



Holstuonarmusigbigbandclub

»Ar wiat scho weasso, was ar tuot«

Von Christian Mayr und Anneliese Schürer

Ein Campingplatz direkt am Wald, bevölkert von feierlaunigen Blasmusikern und Blasmusikfans, es ist windig und kalt, aber die Stimmung ausgelassen. In einem kleinen, weißen Pavillon gibt es Bier und Würstchen aus der Dose. Hier sitzen die fünf Jungs vom Holstuonarmusigbigbandclub, kurz HMBC, und plauschen mit den Redakteuren der clarino.print. In wenigen Stunden werden die gefeierten Newcomer das »Woodstock der Blasmusik« rocken. Aber jetzt ist erst einmal das clarino.barbecue angesagt...

»Drauf g'schissen, wie sich ein Album anhören sollte oder wie's auszusehen hat, wir machen unsern Sound und alles andere geht uns am Arsch!« Ein Mann, ein Wort! Philipp Lingg nimmt kein Blatt vor den Mund, wenn er nach der bunten Zusammenstellung des neuen HMBC-Albums »Lieble« gefragt wird. Er sitzt zusammengekauert und etwas blass auf seinem Campinghocker und gestikuliert. In der einen Hand eine Zigarette, in der anderen eine Dosenwurst. Da kommt Johannes Bär, der großgewachsene Posaunist der Holstuonar, mit einer alten Decke und wickelt den frierenden Frontmann grinsend in dieselbige ein. »Nicht, dass er uns noch erfriert, gell...!« Unbeirrt fährt Philipp fort: »Wir wollen halt keine

Kategorisierung und wir lassen uns nicht in eine Schublade stecken, höchstens in unsere eigene.«

Obwohl oder gerade weil sich der HMBC keine Grenzen setzen lässt, weil sie bewusst autark bleiben, wie es der Sänger der neuen Volksmusikcombo formuliert, schwimmt die Band auf einer enormen Erfolgswelle. Das aktuelle Album »Lieble« stieg im Mai gleich auf Platz 12 der österreichischen Charts ein. Davor schon hatte die Single »Vo Mello bis ge Schoppennou« wie eine Granate eingeschlagen – und das nicht nur in Österreich. Überall, und wahrscheinlich ohne zunächst den Text zu verstehen, sang die junge Fangemeinde: »Weh tau, weh tau, weh tau, d'Füaß himmor weh tau«.

Und gerade über diesen einen Gassenhauer wird plötzlich heiß diskutiert, und das im Festival-Pavillon zwischen Campingkocher und Dosenbier. »Sollen wir »Mello« überhaupt spielen, wir könnten's doch heute auch einfach weglassen?«, frotzelt Saxofonist Andreas Broger. »Ja, ja, kein Problem, dann lass' mers halt weg. Was meinst, was da abgeht, wenn »Mello« nicht kommt...!?!«, entgegnet Philipp. Er macht auf beleidigt und dreht sich weg, während Trompeter Bartholomäus Natter von Andreas nach einer Zigarette gefragt wird. Doch dieser ver-

weist ihn auf den neben ihm sitzenden Philipp. Andreas ahnt aber schon, was ihm da blüht: »Ja super, siehst doch, dass der beleidigt ist, den brauch ich jetzt nicht fragen.« Philipp kommt das gerade recht: »Brauchst jetzt auch gar nicht an'krochen kommen, wenn'd erst so einen Schmarr'n verzapfst. Ich geb dir jetzt keine...!« und bringt den Rest der Truppe mit einem verzogenen Gesicht und einem pampigen »Mello, Mello« zum Lachen.

