

»Du kannst Dir keine Vorstellung machen, wie schön es hier ist«: Kitsch und Tourismus

Während das Abenteuer der Kolportage, wie im Vorigen gezeigt, nach Bloch zur politischen Auflehnung und Revolution anstachelt, gilt Massentourismus hingegen als gezähmtes Abenteuer und damit als kitschverdächtig.⁷⁰⁰ Oft bringt man Kitsch und Tourismus in enge Verbindung miteinander: Für Gillo Dorfles etwa sind »Kitsch und Fremdenverkehr [...] zwei geistesverwandte Wörter«.⁷⁰¹ Unter anderem findet das gängige Bild »des« einfältigen Kitschverehrsers sein Gegenstück in der Tourismus-Forschung,

700 Für dieses Kapitel wurden Abschnitte aus früheren Vortragstexten d. Verf.s in einen neuen Zusammenhang gebracht, stark überarbeitet und erweitert: T.K.: »Journeys to the Ideal World«/»Reisen in die heile Welt«, in: Alexandra Karentzos, Alma-Elisa Kittner, Julia Reuter (Hrsg.): *Topologies of Travel/Topologien des Reisens*. Trier: Universitätsbibliothek 2010. http://ubt.opus.hbz-nrw.de/frontdoor.php?source_opus=565&la=de, S. 102–109; S. 294–300; »Kitschige Vorstellungen von Österreich? Der *Musikantenstadl* und André Rieus *Große Nacht der Wiener Musik*«, in: Kathrin Ackermann, Christopher F. Laferl (Hrsg.): *Kitsch und Nation. Zur kulturellen Modellierung eines polemischen Begriffs*. Bielefeld: transcript 2016, S. 119–139.

701 Gillo Dorfles: *Der Kitsch* [1968]. Aus dem Italienischen übers. von Birgid Mayr. Gütersloh: Prisma 1977, S. 153.

wenn in ihr vom »Massentouristen [...] im Singular«⁷⁰² gesprochen wird. Diese Redeweise geht ebenfalls mit »stereotype[n] Vorstellungen« einher, »die wir« nach Ueli Gyr »alle kennen und von denen wir uns in der Regel selbst auch sofort distanzieren, um uns möglichst keinem (stets folgenreichen) Verdacht auszusetzen. Am Massentouristen ist eigentlich fast nichts gut [...]«⁷⁰³ Gyr zählt unter anderem die folgenden üblichen Zuordnungen von Merkmalen auf:

Der Tourist macht sich durch Kamera, Freizeitlook und Gehabe lächerlich, er gilt als einfältig, dumm, reiseunerfahren, er ist unselbständig und muss sich deshalb organisiert in Gruppen, Horden oder Strömen bewegen, das heißt: er muss geführt reisen. [...] Vor allem aber erscheint der Tourist als ein durch und durch konsumorientiertes Wesen, welches die vertiefte Auseinandersetzung mit einer anderen Kultur scheut oder noch schlimmer: zu einer solchen gar nicht fähig ist.⁷⁰⁴

Aus der langen Reihe vermeintlicher Eigenschaften »des« Touristen sollen nun einige Punkte herausgegriffen werden, an denen die Nähe von Tourismus- und Kitsch-Kritik besonders deutlich wird. Berücksichtigt man diese Affinitäten, kann die Kitsch-Diskussion neue Anregungen erhalten. Heutige kulturwissenschaftliche Ansätze der Tourismus-Forschung nämlich hinterfragen das überkommene Bild des »einfältig[en]« und »dumm[en]« Touristen und zeigen genauer, wie touristische Erfahrung sich vollzieht. Es stellt sich heraus, dass diese Erfahrung auf eigenen Techniken im Sinne eines besonderen Wissens und Könnens beruht. Einige der Erkenntnisse dazu lassen sich in die Kitsch-Forschung übertragen, sodass in den Blick gerät, welche Techniken der Wahrnehmung und nicht zuletzt welche Arten von Reflexivität für Kitsch grundlegend sind. Diese kommen unter anderem in Fernsehshows wie dem MUSIKANTENSTADL und André Rieus GROSSE[R] NACHT DER WIENER MUSIK zum Tragen, in denen mit touristischen Ansichten ge-

702 Ueli Gyr: »»Alles nur Touristenkitsch«. Tourismuslogik und Kitsch-Theorien«, in: *Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung 7: Gebuchte Gefühle*. Hrsg. von Hasso Spode u. Irene Ziehe unter Mitarbeit von Christiane Cantauw. München, Wien: Profil 2005, S. 92–102, hier S. 92.

