

Hollescheck & Schlick

DIE OFFLOCATIONKÖNIGE & IHRE EINMALIGEN NÄCHTE!



HOLLESCHKEK & SCHLICK: Wie Magneten wirken die Namen aufs Partyvolk der Stadt; lange Schlangen schon um 22 Uhr irgendwo im clubbigen Nirgendwo und der komplette Zusammenbruch der Taxiversorgung künden davon, dass die Meister der Offlocation-Partykultur zu einem ihrer zehn jährlichen Events geladen haben. OTGER HOLLESCHKEK ist die treibende Kraft dahinter. In seinem Büro im ehemaligen Umspannwerk am Giesinger Berg haben wir ihn getroffen.

» In den Foren streiten sich die Leute, ob eure Veranstaltungen Kommerz sind oder Underground...

Es passt für meine Begriffe beides nicht. Es gibt bei uns keine Charts, nur gute Musik quergebte. Jo Kraus und DJ Tonka, einer der großen deutschen House-Producer, manchmal auch Simon Rose von der *Bobble Crüe*, legen den Schwerpunkt auf House, Elektropop, Mash-Ups, guten Hiphop. Also nicht anders als bei anderen Veranstaltern auch. Was uns unterscheidet, sind besondere Plätze mit besonderer Ausstattung. Und da wird schon mal ein 1000 qm Stoffhimmel in die Halle gehängt, damit sie gut kling.

» Warum passt dann der Begriff Kommerz nicht?

Oft kommen wir erst bei voll gefüllter Halle aus der Verlustzone, die Mieten von Offlocations sind teilweise fünfstellig, dazu die Ausstattung. Den Glaspalast haben wir z.B. komplett in weißen Stoff gehüllt, sieben Hochleistungsbeamer für die Außenprojektion, 40 Boxen für optimalen Sound in jedem Winkel, Silberregen, zwei Tage Auf-, ein Tag Abbau: Da kommt schon was zusammen. An so einem Abend arbeiten über hundert Leute. Im Haus der Kunst hatten wir vor einiger Zeit eine unserer besten Parties - für 28.000 Mark Miete inklusive Renovierung: Wir hatten Leinwände zum Bemalen aufgestellt, aber die Leute bemalten die Wände ... ein Bombenfest, bei dem kein Cent übrig geblieben ist. Sowas passiert.

» Nur mal als Tipp: Der Praterinsel-Veranstalter macht immer zwei Termine, Freitags 1300 oder Unifest, Samstags z.B. die *Isle of Summer mit Techno. Pro Veranstaltung halbe Kosten, doppelter Gewinn!*

Sowas würden wir nie tun, es langweilt mich. Es geht eben nicht um den maximalen Gewinn. Es gibt ein Event, dann wird abgebaut, weil es darum geht, eine besondere Nacht zu schaffen, die eben einmalig ist.

» Wie kommst du zu diesem Anspruch? Wie fäng das an?

Mit einem Abschlussfest nach meinem Literaturstudium im Kieswerk. Statt 200 kamen 600 Leute, und ich lernte, dass man mit Festen keinen Verlust machen muss. Es hat mir schon immer Spaß gemacht, anspruchsvoll zu feiern.

» Sind Feste für dich Kultur?

Hochkultur, Subkultur, Popkultur: Kultur kommt vom lateinischen *cultura* und meint im Prinzip alles, was der Mensch gestaltend hervorbringt. Die ersten kulturellen Regungen der Menschheit waren Regentänze. Ich glaube, dass Kultur nicht heißen muss, passiv in einem Konzertsaal zu sitzen. - Im übrigen machen wir auch klassische Kulturformate: den Münchner Kurzgeschichtenwettbewerb, den Kurzfilmabend *Drehmomente* und die *Hörgang*-Lesungen in jeweils wechselnden Stadtvierteln, 18 Orte, 18 Autoren. Die Einladungen dazu gehen an den gleichen Email-Verteiler wie unsere Festeinladungen!

