



atmosphäre pur: Blick durchs Gewölbe auf die Bar am VIP-Bereich

Fotos: Cope Club (1), Niester (11)

# Gewölbegärung

**Echter Champus gärt in der Flasche. Rauschende Nächte beschert der Augsburger Szene seit Kurzem ein anspruchsvoller Club in einem stylischen Gewölbekeller. Warum beides zusammengehört, erklärt disco-magazin auf den folgenden Seiten.**

**W**enn Weiß zu hell ist und Schwarz zu dunkel, kommt meist Farbe ins Spiel. Im Augsburger „Cope Club“ heißt die Lösung Grau. Kein Braungrau, Anthrazitgrau oder Schwarzgrau, eher ein liches Signalgrau. Lorient würde seine wahre Freude haben. In „Ödipussi“ tischte er als Herr Winkelmann erfrischende 28 Grautöne auf, um die Stimmung zu heben. In Augsburg hätte er dazugelernt.

Das helle Grau an den Wänden und Decken des „Cope Club“ bringt Leben ins Nightlife. Michael Rau vom Technikausstatter Mediaworks aus Königsbrunn kann sich gut an das Zustandekommen erinnern. Für die aus dem 16. Jahrhundert stammenden Gewölbe in den Kellerkatakomben wurde nach dem Verputzen die optimale Farbe gesucht. „Die LED-Projektionen sollten zur Geltung kommen und nicht verfälscht werden“, sagt Rau, „und die Hautfarbe der Gäste sollte frisch bleiben.“ Schwarz und Weiß gaben das nicht her, der Grauton erwies sich als perfekt.

Dutzende kaum genutzter Großkeller aus alten Vorkriegszeiten finden sich überall in der Augsburger Innenstadt. Bomben brachten im Krieg zwar die

Prachtbauten zum Einsturz, die alten Gewölbe blieben unbeschädigt, und neue Gebäude wurden einfach darüber hochgezogen. Vor dreieinhalb Jahren hatten Szenegastronom Stephan Schulz und Michael Rau die ungewöhnlichen Räumlichkeiten in der Fußgängerzone der Fuggerstadt das erste Mal unter die Lupe genommen und sogar Schallmessungen angestellt. „Aus zeit- und personal-technischen Gründen hatte ich das damals aber auf Eis gelegt“, erklärt Schulz.

Mit nur 300 qm ist der Club nicht besonders groß. Doch die Aufteilung ist genial. Wände wurden herausgenommen, der Raum wird jetzt optimal genutzt. Neben einem kleinen Kassenbereich mit Garderobe finden sich der Clubfloor mit zwei Bars, DJ-Kanzel und VIP-Podest, eine Lounge & Cocktailbar mit eigenem DJ-Pult, ein Verbindungsgang mit großer Sitzzone und ein offener Sanitärbereich auf der geschickt aufgeteilten Fläche. In schwachen Nächten kann sogar der hintere Lounge-Bereich ganz einfach abgetrennt und verschlossen werden. Bausünden der Vergangenheit wurden mit teurem Antiklinker aus Italien stilecht ausgemerzt.

Stephan Schulz, der das richtige Händchen fürs Clubdesign hat, ist eine echte



Leicht bedienbar: Touchscreen-Monitore für die Vectron Software



Angesagt: Standort und Konzept ziehen die Augsburgser magnetisch an.



Hochwertig: Radeberger Bar mit lederummantelter Tresenwand

Größe in der Stadt, die so dicht neben dem übermächtigen München keine wirkliche eigene Clubszene besitzt. Der 33-Jährige, der auch als DJ D-Fact bekannt ist, hatte schon mit dem „Liquid Club“ den Augsburgser vor neun Jahren eine coole Location serviert, betreibt inzwischen auch zwei Boutiquen in der Stadt. Das neue „Cope“ kommt noch stylischer daher und soll vor allem die etwas Älteren kitzeln. „In Augsburg fehlte ein solcher Laden“, ist sich auch Michael Rau sicher, der dem Clubbetreiber nicht nur als Technikdienstleister, sondern auch als Berater, Planer und Freund zur Seite steht. Für eine richtige Clubszene gibt es zu wenige Betriebe. Für die neue Location eigentlich ein Glücksfall. Schon vor Mitternacht bilden sich lange Schlangen an der Treppe, die in die neue Glückseligkeit führt. Schick und schön wirken die Besucher, Teenies stellen sich erst gar nicht an.

