
Von der Seele geschrieben

Hans Stoll*

Das österreichische Wirtshaus ist ein Kulturgut, welches primär im ländlichen Raum höchsten Stellenwert hat. Dem klassischen Stammtisch als nicht digitale Kommunikationsebene wird mit hoher Sicherheit wieder große Bedeutung zukommen. Die Ist-Situation, bei welcher eine vierköpfige Familie mit vier Handys am Tisch sitzt und per SMS/WhatsApp kommuniziert, fordert als Gegenpol mehr denn je eine Plattform des Sichttreffens und Sichaustauschens. Wo soll man sich austauschen, wenn es das Wirtshaus nicht mehr gibt? Wo geht man nach der Taufe hin, wo zelebriert man Familienfeiern, denn auch eine Totenzehrung ist an sich eine Familienfeier, wengleich aus traurigem Anlass.

Das Wirtshaus in der Stadt hat eine ebenso große und wichtige Funktion. Fast Food, Dönerstände, Pizzaketten und was auch immer prägen das Bild vieler Innenstadtlagen und der „Städter“ will und soll auch im urbanen Leben im wahrsten Sinne des Wortes Regionales erleben. Klassische Wirtshausküchen als Gegenpol zu Convenience-Futter. Lohnt sich der Betrieb des Wirtshauses nicht mehr, bleibt dem Konsumenten nur noch die Fast-Food-Schiene. Je schnellerlebiger die Zeit, desto mehr steigt das Bedürfnis nach Geselligkeit und Bodenständigem. Grundsätzlich stellt sich die Frage nach mehr „McDonaldisierung“ oder doch österreichisches Kulturgut zu erhalten und zu fördern. Die Auswüchse der letzten

Jahrzehnte in Form der Zeltfeste und folglich der geförderten Vereinslokale plus zusätzlichem Bürokratieaufwand haben wohl genau zur leidigen Situation geführt, in der sich jetzt viele Gemeinden befinden: keine Wirtshäuser mehr, keine Lebensmittelgeschäfte mehr, Junge ziehen weg, die guten Jobs gibt es nur mehr in den großen Städten, Landflucht, Verkehrschaos und vieles mehr. Und dann gibt es schon jetzt Gemeinden, bei denen Vereine das Lebensmittelgeschäft und das Wirtshaus führen.

60 Prozent des österreichischen Weines werden in der Gastronomie genossen. Brechen die Wirtshäuser weg, bedeutet das auch für die Weinwirtschaft, mehr preiskampfbetonte Vertriebschienen im Einzel- bzw. Diskonthandel suchen zu müssen. Dort werden folglich der Preisdruck, unmoralische Rabattaktionen und das Verlagern des Konsums in heute vielfach schon bestehende, illegale „Garagenfestlokale“ feststellbar sein. Das ist keine Zukunftsprognose, sondern bereits vorhandener Ist-Zustand. Je mehr sich der Weinkonsum in den privaten Bereich verlagert, desto schärfer wird der Kampf an der Preisfront. Folge: Handwerklich gemachte Weine werden rarer, industriell gefertigte Massenweine bestimmen das Geschehen. Da auch handwerklich produzierter Wein ein jahrtausendealtes Kulturgut ist, geht damit wieder ein Stück Identität verloren.

Klimawandel, Terrorgefahr und Verkehrschaos etc. fördern wieder mehr den Tourismus in Österreich. Steigende Zahlen belegen das. Großstädter,

welche sich bei uns im Trachtengeschäft mit Ausseer Lederhose und Tostmann-Dirndl einkleiden, haben mit Sicherheit kein Bedürfnis, diese „Verkleidung“ im Fast-Food-Lokal vorzuführen. Diese Lokale sind weltumspannend und die hat jeder Tourist daheim vor der Haustüre. Wirtshäuser mit klassischer Küche, Bodenständigkeit und Gemütlichkeit vermitteln jene Atmosphäre, welche der Gast vermehrt sucht. Der touristische Zukunftsmarkt wird geprägt von der Käuferschicht der Generation „Y“, Bobos und Vintage-Stylisten – und genau diese Käuferschichten schätzen neben der „Silbernen Generation“ das Wirtshaus als Kultstätte. Nicht umsonst gibt es bereits noble Vier-Sterne-Plus-Hotels, welche daneben ein klassisches Wirtshaus betreiben. Die uniformen Menüangebote der Hotels bestehen eigentlich weltweit aus einem Wahlmenü mit drei verschiedenen Hauptgerichten (Fleisch, Fisch, Nudeln), und dazu braucht es als Gegenstück das Wirtshaus. Solange wir es noch haben.

* Hans Stoll, ehemaliger Wirt, ist Lehrgangleiter für Tourismus- & Sommelierausbildungen, Buchautor, Kolumnist und hält Seminare ab.