



SERGE & KONSTANTIN (MEINBURK)

DIE GEHEIMTOOLS VON DER SEIDLSTRASSE

Die MEINBURK. Einer der erfolgreichsten Clubs der Stadt – obwohl der Laden wahrlich nie im Blick der Öffentlichkeit steht. Kaum Presse, keine Werbung, keine vollmundig angekündigten Partys. Einerseits will ich ja schon längst wissen, wie sie das machen. Andererseits, auch wenn ich schon oft genug dort war: Im Grunde weiß ich nichts über den ‚Club Rosa‘ von der Seidlstraße. Ich komme an wie zu einem schlecht vorbereiteten Vorstellungsgespräch. Eine Stunde später hab ich eines der interessantesten Betreiberinterviews in der Tasche, das trotzdem noch Rätsel offenlässt. Dem FLASHTIMER-Interview stellte sich das Betrieberteam SERGE DOLKHANI und KONSTANTIN IRNSPERGER.

» Ich fang mal an mit dem, was ich weiß: Die MEINBURK war ein Küchenstudio...

SERGE: Das Bosch Küchenstudio Meinburk kommt von den ehemaligen Betreibern Meineke und Burkhardt. Das Küchenstudio zog dann um, die bayrische Regierung kaufte das Grundstück und eigentlich sollte es sofort für einen Ministerium-Neubau abgerissen werden. Nun sind wir vier Jahre hier, und bis Ende 2011 kommen noch fast zwei dazu.

» Wie kommt man zu solche temporären Locations?

SERGE: Das ist meine Spezialität (lacht). Der *Fleisenladen* zum Beispiel, dann das *Penthaus (2001/2003-04; beides Oberanger & inzw. abgerissen)*, viele mehr. Ich fahre mit offenen Augen durch die Stadt - so fiel mir auch das alte Küchenstudio auf. Ich habe sehr, sehr hart kämpfen müssen, bis ich den Mietvertrag in der Tasche hatte.

» Du meinst, bis ihr ihn in der Tasche hattet, du und Konstantin...

SERGE: Nein, ich stand wirklich alleine mit dem Mietvertrag da und wollte den Club doch auf gar keinen Fall alleine machen. Da hat mir ein Partner aus der Getränkeindustrie von einem unglaublich fähigen Typen erzählt, ein gewisser Konsti...
KONSTI (*augenzwinkern*): Bist n Schatz!
SERGE: Siehst! - Also, ich kannte den Konsti als Veranstalter vom *Penthaus* schon, ein total ruhiger Typ, damals jugendliche 23. Das Alter, in dem ich selbst angefangen hatte...

» Unser Leser wird am Foto scharfsinnig erkennen, dass das schon den ein oder anderen Lenz her ist...

SERGE: (*lacht*) Okay, also 1991. Da hatte ich vom Ehepaar Grandl (*Betreiber P1 & Parkcafé*) das legendäre *ROSES* in der *Leopoldstraße*



MEINBURK

übernommen (*heute Café Munich*), habe keinen Anfänger-Fehler ausgelassen, aber egal: Hauptsache, man lernt daraus.

KONSTI: Das geht jedem Veranstalter so. Mit 23 war ich immerhin schon aus dem Größten raus – die *Luderlobby* lief im dritten Jahr und extrem erfolgreich.

» Apropos Luderlobby – „noch viele Jahre“ wolltest du sie machen, hast du 2005 in einem Interview erzählt. Nach diesem Interview gab es dann noch exakt eine einzige...

KONSTI: Hm... ja, das war halt eine Offlocation-Partyreihe. Mir gingen die Locations aus...

SERGE: Das glaubt dir kein Mensch! (*lächelt*) - Die Wahrheit ist: Offlocations machen super viel Arbeit, und wer einen Club macht, wird faul. Das geht mir seit Jahren so, und den Konsti hab ich auch schon angesteckt. Schau seinen Bauch an! *lacht*

KONSTI: Hey, stimmt doch gar nicht – darf ich dran erinnern, dass wir grad mitten in der Planung sind?

SERGE: Psssst! Das wollten wir noch gar nicht verraten!

KONSTI: Nur ein bißchen: Es ist ein einzigartiges, modernes Kommunikationskonzept, sehr komplex und findet nicht in der Meinburk statt. Wir wollen es unbedingt noch 2010 an den Start bringen!

SERGE: Außerdem gibt es wieder den *Meinburk Summer Break*. Großes Highlight – 2500 Leute waren im letzten Sommer auf der Praterinsel am *Nektar Beach* dabei!

» Ist das euer einziger Großevent im Jahr?

KONSTI: Nein – das jährliche Schützenfest zum Tanz in den Mai ist wegen der riesigen originalen *Wiesn-Schießbude* legendär. Statt Rosen werden aber Schampus oder Wodka geschossen.

» Gut. Also ganze zwei Events im Jahr? Andere Clubs haben ein paar mehr...

SERGE: ...immerhin ein Grund, dass wir es nicht machen!

KONSTI: Also ganz im Ernst, überleg mal: Events machen nur Sinn, wenn man sie bewirbt. Wir machen aber keine Werbung. Wozu also Events machen?