Wer die für über eine halbe Million Euro umgebauten Gewölbehallen durchschreitet, spürt den Geist, der die Nacht bestimmt. Dicht gedrängt füllen die Nachtschwärmer die Räume. Tischreservierungen sind kurzfristig gar nicht erst zu bekommen. Und wer auf den bequemen Sofas und Hockern – allesamt aus Porsche Nappa-Leder – Platz nehmen darf, lässt sich nicht lumpen. Champans fließt in Strömen, Standard für Longdrinks ist der Premium-Wodka Belvedere. Ein Dutzend Flaschen Champagner am Abend sind keine Seltenheit. Vor allem Moët & Chandon landet in den Kühlern. Die Marke arbeitet eng mit dem Club zusammen. 75 Euro zahlt der Gast für die preiswerteste 0,75-l-Flasche. Das liegt unter dem Preisniveau mancher Großdiscothek, doch während dort das Glas verstaubt, wird im „Cope Club“ die Edelbrause rege bestellt. „Es gibt zwei Möglichkeiten“, sagt Simone Steinsberger, als Business Administration Managerin die „rechte Hand“ von Stephan Schulz, „faire Preise und Umsatz machen oder unfair und drauf sitzen bleiben.“

Damit es auch in den Kassen prickelt, sind alle Bars mit Vectron Touchscreen-Kassen ausgestattet, die über eine Anbindung an die Spirituosen-Schankanlagen verfügen. Das Barpersonal zapft wie in den USA die Hochprozenter über programmierbare Spritzpistolen, so genannte Barguns. „Wir betreiben ein starkes Controlling“, unterstreicht Steinsberger. Den Einwurf, Zapfen vernichte den Markenauftritt, räumt sie mit einem Lächeln aus dem Feld. „Man sieht das Blubbern in den über den Bars hängenden Flaschen“, ergänzt sie. Angeleuchtet hat das sogar einen ganz besonders attraktiven Reiz.

Ein eigens für die Gäste entwickeltes Stammgastssystem, das seit vier Jahren im „Liquid“ ausführlich getestet wird, hat jetzt auch im „Cope Club“ Einzug erhalten. „Das ist ein Marketingtool“, sagt Simone Steinsberger, „basierend auf den Bedürfnissen, die so ein Club hat.“ Die EAN Code-Karten werden am Eingang

und an der Garderobe eingesetzt. Die gewonnenen Daten kann der Club für individualisierte Werbeaktionen nutzen. Im Laufe des Jahres soll das System so auch anderen Gastronomen zugänglich gemacht werden. disco-magazin wird berichten.

Konventionelles Licht gibt es nirgendwo im ganzen Club. Mediaworks setzt auf die kleinen Leuchtdioden. „Von Anfang an stand die LED im Vordergrund“, erklärt Michael Rau, der ausgerechnet beim Besuch von disco-magazin in seinen 39. Geburtstag hereinfesteierte. Damit werden die Stromkosten sehr niedrig gehalten. „Was Zeit und Arbeit kostet“, so Rau, „ist, sich die Mühe zu machen herauszufinden, welche LED welche Helligkeit erreicht. Diese Experimente haben wir vorher gemacht.“ Tatsächlich scheint in dem Kellerclub nichts dem Zufall überlassen worden zu sein. Getanzt wird auf einer 32 qm großen LED-Tanzfläche (50 x 50 cm große Bodenelemente), die mit schwarzem, zwei Zentimeter starken ESG/VSG-Verbundglas, das extrem gehärtet wurde, abgedeckt ist. Vier kleine, lichtstarke American DJ-Laser und mehrere kompakte LED-Kopfschwenker sorgen für die szenische Abwechslung. „Die Indigo Spots von Highlite wollte ich unbedingt haben“, verrät Rau, „ein sehr innovatives Produkt.“ Weitere LED-Scheinwerfer legen das Umfeld in atmosphärische Farben.

