

Ein Glas unter Freunden

Ein altes Schild mit gusseisernen Schnörkeln hängt neben der Tür. Darauf steht kein Name, nur das Bild einer Flasche Rotwein ist zu sehen. Durchs Fenster erkennt man junge Leute auf Sperrmüllmöbeln.

Der Mann hinter dem Tresen verdreht die Augen, wenn Leute in sein Lokal kommen und nur Fragen stellen. Vor allem Journalisten mag er nicht. Es ist ihm ein Graus, dass fast täglich welche vor ihm stehen und erfahren möchten, was es mit seiner *Weinerei* auf sich hat. Die Weinbar, in der es auch Essen gibt, ist in Berlin ein Geheimtipp – vor allem, weil der Gast selbst bestimmt, wie viel er zahlt. Der Mann mit dem französischen Akzent will nicht darüber reden. Er sagt nicht mal seinen Namen.

Das Konzept des Weinhändlers ist einfach: Tagsüber ist das Lokal ein ganz normales Café, abends verwandelt es sich in eine Art Weinlokal mit Wohnzimmerflair. Von gewöhnlicher Gastronomie unterscheidet die Weinerei aber vor allem eines: Es gibt keine Karte – und auch keine festen Preise. Jeder Gast »mietet« sich ein leeres Glas, dafür zahlt er gleich zu Beginn einen Euro. Dann bedient er sich selbst an den Dutzenden von offenen Weinflaschen. An diesem Abend steht bereits Cabernet auf der Theke, Dornfelder, Merlot. Wenn der Gast das Lokal verlässt, entscheidet er, welchen Preis er zahlen will. Er wirft die Münzen und Scheine in einen bauchigen grünen Glaskelch – ohne dass jemand den Betrag kontrolliert.

Berlins bestgehütetes Geheimnis:
Die Bar, in der der Gast so viel zahlt, wie er will **VON ALEXANDROS STEFANIDIS**

»Heißt das, Sie möchten nicht, dass neue Gäste in Ihr Lokal kommen?«

»Doch, es ist ja kein Club oder Verein. Aber Werbung würde viel zu viel Aufmerksamkeit erzeugen.«

»Müsste nicht jeder Gastronom über kostenlose Werbung glücklich sein?«

»Tja, bei mir ist das nicht so.«

Das kleine Lokal in Berlin-Mitte ist weniger eine Weinstube oder ein Restaurant als ein gastronomischer Protestversuch. Im Juni 2003 eröffnete der Berliner Weinhändler das Lokal in derselben Straße, in der er auch einen Weinladen führt; ihn ärgerten die hohen Preise der Lokale in der Nachbarschaft. An einem Samstag kurz vor acht Uhr abends ist die Weinerei erst spärlich gefüllt; Berliner sind Nachtmenschen, die spät ausgehen. Die Einrichtung sieht aus, als sei sie beim Trödler gekauft worden, ein Teil stammt tatsächlich von den Gästen. Die tiefen Sessel um die kniehohen Tische lassen einen fast bis zur Tischkante einsinken. Manchmal legt ein DJ Platten auf.

»Und mit diesem Konzept konnten Sie bis jetzt überleben? Rechnet sich das?«

»Man kann damit kein Vermögen verdienen. Aber das ist auch nicht Sinn der Sache.«

Gleich neben dem Eingang sitzen fünf Leute, alle Mitte 20. Auf ihrem Tisch steht eine Flasche französischer Rotwein. Eine Frau wirft ihren Kopf in den Nacken und summt mit geschlossenen Augen leise das Lied mit, das aus den Lautsprechern fließt: »Ist es denn noch weit zum Paradies?«

»Eigentlich sind die Leute hier mehr Freunde als Gäste«, sagt der Wirt. »Verstehen Sie?«

Leider dürfen wir die Adresse nicht verraten. Aber wir haben ja beschrieben, wie das Schild aussieht.