

BDT zur Lage der Club- u. Discothekenbranche 2018

Disco hat Zukunft!

Club- und Discothekenbesuch nach wie vor die beliebteste Freizeitbeschäftigung am Wochenende!

Berlin, 31.01.2018: „Es wird auch in Zukunft eine Vielzahl attraktiver Clubs und Discotheken geben! Die Besuchernachfrage ist nach wie vor sehr groß!“, erklärt BDT-Präsident Hans-Bernd Pikkemaat.

Aktuelle Lage

Die Kernzielgruppe der 18- bis 25-jährigen Gäste bildet mit gut 6,5 Millionen Personen nach wie vor ein riesiges Potenzial für die Clubs und Discotheken in Deutschland. Insgesamt gehen circa eine Million Gäste jedes Wochenende in Deutschlands Clubs und Discotheken. Im Vergleich: bei den Spielen der Ersten Fußball-Bundesliga verzeichnet man gerade einmal ein Drittel, ca. 350.000 Besucher.

Als ein wesentlicher Teil der Nachtgastronomie und wichtiger Kulturfaktor tragen Clubs und Discotheken maßgeblich zur Attraktivität und Lebensqualität einer Stadt oder Gemeinde bei und sind daher aus deren heutigen Erscheinungsbild nicht mehr wegzudenken. Ein pulsierendes und faszinierendes Nachtleben gehört zum Flair einer Stadt - für die jungen Einwohner wie für viele Besucher.



Aktuelle Herausforderungen

Die Club- und Discothekenbranche befindet sich, wie schon öfter in ihrer fast 60-jährigen Geschichte, im Wandel. Die aktuellen Herausforderungen sind groß: In Folge der demographischen Entwicklung gibt es immer weniger junge Leute. Darüber hinaus drücken immer neue bürokratische Vorgaben, ein veraltetes, starres Arbeitszeitgesetz, steigende Personalkosten oder auch wachsende GEMA- und Energiekosten auf die Stimmung der Discothekenbetreiber. Der BDT kämpft hier für mehr unternehmerische Freiheit und macht sich für eine Reduzierung der Kostenbelastung der Unternehmer stark.

Hinzu kommt das zum Teil veränderte Freizeit- und Konsumverhalten der jungen Generation. Einige junge Leute tendieren eher dazu, zu Hause zu bleiben, sitzen vor dem PC und suchen ihren Partner über Facebook oder andere Plattformen. Auch neue Freizeitangebote erhöhen den Druck auf die Discothekenbranche. Darauf gilt es, Antworten zu finden.

Potenziale erkennen, Chancen nutzen

Das Betreiben einer Discothek ist komplexer und anspruchsvoller geworden und erfordert ein professionelles Management. Mit kreativen Ideen, interessanten Programmen, guter Musik und einer ansprechenden Atmosphäre schaffen es viele Clubbetreiber und Discothekenun-

ternehmer die Gäste weg vom Computer, hinein in ihre Betriebe zu holen und nachhaltig zu begeistern. Fakt ist: Das Gemeinschaftserlebnis Discobesuch ist durch nichts zu ersetzen.

Mit Ü30- oder Ü40-Partys nehmen die Clubs zudem auch verstärkt Ältere in den Fokus. Alle „Ü30-Gäste“ sind potenziell ein riesiger Markt. Vielen Betrieben gelingt es, diese interessante Zielgruppe durch passgenaue Veranstaltungen anzusprechen. Mehr denn je ist jetzt ein klares Profil und konsequente Positionierung am Markt gefordert.

Auch Großdiscotheken sind weiterhin angesagt. Sie vereinen meist mehrere Dancefloors mit unterschiedlichen Musikrichtungen, Cocktailbar, Spaßkneipe, Bistro und Raucherraum unter einem Dach und bieten dem Gast somit ein extrem abwechslungsreiches Programm. Es gibt nach wie vor viele Großdiscotheken, die sehr erfolgreich am Markt aufgestellt sind.

Die Discobranche ist heterogen, individuell und vielfältig. Und so gibt es auch viele Schrauben für den unternehmerischen Erfolg. Dazu gehören ein zeitgemäßer, zum Konzept und zu den Gästen passender Musik-Mix, die richtigen DJ's, die es schaffen, die Stimmung der Gäste aufzugreifen, das richtige Marketing und die richtige Ansprache der definierten Zielgruppe zum Beispiel über passende Online-Communities, unterhaltsame Themenpartys, das richtige Personalmanagement und eine betriebliche Wohlfühl-Atmosphäre, ein professionelles Kostenmanagement, die Optimierung der Betriebsabläufe und vieles mehr.

Fakt ist: Wer gesellschaftliche Trends frühzeitig erkennt und aufgreift, wer sein Konzept an die veränderten Marktgegebenheiten anpasst und sein Angebot entsprechend ausrichtet, wer auf die sich ändernden Gästewünsche eingeht, wer seinen Betrieb professionell führt und am Puls der Zeit ist, sich zum Beispiel auf BDT-Verbandstagungen weiterbildet und die Verbands-Netzwerke nutzt, wird sich auch im harten Wettbewerb behaupten können.

Wer hingegen Trends verschläft, gefährdet innerhalb weniger Monate seine Existenz. Das betrifft kleine wie auch größere Betriebe, egal ob sie „Club“ oder „Discothek“ heißen. Und so sind Betriebsschließungen neben den beschriebenen Entwicklungen und Herausforderungen auch auf ein lokales Überangebot an Clubs, Discotheken und anderen Nachtgastronomiebetrieben oder eben auf nicht passende Betriebskonzepte zurückzuführen.

Viele Schließungen sind daher auch nicht von Dauer, da oftmals ein neuer Betreiber eine neue Discothek oder neuen Club mit innovativer Strategie in denselben Räumlichkeiten wiedereröffnet und sich erfolgreich am Markt positioniert. Dem Trend im gesamten Gastgewerbe folgend geht auch die Zahl der Discotheken leicht zurück. Von einem mancherorts ausgerufenen „allgemeinen Discosterben“ kann indes nicht die Rede sein, sondern eher von einer gesunden Marktberreinigung.

Fazit: Der Club- und Discothekenbesuch ist nach wie vor das beliebteste Freizeitvergnügen vor allem bei den 18- bis 25-Jährigen, allen Social Media Kennenlern-Plattformen zum Trotz. Clubs und Discotheken werden als wichtiger Kulturfaktor auch in Zukunft ihre Gäste im gastronomischen Nachtleben finden.

Über den Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT im DEHOGA):

Der BDT ist der spezielle Berufsverband der Clubbetreiber und Discothekenunternehmer in Deutschland und vertritt die fachspezifischen Interessen der bundesweit ca. 1.700 Betriebe umfassenden Branche. Er fördert den Austausch und die Kommunikation zwischen den Mitgliedern und bietet ein attraktives Fort- und Weiterbildungsprogramm auf seinen Tagungen an. Der BDT bildet die Fachabteilung Discotheken im DEHOGA Bundesverband. www.dehoga-bdt.de

Berlin, 31.01.2018 / RA Stephan Büttner