Ausgefeilte Technik drückt auch der zweiten Area ihren Stempel auf. Der gut besuchte Raucherbereich befindet sich in einem eher länglichen Raum, an dessen Längsseite gegenüber der Cocktailbar drei Acer Videoprojektoren mit umgebauter Optik für nahtlose Softedge-Projektionen sorgen. Der Content wird über die VJ-Software GarageCube „Modul8“ generiert, die seit Kurzem auch DMX-fähig ist. Allerdings wurde sie von Mediaworks speziell angepasst. „Kaufen, anschließen, läuft – das geht nicht“, sagt Michael Rau, „du musst die Software entsprechend den Bedürfnissen modifizieren.“

Von der Stange kommt auch nicht der Sound. „Das Gewölbe ist eine akustische Katastrophe“, sagt Rau, „da war schnell klar: Wir brauchen Lautsprecher, die fein und detailliert auflösen und eine hohe Dynamik haben. Wir haben uns für Fohhn entschieden. Ein teures, aber wertiges Produkt.“ Selbst entworfen hat Mediaworks den Subbass. Das System wurde im VIP-Podest untergebracht und durfte daher die maximale Höhe von 35 cm nicht überschreiten. „Das war ein halbes Jahr Arbeit“, schnauft Rau, „aber es bringt ordentlich Druck.“ Die Subwoofer bilden somit auch das Highlight in der Tonanlage. „Das Ergebnis kann sich hören lassen“, erklärt Rau, „abgrundtiefe Bässe mit Punch in der Magen-gegend machen das Tanzen auf dem Dancefloor zum Erlebnis.“ Kastenfrei zeigt sich dagegen die Cocktaillounge. Dort wurden aus Designgründen ausschließlich Deckeneinbausysteme der „CT“ Serie von JBL installiert. Über Xilica Audio-

Premium als Standard: In den Regalen der Cocktail-Lounge tummeln sich Champagner, Belvedere und andere Top-Marken.



Wandelfähig: Die Längsseite der Cocktail-Lounge wird per Video mit nahtlosen Softedge-Projektionen bespielt.



Früherkennung: Der richtige Wandanstrich ist entscheidend für die Wirkung der Effekte.





Berater, Planer und Macher: Als Technikdienstleister hat Michael Rau von Mediaworks hervorragende Arbeit geleistet.



Managerin des Clubs: Simone Steinsberger

prozessoren können die Lautsprecher verwaltet und auf die gewünschten Zonen verteilt werden. „Damit sind die Jungs frei in der Wahl, was sie machen möchten“, meint Rau, der die passende Multiroom-Steuerung dazu entwickelt hat.

Ein ganz besonderes Highlight stellen die Sanitärräume dar. Stephan Schulz nennt das Konzept „Begegnungs- und Kommunikationsstätte für beide Geschlechter“. Während anderswo Türen und Flure für die Abtrennung sorgen, ist der Bereich im „Cope Club“ offen gehalten. Der Verbindungsgang zwischen den beiden Areas mündet direkt in den Waschraum, in dessen Zentrum ein gigantischer Findling als Waschtrog dient. Der Naturstein wurde in Asien gefertigt und wiegt über 900 kg. Das Wasser kommt von oben aus der Decke über vier Edelstahlrohre, die per Fußschalter bedient werden. Abgetrocknet werden die Hände danach mit einem kleinen gebrandeten Stoffhandtuch. Die Toilettenkabinen stehen dem Niveau in nichts nach. Sie sind mit Edelstahl verkleidet, robust gebaut und werden permanent gereinigt.

