

Thema: Prater Wien

Autor: Pleininger, Vorauer

Wiener Institution. Schweizerhaus-Wirt Karl Kolarik im Gespräch über den Wiener Prater, sein Unternehmen, Bier, die Stadt Wien, die Politik, die EU und seinen Karrierestart als „Schanibua“.

VON HANS PLEININGER UND MICHAEL VORAUER

„Für mich ist Bier Lebenselixier und soziales Gleitmittel“

Schöner kann der Herbst nicht beginnen: Es ist später Vormittag, spätsommerliche Temperaturen und strahlender Sonnenschein streicheln das Gemüt. Im Wiener Prater flanieren die Touristengruppen. Von den Bäumen fallen die ersten Kastanien. Durch den Schanigarten des Schweizerhauses schweben leichte Düfte von gegrillten Stelzen und Hendln. Die ersten Tische sind schon belegt, in ein, zwei Stunden herrscht dann Hochbetrieb im Schweizerhaus, einem der Herzbetriebe des Praters. Karl Jan Kolarik leitet ihn in zweiter Generation. Wir treffen den Schweizerhauswirt – eh klar an so einem Tag – im Schanigarten zum Interview, wo auch seine Karriere als kleiner Bub begann. Doch davon später.

Herr Kolarik, Sie sind der bekannteste Praterunternehmer. Sind Sie mit dem neu gestalteten Prater-Eingangsbereich beim Riesenrad zufrieden?

Das neue Praterkonzept ist aufgegangen. Wir merken es an den steigenden Gästezahlen. Über die Architektur kann man diskutieren.

Was macht den Wiener Prater aus?

Der Prater war immer etwas Besonderes, als Grünoase nur 20 Gehminuten von der Innenstadt entfernt. Der Wurstplater, wie wir Wiener sagen, war dagegen immer lebhaft. Er ist aber kein Vergnügungspark im amerikanischen Sinn, sondern hier sind 80 Unternehmer tätig, also vie-

le Individualisten, die selber auch laufend etwas für den Prater machen.

Wie lange sind denn Sie und Ihre Familie hier schon zu Hause?

Mein Vater hat 1920 als 19-Jähriger das Schweizerhaus übernommen. Ich selbst habe als „Schanibua“ hier Salzstangerl und Brezeln verkauft, da war ich ungefähr elf Jahre alt. Oft bin ich heimgekommen, hab das Schulpackerl unter die Schank geworfen und dann Bier gezapft. Das mache ich heute noch gerne, das Bierzapfen, ich komme halt nicht mehr so oft dazu.

Haben Sie das lieber gemacht, als in die Schule zu gehen?

Schanibua war aus Kindersicht ein lukratives Geschäft. In der Schule haben sie mich dafür verspottet. Aber – begeistert bin ich nicht in die Schule gegangen.

Trotzdem sind Sie ein erfolgreicher Unternehmer geworden, der im Sommer den Winter mitverdienen muss.

Das Saisongeschäft bedeutet in kurzer Zeit viel Arbeit und dann musst du ansparen für die Zeit danach.

...was in der Gastrobranche nicht ganz leicht ist?

Wir haben natürlich sehr viel Erfahrung damit.

Für einen Neuling ist das schwierig?

Es ist sehr schwer, einen Saisonbetrieb aus dem Stand mit schwarzen Zahlen zu führen.

Doch das Schweizerhaus ist wahrscheinlich eine Gold-

grube?

(lacht) Es ist eher ein Kohlebergwerk, von der Arbeit her. Da muss man schon was leisten.

Wo investieren Sie denn Ihr verdientes Geld?

Wenn man einen Betrieb hat, dann sollte man schauen, dass man sein Geld in den Betrieb investiert. Das Schweizerhaus ist ein Sparschwein seit Jahren und wird es auch für die Zukunft sein.

Wie viele Gäste kommen ins Schweizerhaus?

Unser Thema war nie die Menge, unser Thema ist die Qualität, wobei der Gast im Vordergrund steht. Vom Generaldirektor bis zum kleinen

Mann ist bei uns jeder Gast, sie sitzen nebeneinander. Es gibt keine Klassengrenzen. Ein Besuch bei uns ist leistbar – und Sie trinken auch eines der besten Biere der Welt.

Es ist sehr ungewöhnlich, dass eine Wiener Bierinstitution Schweizerhaus heißt und tschechisches Budweiser aus-schenkt...

Bis 1924 hatten wir ein anderes böhmisches Bier (*Anm.: Pilsner*), dessen Bitterkeit reklamiert wurde. Auf einer Fleischer-Messe hat mein Vater Budweiser für sich entdeckt. Seither haben wir es. Bis heute wird das Bier bei uns wie früher gezapft: In drei bis vier

Minuten in drei Stufen – Vorschanken, Nachschenken und Fertig-Zapfen. Und der Name Schweizerhaus geht auf die Habsburger zurück, die aus der Schweiz kommen. Ursprünglich war das Schweizerhaus eine kaiserliche Jagd-

Thema: Prater Wien

Autor: Pleininger, Vorauer

hütte für Schweizer Jäger, die dem Kaiser das Wild herange-
trieben haben.

Ist das Schweizerhaus ein Selbstläufer?

Nein. Tradition braucht Innovation, sonst ist die Tradition tot. Wir investieren laufend.

...und haben aus Ihrem Wirtshaus eine Touristenattraktion gemacht.

Wir sind ein Lokal der Wiener, die auch gerne ihre Gäste mitbringen. Wir wollen aber keine Touristenattraktion sein, wo man hingehen muss. Wien ist für mich überhaupt eine tolle Stadt.

Was macht denn Wien für Sie so toll?

Es sind die Menschen, es ist die Architektur, das viele Grün in der Stadt, das viele Wasser mit Donau, Donaukanal und Alter Donau sowie das unheimliche kulturelle Angebot.

Und was gefällt Ihnen nicht?

Als Unternehmer wünsche ich mir weniger Verwaltungsaufwand. Wir werden extrem verwaltet, das kostet sehr viel Kraft. Laut Studien bringt eine Verwaltungsreform zwei bis drei Prozent Wirtschaftswachstum. Da frage ich mich – warum tun wir das nicht? Aber das ist nicht nur ein Wiener Problem. So gibt es in jedem Bundesland beispielsweise eine andere Bauordnung. Auch kann es nicht sein, dass die Abgaben, die man für seine Mitarbeiter zu zahlen hat, bei verschiedenen Stellen zu entrichten sind. Warum soll der Unternehmer diesen Mehraufwand tragen? Eine einzige Abgabenstelle wäre das absolute Nonplusultra.

Wien ist eine Weltstadt und hat viele Ausländer. Ist das ein Problem?

Im Vergleich etwa zu Berlin liegen wir wesentlich besser. Es ist auch eher ein sprachliches Problem. Integration funktioniert nur über die Sprache. Ich selbst habe tschechische Wurzeln. Die Integra-

tion der Tschechen ist über die Sprache gelaufen, das hat sehr gut funktioniert.

Sprechen Sie selbst Tschechisch?

Ich habe es in der tschechischen Schule in Wien gelernt.

„Tradition
braucht
Innovation,
sonst ist die
Tradition
tot. Wir
investieren
laufend“

Thema: Prater Wien

Autor: Pleininger, Vorauer

CLIP!
MEDIASERVICE

