

STIMMEN SIE AB

www.cash.ch/umfrage

Während der Festtage herrscht im Schweizer **Nachtleben** Hochzeit. **Haben auch Sie in den letzten Tagen das Tanzbein geschwungen?**

Die Ergebnisse der Umfrage lesen Sie in der nächsten CASH-Ausgabe.

Zielgruppen und tut etwas fürs Image des Lokals. «Als Klub, der nur Partyformate anbietet, ist man kaum im Gespräch. Es sei denn, es passiert etwas Negatives.»

Grundsätzlich gebe es zwei Arten, einen Club zu führen, erklärt Achermann. Entweder sei man darauf aus, schnell viel Geld zu verdienen, oder man versuche, seinen Betrieb langfristig zu einer Institution aufzubauen, im Stile eines «Kaufleuten». «Wir sind an Letzterem interessiert. Darum verzichten wir lieber auf schnelle Trends und teure DJs. Die Leute sollen zu uns kommen, weil sie den Klub mögen und stets dasselbe Qualitätsniveau erwarten dürfen.»

► Kaufleuten, Zürich

Den Status einer Institution des Schweizer Nachtlebens hat das «Kaufleuten» in Zürich längst erreicht. Das Erfolgsrezept von Mark Röthlin, Kollektivgesellschafter und als Abteilungsleiter für den Klubbetrieb verantwortlich, ist gleichermassen simpel wie komplex: «Ich verhalte

mich stets antizyklisch», so Röthlin. «Wenn alle in die eine Richtung rennen, renne ich in die andere.» Ein klares Konzept hat er nicht, es scheint vielmehr ein untrüglicher Instinkt für Trends zu sein, der den 32-Jährigen antreibt; ein richtiger Riecher quasi.

Das Argument, sein Geschäft laufe von alleine, lässt er trotzdem nicht gelten. «Die Leute denken immer, wir würden ohne Aufwand unglaublich viel Kohle machen. Dabei bleiben uns vom Barumsatz maximal 5 bis 7 Prozent pro Abend. Und für eine anständige Party, bei der etwas geboten wird, gibt man im Vorfeld schnell bis zu 10000 Franken aus, nur für das Konzept, das Marketing und die Deko. Die muss ich irgendwie wieder reinholen.»

Auch Röthlin sieht in der Schweiz zu viele Amateure am Werk. «Läuft es der Wirtschaft gut, kommen sofort ein paar Banker mit ihren Boni und wollen einen Klub eröffnen. Die denken, es brauche nichts weiter als einen Türsteher, eine Bardame und einen DJ. Dabei steckt so viel kreative und handfeste Arbeit in so einem Betrieb.»

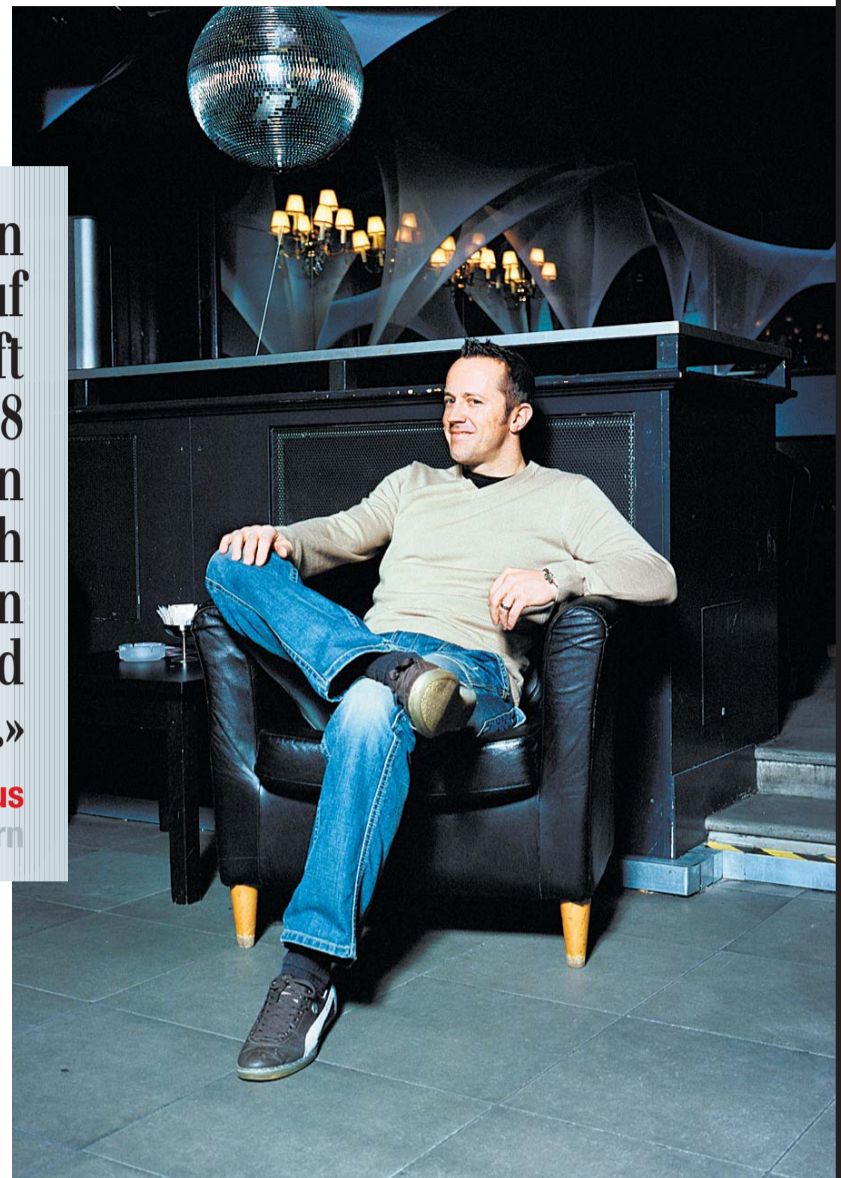
«Den Schweizer Klubbetreibern fehlt es an Ideen und an Mut», sagt Röthlin. Dann überlegt er kurz und fügt an: «Vielleicht sind sie aber auch ganz einfach zu faul.»

PARTYSZENE Blick hinter die Kulissen einer Mega-Party in Freiburg.

CASH
Sonntag, 22.10 Uhr, SF 2

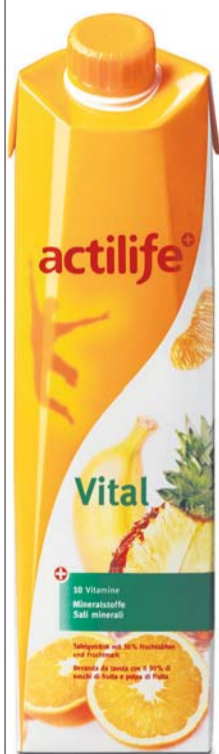
«Wir zielen bewusst auf die Kundschaft zwischen 28 und 35 Jahren ab. Die noch jüngeren Kunden sind sehr untreu.»

Remo Neuhaus
Du Théâtre, Bern



ANZEIGE

MBB www.migros.ch



Die Actilife-Produkte geben Ihrem Körper, was ihm nebst gesunder Ernährung und viel Bewegung gut tut. Für Ihr tägliches Plus an Energie, Gesundheit, Entspannung und Wohlbefinden. **Damit Sie den Alltag besser meistern.**

MIGROS