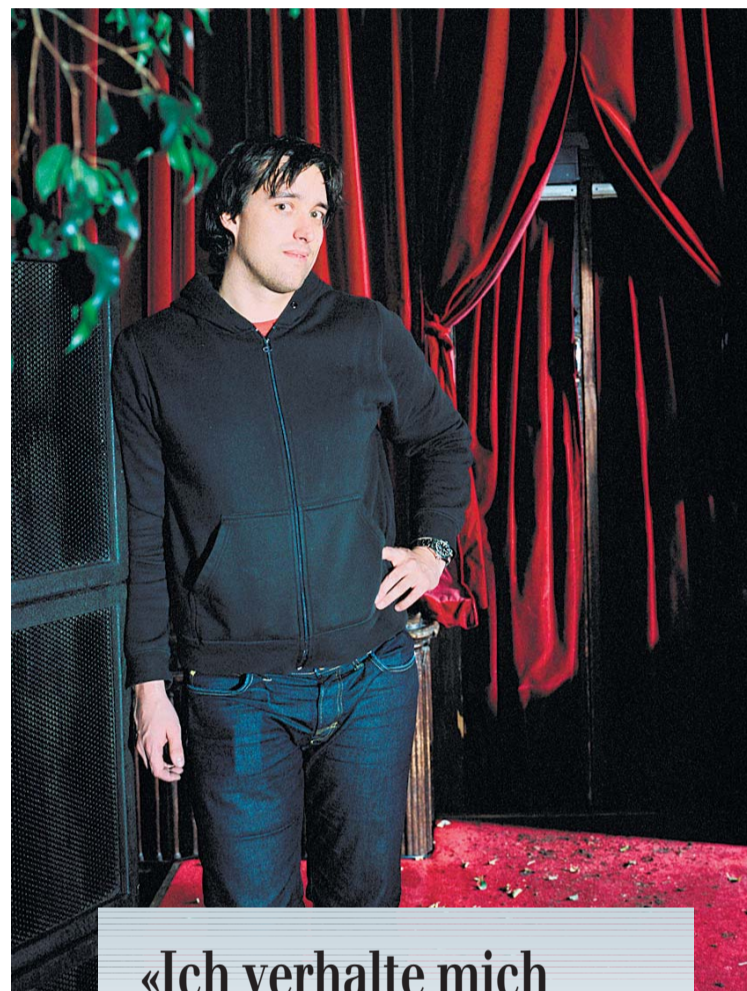


THE CLUB

«Wer heutzutage langfristig Erfolg haben will, muss diversifizieren. Wir bieten auch Lesungen und Jazzkonzerte an.»

Michael Achermann Casineum, Luzern



«Ich verhalte mich immer antizyklisch. Wenn alle in eine Richtung rennen, renne ich in die andere.»

Mark Röhlin Kaufleuten, Zürich

Von der Ausnahme, Gewinn zu machen

Wie es drei Klubbesitzer schaffen, im defizitären Schweizer Nachtleben stetig schwarze Zahlen zu schreiben.

In der Schweiz gibt es zu viele, zu grosse, zu ideenlos geführte Tanzlokale. Kein Wunder, macht die Mehrheit Verlust. Zu diesem Schluss kommen drei Klubbesitzer, die sich von der Masse abheben.

VON LUKAS HADORN (TEXT) UND STEPHAN RAPPO (FOTOS)

Den Begriff «Festtage» kann man unterschiedlich interpretieren. Assoziieren die einen das Wort mit festlich gedeckten Familientafeln und Festtagsmenüs, denken andere, vornehmlich jüngere Zeitgenossen eher ans Festfeiern. Über Weihnachten und Neujahr herrscht im Schweizer Nachtleben Hochstimmung. Die Festtage stehen nicht nur für Fondue chinoise und Kerzenschein, sondern auch für Discokugeln und wummernde Bässe.

Grund genug, die Schweizer Klubszene unter die Lupe zu nehmen. Was dem Betrachter an diesem Wirtschaftszweig primär auffällt, ist die mangelnde Kontinuität. Klubs und Discos wechseln scheinbar ständig Namen, Design und Besitzer; wo gestern die über 30-Jährigen zu Acht-

zigerjahre-Musik abtanzen, dröhnt plötzlich Hip-Hop für pickelgesichtige Teenager.

CASH wollte von den Betreibern dreier Klubs in der Deutschschweiz wissen, woran die Branche krankt, und was sie anders machen als die anderen. Die Interviewten gelten allesamt als Ausnahmen, die die Regel bestätigen: Sie führen Lokale, die regelmässig gut gefüllt sind und schwarze Zahlen schreiben.

