

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 46 (1959)
Heft: 5

Artikel: Ich baue ein Restaurant
Autor: Prager, Ueli
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-35967>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



1

Der Zürcher Restaurateur Ueli Prager ist der Schöpfer der Mövenpick-Restaurants die heute zum Begriff für einen neuen Restauranttypus geworden sind. Seine neue Art der Betriebsführung hat auch maßgebend die architektonische Gestaltung der verschiedenen Mövenpick-Restaurants beeinflusst.

Tradition in einem Betrieb ist wertvoll. Ein längst eingebürgerter Name, altes, geschultes Personal, und angestammte, treue Gäste bedeuten ein Kapital, das mehr wert ist als ein namhaftes Konto auf der Bank. Tradition kann aber auch eine Hypothek sein. Das aktive Führen eines Betriebes besteht immer im Vorschreiten und im Erhalten der Bewegung. Tradition birgt die Gefahr in sich, daß der Führende sich dem Vergangenen zuwendet, daß er rückwärts schaut.

Man ist gerne geneigt, an einer Formel, die sich einmal als gut erwiesen hat, festzuhalten; dies gibt ein Gefühl der Sicherheit. Wenn aber ein Geschäft einmal zur Formel geworden ist, dann ist es auf dem Weg zum Niedergang. Was vor zehn Jahren richtig war, ja, was selbst vor fünf Jahren gut durchdacht und zielstrebig aufgebaut wurde, ist heute bereits nur in veränderter Form zu übernehmen.

Wir leben in einer wunderbar lebendigen Zeit. Wie nie zuvor haben wir dauernd Gelegenheit, neue Gedanken zu verwirklichen. Nie zuvor war es möglich, so rasch den Beweis dafür zu haben, ob unsere Intuition uns nicht tög, ob unser Ziel richtig gesteckt war.

Ist die räumliche Gestaltung entscheidend für den Erfolg?

Entscheidend ist nicht die Bauweise, entscheidend ist der Mensch, der hinter dem Betrieb steht. Das Lebendige, das

Heutige äußert sich nicht darin, daß die Stabellen durch Saarinen-Stühle ersetzt werden; Das Fluidum, das den tätig Fortschrittlichen und Zukunftsgläubigen umgibt, fühlt man in vielerlei Kleinigkeiten schon beim Betreten eines Restaurants. Die Dynamik, die den erfolgreichen Restaurateur beseelen muß, spürt man auch in einem an und für sich veralteten Betrieb. Das Wesentliche ist, daß er sein Restaurant nicht einfach als Geschäft betreibt, sondern daß er an seine «Kunst» glaubt. Und doch ist der funktionell richtig aufgebaute Betrieb und der auf den heutigen Gast abgestimmte Raum ein sehr hilfreiches Mittel, die Tätigkeit gut und zweckmäßig auszuüben.

Der Bau eines Restaurants kostet viel Geld

Schon der Bau eines neuzeitlichen Ladengeschäftes ist teuer. Sehr viel mehr verschlingt aber der Bau eines Restaurants, wo nicht nur der Gast- und Verkaufsraum, sondern auch die Produktionsräume und Geräte angeschafft werden müssen. Vielfach fängt man mit dem Bauen an, ohne sich recht klar zu sein, welche spezifischen Bedürfnisse zukünftiger Gäste man erfüllen will. Kaum ist dann der Bau fertig, so hört man, was alles hätte anders gemacht werden können. Mir scheint, daß dies etwas teure Experimente sind. Auch ein Kleid kauft man schließlich nicht, ohne es vorher zu probieren. Wieviel mehr wäre es am Platz, beim Erstellen eines Restaurants sich erst einmal das Ziel genau abzustecken, bevor man sich Hals über Kopf, gedrängt durch das Fortschreiten des Baus, zu Entschlüssen zwingen muß.

Hat sich der Gast in der neueren Zeit verändert?

Wir sind stolz, einer 650jährigen Demokratie anzugehören. Trotz demokratischer Grundeinstellung herrschten aber doch bis vor kurzem, getrennt durch Herkunft und finanzielle Möglichkeiten große standesmäßige Unterschiede. Dement-

sprechend waren die Konsumgewohnheiten verschieden. Normalerweise sprach ein Restaurant eine bestimmte Klasse der Bevölkerung an. Dies hat sich plötzlich geändert. Wir können mit einem Restaurant heute praktisch jedermann als präsumptiven Kunden anziehen.