»Man hat uns prophezeit, dass unsere HMBC-Karriere nicht allzulange andauern wird!«

Man sieht den Fünfen an, dass solche Szenen im Grunde nur Spaß sind und sie gerne solchen Schabernack veranstalten. Da kommt die Frage, ob sie sich denn manchmal auch gegenseitig »auf den Sack« gehen, doch genau richtig. »Ja manchmal, jetzt zum Beispiel«, lacht Philipp. »Im Zweifelsfall lässt man den Frust immer an mir aus«, grinst Bartholomäus und zeigt auf seine Schulterverletzung und den Arm, den er in der Schlinge trägt. »Nein, ernsthaft, man hat uns echt mal prophezeit, dass unsere HMBC-Karriere nicht allzulange andauern wird, weil wir alle ziemliche Alphetiere

seien. Aber je länger wir zusammen unterwegs sind, desto besser läuft's erstaunlicherweise«, wirft Johannes ein. »Und außerdem kennen wir uns alle schon so irrsinnig lange – wir sind quasi zusammen aufgewachsen –, da weiß man einfach, wie der andere tickt«, ergänzt Tubist Stefan Bär.

Schon seit Jahren machen sie gemeinsam Musik, und mit ihren Vätern haben sie früher in den Wirtschaften »Volksmusik und Schlager für die deutschen Touristen« gespielt, wird mit einem Augenzwinkern erklärt. Heute ist nicht nur das Fortlebenlassen der Tradition, das Weiterentwickeln der Volksmusik mit Kreativität und Innovation ihre Leidenschaft, auch die eigene Sprache spielt für die fünf Holstuonar eine wichtige Rolle. Und das leben sie musikalisch auf »Lieble« richtig aus. »Lieble« sei ihr Liebling, ihre erste CD mit eigener Musik. Da hat man dann schon ein anderes Verhältnis dazu als zu Arrangements. Aber »Lieble« heißt für die Jungs nicht nur Liebling. Es kann auch eine Art Shirt, eine Musikerweste, eben ein Leibchen sein. »Keiner von uns war je im Fußballverein und wir wollten alle auch so ein Lieble haben«, plaudern die Bregenzerwälder, »und jetzt sind wir eben ein eigener Verein und haben unser eigenes Lieble.« Inwiefern hat das CD-Cover mit »Lieble« zu tun? Das sei interpretatorisch offen und reicht vom »Leiberl abgeben« bis zur »verkauften Liebe«.

Seine Liebe verkauft der HMBC aber sicherlich nicht. »As gaut um a Mindle, das i nüd kint hea, das hat gmoant, i geb eams Kind her. Dau hat ar se täuscht«, heißt es im zweiten großen Hit »Vorreaßo, vorkouft, as louft«. Keine versteckte Kritik an der Plattenindustrie, sondern eine schlagende. »Natürlich gab es einige Anfragen von großen Plattenfirmen. Aber die kamen erst, als »Mello« schon überall rauf und runter lief«, erzählt Stefan mit ernster Mine. »Dieses ganze Musikbusiness ist doch total gewissenlos und undurchsichtig, da wollten wir einfach kein Teil davon sein. Mit diesen ganzen Vertragsforderungen wären wir nicht mehr wir gewesen!«, fügt Philipp nachdenklich hinzu.

Andreas freut sich darüber, dass es der Holstuonarmusigbigbandclub trotzdem geschafft hat, und vor allem, dass es die Fans waren, die einen großen Teil dazu beigetragen haben: »Eigentlich haben die Platten-

firmen und die Sender ja die »Macht«, die Künstler oder bestimmte Songs groß zu machen, die haben uns aber anfangs gar nicht gespielt, weil der HMBC-Sound eben extrem formatfremd war. Unser Erfolg kam nur durch Leute, denen unsere Musik gefallen hat. Und irgendwann mussten sich die Sender den Wünschen der Hörer beugen. Und das finden wir schön, darüber freuen wir uns – dass wir, oder eigentlich die Fans, diesen Prozess umgedreht haben.«

