

THE BOSSHOSS

„Boss und Hoss sind
Alec und Sascha.

Genauso wie umgekehrt.“

The BossHoss haben ihn geschafft: Den Spagat zwischen ehrlicher, handgemachter Musik und medialer Präsenz. Zwischen Klischee und Authentizität. Seit Jahren kultivieren sie ihr Image als Urban Cowboys und leben ihre Liebe zu schnellen Autos und Motorrädern. Was auf den ersten Blick wirken mag wie eine reine Marketinghülle ist tatsächlich gelebte Leidenschaft für diesen Lifestyle und natürlich die Musik. Wir haben die Frontmänner Alec Völkel und Sascha Vollmer alias Boss und Hoss zu ihrem neuen Album „Black is Beautiful“, ihrer Einstellung zu Social Media und dem Selbstverständnis als Band befragt.

STIL.IST Ihr habt gerade euer neues Album „Black is Beautiful“ veröffentlicht, das meiner Meinung nach wieder die typische The BossHoss-Handschrift trägt: Die Authentizität von Genres wie Swamp und Country, gleichzeitig, dank extremer Ohrwurm-Dichte und poppiger Einschläge, aber auch kommerziell verwertbar. Denkt ihr beim Konzept, Songwriting und Recording auch immer schon bewusst an die Vermarktung?

Sascha: Bewusst nicht. Wir machen uns natürlich viele Gedanken über den Albuminhalt, schon vom ersten Song und den ersten Ideen an und dann kuckt man schon, dass man den Pfad, den man vorher eingeschlagen hat, auch irgendwie weitergeht. Über die Jahre hat sich da eine Stilistik entwickelt, die sowohl die Roots aufgreift als auch die moderne Zeit, in der wir leben, nicht unberücksichtigt lässt. Also authentische, rootige Sachen kombiniert mit modernen Dingen, die sehr wohl auch zum Beispiel im Radio funktionieren können. Da suchen wir schon immer ein bis drei Songs, die in die Richtung gehen können, aber das entwickelt sich von alleine.

STIL.IST Mein persönlicher Favorit auf dem Album ist „Little Help“. In dem Song thematisiert ihr Social Media und den Narzissmus sowie die Sehnsucht nach Ruhm, die online gelebt wird. Eine Zeile lautet zum Beispiel „Wanna get the fame of a VIP and your paying the price, but it's just fame in a frame till your batterie dies“. Glaubt ihr, dass die Sozialen Medien mehr Fluch oder Segen sind, und wie nutzt ihr sie privat?

Alec: Erst mal vielen Dank, wir finden den Song auch super!

Weder noch. Es geht natürlich immer um die Balance! Nichts gegen Social Media, es ist ja nicht so, dass wir das nicht auch nutzen würden – als Band sowieso, um unsere Fans zu erreichen. Es ist aber oft auch einfach spürbar, dass viele sich da einfach verlieren und zu sehr die Bestätigung und Klicks und Likes suchen und dabei vergessen, dass es am Ende doch nur eine virtuelle Freundschaft ist oder eine virtuelle Bestätigung, die vor allem unglaublich kurzlebig ist und wenig Nachhaltigkeit und Tiefe und vor allem keine persönliche Substanz hat, oder?

Sascha: Genau. Also es ist schon ein Thema, das uns beschäftigt und auch zu denken gibt. Inwieweit sich das positiv oder negativ auswirkt, kann man noch nicht richtig abschätzen. Fakt ist, dass sich viele junge Menschen schon im frühen Teenageralter auf dieses virtuelle Medium fokussieren und ihre Welt so ein bisschen vergessen. Vielleicht merkt man das erst so richtig, wenn die 30, 40 sind, was das für ein gesellschaftliches Loch aufreißt. Aber wie Alec sagt: Alles in Maßen. Man muss lernen, damit zu leben. Man darf es auf keinen Fall verneinen, aber man kann hier und da zum Nachdenken anregen und anstupsen, dass jeder sich seine Meinung bildet und dafür ist der Song ganz gut.

Alec: Es birgt auch Suchtpotenzial. Genauso wie es Leute gibt, die am Spielautomaten hängen und süchtig danach sind, kann man halt auch handysüchtig werden. Sagen wir mal so: Das normale Straßenbild ist ja inzwischen, dass jeder stundenlang am Handy klebt und Teenager >

noch mehr. Da muss man dann schon einen Denkanstoß geben und sagen: Leute, vergesst nicht, dass es außerhalb des Bildschirms noch eine Welt gibt!

