

Die Käfer Wies'n-Schänke



Die Außenansicht des Käferzeltes. Foto: Gerhard Willhalm



Innenansicht des Käferzeltes aus der Boulevard-Presse

Links von der Bavaria und gegenüber der Schützen-Festhalle befindet sich die Käfer Wies'n-Schänke, die im Volksmund auch „Käferzelt“ genannt wird. Es ist mit einem Fassungsvermögen von insgesamt 3.522 Personen das zweitkleinste der 14 großen Wiesenzelte. Die Plätze teilen sich auf in 1.500 im Innenbereich und 2.022 im Garten. Das Käferzelt ist ein Wirtezelt und eines der beiden Zelte für die Nachtschwärmer; denn die Käfer-Schänke muss erst um ein Uhr schließen. Die Warteschlangen am Einlass sind meist ziemlich lang, die hohe Promi-Dichte lockt so manchen Besucher an.

Die Käfer Wies'n-Schänke begann im Jahr 1971 als kleine Hendlbraterei mit gerade einmal fünfzig Sitzplätzen. Den Namen „Käfer Wies'n-Schänke“ hat das Festzelt übrigens von dem im Jahr 1970 eröffneten Restaurant „Käfer-Schänke“ in der Prinzregentenstraße bekommen. Feinkost Käfer gibt es nämlich schon seit 1930. Die Großeltern des heutigen Festwirts, Elsa und Paul Käfer, eröffneten damals ein kleines Ladengeschäft mit Kolonialwaren. Heute sind die Delikatessen von Feinkost Käfer auf der ganzen Welt bekannt.

Der erste Wirt war der im Jahr 2015 verstorbene Feinkostkönig Gerd Käfer. Er baute bereits 1972 kein klassisches Bierzelt mehr; stattdessen wurde auf der Festwiese ein uriges Holzblockhaus, sozusagen ein Festhof errichtet. Ungewöhnlich ist das Erscheinungsbild eines alpenländischen Bauernhofs nicht nur von außen. Innen wird auf den klassischen dreischiffigen Aufbau zugunsten von Stallboxen verzichtet, die jeweils einen Tisch mit Eckbank beinhalten. Das Käferzelt bietet seinen Gästen eine idyllische Atmosphäre im Stil eines Bauernhofs in den Alpen. Urig, gemütlich, wie auf einer Skihütte, mit aufwändigem Blumenschmuck und echten Antiquitäten dekoriert. Zudem erstreckt sich das Lokal über zwei Etagen und einen geschmückten Garten, der mehr Plätze als die Hütte fasst.

Seit 1995 heißt Michael Käfer die Besucher willkommen. Er hatte, nachdem sein Onkel Helmut Käfer und sein Vater Gerd Käfer Anfang der 1990er-Jahre das Unternehmen an einen Investor verkaufen wollten, einen Kredit aufgenommen und erwarb 1995 von seinem Vater und seinem Onkel den Feinkosthandel, den Party-Service und die Gastronomie inklusive der Käfer Wies'n-Schänke auf dem Oktoberfest. Insgesamt machte Käfer im Jahr 2024 einen Rekordumsatz von rund 150 Millionen Euro und liegt damit auf Platz 20 der umsatzstärksten Gaststätten-Betreiber Deutschlands.



In der Käfer-Schänke gibt es - im Gegensatz zu allen anderen Wiesenzelten - kein Eröffnungsritual, also kein Anzapfen des ersten Bierfasses durch den Festwirt. Es gibt auch keinen Jahres-Sammlerkrug, dafür jedoch eine Tasse mit einem Jahresmotiv. In der Käfer-Schänke ist das Sehen und Gesehen werden viel wichtiger.

Der Käfer gehört in die Insekten-Ordnung Coleoptera mit Abermillionen Vertretern auf der Erde, die sich fast alle dadurch auszeichnen, dass sie ihr Leben am liebsten und in Perfektion im Verborgenen verbringen. Das Käfer hingegen, das ist ein Zelt, dessen Gäste sich fast alle dadurch auszeichnen, dass sie ihren Besuch am liebsten und in Perfektion im Rampenlicht verbringen. Coleoptera-Arten leben in Wüsten, im Wasser oder in Eiseskälte, aber im unwirtlichen Lebensraum des Münchner Wiesn-VIPs hat sich noch kein Konkurrent durchsetzen können. Gut, beide Käfer haben einen harten Panzer gemein. Der eine wegen der Fressfeinde, der andere wegen der robusten Schale, an der alle Peinlichkeiten, die so eine oktoberfestliche Klatsch-Inszenierung mit sich bringt, auch abtropfen können. Neidisch sind manche Käferzeltgäste auf einige Vertreter der kleinen Namensvettern: nicht auszudenken, was man mit den Fähigkeiten eines Glühwürmchens für eine Sensation im Zelt wäre.

Die Wiesn wäre ohne ihren Promi-Auftrieb undenkbar. Beim sogenannten Almauftrieb im Käferzelt suchen die Promis das Blitzlicht, so dass man sich in eine Leistungsschau der Schönheitschirurgie und der Edeldirndlschneiderei versetzt fühlt. Es sind zwar nur drei Höhenmeter, aber die haben es in sich. Beim traditionellen Almauftrieb im Käferzelt am Sonntagabend wird die vor dem Eingang wartende VIP-Herde nur in kleinen Chargen auf die Alm gelassen. Bis jeder der etwa 800 Gäste auf seinem Platz im exklusiven ersten Stock angekommen ist, vorbei an den zum Teil neidisch blickenden gewöhnlichen Gästen, dauert es, vor allem wegen der Fotografen.

