



Foto: www.pixelto.de

Lustvolle Verbindung

Küche & Kultur – für Verena Prager keinesfalls beziehungsunfähige Selbstdarsteller, sondern ein sympathisches Traumpaar. Seit fast 10 Jahren verknüpft die Tochter des Mövenpick-Gründers Ueli Prager kulinarische und künstlerische Hochgenüsse miteinander. Ein Blick hinter die Kulissen der Kulturgaststätte Sommerlust im schweizerischen Schaffhausen.
www.sommerlust.ch

Klein, aber so fein: klingt erst einmal ziemlich abgedroschen, dürfte aber bei vielen Gästen der erste Eindruck sein beim Betreten der pittoresken Villa am Rheinufer von Schaffhausen. Eine Einschätzung,

die sich auf den zweiten Blick, beim Rundgang durch Restaurant, Orangerie und Garten bestätigt. 'Sommerlust' nennt Verena Prager ihr Konzept, das kulinarischen und künstlerischen Hochgenüssen eine Bühne

bietet. 'Sowohl als auch' statt 'entweder oder', regelmäßig und nicht nur 'hin und wieder'. Der Untertitel Kulturgaststätte verheißt eine Inszenierung, die auf diesem Niveau im deutschsprachigen Raum einmalig sein dürfte.

Als die gelernte Kindergärtnerin mit Faible fürs Schreiben und Malen 1997 begann, diesem Projekt Leben einzuhauchen, war das ihre gastronomische Premiere. Aber auch die Verwirklichung eines lang gehegten Traums der damals 44-Jährigen. „Klar, mein Nachname hat so manche Türen geöffnet, da darf man sich nichts vormachen“, sagt die Tochter von Mövenpick-Gründer Ueli Prager und Künstlerin Leonie Kretz. Aber andere eben auch geschlossen. „In den ersten Jahren musste ich deshalb umso härter dafür kämpfen: zu beweisen, dass ich es nicht nur will, sondern auch kann.“ Und so hat sich die alleinerziehende Mutter zweier Töchter peu à peu

einen Namen als Anbieterin hochwertiger Kulturevents gemacht, und nebenbei ihre Fachausbildung zum Diplom-Restaurateur. Längst überzeugt sie Feinschmecker genauso wie Liebhaber schöner Künste – jedes Jahr ein paar mehr. 2006 generierte die Selfmade-Gastronomin einen Umsatz von rund 1,7 Mio. sfr. Dieses Jahr rechnet sie mit 2 Mio. sfr.

Streng genommen bietet die Sommerlust gleich Dreien ein Zuhause in der nördlichsten Stadt der Schweiz: Unterm Dach ist der Tagungs- und Veranstaltungsraum untergebracht, im mittleren Geschoss wohnt Verena Prager und im Erdgeschoss residiert das Restaurant. Dessen Ruf eilt der Sommerlust inzwischen weit voraus, seit acht Jahren ist der Betrieb mit 13 Punkten im Gault Millau gelistet. Und neben Größen der lokalen Kunst-, Literatur- und Musikszene treten international bekannte Jazzmusiker auf. Wie das gelingen konnte? Vor allem durch harte Arbeit und Disziplin, frei nach dem Motto ‘Von nichts kommt nichts’, so Verena Prager.

Viele kamen durch Mundpropaganda, Gäste genauso wie Künstler. Nur anfangs bedurfte es intensiver Akquise, dann mutierte die Eventschiene zum Selbstläufer. Als hilfreich erwies sich dabei immer wieder ein edler Flügel. Das Musikinstrument hat seinen festen Platz im Veranstaltungssaal und schon viele Musiker und Zuhörer

■ *Die beste Werbung: Mundpropaganda – von Gästen wie von Künstlern.*

begeistert. „Mittlerweile erreichen uns täglich Anfragen in Sachen Auftritte und Ausstellungen.“ Bei viel Auswahl sei die Versuchung groß, auch viel ins Programm zu nehmen. Mein Anfängerfehler, sagt die Mittfünfzigerin heute. Weniger ist mehr,



sonst stellt sich schnell Überforderung oder Übersättigung ein, lautet eine der ersten Lektionen. Denn häufiger kommen Stammgäste, und das sind viele der Zuschauer und Zuhörer, bei einem größeren Angebot nicht vorbei. Sie wählen nur strenger aus. Inzwischen sind mehr als 500 Veranstaltungen über die Bühne gegangen.