703 Ebd., S. 92f.

704 Ebd., S. 93.

spielt wird. Auf diese Beispiele soll zum Abschluss näher eingegangen werden.

ZUM STEREOTYP »DES« TOURISTEN ALS »KITSCHMENSCHEN«

Zunächst aber zu den gängigen Vorbehalten gegenüber dem Tourismus: Sehr häufig wird kritisiert, dass »der« Tourist sich Illusionen hingibt. Dazu gehört etwa die Illusion, am massenhaft aufgesuchten Urlaubsort ließe sich unberührte Natur vorfinden und es könnte Pauschalreisen in Paradiese geben. Hans Magnus Enzensberger erklärt 1958 in seiner »Theorie des Tourismus«, »die unberührte Landschaft und die unberührte Geschichte« seien »die Leitbilder des Tourismus« bis dahin geblieben. Es handle sich dabei um einen Versuch, »den in die Ferne projizierten Wunschraum der Romantik leibhaftig zu verwirklichen«: einen Freiraum zu finden, den es in der bürgerlichen Gesellschaft nicht gebe.⁷⁰⁵ Die Bemühung, aus der Gesellschaft herauszukommen, scheitere jedoch rasch. Beispielsweise verrate die »Eisenbahnmanie« des 19. Jahrhunderts »bereits den heftigen Wunsch, den Wohn- und Arbeitsplätzen der industriellen Revolution zu entinnen«; die Erfüllung dieses Wunsches aber werde durch »das Netz der Verkehrsmittel« zugleich in Aussicht gestellt und verhindert.⁷⁰⁶ Gerade mit dem Ausbau des Bahnnetzes, das die Gesellschaft »für den Touristen zu öffnen« scheine, schließe diese sich alsbald wieder: »Wie der Igel im Märchen den keuchenden Hasen am Ziel des Wettlaufs immer schon höhnisch erwartet, so kommt dem Tourismus allemal seine Widerlegung zuvor.«⁷⁰⁷ Insbesondere der Alpentourismus, der sich auf das »Elementare«, das »Unberührte« und das »Abenteuer« richte, sei von dieser Art der Rückwirkung betroffen; indem es nämlich erreicht werde, sei es »auch schon vernichtet«.⁷⁰⁸ Ins Ge-

705 Hans Magnus Enzensberger: »Eine Theorie des Tourismus« [1958], in: H.M.E.: *Einzelheiten I: Bewußtseins-Industrie*. 5. Aufl. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1969, S. 179–205, hier S. 190f.

706 Ebd., S. 191.

707 Ebd.

708 Ebd., S. 192.

wicht falle, dass die »Befreiung von der industriellen Welt« sich bereits selbst »als Industrie etabliert« habe.⁷⁰⁹

Eine ähnliche Schwierigkeit wie bei der vermeintlich unberührten Natur ergibt sich auch bei der Suche nach Authentizität. Dorfles fragt: »Wie kann [...] der Tourist glauben, die Indianer mit ihren schön ausgerichteten und sauberen Federn seien echt? Wie kann er sich der Illusion hingeben, die Lieder der Gondoliere oder der neapolitanischen Schiffer seien echt?«⁷¹⁰ Die Gondel wird nach Dorfles »unweigerlich zum Kitsch [...], sobald sie dem Touristen für eine Rundfahrt durch Venedig zu einem Preis angeboten wird, in dem alles ›mitinbegriffen‹ ist.«⁷¹¹ Mit diesen Beispielen illustriert Dorfles, dass Authentizität im Tourismus scheinhaft ist.

