

Augenschmaus

Nach heute geradezu klassisch gewordener Business-Philosophie definiert sich ein Unternehmen über die Produkte oder Services seines Core-Businesses. Definiert durch Märkte, Branchen oder Kategorien, die Controllern und Statistikern gerecht werden müssen, damit diese Benchmarks zu errechnen – und damit sich selbst etwas vormachen.

Und ausgerechnet dieses eher kleine, im Ambiente so bescheiden wie großartige Etwas namens »Vipasa – Vino, Pasta, Salsa« straft sie alle Lügen, diese Gurus und Theoretiker, theoriegläubigen Manager und besserwissenden Kritiker.

Ausgerechnet er, ein Sarde von Seele, weil Geburt, zeigt, was wirklich das Profil eines durchaus unternehmerischen, durchaus volks- wie betriebswirtschaftlich vorbildlichen, allerdings kaum noch genre-typischen Marktangebotes ist. Es sind Menschlichkeit, Charakter, Offenheit und Verständlichkeit. Es ist der Mut, keinem Marktgesetz, sondern dem eigenen Gefühl zu glauben. Es ist die Freiheit, das anzubieten, was der Anbieter – der Wirt – als Kunde gerne selbst erleben möchte und erwartet. Nämlich Momente, in denen sich das Bewusstsein auf den Augenblick, das Hier und Jetzt konzentriert. Und es – genießt!

Und mancher wird, vielleicht vehement, weil erschrocken sagen: »Wie simpel!« oder »Im Einzelfall mag das ja sein, aber ... !!!«. Oder oder: Ja und? Ja, eben: kein »und«.

Weil Angelo – den alle nur Angelo nennen und der jeden mit Du anredet – weil sich Angelo vorgenom-

men hat, sich nichts vorzunehmen, sondern ganz einfach gute Laune zu verbreiten. Durch Freundlichkeit im formalen Sinne. Durch Friedlichkeit im symbolischen Sinne. Denn wer in diese Bar kommt, kann gar keine Rangordnung herstellen: Alle nehmen an einem der beiden großen oder an den zwei kleineren Tischen Platz, stehen an, vor, neben, hinter der Bar oder an den Regalen und warten, bis Angelo, Dorota oder Pia Zeit haben und – kommen erst einmal ins Gespräch. Auf Du und Du mit dem Nachbar, der zufällig Student oder Bankdirektor, Werbeguru oder Buchhalter ist. Wer weiß es schon, wer will es wissen? Es sei denn, das Gespräch führt beide auf solche Themen, wenn sie es denn wollen.

Und zu essen gibt es – jetzt scheiden sich die Geister – entweder immer dasselbe, nämlich Pasta, oder jeden Tag eine neue Offenbarung, nämlich Pasta in täglich neuer Variation. Das muss man eben mögen – oder man

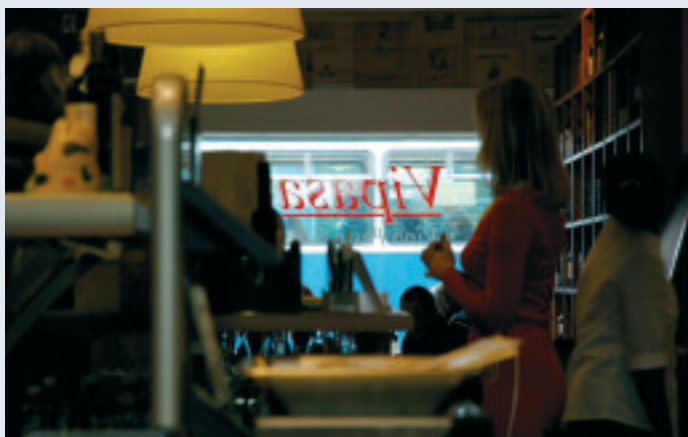
kommt nie wieder. »Genau so soll es sein. Weil die, die wiederkommen, ganz genau das suchen, nämlich das Wesentliche in einer Welt, die sich so flüchtig gibt.« Und das Wesentliche ist, sagt Angelo, »unter Gleichgesinnten wählen zu können, ob man schweigen und bleiben, oder diskutieren und sich amüsieren will.« Aus der Situation heraus, aber immer mit besten Zutaten. Vino, vom Feinsten aus Sardinien und gleichwertigen Regionen, und Pasta, auch sardische, allenfalls noch ein wenig Parmesan, und abends – da spendiert der Wirt sogar ein paar Scheiben Brot dazu.

Angelo und Dorota »verkaufen« Lebensgefühl. Seine Produkte ließen sich nach Kategorien oder Preisklassen beschreiben, aber das ist so überflüssig wie nur was. Weil ein jeder Wein ein guter ist und jeder Preis, den er verlangt, ein so fairer, dass man Freude daran hat. Der



Nicht mehr als das Wesentliche ...

