

Die Schweinshaxe allein reicht nicht

Lehrbeauftragter kämpft für Wiedergeburt des Wirtshauses

Die bayerische Gaststättenlandschaft ist im Wandel. Zwar ist die Zahl der Betriebe in den vergangenen Jahren gestiegen, doch der Trend geht weiter zur ausländischen Kost - das „Sterben der Wirtshäuser“, so Arne Kubecka, ist die Folge. Kubecka ist Lehrbeauftragter an der Fachhochschule Kempten und Unternehmensberater für Gastronomie. SZ: Sie haben sich die „Wiedergeburt des Wirtshauses“ zur Mission gemacht. Sind die bayerischen Wirtshäuser denn bereits tot?

Kubecka: Die alteingesessene Gastronomie stirbt. Viele Betriebe, die es noch vor einigen Jahren gab, existieren heute einfach nicht mehr. Aus so manchem ehemals stattlichen Wirtshaus wird ein ausländisches Spezialitätenlokal.

SZ: Was ist schuld an dieser Entwicklung?

Kubecka: Bei der Umstellung auf den Euro haben sich viele Gastwirte in den Teufelskreis begeben, rückläufige Gästezahlen mit Preisaufschlägen - vor allem bei den billigeren Posten wie etwa Suppen zu kompensieren, auch wenn sie das kaum zugeben würden. Wenn früher eine Suppe 2,90 Mark gekostet hat, dann kostet sie heute oft 2,80 Euro - der Gast macht das natürlich nicht mit. Dazu kommt, dass es den meisten Wirten an Phantasie fehlt: Wer sich nur als Essensanbieter sieht, hat keine Chance mehr. Wer Gäste anlocken will, muss Lebensfreude vermitteln, also den Ausstieg aus dem oft tristen Alltag bieten. SZ: Zur Schweinshaxe gibt's dann also eine Portion Lebensfreude gratis?

Kubecka: Genau. Das „neue“ Wirtshaus ist eine Freizeitstätte, in der der Aufenthalt unterhaltsam sein muss. Dazu müssen die Wirte ihr eigenes Profil entwickeln. Das fängt schon beim Namen der Wirtschaft an - etwa „Beim Schweinswirt“. Da entsteht Neugier im Kopf des Gastes.

SZ: Das reicht?

Kubecka: Nein, natürlich nicht. Wer wirklich Erfolg haben will, muss für eine Ochsentour bereit sein. Er muss sich trauen - womöglich auch gegen den Willen der Familie und der Mitarbeiter - einen kompletten Neuanfang zu wagen. Wirtshäuser sind eine Bühne. Die Leute gehen da hin, um zu sehen und gesehen zu werden. Dazu gehören ein stimmungsvolles Bühnenbild, eine leseappetitliche Speisekarte, herzliche Gastgeber und die Kommunikation mit dem Gast.

SZ: Aber ist das Wichtigste im Wirtshaus nicht doch das Essen?

Kubecka: Die Speisen, die es in den alteingesessenen Gasthäusern gibt, sind nicht das Problem: Die meisten Köche dort kochen sehr lecker. Was die Gäste aber auch wollen, ist Gehirnnahrung: Die besteht darin, den Sinnen Eindrücke zu geben, die es bei der Konkurrenz nicht gibt. Ein Wirtshausbesuch muss ein Erlebnis sein, von dem man auch seinen Freunden erzählt. Das ist für die Wirte die wirksamste und günstigste Werbung. Und wer ein volles Lokal hat, kann auch eine Suppe für 1,95 Euro anbieten.

Interview: Karin Seibold