»Der Gast nimmt uns etwas weg«

Der Tiroler Fotograf Lois Hechenblaikner über den Tourismus-Wahnsinn in seiner Heimat und Schweizer Fehlentwicklungen

DIE ZEIT: Herr Hechenblaikner, die kriselnde Schweizer Winterindustrie schaut mit Bewunderung nach Österreich. Es heißt, dort sei man so viel gastfreundlicher, moderner und preisgünstiger als hier. Stimmt dieses Bild überhaupt?
Lois Hechenblaikner: Der wesentliche Unterschied ist, dass die Österreicher im Tourismus wendiger sind als die Schweizer, die sich oft nach dem Trägheitsgesetz verhalten und die antiquiert-barocke Pose pflegen. Bei uns hat man sich den Veränderungsprozessen viel flinker angepasst – vielleicht auch aus einem Überlebensinstinkt heraus. Nur ein Beispiel: Bei uns werden sogar die Liftangestellten von Psychologen in Benimmkultur geschult, damit sie dem Gast möglichst angenehm den Bügel unter den Hintern klemmen können. Und unsere Werbung, im Besonderen die Tirol-Werbung, hat auch eine viel größere Schlagkraft als die schweizerische. Die haben die Medien vollkommen durchschaut. Dazu kommt, dass Österreich eine eigene Tourismusbank hat, die touristische Projekte fördert. In der Schweiz, höre ich, ist das Geld für solche Dinge schwieriger zu bekommen. Ja, wir haben das System perfektioniert. Bei uns kriegt der Gast, insbesondere der Schweizer, mehr für sein Geld. Und wer mehr für sein Geld bekommt, der gibt auch mehr aus.
ZEIT: Man mache auch lieber Urlaub in Österreich, weil die Atmosphäre eine fröhlichere ist.
Hechenblaikner: Bei uns herrscht eine höhere Lach- und Höflichkeitsfrequenz. Man versteht es einfach, dem Gast eine »emotionale Nestwärme« in Form von professioneller Gastfreundschaft zu bieten. Die Schweiz leidet da schon eher unter ihrer tiefgekühlten Atmosphäre.
ZEIT: Liegt der Tourismus den Tirolern im Blut?
Hechenblaikner: Ja. Tirol ist schnurstracks von der Landwirtschaft zur Gastwirtschaft übergegangen. Viele Bauern sind Touristiker geworden. Und die machen das bis zur Selbstaufopferung, der Tourismus ist für die meisten meiner Landsleute der einzige Lebensinhalt geworden. In den Anfängen haben die Gäste gebettelt um ein Bett in Tirol. Die ließen sich sogar zum Schlafen in die Sauna stecken. Deswegen wurden in der Hochsaison sehr viele Tiroler Kinder ausquartiert – man musste Platz schaffen für die Gäste. Ja, das war damals ein reiner Nachfragemarkt.
ZEIT: Was ist der Preis, den die Tiroler für diese Selbstaufopferung bezahlen?
Hechenblaikner: Vor zwanzig Jahren erschien das Buch *Almrausch. Die Alltagstragödie hinter der Freizeitmaschinerie*. Es beschreibt dieses Drama, das ich gut kenne.
ZEIT: Warum kennen Sie es?
Hechenblaikner: Weil ich in so einem Tourismusbetrieb aufgewachsen bin. Meine Mutter gab alles für den Gast. Der Tourismus war das Familienoberhaupt. Und meine Mutter war ein »Tourismusautomat«. Wenn ich als Bub morgens runterging, um meinen Kakao zu trinken, war ich immer von Gästen umringt. Privatsphäre gab es nicht. Ich habe mich gefragt: Warum liebt die Mutter den Gast mehr als mich?
ZEIT: Tirol hat so sehr auf die Karte Tourismus gesetzt, dass es jetzt an Überkapazitäten leidet.
Hechenblaikner: Völlig richtig. Man misst unseren Erfolg nur an den Belegungszahlen und nicht an der Wertschöpfung. Da belügt sich ein ganzes Bundesland. Deshalb zerfleischen sich die Menschen, damit es noch irgendwie geht.
ZEIT: Man ist zu weit gegangen.
Hechenblaikner: Viel zu weit. Mir gefällt der Satz von Karl Kraus sehr: »Im Fremdenverkehr kommen die Gäste auf ihre Rechnung und auf unsere.« Der Gast nimmt uns auch etwas weg. Wir müssen uns also fragen: Was heißt genau Erfolg?
ZEIT: Ihre Antwort?
Hechenblaikner: Tirol hat zum Teil die Patina einer Disneylandisierung angenommen. Die setzen den Heustadeln Mickey-Mouse-Figuren auf, die Skilehrer sind Pyrotechniker geworden, jede Woche gibt es Feuerwerk und Après-Ski-Massenbesäufnisse. Sinnbild dieser Entwicklung sind die Zillertaler Schürzenjäger, die unsere Kultur banalisiert und ins Lächerliche gezogen haben. Sie sind an ihren Widersprüchen zugrunde gegangen. Zum Glück. Ich frage mich, wann der Schmerzpunkt kommt, wo die Leute sagen: »Ich mag nicht mehr.« Bislang benehmen sich die Tiroler aber noch so, als seien sie dem Tourismus schicksalhaft ausgeliefert. Man gibt alles, um die Mächte der Natur, die es immer seltener schneien lässt, zu besiegen. Man kämpft mithilfe der Technik ums Überleben – und zerstört dabei die eigene Lebensgrundlage, die Natur. Das kann nicht gut gehen.
ZEIT: Was kann einen Menschen dazu bewegen, Touristen einen Winter lang einen Bügel unter den Hintern zu klemmen?