Wie Robert Schäfer bemerkt, ist in Debatten über Tourismus eine »Denkfigur [...] verbreitet«, nach der die Moderne sich mit einem »Virus« vergleichen lässt,

das alle Kulturen infiziert, die mit ihr [der Moderne, T.K.] in Berührung kommen und die dadurch am selben Authentizitätsverlust erkranken, der der modernen Kultur selbst eigen ist. Authentizität, so wird suggeriert, ist das Andere der Moderne. Diese bedeutet in erster Linie Reflexivität, aus der es, ist sie einmal ›im Sattel‹, kein Ent-rinnen mehr gibt. [...] Wer den Primitiven spielen kann, ist modern, der wirklich Primitive kann sein Primitivsein nicht darstellen.⁷¹²

Solche Denkmuster sind aus den Diskussionen über Kitsch geläufig – auch in diesen stehen Authentizität und Reflexivität oft in einem Spannungsverhältnis zueinander. Erkennungszeichen von Authentizität etwa, die sich ge-

709 Ebd., S. 196.

710 G. Dorfles: *Der Kitsch*, S. 153. Ebenso sei die von »de[m] Tourist[en]« bewunderte Natur bloß »eine Pseudonatur«, etwa bei »Safaris mit [...] gezähmten Raubtieren« (S. 154). Dieses Beispiel erinnert wiederum an Enzensberger, der einen vergleichbaren Fall nennt, nämlich vom Reisebüro arrangierte Elchjagden in Lappland: Bis hin »zum imitierten Lappenzelt« werde »für den Touristen, was ihn« anziehe, »allererst hingestellt« (H.M. Enzensberger: »Eine Theorie des Tourismus«, S. 197).

711 G. Dorfles: *Der Kitsch*, S. 153f.

712 Robert Schäfer: *Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit*. Bielefeld: transcript 2015, S. 29f.

zielt verwenden lassen, taugen aus Sicht vieler Kritiken gerade nicht mehr als Erkennungszeichen von Authentizität. Ebenso kann unter Kitschverdacht geraten, wer sich oder die eigenen Werke als naiv ausgibt – scheint doch (zumindest auf den ersten Blick) so etwas wie ihrer selbst bewusste Naivität oder absichtliche Einfalt einen Widerspruch in sich zu bergen, so dass der Vorwurf der Unwahrheit schnell zur Hand ist.⁷¹³

Auf der Linie solcher Kritik liegt es auch, wenn Karpfen »exotischen Kitsch« als Fälschung von etwas Ursprünglichem und Echtem beschreibt. Er führt aus, dass das nur scheinbar Authentische immer wieder erfolgreich bei europäischen Reisenden in Asien abgesetzt wird: »Längst schon sind in China ganze Stadtviertel entstanden, deren Bewohner ausschließlich von der Erzeugung »alter« Kunstwerke leben. Es gibt Tempel des Fo im Innersten Asiens, deren Buddhabild zum hundertstenmal an gierige Europäer verkauft worden ist.«⁷¹⁴ Die für den Tourismus eigens hergestellten, indessen authentisch wirken sollenden Gegenstände sind aus Karpfens Sicht Kitsch im Sinne von Täuschung und Betrug.

Vergleichbar mit Karpfens Darstellung von »exotischem Kitsch« sind Hermann Polligs Überlegungen zu »airport art«.⁷¹⁵ Darunter versteht Pollig Souvenirs und »Ethno-Kitsch« – künstlerische, kunsthandwerkliche und alltagskulturelle Objekte, »die man an den Brennpunkten des Reisens, etwa auf Flughäfen, aber genauso in Hotels, Bahnhöfen oder in unmittelbarer Nähe von Sehenswürdigkeiten angeboten bekommt«.⁷¹⁶ Nach Pollig ist für diese Gegenstände ein »Mangel an Authentizität« kennzeichnend: Als Ersatzdinge bildeten sie eine »als ob-Kultur« und seien »ein den Erdball überziehendes Phänomen«.⁷¹⁷ »Airport art« verbreite sich zu Lasten »überlieferter Kulturfertigkeiten«, diese würden durch »Manufakturerung und Industrialisierung« verdrängt:

713 Siehe dazu das Kapitel »Naivität mit Absicht«.

714 F. Karpfen: *Der Kitsch*, S. 25f.

715 Hermann Pollig: »Airport art«, in: *Das exotische Souvenir*. Ausst.-Kat. Institut für Auslandsbeziehungen. Stuttgart-Bad Cannstatt: Edition Cantz 1987, S. 8–13.

