



TESTDOKUMENT

ZÜRITIPP

Clubsszene

9/12 — 15.12.2010

Auch bei den Zulieferern ist es nicht anders: Adrien Weber beispielsweise, Inhaber des Turbinenbräu, bekommt immer wieder Anfragen von Personen, die einen Gastronomiebetrieb eröffnen möchten und ihn um ein Darlehen bitten. Als Gegenleistung werden sie Abnehmer seiner Biere. «Für uns als Kleinbrauerei ist es sehr schwer, neben den grossen Brauereien wie Feldschlösschen Fuss zu fassen», sagt Weber. Der Weg mit dem Gegengeschäft bietet eine Möglichkeit, das eigene Bier wenigstens im Offenausgang unter die Leute bringen zu können. «Am Schluss profitieren beide», sagt Weber.

«LOYALITÄT IST WICHTIG»

Auch Fabian Gruber stört sich keineswegs daran, dass im Partybusiness viele miteinander verstrickt sind. «Das Niveau wird höher, wenn verschiedene Meinungen einfließen», meint der 32-Jährige, der vor Jahresfrist mit dem Club Jade einen neuen Anziehungspunkt im Kreis 1 geschaffen hat und mit Partnern auch am Club Amber beteiligt ist. Und er verspricht: «Wir werden weitere Lokale aufziehen.» Dies, obwohl auch er glaubt, dass in letzter Zeit zu viele neue Clubs in Zürich entstanden sind. «Nicht alle werden überleben.»

Gut im Geschäft ist auch Alex Ruf, vor allem dank seiner Partylabels wie HandzhUp oder Costa del Soul im Kaufleuten. Der 30-Jährige ist zudem Teil der Adirato, Ruf & Schmid GmbH, welche an der Alten Börse beteiligt ist, und Partner des Clubs Härtere. Ruf sagt: «Partylabels haben an Bedeutung gewonnen, aber wichtiger als der Club selbst sind sie nicht.» Gegenüber den DJs, die an seinen Partys spielen, vertritt er eine klare Linie: «Wir arbeiten sehr eng mit den DJs zusammen. Das ist schon fast eine Familie.» Daher sei es für ihn klar, dass sie nicht überall spielen

dürften. «Sie sind das Gesicht einer Party, und wenn sie an zu vielen Orten spielen, verwässert dieses Bild», sagt Ruf. «Loyalität ist wichtig für mich», fügt er an und ergänzt: «Partyveranstalter und Clubs möchten mit DJs eine Community anziehen und buhlen deshalb um sie. Wir profitieren von der Musik und der Community, der DJ hat im Gegenzug ein sicheres Einkommen und wird bekannt.» Das Partybusiness funktioniert aber nicht nach dem Corleone-Prinzip: «DJs, Partyveranstalter, Clubbesitzer – alle kennen sich, und einige verbindet auch Freundschaft.» Aber nicht immer sind Freundschaft und Geschäft einfach zu trennen. Ruf spricht von einer Gratwanderung. Und was ist sein Erfolgsrezept für die Alte Börse? «Weil das Programmteam die besten Veranstalter aus den unterschiedlichsten Musikgenres unter einem Dach vereint, können wir verschiedene Communities anzapfen», sagt Ruf. «Das wiederum fördert die Vernetzung.»

Einen anderen Ansatz verfolgt die Jetzt GmbH, die den Club Zukunft und die Bar 3000 an der Dinerstrasse betreibt und auch an den Clubs Exil und Cabaret im Kreis 5 beteiligt ist. Seinen Jungs und ihm gehe es in erster Linie um die Musik «und nicht um das ganze Drumherum», betont Teilhaber Markus Ott am Telefon. «Wir haben die Clubs aufgebaut, damit wir ein breites Musikprogramm anbieten können. Insofern sind unsere Lokale einfach eine Plattform für Musiker und Künstler, die uns selbst gut gefallen.»

«VERNETZUNGEN SIND BEFRUCHTEND»

Erfreut über die neue Generation von Machern im Zürcher Ausgangswesen ist Jürg Keller, Vizepräsident der Zürcher Liegenschaftsverwaltung.

Die sogenannten Szenegastronomen hätten sehr wohl Anteil an der Weiterentwicklung der Stadt in den letzten Jahren: «Die enorme Vielfalt von heute haben wir auch ihnen zu verdanken.» Zwei Lokale, welche die Stadt in letzter Zeit ausgeschrieben hat, waren die Rio-Bar und das Café Mohrenkopf im Niederdorf. Beide werden unter anderem von Tom Maurer und Mischa Dieterich von der Miteinander GmbH betrieben – nicht ohne Grund: «Sie haben ein durchdachtes Konzept eingereicht», sagt Sofia Sourvinos, Teamleiterin der Gruppe, die sich um die Vergabe von städtischen Lokalen kümmert. Wichtig sei der Stadt, dass das Konzept in die Umgebung des Lokals passe und eben auch ein wirtschaftlicher Betrieb garantiert werden könne.

Dass etwa immer die gleichen Gastronomen den Zuschlag für ein Lokal erhalten, verneint Keller: «Wenn sie die Mieterstruktur der rund 80 Restaurants, Bars, Take-aways und Kioske der Stadt betrachten, sind diese sehr vielfältig.» Es sei aber durchaus so, dass die Stadt grossen Wert auf die Erfahrung der Bewerber lege. «Es ist wie bei einer normalen Bewerbung für eine Stelle. Mit Erfahrung kann man punkten», sagt Sourvinos. Jede Bewerbung werde aber individuell betrachtet und geprüft, ob sie zu den Kriterien der Stadt, dem Standort und der Ausrichtung passt. «Wir schauen natürlich auch immer, wer hinter der Bewerbung steckt», sagt Keller. Es existiere aber keine Regelung, dass ein Gastronom nur alle fünf Jahre ein Lokal der Stadt bekomme, «entscheidend ist das Konzept», sagt Keller. Ausgeschlossen oder bevorzugt wird niemand, auch wenn er schon einige Lokale besitzt oder seine Finger in mehreren Gastrobetrieben hat. «Wir finden Vernetzungen befruchtend und lehnen sie auf keinen Fall ab.»