Hechenblaikner: Das ist ein Riesenproblem. Man hat bei uns große Schwierigkeiten mit dem Personal. Da gibt es immer wieder Lagerkoller. Darauf haben einige Vernünftige reagiert, indem sie dem Personal schöne Wohnungen gebaut haben, wo sie sich wohlfühlen. Die guten Unternehmer haben kapiert: Erst wenn ich meinem Angestellten eine Würde gebe, wird er für mich eine gute Leistung bringen. Die werden nicht mehr als Gastro-Sklaven behandelt. Am Achensee hat der Besitzer des sehr erfolgreichen Post-Hotels schon vor 20 Jahren zur Hebung der Mitarbeitermotivation einen Porsche Carrera fürs Personal gekauft.
ZEIT: Könnte es auch ein Vorteil für die Schweizer sein, dass sie sich zurückhaltender zeigen gegenüber dieser Disneylandisierung der Alpen?
Hechenblaikner: Ja schon, aber die Schweiz ist einfach zu teuer. Nur wer Vermögen hat, kann sich das Engadin noch leisten. Dort hat das Geld einen so hohen Verdunstungsfaktor, dass es selbst für einen leitenden Angestellten aus Österreich unmöglich ist, dort Urlaub zu machen. Der Geschäftsführer des Tourismusverbandes von Ischgl hat mir kürzlich erzählt, er sei mit der Familie in St. Moritz gewesen. Man trank Kaffee und aß ein paar Brote. Und als die Rechnung kam, meinte er, seinen Bausparvertrag auflösen zu müssen.
ZEIT: Dann könnte die Schweiz ja nur noch auf die Reichen setzen.
Hechenblaikner: Das wird nicht funktionieren. Es gibt zu wenig Reiche. Wintertourismus ist und bleibt ein Massengeschäft. Der Mensch will das so. Er entstammt der Masse und landet wieder in der Masse. Man kann aus allem ein Geschäft machen. Die Leute haben heute keinen Platz mehr auf der Piste, keinen Sturzraum. Deshalb passieren so viele Unfälle. Das ist aber kein Problem, denn davon profitieren die Privatkliniken. In Ischgl zum Beispiel hat eine Klinik für Privatversicherte schon zwei eigene Helikopter stehen, die die menschliche Ware anliefern. Im Zillertal finden die sogar den täglichen Stau auf den Straßen gut. Ein Verantwortlicher sagte mir: »Ist doch super, dann sind wir immer in den Medien.«
ZEIT: Nun zeigen Sie in Ihren Bildern ständig die Kehrseite dieses inszenierten Erlebniswahnsinns. Was ist Ihr eigentlicher Antrieb, dies zu tun?
Hechenblaikner: Henri Cartier-Bresson hat gesagt: »Fotografie ist eine Art zu schreien.« Die Veränderungsprozesse in meiner Heimat haben mich sehr belastet, sie haben auf meine Gesundheit geschlagen. Mit der Fotografie habe ich ein Mittel gefunden, mich zu wehren. Dank meiner Bilder kann niemand mehr sagen, dass es nicht so war. Wenn die lokalen Medien gleichgeschaltet sind, alle in dieser Schicksalsgemeinschaft namens Tourismus mittun, braucht es einen wie mich, der den Preis, den wir bezahlen, sichtbar macht. Aber es geht mir nicht darum, meine Heimat in den Dreck zu ziehen. Ich bin kein Nestbeschmutzer und kein Verhörnter. Ich liebe meine Heimat. Dies zeige ich in meiner Arbeit. Nur verstehen das noch nicht alle. Man hat mich verleumdet, bedroht, Ausstellungen von mir verboten.
ZEIT: Wenn die Tiroler Sie endlich fragen würden, was sie ändern sollten, was würden Sie antworten?
Hechenblaikner: Seid Gastgeber und keine Gastnehmer. Seid also keine Schlitzohren, die ihren Gast melken, wo sie nur können. Immer noch wird in Tirol zum Beispiel zu 70 Prozent ein miserabler Kaffee ausgeschenkt – nur weil man mit schlechter Ware mehr verdienen kann. Das ist nicht nachhaltig. Ischgl, Sölden oder Saalbach-Hinterglemm sind zwar mit diesen rituellen Herdenbesäufnissen für einige Unternehmer Geldmaschinen, für die Ortsentwicklung ist das aber verheerend. Was bekommen die Kinder, die in diesen Orten aufwachsen, denn für ein Bild vom Gast, wenn der ständig betrunken ist? Und wenn man ständig die Kotze der Gäste aus den Zimmern wischen muss, wendet man sich automatisch gegen den Gast, man wird zum Gastfeind. Das alles ist gefährlich. Wir sollten vom Tourismus zum »Touris-will« kommen. Dass wir unser Schicksal selbst bestimmen und nicht von der Maschinerie schicksalhaft abhängen.
ZEIT: Das bedeutete, die Kapazitäten abzubauen.
Hechenblaikner: Das wird passieren. Betriebe mit 50, 60 Betten sind nicht mehr rentabel.
ZEIT: Haben Sie das Gefühl, Sie hätten etwas mit Ihrer Arbeit erreicht?
Hechenblaikner: Diese Frage habe ich mir noch nie gestellt. Aber wenn ich nachdenke: Ja, ich habe bei einigen ein Bewusstsein geschaffen. Und, wissen Sie, die Branche hat mich hervorgebracht: Ich wurde als Kind gezwungen, eine Lebenslüge auszuüben. Aber Kinder sind wahrheitszentriert. Und irgendwann protestieren sie. Meistens.

