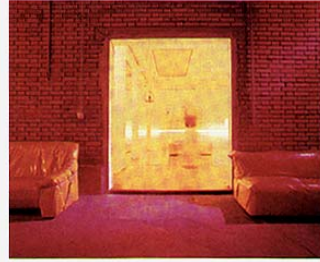




«stratos» in verschiedenen Lichtsituationen:
Live im Photoshop



Live im Photoshop

Ein Klub ist nicht nur ein Lokal, sondern auch ein multimediales Unternehmen.

Im Klubbdesign fusionieren Innenarchitektur, Gastronomie, Licht- und Sounddesign, Videokunst, Grafik- und Webgestaltung zum Gesamtkunstwerk. Was den Klub aber ausmacht, ist seine Atmosphäre. Auf der Suche nach Indizien in den Klubs

«Rohstofflager» und «stratos» in Zürich.

Scheinwerfer tasten die Halle rundherum ab, gleiten suchend über Wände und Decke und beleuchten industrielle Armaturen. Rauch strömt aus Düsen und sammelt sich unter dem Fabrikdach. Strahlen durchdringen die Nebel, beleuchten ihre Konturen. An den Säulen fahren Lichtreihen auf und ab. Bewegte Bilder werden auf Monitoren und Leinwänden multipliziert. Schnellere Rhythmen treiben das Spiel an; Sie lassen Licht, Menschen und Töne gemeinsam pulsieren – sogar die Blechverschalung des Dachs schneppert mit. Im Zentrum des Gewitters blenden grelle Blitze die Augen, dumpfes Dröhnen fährt mir in den Bauch. Etwas im Bein zuckt, ein Knarren lässt mich den Kopf drehen. Der Boden kräuselt durch die Schuhsohlen, leises Knistern zupft an meinen Nackenhaaren, schrilles Heulen betäubt die Ohren. Spürbare Musik. Taktile Töne. Ich bin Gast im «Rohstofflager», einem Klub in Zürich-Oerlikon, und bin beeindruckt, wie innenarchitektur, Gastronomie, Licht-

und Sounddesign, Videokunst, Grafik- und Webgestaltung zum Gesamtkunstwerk werden.

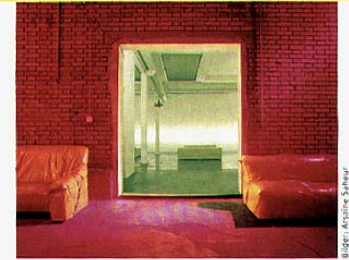
Temperatur

Ganz anders ist die Stimmung im kleineren Klub nebenan, dem «stratos». So hell wirkt der weiss getünchte Raum, dass man sich im Museum wähnt: in einem Ausstellungsraum, wo die Gäste gleichzeitig Betrachter und Exponate sind, sehen und gesehen werden können. Der nüchterne «white cube» dient aber auch als Farbmascchine: Es verteilt das Licht homogen im Raum, so dass keine Schatten entstehen können. Ändert sich seine Wellenlänge, errötet das «stratos» langsam, bis es zu verglühen scheint, kühlt darauf kontinuierlich ab und gleitet dann langsam vom eisigen Blau ins Grün: ein Wechselbad von Spektralfarben wie in einem Sauna-Helarium. Alles, was sich hier drin befindet, scheint aus dem gleichen Stoff zu sein. Das diffuse Neanlicht macht keinen Unterschied zwischen

Wänden, Händen, Sesseln und Gesichtern. Alles im monochromen Raum schwingt in derselben Frequenz, wird gleichmässig eingefärbt. Willkommen im Photoshop – in der real existierenden Bildbearbeitung.

Atmosphäre

Atmosphären sind räumliche Träger von Stimmungen, eigene Wirklichkeiten, die von Dingen und Menschen ausgehen. Wir nehmen Atmosphären wahr, wenn wir ihre Präsenz erfahren und sie am eigenen Leib spüren. Vielleicht sind Atmosphären einfach objektive Gefühle. Der Philosoph Gernot Bohme behauptet, wir würden Töne und Farben empfinden, nicht wahrnehmen. Wir nähmen auch nicht einzelne Sinnesdaten oder Dinge wahr, sondern immer ganze Situationen. Deshalb könne Musik auch als räumliches Phänomen beschrieben werden. Die Hauptaufgabe für den Designer, der Atmosphären produziert, lautet also: Er muss zwischen gegenständ-



Bilder: Alpine Salhaar

«flyers sind die Visitenkarten des Klubs. Mit ihrer Gestaltung ziehen sie ein ganz bestimmtes Publikum an und wecken dessen Erwartungen. Sie stimmen im Vorfeld auf die Atmosphäre einer Party ein und sind nachher oft die einzigen Spuren, die sie hinterlässt.»



lichen Eigenschaften von Dingen und der Atmosphäre, die sie ausstrahlen, einen Zusammenhang herstellen. Dafür muss er die Bedingungen einer atmosphärischen Wirkung kennen. Er muss Dingen und Umgebungen Eigenschaften geben, die Gefühle zu vermitteln im Stande sind.