Derzeit bestreitet die Sommerlust vier Programme à 8-10 Veranstaltungen im Jahr, darunter Ausstellungen, Theatervorführungen, Lesungen, Jazz- und Klassikkonzerte und Liederabende. Darauf aufmerksam macht Verena Prager ihre namentlich bekannten Gäste per Mail und Postversand des Programms. Mittlerweile umfasst die Datenbank rund 2.000 Mail- und 2.500 Postadressen. Beliebte Events ziehen 100 Besucher und mehr an. Bis zu 50 sfr ist man bereit, für einen Top-Act wie z.B. ‘Jazz vom Feinsten’ zu bezahlen. „Reich werde ich als Veranstalter dabei jedoch nicht“, räumt Verena Prager ein. Denn die Investi-

Gern gesehener Künstler in der Sommerlust und Teil des aktuellen Programms: der italienische Musiker Pippo Pollina. Derzeit bestreitet die Kulturgaststätte 4 Programme à 8-10 Veranstaltungen im Jahr, vor allem Ausstellungen, Lesungen und Konzerte. Bis zu 50 sfr sind Besucher bereit, für einen Top-Act wie ‘Jazz vom Feinsten’ zu bezahlen.

tionen sind nicht zu unterschätzen. Unter 700 sfr pro Auftritt laufe fast nichts, namhafte Künstler verlangen auch schon mal 5.000 sfr. Dazu kommen Steuern sowie Kosten für Werbung, Hotel, Essen, Suisa (Urheberrechte) etc. – alles in allem etwa 30 % der Gage.

Und wie finanziert man solche Forderungen? Bei sehr teuren, aber künstlerisch attraktiven Events geht es nicht ohne Sponsoren. Sie zu rekrutieren, ist ein Kraftakt für sich. „Ansonsten versuche ich, durch meine Arbeitskraft so viele Kostenpositionen wie möglich einzusparen. Und zwar

■ *Ein guter Gastronom ist ein leidenschaftlicher Menschenfreund.*

indem ich fast alles selbst mache: angefangen bei Werbung und Marketing über den Verkauf der Eintrittskarten bis zu Licht und Bandansage“, so die Hausherrin. Im Prinzip arbeite sie mit zwei Modellen – je nach Einschätzung des unternehmerischen Risikos. Entweder spielen die Künstler gegen Gage, dann bleibt das Eintrittsgeld in der Sommerlust. Oder die Auftretenden zahlen eine Raummiete und erhalten im Gegenzug, was der Verkauf der Eintrittskarten bringt. Bei Ausstellungen fließen 30 % des

MutMacher & LustLocations in Serie

Sie sind einzigartig bis eigenartig. Visionär, verführerisch und oft ganz schön verrückt. Manche stehen noch am Anfang, andere zelebrieren schon seit Jahren ihr Anderssein. Die Helden unserer Serie sind Querdenker, Quereinsteiger oder Quertreiber. Frauen und Männer, die den Mut haben, sich jenseits ausgetrampelter Pfade zu bewegen. Die bewusst neue Wege suchen oder sich bahnen. Ihre Botschaft: mehr Mut zur Lücke, mehr Leidenschaft für Nischen, mehr Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Das wollen wir würdigen, dazu wollen wir anregen. Mit Brainfood in lockerer Folge, gespeist aus Interviews oder Porträts ungewöhnlicher Ideen, quirliger Konzepte, kochender Exoten oder exotischer Köche.



■ Serie

Als Verena Prager der Sommerlust Leben einhauchte, war das ihre gastronomische Premiere – „und die Erfüllung eines lang gehegten Wunsches“, so die Tochter von Mövenpick-Gründer Ueli Prager und Künstlerin Leonie Kretz.

Verkaufserlöses der Bilder in die Kasse der Kulturgaststätte.

Doch egal welche Einnahmequelle letztlich zum Tragen kommt, eines steht fest: Ohne Gastronomie wäre die Kultur nicht tragbar, bestenfalls ein Nullsummenspiel. Eine durchschnittlich gut besuchte Veranstaltung beschert dem 80-Plätze-Restaurant ungefähr 40 zusätzliche Speisegäste. Sie stehen für einen F&B-Umsatz von etwa 3.000 sfr. Um möglichst viele Zuschauer vor Veranstaltungsbeginn ins Haus zu locken, ist neben der Performance auch das Timing entscheidend. Deshalb beginnen Vorstellungen in der Regel nicht vor



Foto: pixelfo/Uwe Steinbruch

abends neun. Das heißt wenn es richtig gut läuft, sind die Plätze vor und nach Veranstaltungen von Kulturfans besetzt. Und währenddessen von 'Nur-Speisenden'.