„Die Leute wollen kein glatt produziertes Standard-Pop-Geschmiere mehr!“

Umgedreht hat sich auch die Einstellung. Da, wo lange viele Musiker immer nur »in« und »hip« und »cool« sein wollten, wollen die Fünf lieber »heimatverbunden« und »markant« sein. Im »Marsch der Wälder« singen sie: »Meor ehrod das Ault, meor grüozot das Nü und blibod üs sealb und dor Hoamat trü!« Das dürfte das große Motto der Band sein – und es spricht an. Warum? »Die Leute wollen kein glatt produziertes Standard-Pop-Geschmiere mehr«, meint Philipp, während er sich das nächste Bier greift: »Dialekt ist einfach griffiger. Englisch wird oft auch nicht besser verstanden als unser Dialekt und darüber hinaus ist Englisch ausgelutscht.« Das Alte und das Neue zeigt sich auch in den Bühnen-Outfits mit Hemd, Sakko oder Weste, Knickerbocker und Turnschuhen. »Das ist unsere Verbindung von seriös, traditionell und jung – eine eigene Mischung«, erklärt Bartholomäus. »Schon vor zehn Jahren hatten wir diesen Gedanken und jetzt ist es eben so.« Aber er kann sich gar nicht mehr recht konzentrieren. Er hat ein altes Stück Metall im Vorzelt entdeckt...



Philipp Lingg



Andreas Broger



Bartholomäus Natter



Stefan Bär



Johannes Bär

Beim clarino.barbecue...



Dort liegt die »Festival-Hupe«, das hochbetagte, verbeulte Flügelhorn eines **clarino.print**-Redakteurs, im Gras. Ganz genau und von allen Seiten begutachtet Bartholomäus das Instrument, ehe er ansetzt und ein paar Melodien zum Besten gibt. Er setzt wieder ab, drückt ein paarmal die Ventile und grinst spitzbübisch in die Runde: »Super, mir gefällt das, wenn man die Maschine hört, das Klicken der Mechanik und so...« Da klingelt sein Handy, seine Mutter ist dran. Am Telefon erzählt er ihr »nebenbei« von seiner Schulterverletzung, vom Krankenhausaufenthalt. »Nein, ist halb so wild. Wir müssen ja später noch auf dem Festival spielen, das geht schon...« »Das wird super«, meint er nach dem Telefonat, »die ganzen Trompeter machen immer Show und verrenken und verbiegen sich bei den High-Notes mordsmäßig, und ich werd heut' dastehen wie ein

Depp und trotzdem rumpfeifen. Die werden alle blöd schauen, wenn da mal einer ohne »Show« spielt«, lacht Bartholomäus und lässt demonstrativ nochmal die Ventile des Flügelhorns klicken.

Warum spielt eigentlich nur Bartholomäus Flügelhorn beziehungsweise Trompete, obwohl Johannes ebenfalls studierter Trompeter ist? »Ich mag diese Klangfarbe einfach nicht«, schockt Johannes, löst die Situation aber gleich auf: »Nein, Quatsch, der Barthl spielt einfach besser als ich.« Ein wüster Blick und Bartholomäus kontert: »Ich kann halt nichts anderes, und wenn der Johannes Trompete gespielt hätt', dann hätt' ich nicht in die Band gedurft.« Auf diesen Satz folgt schallendes Gelächter, ein »hin und her« über Positionen in der Band und eine ironisch entrüstete Reaktion Philipps: »Du Depp, so

ein Schmarr'n, du hast die Band doch mit gegründet. Da können wir dich ja schlecht rausschmeißen!« Er lacht und schlägt die Hände über dem Kopf zusammen: »Wahnsinn, das ist das geilste Interview seit langem, da brauchst du keinen Psychologen mehr!«

Es läuft rund für den HMBC, sie diskutieren, lachen, spielen und sind erfolgreich. Gibt's da noch Wünsche? Klar! Neben allen Streitereien sind sich die Burschen in einem einig: Sie wünschen sich eine eigene Dauerwerbesendung! »Kennt ihr die Ernst-Mosch-Dauerwerbesendung?« »Die Amigos-Dauerwerbesendung ist krass.« »Aber die Götter der Dauerwerbesendung sind die Kirmesmusikanten...« Nach zehnmütiger Dauerwerbesendungs-Euphorie kann sich Stefan als erster wieder fangen: »Wir spielen mit dem HMBC an Orten wie dem Circus Krone in München, waren im Gasometer in Wien und beim Schagerl Brass Festival, es läuft grad alles super und ist so vielfältig – darüber sind wir total glücklich und wüssten nicht, was wir uns noch mehr wünschen sollten.«