Stimmungslager

Philipp Meier alias Metastar ist von Beruf Klubkurator. Über Jahre hat er Wissen gesammelt, wie man Atmosphäre herstellt. Jetzt betreut er das «stratos». Seine Arbeit, sagt er, bestehe im Wesentlichen darin, ein Stimmungslager für seine Gäste anzulegen und so die Voraussetzung für eine Atmosphäre zu schaffen. Das ist jedesmal ein Experiment. Nie kann der Klubkurator sicher sein, wie die Nacht verlaufen wird, wenn er das Team für die Bar, das für die Visuals, die projizierten Bilder und die Sounddesigner einlädt. Obwohl er viele von ihnen persönlich kennt, überraschen sie ihn doch mit ihren Programmen. Legte ein DJ früher vorwiegend Platten aus seinem Fundus auf, so produziert der Sounddesigner heute seine Musik live. Konzentriert wie ein Kammermusiker oder in Eksta-

se wie ein Popstar – er erzeugt und mischt seine Klänge über die Tastatur eines Powerbooks. Erst wenn das Publikum den Funken fängt, entsteht Atmosphäre. Erst wenn die mit Bildern und Klängen ausgestaffelte Fabrikhalle mit den Gästen zusammenspielt, wird die Stimmung spürbar. Merken alle, ob es funktioniert.

Rohstoff und Software

Das Wort «Rohstofflager» fand Walter Hügli, Leiter des Klubs, in den alten Plänen der Seifenfabrik Steinfels, als er im März 1997 im Areal nahe beim Escher-Wyss-Platz in Zürich einen Raum mietete. Diesen Namen nahm der Betriebswirt dann mit, als der Klub nach drei Jahren in eine alte Giesserei nach Oerlikon umziehen musste. Aus der Not, das Lokal kurzfristig wechseln zu müssen, wird ein Marketingkonzept: Das Temporäre, das Unfertige und Vorläufige wird zum Stil kultiviert. Nichts hat Hügli umgebaut oder eingerichtet in der leeren, hohen Fabrikhalle, denn die vorgefundene Kulisse entsprach genau dem internationalen Warehouse-Groove. Die mobilen Anlagen des digital gesteuerten Licht- und Soundsystems vertrugen sich gut mit

den verankerten Stahlkonstruktionen der Giesserei. Sogar die WC-Anlagen wurden nicht fest installiert, sondern in Container gestellt. Diese Verbindung von Hightech und Schwerindustrie hat Tradition in der elektronischen Musik. Seit ihren Anfängen kokettiert sie mit der maschinellen Reproduzierbarkeit von Klängen und rezykliert industriellen Klangschratt. Rhythmen, repetitive Strukturen und gesampelte Maschinengeräusche erinnern an die Zeit, als ein Designprodukt noch vor allem ein Ding war. Wenn dann die Zeit für die Zwischennutzung abgelaufen ist, wird das «Rohstofflager» weiterwandern, die Marke aber wird bleiben. Gebaut und geputzt wird nicht am Gebäude, sondern an Corporate Identity und Marke, dem wichtigsten Kapital von Walter Hügli. Und neben den Marken «Rohstofflager» und «stratos» gehört auch das legendäre «Substrat» zu Hügli. Der Club sollte Ende Oktober neu eröffnet werden, doch bis dahin konnten die Betreiber keine geeignete Halle finden. Der Neustart ist nun auf Anfang 2001 verschoben. Wie, wo und wann es konkret weitergeht, erfährt man unter www.substrat.ch.

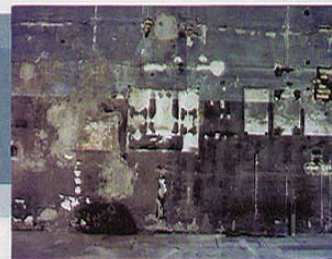
Renate Mezi

Rohstofflager und Stratos

Bilzlihofstrasse 86, 8050 Zürich
Oerlikon, www.rohstofflager.ch
Kurator: Metastar (Philipp Meier)
Design: SEKTOR4
(Doris Marti und Adrian Akber)
Konzept: Walter Hügli
Flyer: Grafikaalon (Renate Jaberg)
Konzept und Leitung: «Masani's»
(Walter Hügli)
Fotograf: Arsoline Sabour
www.substrat.ch



Der MainRoom im «Rohstofflager»
Der DJ ist der Star im Blütlüchgewitter



Das «Rohstofflager» bei Tag. Die alte
Fabrikhalle wurde nicht umgebaut