► Du Théâtre, Bern

Für Remo Neuhaus, Teilhaber der Lorenzini AG, die in Bern das italienische Ristorante Lorenzini und den Klub Du Théâtre besitzt, ist klar, was in der Partyszene Schweiz schiefläuft: «Die meisten Klubbesitzer haben keine Ahnung vom Geschäft. Sie haben keine Ideen und kein Konzept. Kein Wunder, dass sie auch keinen Erfolg haben.»

Der 37-Jährige weiss, wovon er spricht. Er hat die Hotelfachschule in Thun und das Unternehmerseminar des Hotelierversions absolviert und amtierte schon als Direktor des Vier-Sterne-Hotels Sternen in Muri BE. Die Lorenzini AG hat er im ersten Jahr nach Amtsantritt in die Gewinnzone geführt. «Ich habe die

Mitarbeiter- und die Warenkosten in den Griff gekriegt», sagt er. «Im Jahr 2000, als ich einstieg, machten diese Posten 85 Prozent des Umsatzes aus. Heute sind es noch 66 Prozent.» Der Umsatz stieg gleichzeitig von 6,2 auf 7 Millionen Franken. Neuhaus hat die Synergien genutzt, die sich ihm

als Besitzer einer Bar, eines Restaurants und eines Klubs boten. Den Wareneinkauf und die Mitarbeiterverwaltung hat er zentralisiert, dazu hat er ein bereichsübergreifendes Konzept eingeführt. «Wer bei uns im Restaurant isst, kriegt die 20 Franken Eintritt fürs «Du Théâtre» geschenkt. Damit stärken wir die Gastronomie und sprechen gleichzeitig die Zielgruppe an, die wir in unserem Klub haben wollen.»

Zielgruppe ist bei Neuhaus keine Worthülse, sondern eine klar definierte Kategorie: Wer zwischen 28 und 35 Jahre alt ist, soll sich im «Düdü» immer willkommen fühlen, ob nun Star-DJ Richard Dorfmeister Platten auflegt oder Alex, der Skihüttenkönig, zur «Zibelemärit-Party» lädt. «Wir zielen bewusst auf die etwas ältere Kundschaft ab», so Neuhaus. «Die noch jüngeren Kunden sind sehr untreu.»

Um genau die Leute im Klub zu haben, die er will, setzt Neuhaus auf zwei bewährte Mittel in der Partyszene: Eine rigorose Personenkontrolle am Eingang und den direkten Kontakt mit den Stammkunden via VIP-Angebot. «Wir haben über 1000 Klubmitglieder», erklärt Neuhaus. Mit abgesperrten VIP-Bereichen (für eine Flasche Wodka à 150 Fran-

ken gibts ein Tischchen) und anderen Privilegien wie Plätzen auf der Gästeliste wird die gewünschte Kundschaft in den Klub gelockt. Bei den 800 «Silber-Members» des «Du Théâtre» handelt es sich ausschliesslich um Frauen. Ein Kalkül, das keiner weiteren Erklärung bedarf.

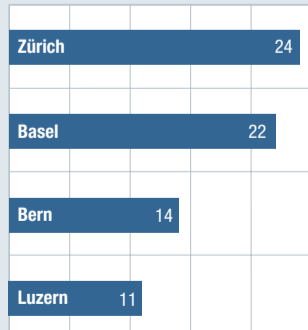
► Casineum, Luzern

Auch für Michael Achermann, 27, Teilhaber der Event-Agentur First Soirée, die in Luzern den Klub Casineum führt, ist die intensive Auseinandersetzung mit der Zielgruppe das A und O des Geschäfts. «Das Partyvolk hat sich in den letzten Jahren stark verändert», so Achermann. «Die Klubgänger werden immer älter, dazu kommt ein Überangebot an teilweise völlig überdimensionierten Lokalen, gerade in Städten wie Basel oder Luzern.»

Die Folge: Die Auswahl ist zu gross, die Ansprüche der Kunden steigen. «Wer heutzutage langfristig Erfolg haben will, muss diversifizieren», ist Achermann überzeugt. Er bietet im «Casineum», das in der Regel jüngere Kundschaft beheimatet, die zu House- und Hip-Hop-Sound abtanzt, auch Lesungen und Jazzkonzerte an. So erreicht er neue

ÜBERANGEBOT

Anzahl Klubs* in ausgewählten Deutschschweizer Städten



*Nur bei Tilllate eingetragene Klubs mit Mindestgrösse im Stadtgebiet

In der Schweiz gibt es zu viele Klubs: Mit der Qual der Wahl steigen die Ansprüche der Nachtschwärmer.

CASH Quelle: Schätzung tilllate.com