716 Ebd., S. 8f.

717 Ebd., S. 8.

War es vor dem großen Touristenansturm noch möglich, die Reisenden mit autochthonen Objekten aus den Bereichen Kunst und Kult, Kunsthandwerk und Handwerk zu bedienen, mußten nun reproduzierende Techniken angewendet werden, um dem Bedarf des Massentourismus an preiswerten Objekten nachzukommen. Traditionelle Materialien wie Elfenbein, Horn, Ebenholz, Buntmetalle sind durch andere, billigere und besser zu verarbeitende Werkstoffe ersetzt worden.⁷¹⁸

Oft werde die industrielle Herstellung von »airport art« bereits »in andere Länder verlegt«, um die Artikel »besonders preiswert produzieren und anbieten zu können«.⁷¹⁹ Dabei finde die dem jeweiligen touristischen Ort eigene Geschichte und Tradition kaum Beachtung, denn »airport art« sei an die »Vorstellungen und Wünsche[] der Käufer« gebunden, und diese befassten sich »in der Regel nicht« mit »Fragen originärer Herleitung und Kulturtreue«.⁷²⁰ Vielmehr seien jene »Vorstellungen« von Klischees geprägt. In ihrer stereotypisierenden Sicht auf die andere Kultur fühlten sich die Reisenden durch »airport art« bestätigt.⁷²¹

Ähnlich erläutert Ingrid Thurner, weshalb viele Souvenirs nach Stereotypen gestaltet sind: Tourismuskunst muss, um leicht absetzbar zu sein, »dem kognitiven System des Käufers angepaßt werden« und sich »in sein[] Bild« der »fremden Welt« einfügen. Was der Kundschaft angeboten wird, hat für sie möglichst erwartbar zu sein, zum Beispiel »Pharaonisches aus Ägypten, Jodelig-Todeliges aus Tirol und aus Afrika eine holzgeschnitzte Maske«.⁷²²

Der Vorwurf, dass Tourismus auf derartige Schemata zurückgreift, findet sich häufig – nicht zuletzt bei Giesz, der eine »Affinität von Kitsch-

718 Ebd., S. 12.

719 Ebd.

720 Ebd. Vgl. dazu auch David Lowenthal: »Forging the past«, in: Mark Jones (Hrsg.): *Fake? The Art of Deception*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press 1990, S. 16–22.

721 H. Pollig: »Airport art«, S. 12f.

722 Ingrid Thurner: »Airport Art aus Westafrika«, in: *Mitteilungen der Anthropologischen Gesellschaft in Wien* 125/126 (1995/96), S. 225–247, hier S. 245. Vgl. auch Harald A. Friedl: *Tourismusethik. Theorie und Praxis des umwelt- und sozialverträglichen Fernreisens*. München, Wien: Profil 2002, S. 80f.

mensch und Tourismus«⁷²³ sieht: »[D]er Tourist« habe »seine mehr oder weniger deutlichen stereotypen Erwartungsmuster, da er ja keineswegs »schlechthin Fremdes« suche; »die »Attraktionen« seien »ihm schon durchs Reisebüro vermittelt worden« und er wisse »ziemlich genau [...], worauf er seine Fotocamera zu richten haben« werde.⁷²⁴ Demnach ist touristische Fotografie besonders von ihren Voreinstellungen geprägt. Man hält sich an seine Reiseführer und versucht, bereits fixierte Ansichten des touristischen Ortes wiederzufinden.

Als ein Vorläufer dieser Kritik am Tourismus kann Heinrich Heine gelten. In seinen *Reisebildern* heißt es, in Italien seien so viele Engländer unterwegs, dass man sich »keine Galerie« in diesem Land »mehr denken« könne »ohne ein Schock Engländer, die, mit ihrem Guide in der Hand, darin umherrennen, und nachsehen, ob noch alles vorhanden, was in dem Buche als merkwürdig erwähnt ist.«⁷²⁵ Satirisch überspitzt dargestellt, erscheinen die englischen Reisenden bei Heine lächerlich, wenn sie wie zum bloßen Abhaken überprüfen, ob das im Reiseführer »als merkwürdig« Genannte sich noch am Ort befindet, und sich dieses gar nicht erst näher anschauen.⁷²⁶

Das Angewiesensein touristischer Erfahrung auf Reiseführer wird auch in Robert Musils Text »Hier ist es schön« thematisiert. In diesem ist die Rede von »eine[r] ehrliche[n] Freude«, die Menschen empfinden, »wenn sie etwas anerkannt Schönes betrachten dürfen.«⁷²⁷ Das Wort »anerkannt«

723 L. Giesz: *Phänomenologie des Kitsches*, S. 78.

724 Ebd., S. 83.

725 H[einrich] Heine: *Reisebilder*. 3. Theil. Hamburg: Hoffmann und Campe 1830, S. 164.

726 Vgl. Maria Anna Bernhard: *Welterlebnis und gestaltete Wirklichkeit in Heinrich Heines Prosaschriften*. Diss. Ludwig-Maximilians-Universität München 1961, S. 90; Gunter E. Grimm, Ursula Breymayer, Walter Erhart: »Ein Gefühl von freierem Leben«. *Deutsche Dichter in Italien*. Stuttgart: Metzler 1990, S. 156–172.

