

Felix Draheim (rechts) und Simon Motz verfügen in der Region bereits über eine mächtig große Fan-Gemeinde.

Foto: Jörg Scheibe



## Monkey Age: Ein berauschendes Partyformat ganz ohne Rausch

Geld verdienen und sich für Teenager starkmachen: Bei Felix Draheim und Simon Motz ergänzen sich der Sinn für das Geschäft und das Engagement für die gute Sache so gut, dass sie sich in kurzer Zeit in der niedersächsischen Jugendszene einen hervorragenden Namen gemacht haben. Die beiden sind Gründer von Monkey Age – einem Partykonzept, das sich an 13- bis 17-Jährige richtet und von Alkohol, Zigaretten und anderen Drogen die Finger lässt.

»Unsere Botschaft lautet: Abrocken ja, Alkohol nein«, sagt Felix Draheim, ohne dabei oberlehrerhaft zu klingen. Monkey Age kommt ohne erhobenen Zeigefinger aus. Dass Bier und Bacardi auf der Party keinen Platz haben, wird von der jungen Zielgruppe problemlos akzeptiert. Die Mädchen und Jungen sind froh, dass sich jemand um sie und ihr Bedürfnis nach einem Spektakel auf der Tanzfläche kümmert. »Man sollte nicht unterschätzen, wie weit Jugendliche heutzutage sind«, sagt der 25-Jährige, »sie wollen ernst genommen werden und etwas geboten bekommen.« Weil

Draheim und Motz ihnen etwas bieten, ist die Fangemeinde von Braunschweig über Wolfsburg und Wolfenbüttel bis nach Hannover mächtig groß – allesamt Städte, in denen Monkey Age gastiert.

### »Abrocken ja, Alkohol nein«

Na klar gebe es auch Partys von Tanzschulen und Jugendzentren, die sich an Jugendliche wenden würden, sagt Simon Motz. »Doch was

Monkey Age von diesen Veranstaltungen unterscheidet, ist die Professionalität. Die Partyqualität ist enorm hoch.« Szenegrößen wie DJ Fourteen und DJ Evolution, der sonst die schwer angesagten Blauhaus-Partys im Kleinen Haus zum Kochen bringt, zieht die Mädchen und Jungen in Scharen in den Bora Beach Club unter freiem Himmel oder in den wabernden Nebel im Stereowerk. Selbst Künstler, deren Namen deutschlandweit einen guten Klang bei der jungen Zielgruppe haben, lassen sich an den Partynachmittagen vor mehr als tausend feiernden Gästen blicken.

## »Über Facebook, StudiVZ und Youtube erreichen wir mehrere 10 000 Jugendliche«

Seine Kundschaft erreicht Monkey Age über die sozialen Medien Facebook, StudiVZ und Youtube. Ein Team von Informatikern, Print- und Webdesignern sorgt dafür, dass die Community wächst. Über das Internet bestehen Kontakte zu mehreren Zehntausend Jugendlichen, an die die Termine gestreut werden. Simon Motz schätzt, »dass 20 000 von ihnen Monkey Age und das Prinzip, das dahintersteckt, kennen«. In den Schulen sind Schulpaten unterwegs, die Flyer verteilen und Ankündigungsplakate an das Schwarze Brett hängen.

## »Große Zukunftspläne – Suche nach Geldgebern«

Partys auf hohem Niveau kosten Geld – insbesondere dann, wenn die Zukunftspläne groß sind. »Die Finanzierung ist neben der vielen Zeit, die wir für die Genehmigungen aufwenden, der größte Hemmschuh, dass wir Monkey Age noch nicht deutschlandweit präsentieren«, sagt Felix Draheim. Um innerhalb von zwölf Monaten in sechs großen deutschen Städten als Anbieter auftreten zu können, haben die beiden einen Investitionsbetrag von hunderttausend Euro errechnet – für Personal und Marketing. Sie sind auf der Suche nach Geldgebern. »Als Gegenleistung setzen wir die Partys mit ihren Namen deutschlandweit um. Der Einsatz für eine gute Sache – das tut dem Image jedes Unternehmens gut.«

In der Region konnten sich die beiden Gewinner des Gründer-Slam, im Oktober gemeinsam von IT-Region 38 und IHK Braunschweig erfolgreich veranstaltet, von Anfang an der Unterstützung wichtiger Partner gewiss sein. Die Öffentliche Versicherung, die Braunschweigische Landessparkasse und New Yorker haben die Idee für gut befunden und gefördert. Auch Promis sind überzeugt: Die Popsängerin Nena hat zugesagt, für einen



Promotionspot auf der Monkey-Age-Webseite vor die Kamera zu treten. Im Institut für Entrepreneurship in Wolfenbüttel, dem Gründerzentrum von TU Braunschweig und Ostfalia, können die zwei ihre Expansionspläne vorantreiben. Vom Gründungscoach über den Juristen bis zum BWLer: »Im Institut steckt viel Know-how drin«, sagt der 24-Jährige Simon Motz, »ich kann jedem Gründer nur empfehlen, sich erfolgreich zu vernetzen. Das hilft einem sehr.«

Berausende Partys ganz ohne Rausch in deutschen Clubs zu etablieren – das soll lediglich der erste Schritt sein. Die Gründer wollen aus Monkey Age eine Marke machen, die laut Motz »für jung, modern und offen für Neues steht.« Ein Monkey-Age-Theater? Alles sei

möglich. »Wir wollen Jugendlichen Dinge ermöglichen, die sie sonst nicht erleben könnten.«

boy

Strang  
(58 x 62 mm)  
rechte Seite,  
1. Hefthälfte