

# Die jungen Wilden machen mit Designer-Figuren Karriere

24.09.2009 | 19:32 | Melanie Manner (Wirtschaftsblatt)

Jungunternehmer. Designerfiguren aus Plastik entfachen eine Sammlerleidenschaft. Zwei Künstler aus Österreich sind mit dabei.

Es gibt halt Leute, die stellen sich eine teure Vase hinein - und solche, die lieber ein Toy wollen", sagt Lilo Krebernik. Er und Partnerin Katharina Macheiner betreiben den Streetwear-Laden Sixxa in Wien; aus eigener Begeisterung wurden die Toys ins Programm gehoben, seitdem beanspruchen sie mehr und mehr Verkaufsfläche. Mit "Toy" ist eine große Bandbreite von Figuren gemeint - von winzigen bunten Minimonstern (gemessen in Inches, denn mit den Figuren selbst wurde auch die amerikanische Sammlersprache importiert) bis zum hüfthohen Plastikhasen mit einer Zigarette im Mund und einer Banane als Schusswaffe. Der hat schon Ausstrahlung - und geradezu eine Aussage. Und genau die ist von Bedeutung. "Es geht im Grunde genommen nie um das Toy selbst, sondern um den Character." Dasselbe Gesicht, das heute an die Wand gesprayed wird, könnte morgen ein T-Shirt zieren und übermorgen als Plastikfigur am Ladentisch stehen. Es wird zur Marke.

Die jungen Wilden verkaufen Kunstfiguren: Anarchistische, grausliche oder herzig-hintergründige Charaktere, die nicht auf einem Film oder einer Geschichte basieren, sondern auf dem Ausdrucks-trieb des Künstlers. Und genau dieses Authentische hat unter Sammlern hohen Stellenwert.

Anarchistischer OFF. Richard Wimmer etwa verlieh mit seinem wilden lila Affen "OFF" seiner Frustration über die Designbranche, in der er arbeitet, Ausdruck. "Es war mein Ventil, mein Alter Ego. Die Idee vom Affenzirkus spielt mit rein", sagt er. Er hat damit heuer eines der ersten zwei österreichischen Toys kreiert. 35 € kostet eines, die Serie ist auf 200 Stück limitiert. Das ist für eine limitierte Auflage ein niedriger Preis, aber der OFF ist neu am Markt und kann sich nicht mit den von der US-Marke Kidrobot produzierten, allgegenwärtigen Munnies und Dunnies messen.

Produziert wurde der OFF in China um rund 4000 €. "In Europa hätte das mindestens das Doppelte gekostet." Vermarktet werden Toys über Facebook, Myspace-Seiten und Fachforen, Wimmer hat natürlich einen Blog.

Eingeführt wurde OFF im Juni mit einer Release-Party bei Sixxa - dieser Wiener Laden sorgt mit seiner Sammlung an Vinyl-Toys auch bei Touristen für Freude. Üblicherweise werden Toys über das Internet vertrieben, gut ausgestattete Geschäfte sind selten, das Publikum international. "Auf der Messe in Taipeh waren fünf OFFs weg, drei gingen nach Amerika und zwei nach England." Sammler alleine reichen Wimmer als Käufer nicht, er sucht den Kontakt zu Wirtschaft und Marketing. "Zum Beispiel in Zusammenhang mit einem Produkt", sagt er und nennt als Beispiel eine Biermarke, die mit einer Serie von OFFs werben könnte, die als Accessoire eine kleine Bierflasche in die Hand bekommen. Lilo Krebernik wiederum hat seinen Character "Dead Lemming" gar nicht als Plastikfigur herausgebracht, sondern gleich als Design, zum Beispiel auf Sonnenbrillen der Marke Glorify.

Neben dem OFF drängt ein weiteres österreichisches Toy in die Szene: Graffiti-Künstler, Comic-Gestalter und Designer Nychos hat seinen rabiaten Graffiti-Hasen "Rabbit Eye Movement" auf den Markt gebracht: In limitierter Auflage von 100 Stück, in einem Guss aus Hartplastik und - das ist ungewöhnlich - in Europa gefertigt, in Deutschland. 5000 € hat ihn die Aktion gekostet. "Aber es bedeutet einfach Qualität. Es soll ein Kunstwerk sein, keine Munny-artige Massenware aus Vinyl, die in China produziert wird."

Nackter Hase. Dementsprechend der Preis: 50 € kostet ein nackter Hase, erhältlich zunächst nur in Wien. In die Kunstszene eingeführt wurde der Rabbit von Nathalie Halgand. Sie betreibt nicht weit von Sixxa, in Wien-Spittelberg, die Galerie Inoperable. Mit der ist sie auf den Street Art-Trend aufgesprungen. "Seit fünf Jahren ist das kein Underground-Thema mehr, sondern es ist ein riesiger Kunsthandel entstanden", sagt sie. Das bestätigt das Dorotheum in Wien. Street Art sei ein "fixer, wenn auch kleiner Bestandteil von Auktionen", sagt Patricia Palffy, Expertin für Moderne und Zeitgenössische Kunst. Halgand will Street Art stärker unter die Leute bringen. So gestaltet sie einen urbanen Stadtplan, auf dem die besten Graffiti-Standorte, legale Wände

und entsprechende Shops wie Sixxa gelistet werden. Und den ganzen Juli stellte sie in ihrer Galerie die Hasen von Nychos aus. Zu diesem Zweck veranstaltete Inoperable eine sogenannte Toy Release Show: Rund 30 Künstler trafen zusammen, um Hasen zu gestalten. "Customizing" heißt das und kann den Wert einer Figur drastisch steigern. Wenn bekannte Künstler etwa eine Dunny-Figur gestalten, wandert sie danach nicht für acht, sondern für 800 Dollar bei Ebay über den Ladentisch.

Als Nächstes will Nychos in Galerien nach Paris, Italien, London und New York. Sind alle 100 Hasen verkauft, will er eine neue Figur kreieren. Für ihn soll das der Durchbruch werden, der ihm einen Namen verschafft. "Wäre ich der x-te Kunststudent auf der Angewandten, würde kein Mensch auf mich aufmerksam werden."

---

© Wirtschaftsblatt.at