727 Robert Musil: »Hier ist es schön«, in: »Nachlaß zu Lebzeiten«. *Gesammelte Werke* in 9 Bdn., hrsg. von Adolf Frisé. Bd. 7. 2., verb. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1981, S. 523f., hier S. 524.

lässt sich als Verweis auf die Autorität von Reiseführern lesen.⁷²⁸ Wer sich auf diese stützt, weiß etwa zu sagen, dass »ein Turm höher ist als andere Türme, ein Abgrund tiefer als die gewöhnlichen Abgründe oder ein berühmtes Bild besonders groß oder klein ist«. ⁷²⁹ Anders aber verhält es sich bei den »Erfahrungen der Wirklichkeit, die nicht [...] der gesicherten Vorgabe des Reiseführers folgen«. ⁷³⁰ Wenn nämlich »etwas nicht hoch, tief, groß, klein oder auffallend angestrichen, kurzum wenn etwas nicht etwas ist, sondern bloß schön«, geraten die Reisenden in »Verlegenheit«. ⁷³¹ Sie nehmen Zuflucht beim »Unsagbarkeitstopos« ⁷³² und schreiben auf ihre Ansichtskarten Sätze wie »»Hier ist es unbeschreiblich schön«« oder »»Du kannst Dir keine Vorstellung machen, wie schön es hier ist««. ⁷³³ Gerade in ihrer Formelhaftigkeit und allgemeinen Wiederholbarkeit laufen solche touristischen Beteuerungen, wie einmalig der jeweilige Ort sei, sich selbst zuwider. ⁷³⁴

Armin Westerhoff zieht von diesem Punkt aus Verbindungslinien zu der Kitsch-Kritik, die sich in Musils Betrachtung »Schwarze Magie« findet – im letzteren Text wird »die Formelhaftigkeit des Kitsches ausdrücklich angesprochen«, ⁷³⁵ unter anderem an folgender Stelle:

Der Dichter X. wäre in einer noch etwas schlechteren Zeit ein beliebter Familienblatterzähler geworden. Er hätte dann vorausgesetzt, daß das Herz auf bestimmte Situationen immer mit den gleichen bestimmten Gefühlen antwortet. Der Edelmut wä-

728 Armin Westerhoff: »Robert Musils unfreundliche Betrachtung *Hier ist es schön*: Zur rhetorischen Strategie von Musils Gefühls- und Kitschkritik«, in: Kevin Mulligan, Armin Westerhoff (Hrsg.): *Robert Musil – Ironie, Satire, falsche Gefühle*. Paderborn: mentis 2009, S. 255–268, hier S. 257f.

729 R. Musil: »Hier ist es schön«, S. 523.

730 A. Westerhoff: »Robert Musils unfreundliche Betrachtung *Hier ist es schön*«, S. 257.

731 R. Musil: »Hier ist es schön«, S. 523.

732 A. Westerhoff: »Robert Musils unfreundliche Betrachtung *Hier ist es schön*«, S. 258.

733 R. Musil: »Hier ist es schön«, S. 523.

734 Vgl. A. Westerhoff: »Robert Musils unfreundliche Betrachtung *Hier ist es schön*«, S. 262f.

735 Ebd., S. 263f. Vgl. L. Schulz: *Die Werte des Kitschs*, S. 232.

re in der bekannten Weise edel, das verlassene Kind beweinenenswert und die Sommerlandschaft herbststärkend gewesen. Es ist zu bemerken, daß sich damit zwischen den Gefühlen und den Worten eine feste, eindeutige, gleichbleibende Beziehung eingestellt hätte, wie sie das Wesen des Begriffs ausmacht.⁷³⁶

