



ALS AUS PFANNI PARTY WURDE ...

WERNER ECKART

Erstens kommt es anders und zweitens als man denkt. Eigentlich sollte WERNER ECKART (40) in Papas Fußstapfen treten. Er lernte Industriekaufmann, schob ein Praktikum in NY hinterher. Aber dann verkaufte sein Vater seine Marke PFANNI an Unilever. Die Fabrik in München wurde stillgelegt, und ein Jahr später verwandelte WOLFGANG NÖTH die Produktionshallen in den KUNSTPARK OST. Werner richtete sich vorn im Gelände eine kleine Computerfirma ein. 2002 verlängerte Nöth seinen Pachtvertrag nicht mehr.

Haarscharf schlitterte das Partyareal am endgültigen Ende vorbei. Genervte Anwohner jubelten über das Kunstpark-Ende, und auch der einflussreiche Wolfgang Nöth, nun nebenan in der alten Castrol-Ölfabrik, blieb nicht ganz untätig, um auf seinem alten Stammgelände keine Konkurrenz entstehen zu lassen. Es gibt sogar Behördenbriefe, die Nöth zusicherten, dass es keine Kultfabrik geben wird! Nun: Erstens kam es anders ...

In der Öffentlichkeit war das Gelände abgeschrieben. Die Eigentümerfamilie Eckart kämpfte weiter. Sie war nicht groß: Vater Otto, Sohn Werner.

... und zweitens als man denkt: Schnell war das beschauliche Computer-Leben für Werner vorbei. „Wer sollte es machen? War ja sonst keiner da“, blickt er zurück. Seit 2003 ist Werner der neue Dirigent am Ostbahnhof, ein bisschen scheu und für Interviews kaum zu begeistern. Wir hatten die Ehre. Und, ehrlich, recht lustig hatten wir es auch.

„Du behauptest ja gern, mit dem Clubbetrieb gar nichts zu tun zu haben, und schickst deine Geschäftsführer für Interviews vor. Aber deine Behauptung hat einen Haken: Ich glaube sie nicht. Hab ich recht?“

Stimmt schon. Die langfristigen Richtungsvorgaben kommen tatsächlich von mir, und von meinem Vater. Aber den gesamten Betriebsablauf regelt unser Geschäftsführer Dr. Franz Klaus.

„Nun – und deshalb sitzen wir hier – erlbe die Kultfabrik aktuell einen ungeahnten Boom. Das Gelände hatte noch nie so viele Gäste, oder?“

Nicht als Kultfabrik. Wir haben derzeit das Level von Kunstpark Ost zu seinen besten Zeiten. Bei kleinerer Fläche. Denn einige Clubs wie Natrij



alte Pfanni-Röhre am Willenlos

oder Heizkraftwerk mussten wir aus Lärmschutzgründen stilleslegen. 25 Clubs haben wir nun. Vom winzigen Kölsch bis zum Giganten, dem Q-Club.

„Der Erfolg, war das Zufall oder langfristige Richtungsvorgabe?“

Darauf haben wir langfristig hingearbeitet. Erstmals, indem wir weg sind von Nöth's Prinzip, dass jeder Club unbedingt eine andere Zielgruppe haben musste – das indische Marrakesch, die Mallorcamäßige Schinkenstraße, der 20er-Jahre-Liveclub Bongo Bar etc. Auswahl für alle statt Minderheiten-Clubbing. Außerdem eine Wohlfühl-Atmosphäre: Schöner Fassaden, Berliner Altstadt-Lampen in den Gassen, atmosphärische Beleuchtung. Und schließlich Sicherheit: Das Gelände ist bis in den letzten Winkel videoüberwacht, und es sitzt auch tatsächlich jemand an den Bildschirmen, der die ganze Zeit hinschaut. Wir haben 1:1 das Sicherheitskonzept der Wiesn übernommen.

„Vorbildlich. Beckstein wäre begeistert. Bei soviel Engagement – wie schaut's aus mit der Zukunft der Kultfabrik?“

Unsere aktuelle Konzession geht bis zum 31.12.2010. Aber die Neuplanungen für die Zeit nach dem Abriss sind aufwändig, weil von der Elserhalle bis zur Haager Straße fast alles weg muss. Auch die Grafinger Straße wird verlegt, mitten durch den heutigen Q-Club. Die Planungen laufen unter Hochdruck. Alle paar Wochen sitzen wir Eigentümer mit der Stadt zusammen. Aber selbst, wenn alles ganz glatt läuft, beginnen die präzisen Planungen allerfrühestens Ende 2008, und bis die Ausschreibungen durch sind, gehen nochmal ein paar Jahre hin. Bis dahin kann nichts abgerissen werden, und wir bis dahin hoffen wir auf eine Verlängerung der Konzession. Nach dem Neubau wollen wir im Gewerbegebiet an der Friedenstraße auch der Freizeitgestaltung neue Räume geben. Aber das ist Zukunftsmusik.

