



Hier trifft sich die Partyszene zu legendären Events: Der «Platinum Club» in Genf zieht eine internationale Klientel an. Exklusives Design und Topacts sind Programm.

Bilder zvg

Clubs & Partys: ein Magnet für Touristen

Gute Clubs, schöne Lounges und die Streetparade sind Touristenmagnete. Die Schweiz ist Global-Party-Player und setzt Trends in Sachen Nachtleben.

SIMONE LEITNER

Was international Future macht, liegt auch in der Schweiz im Trend: In der Club- und Loungelandschaft tut sich zurzeit einiges. Neue Partylabels schiessen wie Pilze aus dem Boden und nie zuvor spielten so viele internationale Topacts an heimischen Partys. Clubs und Lounges sind zu Marketingfaktoren einer Stadt geworden. Obwohl es schon immer nennenswerte Clubs in Zürich gegeben hat, ist die Partyszene heute grösser und bekannter geworden. Nicht zuletzt trägt die Streetparade einen wichtigen Teil zum zeitgemässen Party-Image der Schweiz bei. René Götz, Geschäftsführer des renommierten «Club Q» in Zürich, ist überzeugt, dass eine lebendige Clubszene für eine Stadt touristisch sehr wichtig sei. In Berlin sind Szenetouristen mittlerweile ein Bestandteil des Partylebens. «Berlin ist eine der grossen Partydestinationen und für ein ausschweifendes Nachtleben international berühmt», betont Christian Tänzler, Media Relations Manager von Berlin Tourismus Marketing.

Die Clubbing-Fangemeinde wächst auch in den Schweizer Städten

In den Schweizer Städten sind es vor allem die Wochenenden, an denen die Clubs gut besucht sind. Der Werktagsraver ist eher selten. Clubs wie das legendäre Berliner Cookies, der ausschliesslich am Dienstag und Donnerstag geöffnet hat und sich seit über einem Jahrzehnt er-



Magnet in Lausanne: «Red Club» im Hotel Lausanne Palace & Spa.

folgreich dem Party-Wochenende vorzuziehen, ist der internationalen Partymetropole vorbehalten. In Zürich, Basel, Bern oder Genf sind die Gäste erst am Wochenende in Partylaune. «Sogar das Publikum am Donnerstag ist anders als dasjenige am Wochenende», hält Philippe Haussener von den Clubs Indo-

chine und Tao's in Zürich fest. Donnerstags wird der Club demokratisiert und die Türen werden für ein breiteres Publikum geöffnet. DJ Momory beobachtet die Partyszene schon viele Jahre. «Die Schweizer Clubszene ist international bekannt und lockt viele ausländische Partygänger zu uns.»



Der «Club Indochine» in Zürich besticht durch seine stilichere orientalische Einrichtung.



Trendige Lounges sind beliebte Magnete für Städtetouristen.

Frischen Wind in die internationale Clubbing-Szene brachten auch die Low-Cost-Airlines. «Auf jeden Fall sind diese billigen Flugreisen ein grosses Plus für den Städte- und Partytourismus», sagt Clubmanager René Götz. Ganz im Sinn von Frank Bumann, Direktor Zürich Tourismus: «So werden Wochenendtrips zur beliebten und spontanen Aktion junger Gäste.»

Hotels setzen auf Events und sprechen die Partyszene an

Auch in der Hotellerie haben Clubs und Events einen immer grösseren Stellenwert. Sei es nun ein exklusiver Memberclub wie der «Red Club» im Hotel Lausanne Palace & Spa oder Partys wie im Hotel

Schatzalp ob Davos: «Hotels profilieren sich immer mehr im Eventbereich», erklärt Nicoletta Müller, Direktorin des neu gekürnten «Historischen Hotels des Jahres» Schatzalp. Am langen Pfingstweekend pilgert die Schweizer Independent-Party-Szene regelmässig auf den Berg und feiert während drei Tagen. «Viele der Partygäste kommen später wieder und verbringen ein gemütliches Wochenende im Kreise der Familie.» Nicoletta Müller hat keine Berührungsängste mit den ausgelassenen Gästen. «Im Gegenteil, ich finde es toll, wie diese Zielgruppe das Hotel schätzt und respektiert.»

www.club-indochine.ch
www.club-q.ch

Das Schweizer Nachtleben und seine Locations sind international für hohe Qualität bekannt

Wie belebt ist die Schweizer Clubszene im internationalen Vergleich?

Unsere Club- und Loungeszene ist sehr angesehen und bewegt sich international in der Topliga. Wir sind im In- und Ausland für hohe Qualität, spannende Künstler (DJ) und extravagantes Design bekannt. Gute Clubs, Events und Lounges sind ein Magnet für Geschäftsreisende und Freizeittouristen. Und ich erinnere an die Streetparade – an diesem Wochenende sind die Zürcher Hotels in allen Kategorien ausgebucht.

Kann eine Stadt mit Clubs werben?

Mit bekannten Clubs und Lounges wurde schon immer geworben. Heute ist das Zielpublikum aber grösser geworden und es braucht Labels zur Orientierung. Mit der Zertifizierung «The

World's Finest Clubs» haben wir ein internationales Gütesiegel geschaffen, welches Partygängern in jeder bekannten Stadt exklusive Clubs auflistet.

Patrick Liotard-Vogt ist internationaler Unternehmer und CEO von «The World's Finest Clubs».



Silvia Pfenniger

Gibt es viele Reisende, die ihren Städteausflug anhand eines Club- und Eventführers planen?

In den Städten ist das Nachtleben immer ein ausschlaggebendes Thema. Dies ist zwar nicht neu, wird aber immer wichtiger. Eine attraktive Stadt zeichnet sich durch einen frischen Mix an Ausgangelokationen aus. Es sollte idealerweise vom Independent Club bis hin zum glamourösen Partytempel alles vertreten sein.

Wo, glauben Sie, werden Trends gesetzt – in den Undergroundclubs oder im gehobenen Segment?

Ich denke, dass in beiden Extremen Trends gesetzt und verfolgt werden. Heute sind die

Szenen oft übergreifend und das macht die Branche so spannend. Wichtig ist, dass die Clubs ein authentisches Konzept haben. Wenn die Gäste inspiriert sind, entstehen auch Trends und Synergien.

Sind VIP-Bereiche in Clubs wichtig oder eher eine verstaubte Einrichtung?

Das ist sehr unterschiedlich. Grundsätzlich möchten alle Besucher am Puls der Party sein. Also weder hinter Glas noch in anderen abgetrennten Räumen. Das Motto lautet: mittendrin. Dennoch machen VIP-Bereiche Sinn, wenn es autarken Rückzugsmöglichkeiten sind. Das ist im Club Indochine in Zürich äusserst gut gelöst.

www.finestclubs.com