Das Erfolgsrezept für den »Familienblatterzähler« läge also in der Verwendung von Stereotypen: Die sich nicht ändernden sprachlichen Fertigteile versprächen eine sich nicht ändernde Wirkung zu haben. Die Formel »das verlassene Kind« zum Beispiel ließe keine andere Wahl als Mitleid zu empfinden. »Alles«, so Michel im Anschluss an Musil, gerinnt dem Kitsch zu »starrten Bildern«⁷³⁷ – nicht nach dem Leben, vielmehr nach Schablonen gezeichnet. Über den Kitsch-Schriftsteller heißt es in »Schwarze Magie« weiter, dass er »nicht an erlebten Vorstellungen zu denken gelernt hat, sondern schon an den von ihnen abgezogenen Begriffen«; entsprechend werden bei ihm auch »aus Gefühlen Begriffe«.⁷³⁸

Wenn man sieht, dass die Texte »Hier ist es schön« und »Schwarze Magie« in vergleichbarer Weise von Formelhaftigkeit handeln, könnte man das über den Kitsch-Schriftsteller Gesagte geradezu auf »den« Touristen übertragen: Dieser befasste sich nicht mit »erlebten Vorstellungen« vom bereisten Ort, sondern mit »schon [...] von ihnen abgezogenen Begriffen« aus dem Reiseführer.

Eine ähnliche Kritik an Kitsch und Tourismus vertritt Emil Lucka 1930. Seines Erachtens besitzen einige »ihr fertiges Klischee für die Gefühle, die eine Landschaft zu erregen hat, und alle Landschaften von Taormina bis Chemnitz werden in diesem Klischee untergebracht (etwa »romantisch«), denn diese Menschen seien »nicht imstande [...], einen Natureindruck aus seiner Quelle zu empfangen, sondern nur indirekt in festgelegten Formen«. Die starren Formen gingen zurück auf die »sentimentalen Wendungen der

736 Robert Musil: »Schwarze Magie«, in: »Nachlaß zu Lebzeiten«. *Gesammelte Werke* in 9 Bdn., hrsg. von Adolf Frisé. Bd. 7. 2., verb. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 1981, S. 501–503, hier S. 502.

737 K.M. Michel: »Gefühl als Ware«, S. 38.

738 R. Musil: »Schwarze Magie«, S. 502. Vgl. dazu Norbert Christian Wolf: »Wer hat dich, du schöner Wald...?« Kitsch bei Musil – mit Blick auf den *Mann ohne Eigenschaften*«, in: *Zeitschrift für deutsche Philologie* 127 (2008), H. 2, S. 199–217.

Romane, die« von jenen »in ihrer Jugend gelesen« worden seien. Die Leute glaubten dann »[m]it [...] einem nichtssagenden Worte [...] die Landschaft erfaßt [...] zu haben« und der Forderung »ihr[es] Gewissen[s]« nachgekommen zu sein, »daß sie etwas empfinden«. Lucka fügt hinzu: »[N]ichts zu empfinden wäre hier vielleicht das echte, unmittelbare Erlebnis – zu dem aber die Kraft fehlt«. ⁷³⁹ Auch Lucka also weist darauf hin, wie sehr die Gefühle bei touristischen Betrachtungen von Landschaften vorgeprägt und an Muster gebunden sind.

In Musils »Hier ist es schön« wird nicht zuletzt auf die Bildseiten von Ansichtskarten näher eingegangen: Sie haben »unabweislich- und überlebensschön« zu sein, um das Ausmaß zu beschwören, in dem sich die touristische Erfahrung abhebt von allem Gewöhnlichen. ⁷⁴⁰ Dazu trägt ihre unnatürliche Kolorierung bei: »die Bäume und Wiesen giftgrün, der Himmel pfäublau, die Felsen sind grau und rot«. ⁷⁴¹ Doch die Besonderheit der jeweiligen Ansicht, die damit markiert wird, kann wiederum fraglich erscheinen, wenn man die massenhafte Verbreitung dieser Karten und die Gleichheit ihrer Machart bedenkt. In dem Text ist zu lesen: »Am letzten Tag« ihrer Vergnügungsreisen kaufen die Menschen im »nächsten Papierladen [...] Ansichtskarten, und dann kaufen sie noch beim Kellner Ansichtskarten. Die Ansichtspostkarten, welche diese Menschen kaufen, sehen in der ganzen Welt einander ähnlich.« ⁷⁴² An dieser Stelle wird, wie Westerhoff deutlich macht, die Wiederholung der Postkartenmotive sprachlich nachgeahmt: zum einen mit einer Epipher – das Wort »Ansichtskarten« wiederholt sich am Satzschluss – und zum anderen mit einer Anadiplose – »Ansichtskarten« wird zu Beginn des Folgesatzes noch einmal aufgegriffen in Form des Wortes »Ansichtspostkarten«; darin liegt ein Gegenstück zu »jener ewig-ähnlichen Abbildung«, welche »die Postkarte charakterisiert«. ⁷⁴³ Nach Westerhoff erweisen sich diese »Abbildungen [...] – bei aller behaupteten Einmaligkeit (»Hier ist es schön« – »unvorstellbar«) – in ihrer faktischen