Alles in allem hat die Sommerlust in einer durchschnittlich guten Woche zwischen 1.500 und 2.000 Gäste, davon rund 100 Tagungsteilnehmer. Geöffnet ist täglich mindestens zwölf Stunden ab 11.30 Uhr, 363 Tage im Jahr. Seit dem Umbau 2005 sind dank Integration der Orangerie – ein beheizbarer Wintergarten, der Rosengarten und Restaurant miteinander verbindet – rund 50 Plätze dazu gekommen. Und zwei Öffnungstage in der Woche, so dass es nun sieben statt fünf sind. Zudem hat sich das Erscheinungsbild verändert: Statt buntfröhlichem Interieur prägt nun modernes Landhausambiente mit gedeckten Farben die Raumwirkung.

Den Küchenstil der Sommerlust beschreibt Verena Prager als regional verwurzelt und mediterran inspiriert. Seine

hervorragende Bewertung in Gourmetkreisen beruht vor allem auf den Schlüsselfaktoren Frische und Bodenständigkeit gepaart mit einer gewissen Raffinesse. Beispielhaft: 'Rindsfilet auf grüner Pfeffer sauce, Karottengemüse im Parmesankorbchen & weiße Trüffelnudeln' oder 'Entenbrust an Portweinjus, Saisongemüse & Kräutergnocchi' (49 bzw. 39 sfr). Die Mittagskarte gilt für eine Woche, die für

■ *Mein Nachname hat nicht nur Türen geöffnet, sondern auch geschlossen.*

den Abend wechselt monatlich. Beide gehorchen der Devise 'Klasse statt Masse'. Die Topseller? „Generell geht der Trend zu Menükomponenten, die man sich selbst zusammenstellen kann (ab 38 sfr), vor allem mittags.“ Das fix definierte Businesslunch mit drei Gängen kostet knapp 50 sfr.

Erfolg macht nicht nur mutig, sondern auch hungrig – Verena Prager ist da keine Ausnahme. Und so wird aus eins demnächst zwei. Denn nur wenige 100 m von der Sommerlust entfernt, direkt am Schiffsanleger, entsteht ein weiteres Gastro-Projekt à la Prager. Genauer: im Erdgeschoss des ehemaligen Güterhofs – eine historische Industriebrache, um dessen Nutzung jahrelang gerungen wurde. Das Multi-Konzept soll auf einer Fläche von 700 qm einen Fast-Casual-Bereich, eine Bar, ein Restaurant mit offener Küche, einen Bankettsaal sowie eine großzügige Produktionsstätte beherbergen. Als Zielgruppe hat die Schweizerin zum einen die Angestellten der darüber liegenden Büros im Visier. Zum anderen setzt sie auf die zahlreichen Tagestouristen, die per Schiff am Schaffhausener Rheinufer anlegen. Außerdem führt ein beliebter Radweg an der Location vorbei.

Die Eröffnung ist für April 2008 geplant. Eine Konkurrenz für die Sommerlust sieht Verena Prager in dem neuen Konzept nicht, eher eine Bereicherung und Entlastung in Sachen Bankettkapazitäten. Außerdem gebühre jeder Idee ein passender Schauplatz – Applaus für Originalität und unternehmerischen Mut haben beide verdient. HH

Mehr Küche & Kultur

Obwohl die Verbindung naheliegender ist, beherrschen nur wenige Konzepte die Kunst, Küche & Kultur gleichermaßen ins rechte Bild zu rücken. Meistens gibt einer der beiden den Ton an. Zum Beispiel schmücken sich inzwischen immer mehr Literaturhäuser oder Museen mit einem Restaurant oder Café. Und welches Festival oder Kulturevent wäre noch ohne Foodservice denkbar? Umgekehrt werten ambitionierte Ausstellungen, Lesungen oder Musikabende so manche gastronomische Formel auf.

■ Herausragende Symbiosen gleichwertiger Partner: Esskultur, Berlin

www.esskultur-berlin.de

Esskultur, Hamburg

www.esskultur-hamburg.de

Tigerpalast, Frankfurt/Main

www.tigerpalast.de

■ Sehenswerte und/oder erprobte Schicksalsgemeinschaften in Kulturstätten:

Brasserie OskarMaria

www.literaturhaus-muenchen.de

Café Klenze/Alte Pinakothek, München

www.victorianhouse.de

Cube, Stuttgart

www.cube-restaurant.de

Literaturhauscafé, Hamburg

www.literaturhauscafe.de

Paris Bar Café im Literaturhaus Frankfurt

www.literaturhaus-frankfurt.de

■ Vorhang auf für Gastronomie mit Programm:

Garibaldi, München

www.garibaldi.de

Ikarus, Salzburg/A

www.hangar-7.com

Fabrik, Frankfurt/M.

www.die-fabrik-restaurant-und-kultur.de

Vogelhaus, Konstanz

www.das-vogelhaus.de