STIL.IST *Ihr habt schon immer mit Klischees gespielt und euch nicht zu ernst genommen. Obwohl sich die Musikszene in den letzten Jahren verändert hat, funktioniert diese Linie noch. Wahrscheinlich ist eines der Geheimnisse, dass ihr relativ autark arbeitet und nicht von einem Label oder Manager in eine andere Schublade gepresst werdet, oder was denkt ihr?*

Alec: Weiß ich gar nicht, ob es damit was zu tun hat. In erster Linie hat es glaube ich damit zu tun, dass wir genau wissen, was wir wollen, wer wir sind, wie wir klingen und wie wir als Band wahrgenommen werden wollen. Klar haben wir eine Nische gefunden, die nur wir besetzen. Wir sind relativ unique.

Sascha: Das ist manchmal Fluch und Segen gleichermaßen. Auf der einen Seite haben wir ein großes Alleinstellungsmerkmal, was sehr positiv ist. Auf der anderen Seite haben wir viele Jahre darum gekämpft, in irgendein Formatradio hineinzupassen. Dabei ist es eigentlich positiv, wenn man da nicht hineinpasst. Aber am Ende läuft man eben nicht im Radio und erreicht die Leute nicht mit dem, was man so macht an Kunst. Das ist manchmal ein bisschen frustrierend. Aber da haben wir uns auch in den letzten fast 15 Jahren ganz gut durchgesetzt und es ist auch nicht schlimm, wenn man nicht auf jeder Hochzeit tanzt und stattfindet mit seiner Musik. Zu unserem Klischee: Wir haben natürlich das Monster kreiert. Das ist aber nicht irgendwie am Reißbrett entstanden. Die Urban Cowboys, mit allem was dazugehört, der Lifestyle um BossHoss über die Rootsmusik hinaus bis hin zu Motorrädern, Muscle Cars und diese ganze Welt, die wir uns geschaffen

haben. Das spielt auf jeden Fall eine große Rolle für unser Gesamtkunstwerk The BossHoss würde ich sagen. Dass wir uns nicht zu ernst nehmen stimmt, beziehungsweise was wir machen, unsere Musik nehmen wir schon sehr, sehr ernst. Aber man kann auch mal über sich lachen und ein Augenzwinkern auf der Bühne verlieren. Das gehört einfach dazu.

STIL.IST *Ihr kommt aus Berlin, habt aber ganz offensichtlich eine Leidenschaft für den US-amerikanischen Lifestyle mit heißen Schlitten, Harley Davidson und natürlich der Country-Szene. Dabei spielen natürlich Themen wie Freiheit, Ursprünglichkeit und Authentizität eine Rolle. Wie viel davon ist Bandimage und wie viel Privatperson?*

Alec: Kann man ganz simpel abkürzen: Boss und Hoss sind Alec und Sascha. Genauso wie umgekehrt. Das ist alles ziemlich authentisch. Also natürlich pimpen wir alles ein bisschen auf, da Klischees natürlich auch dafür geeignet sind, um das Profil zu stärken. Aber wir stehen da tatsächlich drauf. Das ist jetzt nichts, was wir uns ausgesucht haben nach dem Motto: "Das kann man gut da reinpressen, das kommt an!", sondern das ist wirklich unser Ding. Wir mögen das, wir zelebrieren das auch gerne und es gehört irgendwie zu uns. Das ist schon sehr authentisch.

Sascha: Wir fahren auch privat Harley und heiße Schlitten!

STIL.IST *In eurem Video zu „She“ kurvt eine heiße Lady (Anmerkung: Larissa Kerner, Tochter von Sängerin Nena) im Schlitten durch die Wüste.*

Sascha: Das ist nicht nur ein Schlitten, das ist ne Corvette, Baby!

STIL.IST *Sie hat bereits in dem ersten Video zu „AYO“ mitgespielt. Kippen, Dollars, Lederjacken und eine Szenerie*

wie aus dem Tarantino-Bilderbuch. Wer ist der kreative Kopf hinter euren Videos und wie kamt ihr auf die Idee zu einem Zweiteiler?

Alec: Das machen wir gemeinsam. Also wir machen eh – wie auch musikalisch – alles aus einer Hand. Das heißt, wir setzen uns hin und überlegen: Was können wir tun? Wir mögen diese Stilistik, wir mögen auch diese Tarantino-Kiste und denken halt auch immer wieder darüber nach, was man machen kann. Das „AYO“ und „She“ ein Zweiteiler geworden ist, war auch dem geschuldet, dass wir überlegt haben: Wie kann man das verknüpfen, da wir am Anfang auch gar nicht sicher waren, was die erste Single-Auskopplung wird. Also haben wir gedacht: Ok, dann drehen wir am besten für beide Songs die Videos, dann haben wir es später gut verknüpft und haben dann eben auch nachgedacht, eine Story über zwei Songs zu strecken, was ja auch ganz spannend sein kann. Weil man dann vielleicht nach dem ersten gespannt ist und sich fragt wie geht's weiter? Deswegen ist Larissa in beiden drin und wir hatten einfach Bock drauf, das so zu machen.

