



Ferris Bühler Communications  
We turn the spotlight on you!

## SADO MAKSUTI

# «10 JAHRE PARTYS MIT ANSPRUCH»

**10 Jahre ist er bereits im Partybusiness tätig. Am 22. November wird er dies gross feiern. «Dance Night» nennt SADO diesen Anlass, für den er 4 Clubs in Zürich-West zum Mitmachen gewinnen konnte (Details Seite 47). 1998 begann alles mit einem Flop.**

Von Markus Tofalo

Seine erste Party liess SADO 1998 in der ALTEN KASERNE Winterthur steigen – er versuchte es zumindest, denn der Anlass flopte wegen starken Schneetreibens. Der damals vollberuflich als Heizungsmonteur tätige SADO MAKSUTI erzählt rückblickend etwas schmunzelnd, wie er damals seinen 13. Monatslohn in den Sand setzte. Schmunzelnd auch deshalb, weil diese Panne schon mit dem zweiten Anlass vergessen war. Schon damals erkannte er den Wert von Partylabels. «Touch the Soul» war sein erstes, «Groovezone» folgte, später ersetzte er den Namen dieser Houseserie durch einen etwas klangvolleren: «Kingshouse». Wie viele Partys er insgesamt schon organisiert hat, kann er nicht sagen. Man rechnet: Mindestens eine pro Monat ergibt – viele eben. Es können aber auch mehrere in einem Monat sein... 2002 war Schluss mit Baustellenarbeit, SADO wurde nun echter Jungunternehmer. Partys zu veranstalten ist für ihn eine Passion. «Es gibt nichts Schöneres, als mit seinem Beruf den Leuten Freude zu bereiten. Allein das ist mir einige Strapazen wert», meint der Chef von fünf ständigen Mitarbeitern.

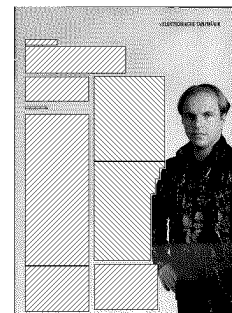
Seit 1998 hat sich viel geändert. Während an seinem ersten Anlass noch zwei Lautsprecher, ein DJ-Pult und etwas Effektlicht genügte, muss heute zehnmals mehr Technik aufgefahren werden. Zudem ist mehr Werbung nötig. Damals reichten noch ein paar Wildplakate und Flyer. Inzwischen ist das Web als Werbemedium nicht mehr wegzudenken. Hat das Web die Werbung erleichtert? SADO: «Für uns Veranstalter nicht.» Trotz höheren Auslagen, der Eintrittspreis bewegt sich immer noch auf

gleichem Niveau wie damals. «Früher konnte man mehr verlangen. Doch die Konkurrenz ist gewachsen. Es gab damals keine Fünf-Flüßer-abende. Heute tummeln sich viele Billigprodukte auf dem Markt.» Für ihn, der seinen Gästen etwas bieten will, sind Line-up, Deco und Clubauswahl wichtig.

Gibt es eigentlich regionale Unterschiede an seinen Anlässen? SADO bejaht: «In Bern kann man mehr französische Künstler bringen. Die Berner lieben grundsätzlich mehr House. In St.Gallen läuft R'n'B besser. Zürich ist undergroundiger, szeniger.» Anpassung an die Wünsche der Gäste sei wichtig, denn, so SADO: «Der Musikstil ändert grundsätzlich alle fünf Jahre.»

Die Frage nach seinem grössten Erfolg beantwortet der Vater einer Tochter mit «Meine Gesundheit.» Und was tut er dafür? – «Eigentlich nichts. Gesund essen im Alltag.» Grosse Erfolge konnte er mit seiner Vorzeigeserie «Kingshouse» verbuchen. Vor einem Jahr hat er sie an MR. PINK verkauft. Nein, sie seien keine Konkurrenten. «Ich helfe ihm immer noch. Wir sind gute Freunde.» Welche seiner beiden Schienen mag er lieber, House oder Hip-hop? SADO: «Ich höre beides, aber auch Griechisches, Türkisches, Trance, Ragga, Pop, mir gefällt alles.»

Das aktuelle Thema unter den Gastronomen ist das Rauchverbot. St.Gallen kennt es seit Oktober, Zürich und Basel werden demnächst folgen. SADO, selber Nichtraucher, findet ein grundsätzliches Verbot keine Lösung. «Die Leute gehen nach draussen.»



Argus Ref 33239124



Ferris Bühler Communications  
We turn the spotlight on you!

Das kann Ruhestörungsklagen geben.» Dass etwas für den Nichtraucherenschutz geschieht, findet er nicht prinzipiell schlecht. «Andere sollen nicht unter dem Rauchen leiden, daher ist die räumliche Trennung bei Neubauten eine gute Lösung.» Handlungsbedarf sieht er vielmehr bei Tiefstpreis- und Flatratepartys. «Diese fördern nur den übertriebenen Alkoholkonsum.» Das gibt nur Probleme – für alle Seiten. Stichwort Probleme. Hatte er auch schon welche an Anlässen? «Grundsätzlich nein, ausser am Silvester. Da passieren solche Sachen.» Können Veranstalter das nicht steuern? «Eigentlich nicht wirklich, nur punktuell durch Einschreiten der Sicherheitsleute.»

SADOs Ziel ist es, langfristig zu überleben, mit den besten Partnern zusammenzuarbeiten. «Fünfüberabende wird es von mir nie geben!» verspricht er. Mittelfristig will er auch in der Romandie und im Ticino Fuss fassen.

**Labels von SADO PRODUCTIONS:** «Starhouse», «Touch the Soul», «Touch me», «Summer End Festival», «Oster Festival», «20 MINUTEN Clubbers Night», «Dance Night»

**Clubs:** CLUB Q, BOLERO, ELEPHANT, BACKSTAGE, THE LOFT, MAD, LIQUID, WANKDORF, OXA, FAME

**Nächste Anlässe:** «Dance Night», 22.11. Zürich, siehe Seite 47; «Touch The Soul», 22.11., Zürich, FAME

**Aktuelle CD-Compilation:** «Starhouse – Red Edition», gemixt von MR. DA-NOS (TBA, ab 21.11.)

[www.starhouse.ch](http://www.starhouse.ch)