Die Fotografen liefern sich einen regelrechten Kampf auf den nur eineinhalb Meter breiten Gängen, die die verschiedenen Boxen voneinander trennen. Das ist nun mal der Laufsteg-Faktor. Schließlich müssen all die mühsam geschnürten Dekolletés ja irgendwie in die Kamera, und davon gibt es in dieser maximalen Promi-Dichte nun mal jede Menge. Bis halb zehn darf geknipst werden, und so blitzt es bis dahin an den 110 Tischen in einem fort, während die Geknipsten ihre Selfies bereits ins Netz verschicken.



Was und wer ist eigentlich prominent ?



Im Zusammenhang mit der Käfer-Wies'n-Schänke ist immer von der Prominenz die Rede. Prominenz kommt von dem lateinischen *prominentia*, was das Hervorragende bezeichnet. Die Bilder in der täglichen Boulevardpresse betrachtend stellt sich mir die Frage, was das Hervorragende ist. Ist es die hochgepushte Oberweite einiger der mehr oder weniger schönen Damen oder die Nase einiger Herren? Doch in der täglichen Boulevard-Wiesn-Berichterstattung bezeichnet man damit die Gesamtheit der herausragenden Persönlichkeiten, meint dabei aber das wie auch immer erworbene Ausmaß der individuellen Bekanntheit in der Öffentlichkeit.

Als Prominente oder umgangssprachlich Promis, Celebrities oder auch VIPs [= Very Important Persons] bezeichnet man vorwiegend jene Personen, die für ihre öffentlichen Auftritte bekannt sind. Häufig handelt es sich bei Prominenten um Schauspieler, Musiker und andere Unterhaltungskünstler; über die vielfach in der Presse berichtet wird. Auch Politiker und Sportler können prominent sein. Natürlich können auch Vorstandsvorsitzende großer Unternehmen eine breite öffentliche Bekanntheit erreichen. Neben individueller wird inzwischen auch eine kollektive Berühmtheit erforscht, indem angenommen wird, dass ganze Unternehmen prominent werden können.

Zur Pseudo-Prominenz oder der sogenannten B-Prominenz werden in der Alltagssprache solche Personen gerechnet, die durch öffentliche Skandale, spektakuläre Fernsehauftritte oder andere Ereignisse - häufig nur für kurze Zeit - schlagzeilenträchtiges Aufsehen erregen, ohne jedoch dabei auch Ansehen zu gewinnen. Sie werden international kaum bekannt, sondern sind lediglich in speziellen Kreisen oder durch einzelne Veranstaltungen oder Sendungen interessant. Zur sogenannten B-Prominenz werden auch weniger bekannte Personen gerechnet, die eher wegen eines Adelstitels oder durch Affären mit Prominenten Aufmerksamkeit finden.

Fernsehformate wie „Deutschland sucht den Superstar“ oder von Medien aufgebauschte Skandale erzeugen eine derart hohe Anzahl von angeblich prominenten Personen, dass zunehmend von C-Promis, D-Promis bis Z-Promis die Rede ist, also Personen, deren Prominenz als noch schnelllebig und unbedeutender wahrgenommen wird als die der sogenannten B-Prominenz. Klassische Tätigkeiten oder Eigenschaften, die wirkliche Prominenz begründen könnten, sind hier kaum erkennbar; waren nie vorhanden oder liegen lange zurück.

Manche Prominente machen unter anderem Produktwerbung, werben für Spendenaktionen oder wirken bei der Truppenbetreuung mit. Für den Prominenten kann dies von Vorteil sein, da

- entsprechende Verträge oft mit Geld dotiert sind und dadurch Werbeverträge zur Haupteinnahmequelle werden können,
- sich Engagement für (vermeintlich) wohltätige Projekte positiv auf das Image des Prominenten auswirken kann,
- sich ehemals bekanntere Personen wieder in das Gedächtnis der Öffentlichkeit bringen können und
- gelegentlich Personen auch erst durch solche Aktionen überhaupt Prominenz erlangen können.

Natürlich kann eine solche Prominenz auch Nachteile haben, da

- der Prominente eventuell abhängig von den entsprechenden Einnahmen wird,

- ein negatives Image des Prominenten sich auf die Produkte, Organisationen und Aktionen übertragen kann. Um dies zu verhindern, werden Verträge gekündigt, Einnahmen gehen verloren, der Prominente kann aus der Wahrnehmung verschwinden,

- ein negatives Image eines Produkts oder einer Aktion sich auf den Prominenten übertragen kann und
- Trittbrettfahrer die Bekanntheit und das Image von Prominenten nutzen, indem sie ohne deren Einverständnis Werbung mit ihrem Bild machen.



Die sogenannten Promis beim Füße-Schlecken, Flasche-Nuggeln und am Busen rumknutschen in der Käfer-Wies'n-Schänke, Bilder der Boulevard-Presse entnommen