STIL.IST *Ich persönlich finde ja, es gibt zwei The BossHoss: Die Band vom Album, die man auch aus dem TV und dem Radio kennt und die kommerziell verwertbare Songs präsentiert, und die Liveband The BossHoss. Bei euren Konzerten hat eure Musik meiner Meinung nach einen viel ursprünglicheren, teilweise härteren und rockigeren Charakter als auf den Alben. Ist in den Charts vielleicht kein Platz mehr für richtigen Rock 'n' Roll?*

Alec: Ich kann die Einschätzung nachvollziehen, weil natürliche eine Radio-Single wesentlich cleaner ist als ein Live-Konzert wo es 2,5 Stunden Vollgas nach vorne geht. Da ist schon eine andere Energie am Start, die in eine Radio-Single so nicht passt. Radio-Singles sind in Deutschland auch immer ein bisschen dem Formatradio geschuldet,

das heißt zu viel laute Gitarren, zu viele Soli, ist nicht angesagt. Das will man nicht.

Sascha: Also auf den Alben kümmert uns das jetzt nicht so viel. Wir haben dann immer zwischen 13 und 15 Songs auf dem Album und da sind sowohl poppigere Songs drauf als auch rockigere, aber auch countryeske oder bluesige Songs, Roots-Mucke halt. Das ist eine gute Mischung! Live muss man natürlich auch schauen, dass man eine gewisse Dynamik und Spannung reinbringt in so eine 2,5 h-Show und wir haben ja neun Alben, die sich da dann mischen auf dem Konzert. Da spielen wir auch Sachen vom ersten Album und deswegen ist alles schon ein bisschen rougher und ein bisschen unterschiedlicher wie jetzt auf einem Album. Das liegt in der Natur der Sache und ist auch wichtig für uns. Wir sind dann zehn Leute auf der Bühne und improvisieren auch mal, lassen mal was laufen, was nicht irgendwie geplant war und deswegen ist uns das wichtig, diesen Live-Faktor Rock'n'Roll nicht zu sehr durch eine beispielsweise vorher ausgedachte Timecode Produktion einzuschränken. Da haben wir keinen Bock drauf und deswegen stimmt das schon: Viele sagen „live gefällt mir besser als auf Platte“ und das ist doch super, wenn man sich live ein bisschen abhebt von dem, was man auf Platte macht. • JESSICA WITTMANN-NAUN Fotos: PHILIP SCHOLL



THE BOSSHOSS
BLACK IS BEAUTIFUL



Unter den Linden 23
72076 Reutlingen
www.franzk.net

Programm - Highlights von März bis Juli



- Mi 13.03. 20:00 Say Yes Dog* Indi(e)stinction Festival + connect.le.V.
- Fr 15.03. 20:00 Patrick Salmen Satire, Kabarett, Comedy
- Mi 20.03. 20:00 Irish Heartbeat Celebrate St. Patrick's Day
- Do 21.03. 20:00 Jesper Munk SoulJazzBluesRock
- Fr 22.03. 20:00 Rainer von Vielen* BastardPop // AkustikShow
- Do 28.03. 20:00 Rüdiger Baldauf's Trumpet Night Jazz
- Fr 29.03. 20:00 Urban Priol Politisches Kabarett
- Fr 05.04. 20:00 Sebastian Lehmann Elternzeit
- Do 11.04. 20:00 Habib Koité & Bamada (ML) AfroWorldPop
- Do 18.04. 20:00 Tap'n'Bass SteppTanz
- Do 25.04. 20:00 Akkordeonale* Internationales Akkordeon Festival



- Sa 27.04. 20:00 Worst of Chefkoch Lese-Koch-Show
- Sa 27.04. 20:00 Guido Goh, special guest: Sümeyra Stahl* Voices of Germany live // SingerSongwriter
- Fr 03.05. 20:00 Luksan Wunder | WunderTütenFabrik Bühnenshow
- So 05.05. 20:00 SELIG* Rock
- Sa 18.05. 20:00 Andreas Kümmert Duo* SingerSongwriter
- Mo 27.05. 20:30 España Circo Este (IT/ARG) Weltmusik
- So 02.06. 20:00 Motorpsycho IndieRock
- Sa 08.06. 20:30 Erika Stucky plays Hendrix
- Fr 26.07. - So 28.07 Inter:Komm! Das vierte interkulturelle OpenAir in Reutlingen