Das war's dann also? Therapiestunde mit dem HMBC beendet? »Nein!« Philipp hakt noch mal ein. »Ich will noch was loswerden, einen Dank: Wir danken den Menschen, die uns zuzwinkern und die ehrlich sind.« Johannes: »Arschkriecher!« Philipp: »Ganz ehrlich, ohne in den Arsch zu kriechen!« ■

Infos: www.hmbc.at

»Rosenklang« – die Plattenfirma für neue Blas- und Volksmusik

Das Musikgeschäft befindet sich im Wandel und Martin Simma mit seinem Label »Rosenklang« nutzt diese Veränderungen für seine Musiker. Simma hat seit 20 Jahren Erfahrung im Musikgeschäft. Kommend aus der Blasmusik, war er in seiner Laufbahn aber auch verantwortlich für Hits von Captain Jack, Daisy Dee oder Kathy Kelly von der Kelly Family. Ebenso war er Vorreiter des digitalen Musikgeschäfts. Diese Erfahrungen bündelt er in »Rosenklang«, um sie für Bands und Kapellen aus der Blasmusik und neue Volksmusik zu nutzen. Mit dem holstuenarmusigbigbandclub,

für den Martin Simma das Label- und Vertriebsmanagement macht, arbeitet er mit Top-Künstlern zusammen und ihre Single »Vo Mello bis ge Schoppornou« landete in Österreich und in Deutschland in den Charts. Ebenso ihre aktuelle CD »Lieble«. MaChlast, eine Spitzenkapelle aus Österreich mit Musikern, die sonst bei den Wiener Philharmonikern, in der Wiener Staatsoper oder im Bruckner Orchester Linz spielen, ist mit ihrem

aktuellen Album »Doppeltbrennt« ebenfalls mit »Rosenklang« in den Charts. Die neueste Veröffentlichung von »Rosenklang« ist der Festival-Sampler »Woodstock der Blasmusik«. Darauf ist die gesamte Bandbreite der aktuellen Blasmusikszene zu hören – von den jungen Schrägen wie La Brass Banda, Global Kryner, HMBC bis hin zu Altbekannteren wie Vlado Kumpan, Grazer Spatzen oder Innsbrucker Böhmsche.



Infos: www.rosenklang.de

clarino.print

bläsermusik international

Das Fachmagazin clarino.print widmet sich – entsprechend seinem Untertitel »bläsermusik international« – allen Bereichen der Bläsermusik und richtet sich an ambitionierte Amateure.

Als Abonnent haben Sie gleich mehrere Vorteile: Sie sparen über 10 Prozent gegenüber dem Einzelverkaufspreis. Sie verpassen keine Ausgabe mehr und sparen die Zustellgebühr. Als Abonnent erhalten Sie zudem die beliebte clarino.cd, die der Zeitschrift in unregelmäßigen Abständen beigelegt ist, kostenlos.

Ja, ich möchte clarino.print abonnieren!

Schicken Sie mir clarino.print ab der nächsten Ausgabe frei Haus zum Jahrespreis von 50 € in Deutschland oder 58 € in anderen Ländern für 11 Ausgaben an die unten stehende Adresse. Dieses Abonnement gilt zunächst für ein Jahr und ist danach jeweils 3 Monate vor Ablauf des Folgejahres kündbar.

Das Abo geht an:

Vorname, Name

Straße, Hausnummer

PLZ, Wohnort

Telefon/Fax

E-Mail

Schicken Sie den Coupon an:

DVO Druck und Verlag
Obermayer GmbH
Bahnhofstraße 33
86807 Buchloe

oder per Fax:
08241/500866

Gewünschte Zahlungsweise bitte ankreuzen:

- Ich bezahle bequem durch Bankeinzug
(nur im Inland möglich)

Bankleitzahl

Konto-Nummer

Geldinstitut

- Ich bezahle gegen Rechnung
(bitte Rechnung abwarten, keine Vorauszahlung leisten)

Widerrufsrecht: Die Bestellung kann innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei DVO Druck und Verlag Obermayer GmbH, Bahnhofstraße 33, 86807 Buchloe, in Textform (z.B. Brief oder E-Mail) oder durch Rücksendung der Zeitschrift widerrufen werden. Zur Fristgewahrung genügt die rechtzeitige Absendung.

Datum/Unterschrift