» Auf eurer Homepage habt ihr hunderte Locations, vom Schloss bis zur Industriehalle. In den wenigsten waren bisher Partys. Ihr habt noch viel vor...

Die Feste sind nicht unser finanzielles Standbein, deshalb können wir sie auf diese Weise machen, wie wir es tun. Unser Unternehmen bietet Räume für jede Gelegenheit - Firmenfeiern, Filmdrehs etc. - und vermittelt sie an Firmen. Mein Partner, Matthias Schlick, kümmert sich in erster Stelle um dieses Geschäft. Als BWL'er ist das sein Ding.

» Ein Literat und ein BWL'er... Indieszene versus P1: Wie seid ihr zusammengekommen?

Alte Freunde von früher. Aber partytechnisch stimmt das tatsächlich; Matthias ging ins P1, während ich von diesem Club schon zu seinen besseren Zeiten wirklich kein Freund war. Musik muss für mich intelligent sein. Nicht verkopft, aber eben auch nicht unter der Gürtellinie. Ich war im *BaBaLu*, als Monika Kruse da noch Funk & Soul auflegte. Heute mag ich Elektropop und Rare Grooves - deshalb läuft auf den Festen beides, wenn wir Platz für zwei Floors haben.

» Wie kommt ihr an die Locations?

Wenn du in der Zeitung liest, dass hier oder dort was frei wird, gehst du hin und fragst. Fahrrad fahren hilft auch; man lernt die Stadt besser kennen: Wir machen das seit 14 Jahren; man bekommt einen Blick dafür, hinter welcher Mauer was Interessantes stecken könnte. Die meisten Locations sind für Partys aber ungeeignet, oder inzwischen zu teuer.

» Zum Beispiel?

Zum Beispiel das Hauptzollamt - wir hatten es für 500 Mark bekommen, drei Jahre später verlangten sie 7.000. Die Glyptothek lag 2001 bei 5.000 Mark, im Jahr drauf bei 5.000 Euro. Da müssen dann noch Kühlung, Toiletten, das ganze Zeug hingeschleppt werden. Aber dafür gibt es drei wunderschöne Plätze, die ich jedes Jahr beseehle. Die Kongress- und die Reithalle, auch das ZK Max.

» An diesen Orten sind häufiger Veranstaltungen; wo bleibt der Einmaligkeitsanspruch?

Wir machen die Plätze mit passenden Ideen einmalig. Die Kongresshalle mit einer Fünzfziger-Jahre-Wohnzimmereinrichtung & großer 50ies-Bar zur Fünzfziger-Jahre-Location. In der Reithalle gibt's einen Dschungel mit über 200 bis fünf Meter hohen Palmen.

Und einen Farbhimmel aus 80 Laufmetern LED-Sticks im ZKMax. So kommt eine komplett andere Atmosphäre rein.

» Ihr bewerbt eure Partys nur per Facebook? Wie war das früher, als es das noch nicht gab?

Oh nein - wir bewerben sie hauptsächlich über unseren Email-Pool. Die größere unserer Facebook-Seiten will ich sowieso abschalten; es gefällt mir nicht, was der Herr Zuckerberg mit den Daten so anstellt. Früher hatten wir Flyer, mitprägungen und Spiegelfoliendruck aufwändig produziert - das war irrsinnig teuer, aber es hatte Anspruch. Später stiegen wir auf Emails um und investierten das Geld lieber in Technik und Dekoration.

» ... und erlaubt nichtmal die Veröffentlichung der Termine auf Portalen wie Clubstars!

Wir können eine Location nicht größer machen, als sie ist, und wir schicken ungern Leute weg; viele sind extra weit angereist. Da inzwischen jedes holleschek+schlick-Fest bis zur Kapazitätsgrenze gefüllt ist, macht es wenig Sinn, noch Werbung zu machen.

