

Sud aus harten Riffs und melodiosen Teilen

Schwyz Son Cesano präsentieren ihr erstes Album: Ein 50-minütiger instrumentaler Sud aus Heavy und Psychedelic Rock. Damit mischen die vier Innerschwyzler die regionale Musikszene mit völlig neuen Klängen auf.

Nadine Annen

Vor drei Jahren haben sich die beiden Kollegen Robin Weissen und Simon Marty Gitarren beziehungsweise eine Ukulele besorgt, sich das Spielen selber beigebracht und zu jammen angefangen. Zu der Runde gesellten sich schon bald Julian Betschart, der sich das Bassspielen beibrachte, und Schlagzeuger Dominic Gwerder – der Einzige der Band, der sein Instrument bereits beherrschte.

Etwa ein Jahr haben die Fans von alternativem Psychedelic Rock einfach für sich ein bisschen gespielt. «Dabei kam relativ viel Material zusammen, welches wir teilweise auch aufgenommen haben», erzählen die drei Muotathaler und der Schwyzler. «Im Herbst 2016 hatten wir ein erstes eigenes Lied fertig», sagen sie, und von da an haben sie angefangen, weitere Lieder zu schreiben. Etwa gleichzeitig bezogen sie ihren eigenen Bandraum im Nebengebäude eines Schwyzler Herrenhauses. In diesem ehemaligen Stall sind mittlerweile innert rund einem dreiviertel Jahr sechs eigene Songs entstanden, aus welchen Son Cesano ihr erstes Album «Submerge» gebastelt haben.

Dieses Album haben sie schliesslich Ende Juni während drei Studiotagen bei Foolpark Recording von DeeZl Imhof in Luzern aufgenommen – «unter der Supervision des einzigartigen Dr. Jones aka Jo-



Simon Marty (von links), Dominic Gwerder, Julian Betschart und Robin Weissen, hier bei einem Openair-Auftritt Mitte Juni im Obdorf, bereichern die Musikvielfalt im Schwyzler Talkessel mit ihrem Heavy-Psychedelic-Sud-Rock.

Bild: Nicolas Annen

nas Marty von Monobuster Records», wie sie lachend hinzufügen. Die sechs Songs des rund 50-minütigen Albums wurden als Livesession aufgenommen. «Dadurch konnten wir die Atmosphäre von Livekonzerten aufs Album packen», erklären die Musiker.

Momentan werden die Lieder gemixt und gemastert, anschliessend werden sie auf CD und Vinyl gepresst. Die Platten-

taufe findet am 1. Dezember im Earl Music Club im Ried statt. Online auf bandcamp.com werden die Songs aber schon in den nächsten Tagen zum Download bereit sein. Diese Tage haben sie zudem auch ein Crowdfunding auf «wemakeit» gestartet, um Unterstützung für die Finanzierung ihres ersten Albums zu bekommen. Als Gegenleistung bieten sie von Tonträgern über Band-T-Shirts bis

hin zu Besuchen im Proberaum und Privatkonzerten alles mögliche an.

Sphärischer, dynamischer Sound mit vielen Wechseln

Son Cesano spielen Sound, wie es ihn in unserer Region noch kaum zu hören gibt. Ihre ausschliesslich instrumentalen Lieder einem Stil zuzuordnen, sei schwierig: «Wir haben unseren eigenen Stil entwi-

ckelt.» Sie nennen ihn Heavy Psychedelic Sud Rock. «Wie bei einem Sud werfen wir alles Mögliche rein und kochen es so lange, bis es fertig ist», erklären sie. Ihre Lieder entstehen durchs gemeinsame Spielen. «Jemand hat eine Idee und spielt etwas, die anderen entwickeln es weiter. Dadurch entstehen auch die vielen Wechsel und verschiedenen Teile.» Das Ergebnis kann sich hören lassen: sphärischer, dynamischer Sound, in welchem sich brachiale Riffs mit melodiosen, teils sogar etwas bluesigen Teilen abwechseln. Der nicht vorhandene Gesang fehlt gar nicht: Stattdessen übernimmt jeweils eine Gitarre den Lead und erzählt oben drüber eine Geschichte.

Mit dem Album hat die Band ihr erstes Ziel erreicht. Das nächste Ziel sei, einerseits die Musikvielfalt im Talkessel zu vergrössern, sich aber auch andererseits ausserhalb des Talkessels einen Namen in der Szene zu machen. Mit bisher sechs Auftritten, unter anderem in Schwyz, Muotathal und Luzern, ist die Band auf einem guten Weg dahin. Auf dem weiteren Weg begleiten wird sie ausserdem Dominik Zraggen. Er wird Schlagzeuger Dominic Gwerder während dessen Weltreise auf unbestimmte Zeit vertreten.

WWW.

Video unter [bote.ch](#)

Foodblogger wollen Leidenschaft zum Beruf machen

Goldau/Zürich Ein junges Paar hat einen Weg gefunden, um mit ihrer Passion, dem Schlemmen, Geld zu verdienen. Die beiden «Foodloves» investieren viel Mühe und Zeit in ihren Blog, von welchem sie in Zukunft einmal leben möchten.

Laura Simonetto (25) und Mischa Sprenger (26) geniessen es, auswärts essen zu gehen und sind immer auf der Suche nach neuen Restaurants und feinem Essen. «Wir wurden deshalb auch oft von Kollegen gefragt, ob wir Tipps hätten, wo man am besten essen gehen könnte», erzählt die Rothenthurmerin, die seit einem Jahr in Goldau wohnt. «Das ging so weit, dass wir irgendwann eine Liste führten, die wir dann den Interessierten zur Verfügung stellten», lacht sie. So kam schliesslich die Idee auf, mit einem Foodblog ihre kulinarischen Erfahrungen mit der Welt zu teilen.