739 Emil Lucka: »Volkstümliche Dichtung, Unterhaltungslektüre, Kitsch«, in: *Deutsche Rundschau* 56 (1930), S. 222–227, hier S. 225.

740 R. Musil: »Hier ist es schön«, S. 524.

741 Ebd., S. 523.

742 Ebd.

743 A. Westerhoff: »Robert Musils unfreundliche Betrachtung *Hier ist es schön*«, S. 261.

Darstellung vielfältig reproduzier- und austauschbar«, sie haben sich »zum Klischee« verfestigt.⁷⁴⁴ Just solche Bilder, die miteinander verwechselt werden könnten, sollen augenfällig machen, dass der touristische Ort nicht zu verwechseln ist.

Ansichtskarten sind sehr häufig Gegenstände von Kitsch-Diskussionen: Gert Richter erklärt in seinem *Kitsch-Lexicon von A bis Z*, diese Art der Postkarte sei »geradezu zum Kitschträger Nr. 1 geworden«.⁷⁴⁵ Reimann zum Beispiel stellt in einem Zeitungsbeitrag zu der Frage »Was ist kitschig?« fest: »Postkarten von der Riviera sind Kitsch. Retuschierte Photographien sind Kitsch. Alles, was sich verlogenerweise schöner präsentiert, als es in Wirklichkeit ist, grenzt an Kitsch.«⁷⁴⁶ Kaum denkbar ist in diesem Zusammenhang die Möglichkeit, dass die Verschönerung vertretbar sein könnte; stattdessen wird diese durch das Wort »verlogenerweise« gleich moralisch herabgesetzt. Insbesondere scheint das Retuschieren von Fotografien demjenigen zuwiderzulaufen, durch das sie sich nach einem weit verbreiteten Denken auszeichnen sollen: Wirklichkeit getreu aufzuzeichnen und zu bezeugen.⁷⁴⁷ Darüber hinaus bringt Reimann »Natur«, verbunden mit dem Wort »unschuldig«, ins Spiel, um das Vorgängige und Vorrangige der Wirklichkeit gegenüber den touristischen Abbildern herauszustellen: »Meine Tante Klara stand im Riesengebirge vor einer Ruine und seufzte: ›Wie auf einer Ansichtskarte!‹ Daran war die Natur unschuldig. Tante hatte Reproduktion und Original verwechselt.«⁷⁴⁸ Ein solcher Versuch einer Touristin, das Schöne eines Postkartenbildes in der Wirklichkeit wiederzufinden, gilt damit als grundverkehrt – nämlich als Verkehrung eines Grundsatz-

744 Ebd., S. 262. Das Wort »Klischee« spielt dabei nicht zuletzt auf den Bereich drucktechnischer Vervielfältigung an.

745 Gert Richter: *Erbauliches, belehrendes, wie auch vergnügliches Kitsch-Lexicon von A bis Z*. Gütersloh, Berlin, München, Wien: Bertelsmann 1972, S. 188.

746 Hans Reimann: »Was ist kitschig?«, in: *Volksblatt* (Halle) Nr. 55 vom 6.3.1930, Beilage »Welt und Wissen«.

747 Vgl. zur Diskussion darüber etwa Susanne Blazejewski: *Bild und Text – Photographie in autobiographischer Literatur. Marguerite Duras' »L'Amant« und Michael Ondaatjes »Running in the Family«*. Würzburg: Königshausen & Neumann 2002, S. 66–68.

