämpfer und Start-up-Unternehmer neben Angestellten großer Firmen und reden über neue Geschäftsideen. Man gibt einander Feedback, fragt nach den richtigen Leuten für Projekte.

„Auch in großen Unternehmen können Profis Probleme haben, weil sie sich mit niemandem fachspezifisch austauschen können“, erklärt Tom Haberfellner. Er hat den Stammtisch vor fünf Jahren gegründet. „Oft kommt jemand mit einem Problem aus der Arbeit vorbei, legt einen Zettel auf den Tisch und sagt: „Los, lösen wir das“, erklärt ein Teilnehmer. Immer wieder posten auch Firmen ihre Jobangebote auf die Blogseite der Gruppe. Das Publikum wechselt bis auf eine kleine Kerngruppe ständig. Sogar ein Deutscher kam im Zuge einer Geschäftsreise vorbei. Ob denn niemand Angst hätte, dass jemand Ideen klaut? „Sicher nicht“, sagt Haberfellner prompt, „es ist eine Sache, eine Idee zu haben, eine andere, diese auch umzusetzen. Diese Energie muss man erst mal aufbringen.“ Daher kommt auch das Bestreben nach branchenübergreifendem Austausch, denn

Nicht alles hilft. Achtzig Prozent aller BarCamps, meint Michael, seien Müll.

immer nur dieselbe Branche, „das wäre ja ätzend“, sagt Haberfellner.

**Dein Freund, der Konkurrent.** Und trotzdem: Unter dem Strich ist die Kreativszene in Österreich weit davon entfernt auf funktionierende, branchenübergreifende Netzwerke zurückgreifen zu können. Fotograf Daniel kritisiert, dass jede Branche und viele Kollegen nach wie vor ihr eigenes Stüppchen kochen. Er ist zwar der Facebook-Gruppe „Austrian Photography“ beigetreten, der Konkurrenzdruck sei aber zu hoch, damit dort ein richtiger Austausch stattfinden würde. „Natürlich gibt es Leute, die ihre Kontakte nicht gerne hergeben. Manche Kollegen erzählen aus Konkurrenzangst nicht mal, an welchem Projekt sie arbeiten.“ Er selbst hätte durch das Vernetzen – auch das Weitervermitteln von Kollegen – noch nie einen Auftrag verloren. Auch Programmierer Michael findet, dass beim Netzwerken oft mehr Schein als Sein vorhanden ist: „Nach mehreren BarCamps wird klar, dass gefühlte 80 Prozent der Vorträge nur Müll sind.“ Trotzdem will er weiter hingehen. „Denn viele Projekte wären ohne BarCamps gar nicht zustande gekommen.“ Auch Sabrina Hanneman ergreift jede Gelegenheit für ein Twittagessen. Denn: „Online kann man sich beruflich schnell ein großes Netzwerk aufbauen, aber damit man die Kontakte nutzen kann, muss man sie auch außerhalb des Social-Webs kennenlernen.“ Ganz altmodisch. Im „Offline-Leben“.

KLEINZEUG

DARLING DER WOCHE

Die neuen Mauerblümchen

Nein, das ist kein Fehler, das Bild gehört schon so. **FlowerBox** ist ein Blumenkisterl, das sich wie ein Bild an die Wand hängen lässt und zum Beispiel mit Drachenbäumen oder Grünlilien befüllt wird. Erfinder sind Philippe Tisserand und Thibaut de Breynne, Inspiration waren Patrick Blancs vertikale Gärten. Ach ja, zum Gießen (mit Pipette) muss man es abhängen.



[www.flowerbox.de](http://www.flowerbox.de)

BUSINESS-EXPERIMENT

Ladenbesitzer auf Zeit

Die Idee ist folgende: Sechs Designer, die noch kein eigenes Verkaufslokal haben, bekommen die Möglichkeit, sich sechs Monate nach dem Shop-im-Shop-Prinzip in ein Geschäftslokal in Wien einzumieten. Und jeden Tag steht einer von ihnen im Geschäft und verkauft. **Mein Design** heißt das Konzept von Ulrike Eckersdorfer, für das man sich noch bis Mitte August anmelden kann. Das Geschäftslokal befindet sich in der Kettenbrückengasse, Start wird im September sein.

[www.mein-design.org](http://www.mein-design.org)

QUERGELESEN



» Die heute geträumte experimentelle Zukunft der Architektur, sie wurde schon einmal erfunden und erdacht, damals 1956 bis ca. 1973, als Austrian Phenomenon. «

**The Austrian Phenomenon, Architektur Avantgarde Österreich, 1956–1973, 1084 Seiten, Architekturzentrum Wien, Birkhäuser**

REISE

Und wie machen es die Dänen?

Die Außenhandelsstelle Kopenhagen lädt zur Sonderungsreise **Danish Design** in die dänische Hauptstadt. Dabei wird der Interiormarkt in Dänemark vorgestellt – Networking inklusive.

[www.creativespace.at](http://www.creativespace.at), die Anmeldefrist endet am 9. 8.

MEHR: [DIEMPRESSE.COM/KREATIV](http://diemprese.com/kreativ)