Und was noch erstaunlicher ist: die gehobenen Ansprüche beschränken sich nicht auf eine kleine, wohlhabende Schicht. Jedermann hat gehobene Ansprüche. Die Möglichkeit zu reisen, Film und illustrierte Zeitschriften, aber auch luxuriöse Ladengestaltung der Warenhäuser und Lebensmittelgeschäfte haben den Sinn und die Freude an moderner Raumgestaltung ins Volk getragen. Wir können auf eine viel breitere Schicht von möglichen Gästen abstellen. Entscheidend ist es aber, daß es gelingt, die Wünsche des heutigen Gastes zu erfüllen und zu erfüllen.

Das Interesse an gastronomischen Dingen ist unverkennbar im Ansteigen. Solange der Lebensstandard tief ist, geht es beim Essen um das Stillen des Hungers und um die Zuführung von Kalorien. Wenn sich die äußeren Bedingungen bessern, dann beginnt auch das Essen zur Tafelfreude und – wenn richtig verstanden – zur Eßkultur zu werden.

Können wir Schlüsse aus der umwälzenden Entwicklung im Detailhandel ziehen?

Wenn heute der Konsument so deutlich dem Selbstbedienungsgeschäft den Vorzug gibt, so sind da sicher auch einige Motive zu ergründen, die man beim Bau eines Restaurants nicht vernachlässigen sollte. Was ist es denn, was den Konsumenten so magnetisch in den Selbstbedienungsladen zieht? – Einmal die Fülle von Waren, die er alle – wenn er will – berühren kann und die sein Herz höher schlagen lassen. Zum zweiten auch die Wahlmöglichkeit, genau das zu kaufen, wonach ihn gelüstet, von niemandem forciert zu werden und aus einem reichen Angebot, seinem Impulse folgend, die Wahl zu treffen.

Wenn man diese Tatsachen erkennt, so sind zwei Schlüsse daraus zu ziehen:

Auch im Gastgewerbe sollten wir die Möglichkeit bieten, außer dem gedruckten Menu dem Gast Ware zu zeigen, die seinen Appetit und seine Kauflust anregt. Ebenso wichtig ist die Tatsache, daß der Konsument sich nicht durch Hergebrachtes, durch einen Verkäufer oder durch eine vermeintliche Pflicht zu einer Bestellung gedrängt fühlt, die er im Grunde genommen nicht wünscht. Ist es nicht so, daß wir oft in einem Restaurant mehr bestellen, als wir eigentlich wollen, weil wir glauben, dem Oberkellner, der Umgebung oder irgend einer Konvention etwas schuldig zu sein? Selbst wenn man noch so gut bedient war, wird man mit einer gewissen Unzufriedenheit gegenüber sich selbst ein Lokal verlassen, wo man sich zu Ausgaben genötigt fühlte, die man im Grunde genommen nicht wünschte.

Wenngleich die hier angeschnittenen Probleme mehr Fragen der Betriebsführung sind, so sollte doch auch in der Raumgestaltung dieser heute gewünschten, größeren Freizügigkeit Rechnung getragen werden.

Der Bau eines Restaurants fängt mit dem Menu an.

Das klingt beinahe nach einem originell sein wollenden Schlagwort. Es ist jedoch der Ratschlag, den ich jedem Restaurant-Erbauer geben würde, der nicht schon eine absolut feste Vorstellung von dem hat, was er zu bieten beabsichtigt. Das Aufstellen der Menu- und Getränkekarte zwingt zu klaren Vorstellungen. Auch der geschickteste Planer kann nicht bauen, wenn der Bauherr sich zu keiner Betriebsart entschließen kann.

Man kann nicht auf zwei Hochzeiten gleichzeitig tanzen. Ebenso wenig kann man alle Bedürfnisse der Gäste auf einmal decken. Wenn man sich zwingt, eine Karte aufzustellen, so wird auch die Richtung und die Betriebsart klar.

Der Restaurant-Bau ist nicht nur eine Frage der Raumgestaltung.