«Reich, jung, schön: Mit «Geheimtools» lockt das MEINBURK seine exquisite Zielgruppe



» Nun – vielleicht einfach, um was Besonderes zu bieten?

SERGE: Du kratzt an unserem Sperrbereich (*augenzwinkernd*) – Nach außen wirkt es so, als ob wir einfach nur aufsperrten, und das soll es auch. Tatsächlich steckt hinter der Meinburk ein großes Konzept mit vielen, vielen kleinen Stellschrauben. Jeden Montag sitze ich mit Konsti zwei Stunden zusammen, die Telefone sind ausgeschaltet, das Flipchart ist aufgeklappt. Zwei Stunden konzentrierte Ruhe, egal was dabei rauskommt. Das ist unsere Nu Development-Sitzung. Danach ist noch drei Stunden Mitarbeiterbesprechung mit dem engsten Team.

KONSTI: Es stürmt wirklich. Es wirkt alles sehr leicht, aber es ist nichts zufällig. Wir nennen es unsere Geheimtools.

» Kommt da beispielsweise sowas raus wie Konsti's Geburtstag im März, zu dem ihr alle (!) Stammgäste eingeladen habt? Über 500 Gäste, Eintritt frei, sämtliche Getränke frei, nur teure Markenware, die ganze Nacht? Das war purer Wahnsinn!

SERGE: Also ja, sowas kommt da zum Beispiel raus, und dieses Erlebnis bleibt nicht nur dir, sondern allen anderen auch besser in der Erinnerung als irgendein teurer DJ. Vor allem aber wird es uns wegen der Kosten keiner nachmachen!

KONSTI: Ein anderes Beispiel ist unser Facebook-Tool: Als wahrscheinlich einziger Club haben wir eine wahnsinnig aufwändige, aber unterhaltsame Applikation für Reservierungen programmiert lassen, mit Tischlein-Deck-Dich-Ansicht. Nicht zu vergessen die zwei Faceliftings jedes Jahr, ein kleines im Winter und der große Umbau immer im August. Nur um mal drei Beispiele zu nennen.

» Ihr habt ein Member-System mit Fingerabdruck-Scanner – hat sich das bewährt?

SERGE: So, dass wir seit einem Jahr Mitgliederstop haben. Es ging nicht mehr anders.

KONSTI: Weil wir uns die Mitglieder auch richtig was kosten lassen. Sie bekommen Weihnachtsgeschenke, werden auf Events eingeladen, mal bekam jeder ein Meinburk-Handtuch, mal haben wir an alle Mitglieder tatsächlich 25€ Dividende ausgezahlt!

» In einem früheren Interview hast du von 2.000 Mitgliedern gesprochen, das wären mal eben 50.000 Euro, die Devise „klotzen statt kleckern“. Die Leute lieben es – ihr habt einen immensen Stammkundenanteil.

KONSTI: Yep. Wie früher im alten P1. Viele Gäste sind sechsmal im Monat hier. Es ist nicht so, dass sie *nur* ins Meinburk gehen – aber zuerst. Sie kommen relativ früh, so gegen elf, jeder weiß, dass er hier spontan Bekannte trifft, und irgendwann ziehen sie weiter. Oder auch nicht. Alles ist offen.

SERGE: Vor Jahren gaben unsere Gäste in einer Umfrage als liebste Zweitlocation das Baby, das P1 und die Max Suite an. Ich habe den Eindruck, dass sich das inzwischen geändert hat, aber das reinfieren im Meinburk bleibt. Insofern ist für uns kein Club der Innenstadt Konkurrent, sondern Kooperationspartner.

» 18 % der Münchner sind reich. Die haben aber erstens deutlich weniger Kinder, und zweitens lässt längst nicht jeder Papa seinen Sprössling am Reichtum teilhaben, rein grundsätzlich. Junge Reiche sind realistisch betrachtet eine Randgruppe, nur ein paar ganz wenige Prozent. Unter euren Gästen sind diese Leute aber nicht ein paar ganz wenige Prozent, eher sogar der Großteil, trotz ganz normaler Preise und ohne großes Schickimicki-Gedöns. Wie schafft man es ohne Werbung, Jahr für Jahr die nächste Partygeneration dieser Zielgruppe auf sich aufmerksam zu machen?

KONSTI: Richtig ist, dass wir dem Münchner Süden besonders viel Aufmerksamkeit schenken.

SERGE: Richtig ist auch, dass wir das nicht dem Zufall überlassen. Ansonsten kann ich nur sagen: Psssst! Croooooßes Geheimtool, du weißt doch. Also alles können wir nun wirklich nicht verraten!

WELCOME

10 Fabulous

LIVING4VEGAS

Spiel um Deinen Drink!
Der Barkeeper bringt deinen Drink.
Ihr beide zieht eine Pokerkarte.
Wenn du die bessere Karte hast,
ZAHLST DU NICHTS!

Jeden Freitag & Samstag bis 1:00 Uhr

LIVING4
www.living4.de

KULTFABRIK • GRAFINGERSTR. 11 • MÜNCHEN