Anne Eck vertritt mit ihrem Plattenlabel nur Künstlerinnen, Madlaina Sladecek-Dosch verkauft in ihrer Vinothek nur Wein von Winzerinnen: Statt in traditionellen Unternehmen und Institutionen auf mehr Sichtbarkeit zu warten, verschaffen sich **Frauen** ihre Repräsentanz neuerdings einfach selbst. Das habe nichts damit zu tun, dass sie nicht mit Männern arbeiten wollen, betonen sie: Es gehe darum, in Summe mehr Ausgewogenheit herzustellen. Fünf Porträts.

VON **BERNADETTE BAYRHAMMER, MIRJAM MARITS, SISSY RABL UND TERESA SCHAUR-WÜNSCH** FOTOS: **CLEMENS FABRY, CAIO KAUFFMANN**

Die neue Sichtbarkeit

Chefin eines All-Female-Plattenlabels: »Es war ein Statement, um zu sagen: Hey, da muss sich etwas verändern«

Künstlerin Anne Eck vertritt mit ihrem Plattenlabel Silvertree Records nur Frauen. Dafür wurde sie auch schon scharf angegriffen – von Männern.

Es begann wie bei vielen Künstlern: Mit der Suche nach einem Plattenvertrag. Irgendwann hatte Anne Eck zwar ein Angebot, „aber es hat sich nicht stimmig angefühlt. Also habe ich entschieden: Ich bring mich selbst raus."

Das war 2019, und es blieb nicht unbemerkt: Schon nach kurzer Zeit häuften sich die Anfragen von Künstlerinnen. Sie habe, erzählt Eck, alle abgelehnt, weil zu viel Arbeit. „Aber als es ausgesprochen war, wusste ich schon, dass ich es doch mache." Zumal sie sich stabile Strukturen geschaffen hatte. „Ich konnte international operieren, habe keine halben Sachen gemacht. Wieso sollte ich das nicht für andere öffnen?"

Seit 2020 vertritt Eck mit Silvertree Records ausschließlich Künstlerinnen. Das habe sich aus den Anfragen ergeben – und aus der Entscheidung, wofür sie stehen wolle. Jedes Label habe seinen Schwerpunkt, ihrer seien Frauen, „weil im Musikbusiness Gleichstellung einfach noch nicht erreicht ist". Ob Präsenz im Radio, Bookings für Festivals oder Plattenverträge – „in allen drei Bereichen, die wesentlich sind, um wahrgenommen zu werden, steht es eins zu null gegen die Frauen", sagt Eck. Gerade in den vergangenen zwei bis fünf Jahren sei aber viel Bewusstsein entstanden. „All die neuen Plattformen würde es nicht geben, wenn es da nicht einen Mangel gäbe."

Auch ihre Organisation sei übrigens anders als die der üblichen Labels, die Hierarchie flacher, der Austausch enger, auch unter den mittlerweile sieben Künstlerinnen. Ihr Motto „Let's get visible" versteht Eck auch musikalisch. „Es passt nicht immer alles in Schubladen, ist nicht schwarz oder weiß, Pop oder Rock. Mit mehr Öffnung wird auch mehr Diversität möglich."

Ihr All-Female-Zugang sei „auch ein Statement, um zu sagen: Hey, da muss sich etwas verändern". Und er sorgt für Medieninteresse und damit für Diskurs. Dabei wurde Eck auch schon scharf angegriffen, als sexistisch und exkludierend. Gekommen sei die Kritik nur von Männern. „Was zeigt, dass das etwas bei ihnen triggert, dass sie sich gleich so angegriffen fühlen." Dabei würde sich manch anderes Label zwar nicht „all male" auf die Fahnen heften, wohl aber so handeln. „Das ist ein Verdrehen von Tatsachen, ein blinder Fleck."

Besitzerin einer All-Female-Vinothek: »Die Zeit ist reif dafür, Winzerinnen vor den Vorhang zu holen«

In Wien Josefstadt eröffnet die Schweizerin Madlaina Sladecek-Dosch am Weltfrauentag eine Vinothek: Sie verkauft allerdings nur Weine von Winzerinnen.

Der Eröffnungstermin war mehr Zufall als Kalkül. So heißt die Schweizerin Madlaina Sladecek-Dosch erstmals am morgigen Weltfrauentag Gäste in ihrer neuen Weinhandlung Vinofilia in der Wiener Lange Gasse willkommen. Für puren Zufall ergibt das Ganze aber ein allzu rundes Bild: Sladecek-Dosch wird nämlich ausschließlich Wein von Winzerinnen verkaufen.

„Das ist kein Projekt, das sich gegen Männer wendet. Im Weinbau sind Winzerinnen nur meist unterrepräsentiert, und die Zeit ist einfach reif, sie vor den Vorhang zu holen", sagt sie. Seit vier Jahren lebt die Unternehmerin in Wien und erst hier, wo man allerorts von Reben umgeben sei, ist ihr Interesse am Weinbau entstanden. Über einen Kurs in Klosterneuburg lernte sie junge Winzerinnen kennen und erfuhr so auch, dass diese oft unterschätzt wurden: „Du gibst vielleicht das Gesicht für den Wein her, aber produziert wird er eigentlich schon vom Vater, oder?", bekamen sie oft zu hören.

Eben dieses Image will Sladecek-Dosch mit ihrer Vinothek bekämpfen. Als die Pandemie ihren Lauf nahm, setzte sie sich just mit ihrer jungen Familie in den VW-Bus und fuhr von einem Weingut zum nächsten, ließ sich dort auch immer an weitere Winzerinnen verweisen. Mit rund 20 Winzerinnen startet sie ihr Weinsortiment, jede Weinbauregion sollte mit typischen Reben vertreten sein. Dabei legt sie besonders Wert auf Qualität, aber auch Experimentierfreudigkeit. Außerdem soll es möglichst regional bleiben, also innerhalb von 100 Kilometern soll der Wein angebaut werden. „Ein paar Slowenen, Weine aus dem Elsass und aus Südtirol werden sicher noch hinzukommen", sagt Sladecek-Dosch.

Wachsen wird das Angebot allerdings langsam, immerhin will sie jedem vertretenen Weingut erst einen Besuch abstatten, auch zur Qualitätssicherung. „Ich will diesen Winzerinnen mit meinem Shop in erster Linie eine Plattform bieten, immerhin hat sich in der Branche in den vergangenen Jahren viel getan", so die Weinhändlerin. Auch der Onlineshop soll diese Woche hochgefahren werden. Wer doch persönlich vorbeikommt, sei gewarnt: Es ist die (wohl) erste Weinhandlung mit Dackel.