Das Gespräch führte PEER TEUWSEN

LOIS HECHENBLAIKNER

Der 54-Jährige ist in Tirol aufgewachsen. Hier fotografiert er die alpine Spaßindustrie. Seine Werke sind zurzeit im Alpinen Museum in Bern zu sehen

Fotos: Lois Hechenblaikner; Gert Chesi (kl.)

»Was bekommen denn unsere Kinder für ein Bild vom Gast, wenn der ständig betrunken ist?«
Touristen in Ischgl

Mehr Wahnsinn!

Eine Oper für Kinder, geht das? Am Zürcher Opernhaus versucht man es

Kinderoper ist, wenn erwachsene Menschen sich ihrem Nachwuchs anpassen, Kopftücher anziehen, mit einer Klappe intakte Augen verdecken und Plastiksäbel umschnallen. Kinderoper ist aber auch, wenn sich gewisse Habitués mit Premierenabos beschweren, dass hier plötzlich so viele Kinder rumtollen und die Andacht der heiligen Hallen stören – um dann zu erfahren, dass die Knirpse nur dreißig Franken Eintritt bezahlt haben! Vieles soll anders werden am Opernhaus Zürich. Einen ersten Eindruck davon konnte man am vergangenen Samstag gewinnen, als die Uraufführung von Frank Schwemmers Abenteueroper *Die Schatzinsel* stattfand. Der Berliner Komponist hatte vom neuen Intendanten Andreas Homoki den Auftrag bekommen, zusammen mit dem Librettisten Michael Frowin den Roman von Robert Louis Stevenson auf die Zürcher Bühne zu bringen, und zwar bitte kinder- und jugendtauglich. Man will die Oper einem breiteren Publikum öffnen. Bitte!

Nun, es lag sicherlich nicht an den Sängerinnen und Sängern, dass dieser Abend nicht so wild wurde, wie er sein wollte. Sie waren in Hochform, ihre Diktion und ihre Präsenz beeindruckend. Die Massenszenen waren gekonnt durchchoreografiert, und einmal gelang mit den *Schönen Mädchen von Gibraltar* auch ein Gassenhauer. Aber insgesamt schmiegte sich die gefällige Musik zu sehr der Handlung an, sie verpasste es, eigene Schwer- und Kontrapunkte zu setzen. Immerhin, sie störte nicht. Was man leider von der adaptierten Handlung nicht sagen kann.

ARTGENOSSEN

Während die Vorlage auf John Silver, den verführerisch bösen Piratenfürsten, fokussiert, verliert die Zürcher Inszenierung diesen archetypischen Konflikt fast völlig aus den Augen. Stattdessen hat man ein paar Frauenfiguren reingepackt, die hier wenig zu suchen haben. Braucht es denn immer noch eine Liebesgeschichte, ein Mädchen, das sich als Junge tarnt, und auch noch ein Mutter-Sohn-Drama? Das kann man ja alles machen, aber dann bitte richtig. In dieser *Schatzinsel* aber wird alles nur angetippt.

Richtig ausgearbeitet ist nur die Figur des so verrückten wie schlauen Inselbewohners Ben Gunn, den man schweizerdeutsch sprechen lässt. Und das ist denn auch der Moment, in dem die Kinderschar im Publikum das tut, was man sich häufiger gewünscht hätte: Sie lacht, sie schreit, sie zückt die Säbel. Es ist das Böse, das Verrückte, das Kinder interessiert. Hiervon bitte bald mehr! PEER TEUWSEN

»Die Schatzinsel« von Frank Schwemmer. Libretto von Michael Frowin. Weitere Vorstellungen im Opernhaus Zürich am 25. November, im Dezember und 2013