Vor rund einem Jahr startete das Paar zunächst mit ihrem Instagram-Account «thefoodloves». «Wir haben schnell gemerkt, wie gross das Interesse ist. Weil auf unsere Instagram-Posts immer viele Fragen kamen, beschlossen wir, einen richtigen Blog zu machen, der uns die Möglichkeit für längere Texte gibt», erklärt Laura Simonetto.

Blitzschnell hat sich der Blog der beiden «Foodloves» entwickelt. Mittlerweile zählt ihre Homepage 200 bis 300 Klicks pro Tag, auf Instagram folgen dem Foodblogger-Paar über 5200 Personen. Ihr Bekanntheitsgrad ist inzwischen so

gross, dass sie von Restaurants direkt angeschrieben werden und nicht mehr nur sie auf Restaurants zugehen müssen, um nach Kooperationen zu fragen. Sie werden an Events von Betty Bossi oder dem Luxushotel W Hotel in Verbier eingeladen und haben auch schon mit der Hotelkette Marriott, dem «The Dolder Grand» oder dem «Hiltl» zusammengearbeitet.

«Längerfristig wollen wir ganz von unserem Blog leben können»

Das Prinzip ihres Blogs ist relativ simpel, aber in dieser Form mehr oder weniger einzigartig in der Schweiz: Die beiden

lassen sich von Restaurants zum Essen einladen, machen professionelle Fotos von Essen und Location und berichten anschliessend in ihrem Blog über den Restaurantbesuch. Die Bilder stellen sie zudem den Restaurants für deren Werbezwecke zur Verfügung.

Mittlerweile verdienen sie auch etwas Geld mit ihrem Blog: Die Restaurants bezahlen sie für ihren Aufwand – der sei neben den wöchentlichen Restaurantbesuchen mit Fotobearbeitung, Text schreiben und den Aktivitäten auf Social-Media-Kanälen nämlich nicht zu unterschätzen: «Wir sitzen fast jeden Tag dran. Durch-

schnittlich investieren wir etwa einen Arbeitstag pro Woche in den Blog», erklärt Laura Simonetto. Während der Blog für die angehende Social-Media-Marketing-Studentin und leidenschaftliche Hobbyfotografin beruflich nicht weiter geholt ist, sei der Blog für ihren Freund, der Wirtschaft studiert und in Zürich als Steuerberater arbeitet, eher ein kreativer Ausgleich zum Job. «Unser Ziel ist es, den Blog längerfristig so weit aufzubauen, dass wir ganz davon leben können. Das geht aber nicht von heute auf morgen», erklärt die 25-Jährige.

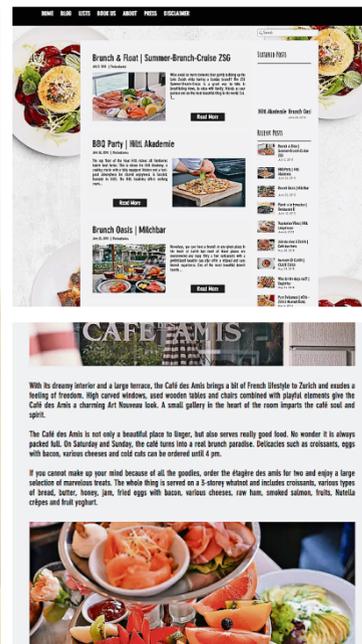
Nadine Annen

«Restaurants sind froh um konstruktive Kritik»

Objektivität Befangen seien sie aufgrund der Bezahlung durch die Restaurants nicht: «Wir wollen uns selber treu bleiben und empfehlen auf unserem Blog wirklich nur Restaurants, die wir auch selber wieder besuchen würden.» Und kleinere Kritikpunkte würden sie in ihren Einträgen auch erwähnen, betont Laura Simonetto. «Das macht den Blog glaubwürdig, und die Restaurants sind auch froh um konstruktive Kritik», so die Erfahrung der Foodbloggerin. Würde ihnen ein Restaurant allerdings überhaupt nicht passen, würden sie nicht darüber berichten und dafür auch kein Geld annehmen, fügt sie hinzu. Das sei bisher aber erst einmal vorgekommen. «Uns ist auch bewusst, dass sich die Restaurants bei uns teilweise besondere Mühe geben, das merkt man manchmal schon», gibt sie zu. (nad)



Laura Simonetto kümmert sich meistens um die Fotos, ihr Freund Mischa Sprenger verfasst nach den Restaurantbesuchen die Texte für ihren Blog «The Foodloves».



Bilder: PD/Screenshots

Auch Touristen sollen vom Blog profitieren

Englisch Momentan geht es in den meisten ihrer Blogbeiträge um Restaurants aus dem Grossraum Zürich, sie wollen ihr Wirkungsfeld aber auf die ganze Schweiz ausdehnen. Geschrieben wird alles in Englisch: «Wir wollen, dass auch Touristen von unserem Blog profitieren», erklärt Laura Simonetto, die selber mit Hilfe von solchen Blogs jeweils nach Insider-Restauranttipps suche, wenn sie im Ausland sei. Dass das keine schlechte Idee ist, zeigen die Klickzahlen auf ihrer Homepage: «Die meisten Klicks kommen aus der Region Zürich, viele aber auch aus dem Ausland, vor allem aus den USA sowie unseren Nachbarländern.» Von Schweizer hätten sie bisher auch noch kein negatives Feedback wegen der Sprache erhalten: «Ein bisschen englisch kann ja fast jeder und wenn nicht, sprechen unsere Food-Bilder für sich», sagt sie. (nad)