... oder worauf es in der Beiz und im Business ankommt



Gast, weil im gut gefüllten Glas neben der Grandezza des Weines auch die Warmherzigkeit der sardischen Gastfreundschaft geflossen ist. Und der Wirt, Angelo und auch Dorota, weil sie sehen und spüren, wie wohl sich ihre Gäste fühlen.

Überträgt man dies auf Angebot und Nachfrage im Allgemeinen, ergibt sich das Lehrstück – mit der Kernvokabel »Wohlfühlen«. Wer einen Dienst in Anspruch nimmt, ein Produkt kauft, will sich anschließend wohl fühlen. Besser. Geborgen, beschützt, stark gemacht, mutig, ermuntert, aufgeheitert.

Und man fragt sich: wie oft kommt das im realen Leben vor, dass man Geld, viel Geld, für irgendetwas bezahlt, ja, voller Euphorie etwas bestellt und gleich darauf denkt »wie schön«, »wie gut das tut«, »wie herrlich ist das«, »was kann das Leben schön sein«? Wie oft?

Gehen sie deswegen vor allem mittags, aber immer mehr auch nach Dienst und Tagewerk zu Angelo und lassen die andere Welt ein wenig hinter sich zurück? Kriechen fast hinein in ein Lokal, dass von außen keinesfalls aufgeregt einlädt. Das man sogar – Psychologen würden Anfälle bekommen – durch einen zur Seite zu schiebenden schweren Luftschutzvorhang betreten muss und in dem man sich erst einmal

orientieren muss. Ja halt, ist das ein Geschäft oder eine Beiz und sind das alle Tische und was gibt es hier? Es ist ein Geschäft und eine Beiz. Wer es trennen wollte, würde Vipasa die Seele nehmen.

Denn, wo gibt es das noch? Man kann hingehen, den Wein aus dem Karton oder Regal nehmen und auf den Tisch stellen – dabei macht ein verträgliches Zapfgeld alles möglich, was ein Mensch braucht, der Momente der Besinnung sucht.

Wer dann genossen, »Zeit getankt« hat, dem stehen zwei Wege offen, in die Realität des Unzulänglichen zurückzufinden. Mit einem Grappa. Der macht – Angelo hat da so seine Sorten – zwischen euphorisch und endgültig melancholisch. Oder einem jener Espresso, die Geist und Körper vor die Wahl stellen: mach mich wach oder lulle mich ein. Zu beidem haben sie das Zeug. Ein Espresso beruhigt, sagen die einen. Ein Espresso macht munter, sagen die anderen. Und was sagt Angelo? »Si naturalmente una grappa e un espresso – va bene prego!« Die Betonung liegt auf »e« – wie denn auch sonst?

Angelo, das sei bemerkt, hat dieses Lokal so gemacht, weil er selbst lange Jahre den Stress eines umsatzgierigen Jobs gemacht hat und nie ver-

gessen hat, was ihn seine sardische Heimat, Mentalität, Familie, Freunde, heimatlichen Mitmenschen gelehrt haben: Strebe nicht nach etwas, was Dich zwingt, Dich selbst aufzugeben. Aber, und das sagt er, dem Freude ständig aus den Augen und Zufriedenheit aus dem Anlitz strahlt, mit einigem Ernst: »Helfe den Menschen, wieder zu sich selbst zu finden, wenn sie im Leben so gefordert sind, dass die Harmonie zu schwindend droht. Gib ihnen die Harmonie zurück.«

Wäre das nicht ein phantastisches Prinzip, das auf alles und jedes passt, was im Wirtschafts-, Gesellschafts- und politischen Leben geschehen könnte? Und wem es zu philosophisch, viel zu weit weg erscheint, der soll den Mut haben, Angelo zu fragen, wie Harmonie buchstabiert wird. Er wird ihm, spitzbübisch lächelnd, einen Wein servieren.

Wer dann fragt, wie der Wein heißt, gar, was er kostet, hat die Chance verspielt, Angelo zu verstehen, bevor das Wohlfühlen angefangen hat. Wer Angelo aber genau sagt, wie der Wein schmecken muss, der ihn zum Wohlfühlen bringt, der wird erleben, wie sein Gesicht vor Erwartung strahlt, wenn Angelo genau das Richtige mit Sicherheit auszusuchen weiß.

Hans-Georg Wenke

Vipasa

Seefeldstrasse 27, 8008 Zürich
Telefon +41 43 243 69 30

Montag und Freitag:
11.00 Uhr bis 18.30 Uhr.
Dienstag bis Donnerstag:
11.00 Uhr bis 22.00 Uhr.
Samstags:
11.00 Uhr bis 16.00 Uhr.