Wenn ein Architekt erstmals an den Bau eines Restaurants herantritt, denkt er zuerst an die Raumgestaltung und freut sich bereits auf das große Spielfeld, das er für seine Ideen zur Verfügung hat. Mit einiger Ernüchterung wird er dann feststellen, daß zuerst andere Probleme den Vorrang haben. Ein Restaurant – ich spreche von einem moderneren, größeren Betrieb, wo nicht nur Getränke, sondern auch Mahlzeiten serviert werden – ist nicht nur ein Verkaufsraum, sondern vor allen Dingen auch eine Produktionsstätte. Zuerst müssen deshalb der Ablauf des Betriebes, die hinteren Räume, die klare funktionelle Gliederung geplant sein. Das ist Spezialistenarbeit. Wie bei einer Zigarettenfabrik oder einem Textilwerk neben dem Inhaber und dem Architekten ein spezialisierter Betriebsingenieur bei der Planung mithelfen sollte, so ist es auch beim Restaurantbau angezeigt, diesen Teil der Gestaltung genau zu durchdenken. Erst wenn diese Fragen genau abgeklärt und alle Bedürfnisse in Rechnung gestellt sind, darf der Architekt an den «genialen Wurf» denken.

Über die Raumgestaltung etwas Allgemeines zu sagen, ist schwierig. Ich möchte höchstens soviel sagen, daß avantgardistische Experimente und sehr originelle Raumgestaltung wohl mutig oder gut gemeint sein mögen, sie führen aber höchst selten zum Erfolg. Lassen wir lieber die Effekte und versuchen wir, den Raum so zu schaffen, daß er dem Schönheitssinn entspricht. Der Gastronom befaßt sich mit dem leiblichen Hunger seines Gastes. Ein Architekt sollte den Durst nach Schönheit und einer freien, gelösten Umgebung stillen.

Was für Tendenzen liegen in der Luft?

Ich bin gefragt worden, ob heute die Tendenz beim Publikum eher gegen Lokale gehe, in welchen schnell und ohne große Umstände ein Imbiß eingenommen werden kann, oder nach gepflegteren Räumlichkeiten, die von einer gewissen Eßkultur zeugen.

Für beide Lokale ist heute Raum. Der Unterschied gegenüber früher liegt vielleicht darin, daß nicht eine gewisse Gesellschaftsschicht im einen und die andere im andern Lokal verkehrt, sondern daß derselbe Gast das eine Mal seine Bedürfnisse mit einem Sandwich stillt und das andere Mal eine repräsentative Umgebung wünscht. Eines ist sicher, daß auch das Lokal, das sich mit dem Schnellimbiß befaßt, mehr denn je darauf angewiesen ist, räumlich – aber auch kulinarisch – Höchstes zu leisten. Der anspruchslose Gast, der sich mit zweitklassiger Ware, mit angeschlagenem Geschirr und mit schlechtem Service zufrieden gibt, ist am Aussterben.

Wenn man von einer Tendenz sprechen will, so ist es vielleicht die Abkehr der jüngeren Generation, insbesondere der Bewohner größerer Städte, vom sogenannten «Gut-Bürgerlichen», Schnellimbiß, Tellerlunch einerseits, weltmännische, großzügige Ambiente andererseits, je nach Gegebenheit, je nach Lust und finanziellen Möglichkeiten. Das Zwanglose, das Unkonventionelle, das im Gastronomischen gesucht wird, sollte auch in der räumlichen Gestaltung Ausdruck finden.

Ich bin auch gefragt worden, ob ich glaube, daß die Selbstbedienung im Restaurantgewerbe Chancen hat. Das Selbstbedienungs-Restaurant ist hauptsächlich dann sinnvoll, wenn große Stoßgeschäfte abgewickelt werden müssen. Wenn in nicht allzu ferner Zeit die englische Arbeitszeit eingeführt wird, dann wird während kurzer Zeit über den Mittag eine große Nachfrage nach nicht zu teuren und raschen Mittagessen entstehen. Das Selbstbedienungsrestaurant wird deshalb viele Sitzplätze haben müssen, wenn es Erfolg haben soll und wenn seine Produktionsmöglichkeiten richtig genutzt sein sollen. Aber auch hier wird es Aufgabe des Architekten sein, durch die Gestaltung Schönheit in Räume zu bringen, die nicht zu Massenabfütterungshallen werden dürfen.