„Also zurück in die Gegenwart: In München haben die Billigst-Diskos unheimlich zugenommen. Nun fahren auch die Optimalwerke eher die Spar-Schiene. Nur die Kultfabrik nicht.“

Das ist richtig. Auch unser einziger Flatrate-Club, das Matador, existiert nicht mehr. Die Kultfabrik ist zum Partyareal für die wohlhabenderen Studenten geworden, und für Leute, die bereits Geld verdienen. Für die anderen gibt es in der ganzen Stadt und nebenan tatsächlich genügend Alternativen.

„Lass mich raten: Dir taugt es schon, dass sie im Optimal keine Kultfabrik-Preise realisieren können? Ihr seid ja nicht gerade freundschaftlich verbunden...“

Nein, zur Freude wäre das kein Anlass. Billiger Alkohol zieht immer auch Leute, die es übertreiben. Besoffene Leute auf der Straße ärgern nicht nur die Anwohner, auf deren Goodwill wir angewiesen sind. Sie werden auch zum Imageproblem für beide Gelände. Für die Leute draußen sind Optimal und Kultfabrik nach wie vor EINE Attraktion, nicht zwei. Was der eine verbohrt, badet der andere mit aus. Aber, um das klar zu sagen: Abgesehen von der Alabama sind die wirklichen Billig-Läden nicht im Optimal. Solange bei uns Cocktails für 3,50 angeboten werden und drüben das Bier 2,50 € kostet, ist das schon völlig in Ordnung.

Das Keltinka



// Ja wenn das so ist ... aber da wäre noch der Zaun, der aus der einen Attraktion zwei macht ...

... und er ist nach wie vor schwieriges Thema. Aber kein unlösbares. Es gibt Bewegung, mehr will und kann ich nicht sagen. Abwarten und vielleicht irgendwann überraschen lassen.

// **Gastronomen wie Andi Haidinger (Juke'n'Joy) oder die Arte AG (Mpark, M&M, Spielwiese, Pure, Spiegelzelt) haben Clubs über die ganze Stadt verteilt. Nur die Kultfabrik ist ein Familiending, ohne Betreiber von draußen**

Tja. Abgesehen vom Naga-Club „All“ stimmt das wirklich. Ursprünglich lag es daran, dass Nöth viele bewährte Betreiber mit ins Optimol genommen hat. Uns blieben die Neuen, Unerfahrenen. Die Kultfabrik wurde zur Bruststätte für Neuanfänger. Manchmal erst belächelt, aber über Q-Club-Chef Baskim zum Beispiel lächelt heute sicher niemand mehr. Von draußen ist einfach keiner auf uns zugekommen.

// Tja, und du sitzt jetzt ganz entspannt da ...

... und denke mir, die „Profis“ draußen haben das Potenzial der Kultfabrik unterschätzt. Ja.

// **Wo wir beim Familiending sind: Die Familie Kultfabrik ist nicht sehr vorbildlich, sondern ein ziemlich zerstrittener Haufen.**

(lacht): Oh ja, da könntest schon recht haben. Ein ganz normaler Familienbetrieb mit Onkels und Tanten, die sich manchmal nicht mögen, und einem ‚Despoten‘, der sie zusammenhält. Da ist aber nichts Schlimmes dran. Clubchefs zünden sich scheinbar lieber gegenseitig die Bude an, als auf engstem Raum zusammenzuarbeiten. Da braucht es eine ganz massive Klammer, die sie zusammenhält, denn letztlich gewinnt die Familie nur aus der Gemeinschaft heraus.

// **Und diese Klammer ist was?**

Vor allem das gemeinsame Marketing. Die sichtbare Klammer ist erstens das K-Magazin. Das liegt weiträumig bis Garmisch oder Passau aus. Der Aufwand geht in die Zigtausende, aber er lohnt sich. An zweiter Stelle stehen die ALL AREA-Partys. Sie vermitteln die Gemeinschaft besonders gut - und so massiv, dass keiner dran vorbeikommt. Viele der Gäste haben das Gelände bei einer dieser Partys kennengelernt und sind uns treu geblieben.

... und die nächste ALL AREA gibt's am Pfingstsonntag, 11. Mai. Herzlich willkommen.



**WO KOMMST DU HER ...
WO GEHST DU HIN?**

ANNA, 19 - getroffen im O-Club

Ich komme aus Bonn. Vor 8 Monaten bin ich wegen der Designerschule hierher gezogen. Die ist richtig gut hier in München. Wo gehst du hin - gute Frage. Am liebsten ins Q, hier gefällt es mir prima. Ansonsten kenne ich mich noch nicht wirklich viel aus in München. Wir waren auch schon in verschiedenen Bars, aber eigentlich bin ich eher so ein Clubgänger. Ursprünglich war München eher purer Zufall, aber die Stadt hat schon was, und die Leute hier sind klasse. Ich lass mich mal überraschen, was die Zukunft bringen wird. Und vor allem der Sommer hier unten. Bei uns am Rhein ist es ja wärmer, aber ich freue mich hier sehr drauf.