

Kein finanzieller Verlust

– Weinereien machen es vor

Keine Gastronomien im herkömmlichen Sinne, sondern kulturfördernde Vereine mit Weinkompetenz – das begeistert momentan die Berliner Szene: Die beiden Weinereien in der Kollwitzstraße und der Veteranenstraße dürfen sich zu den gefragtesten Wohnzimmerbars der Stadt zählen. Wer nach 21 Uhr kommt, muss bangen, noch einen Platz auf dem Retro- und Flohmarktmobiliar zu ergattern. Nicht nur das reichhaltige Wein- und Foodangebot, sondern vor allem das individuelle Bezahlssystem sind dabei ausschlaggebend für den Erfolg: Wieviel der Gast am Ende des Abends zu löhnen gewillt ist, entscheidet er nämlich selbst. Der für angemessenen gehaltenen Betrag wird in einen großen Glaskelch am Ausgang geworfen. Lediglich für das Weinglas ist am Anfang ein fixer Obolus von 1 € zu entrichten.

Auch in Nürnberg liebt man dieses Prinzip: Getragen von einem gemeinnützigen Verein, der Gesellschaft zur Förderung von Kunst und Kultur in Europa e.V., logiert seit zwei Jahren eine Weinerei im fünften Stock eines Industrielofts am Stadtrand. Essen gibt es hier nicht, dafür ein sattes Kulturprogramm: Lesungen, Videokunst und DJs garanti-

ren jedes Wochenende ein volles Haus – finanziell trägt sich das Projekt. **Jan Giersberg**, der wie alle Beteiligten ehrenamtlich in der Weinerei tätig ist, zeigt sich zufrieden: „Unsere Gäste haben das Preissystem verstanden, ausgenutzt wird es nur in Einzelfällen. Häufiger ist, dass Gäste 20 Euro oder mehr zu geben bereit sind, schlicht weil sie die einzigartige Hinterhof-Atmosphäre genossen haben. Die Szeneanbindung garantiert uns eine gute Gästestruktur.“

Wer das richtige Publikum anspricht, der kann auch mit individuellen Preisen agieren – und das gilt ebenso für das „richtige“ Gastgewerbe: Der Schwarzwälder Hotelier **Klaus-Werner Wagner** arbeitet neuerdings mit einer völlig unverbindlichen Preisempfehlung von 49 € pro Nacht. Wem der Service nicht gefallen hat, braucht nur einen Cent zu berappen. Tatsächlich bezahlen 90 % der Gäste den Richtbetrag – einigen ist die Leistung sogar wesentlich mehr wert. Den Mehrwert der Nürnberger Weinerei hat die örtliche Gastronomie übrigens schnell erkannt: Die zusätzliche Ausgeh-Attraktion bewirkt nämlich positive Abstrahleffekte auf die umliegenden Kneipen – und keine Konkurrenzverstärkung. ++