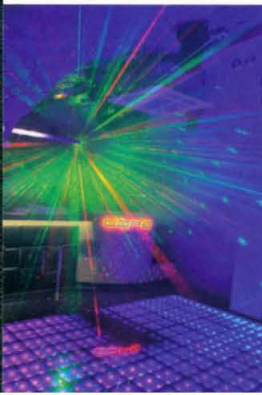
Auch das musikalische Konzept erscheint durchdacht. Der Clubfloor steht im Zeichen von eher elektronischer, durchaus auch kommerzieller Musik mit House und Dance-Präferenzen. In der Lounge haben Clubsounds das Sagen. „Wir versuchen immer einen Gegenpol zu schaffen, damit wir alles abdecken können“, erklärt Simone Steinsberger. Einmal pro Monat legt freitags mit Agent Greg aus Mykonos auch ein echter Hochkaräter auf. Auch Phil Fuldner brachte die Menge schon in Ekstase. „Mit diesem Club brauche ich mich auch in Berlin oder München nicht zu verstecken“, sagt Stephan Schulz. Recht hat er!

**Klaus Niester**

Eingetaucht in Farben: Im Augsburger „Cope Club“ kommen LED-Geräte und American DJ-Laser zum Einsatz.

Einzigartig: Der mit ungewöhnlichen Edelstahlrohren und Fußschaltern ausgestattete Naturstein-Waschtrog wiegt 900 kg.

Mehr als nur Betreiber: Inhaber Stephan Schulz ist als DJ D-Fact bekannt und zeigt erstaunliche Designerqualitäten.



## Profil

- Location:** „Cope Club“  
Ludwigstr. 1  
86150 Augsburg  
www.copeclub.com
- Inhaber:** Stephan Schulz
- Objektbetreuung:** Simone Steinsberger
- Fläche:** 300 qm
- Eröffnung:** 26. November 2009
- Investitionsvolumen:** über 0,5 Mio. Euro
- Innendesign:** Eigenleistung Stephan Schulz
- Technik-Installation:** Mediaworks, Königsbrunn
- Technik-Highlights:** 8 Showtec „Indigo“-LED-Moving-lights  
16 Futurelight „Eye 18 II“-LED-Moving-Washer  
4 American DJ „Galaxian Move II“-Laser  
63 TEKO LED-Dancefloor-Tiles  
600 m Mediaworks LED-RGB-Stripes  
300 m LED-Tubelights  
2 Sunlite Lichtsteuerungen  
1 Inoage „Madrix“-Matrizensteuerung  
1 Mediaworks MIDI/DMX-Konsolenanbindung  
3 ACER Videobeamer „1280“  
1 GarageCube „Modul8“-VJ-MAC-Software  
4 Fohhn „AT-40“-Topteile  
10 Mediaworks/Soundprojects Subwoofer  
2 Soundprojects „X-ACT“-Monitorboxen  
5 JBL „Control 322C“-Deckenlautsprecher Top  
4 JBL „Control 312C“-Deckenlautsprecher Sub  
2 Fohhn „AT-07“-Monitorboxen  
8 JBL „Control 26 CT“-Backgroundboxen  
7 lab.gruppen Endstufen der „C“-Serie  
Xilica Audioprozessoren mit Anbindung an Mediaworks Multiroom-Steuerung  
4 Technics „SL-12010MK5“  
4 Pioneer „CDJ-100MK3“  
2 Pioneer „DJM-800“  
3 Theken  
brauereifrei  
Radeberger, Estrella 0,33 l: EUR 3,80  
Schöfferhofer Weizen 0,5 l: EUR 4,80  
Corona 0,33 l: EUR 4,80  
Pepsi Cola 0,2 l: EUR 3,-  
Red Bull 0,25 l: EUR 4,20  
Orangina 0,25 l: EUR 3,50  
Selters Classic 0,25 l: EUR 3,-  
Longdrinks mit 4 cl Alkohol: EUR 8,90  
Cocktails: ab EUR 8,80 (ohne Alk. ab EUR 7,50)  
Bacardi Razz 0,7 l: EUR 55,-  
Belvedere Vodka 0,7 l: EUR 69,-  
Alpha Noble 0,5 l: EUR 49,-  
Moët & Chandon 0,1/0,75 l: EUR 11,-/75,-  
Dom Pérignon Vintage 2000 0,75 l: EUR 195,-  
Vectron Touchscreen-Kassen
- Gastronomie:** BE Klaus, Augsburg
- Kasse:** freitags, samstags
- Security:** freitags, samstags
- Öffnungstage:** freitags, samstags
- Eintritt:** EUR 6,-