748 H. Reimann: »Was ist kitschig«.

zes: Ein Bild darf zwar als Darstellung der Natur betrachtet werden, aber nicht die Natur als Darstellung eines Bildes. An dieser Ordnung zu rütteln, erlaubt Reimann dem Tourismus nicht.⁷⁴⁹

Reimanns Kritik am touristischen Umgang mit Bildern steht im Zusammenhang einer Diskussion, die sich – unter anderem ironisch – mit der Faszination von Reisenden an malerischen Anblicken befasst. Zu dieser Debatte trägt etwa auch Wilhelm Raabes Roman *Unruhige Gäste* bei: Eine Gruppe von »Sommerreisenden« im Harz kommt, teils auf Pferden und Eseln reitend, an einer etwas abgelegenen, »am Waldrande« verorteten Baracke vorbei. »[E]ine der jungen Damen« ruft, als sie die einfache Hütte erblickt, »O wie hübsch!« aus und lässt ihr Tier stillstehen – sie möchte die Ansicht in ihrem »Skizzenbuch« festhalten. Ihre Begleiter sind ihr rasch zu Diensten: »Schon hielt der eine der jungen Ritter des hübschen Mädchens ihr den Steigbügel, und der zweite bot ihr das ›Skizzenbuch‹ dar, und der, welcher die Bleistifte zu tragen und zu spitzen hatte, war auch mit denselben zur Hand«. Im Weiteren zeigen sich zwar auch zwei Menschen aus der Hütte, die »wirklich ausgezeichnete[] Modelle[]« abgeben könnten – »[e]in verwildertes, zerlumptes, höchst malerisches Kinderstaffagepaar, ein Junge und ein Mädchen«, doch zu diesem Zeitpunkt ist der »künstlerische[] Wunsch[] und Enthusiasmus« bereits zum Erliegen gekommen, da die Reisegruppe inzwischen erfahren hat, dass es in der Hütte eine ansteckende Krankheit gibt.⁷⁵⁰ Das Verhältnis von Reisenden und Bereisten ist durch den Gegensatz von Reich und Arm geprägt – auf zwei verschiedenen Ebenen: zum einen auf der Ebene der erzählten Wirklichkeit, in der die Reisegruppe sich als begütert und vornehm (vom Erzähler so genannte »Damen« und »Ritter«, über Reittiere verfügend und »künstlerischen«, das heißt kul-

749 Indessen ist die touristische Wahrnehmungsweise, von der Reimann erzählt, bis heute gängig. Als ein Beispiel dafür kann der »begeisterte Ausruf ›Wow, that's so postcard!‹ eines Touristen« genommen werden, »der 1995 zum ersten Mal die Victoriafälle besichtigte« (Hanna Büdenbender: »Wow, that's so postcard!« – *De-/Konstruktionen des Tropischen in der zeitgenössischen Fotografie*. Bielefeld: transcript 2022, Einleitung [im Erscheinen]).

750 Wilhelm Raabe: »Unruhige Gäste. Ein Roman aus dem Säkulum«, in: W.R.: *Sämtliche Werke*. Im Auftrag der Braunschweigischen Wissenschaftlichen Gesellschaft hrsg. von Karl Hoppe. Bd. 16. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 1970, S. 179–337, hier S. 181f.

turell hochgeschätzten Neigungen nachgehend) abhebt von den »verwilder- te[n]« und »zerlumpt[e[n]«, am Rande der menschlichen Gemeinschaft ste- henden, notleidenden Menschen aus der Hütte. Zum anderen aber spielt der Gegensatz von Reich und Arm auch auf der Ebene des Bildes eine Rolle, das im »Skizzenbuch« entstehen soll: Die Armut ist Teil einer gewollt idyl- lischen Szenerie, wie der Erzähler deutlich macht, wenn er die Wörter »verwildert[]«, »zerlumpt[]« und »höchst malerisch[]« unmittelbar aufei- nanderfolgen lässt. Die Verbindung von Idyllischem mit Armut ist nicht zu- letzt durch den Rousseauismus gängig geworden.⁷⁵¹ Das Suchen wohlha- bender Reisender nach einem als reizvoll geltenden Anblick von Mittello- sigkeit nun wird in Raabes Roman ironisch vorgeführt. Die Bezeichnung der Elendshütte als »hübsch« zum Beispiel fällt auf die Sprecherin selbst zurück: Der Erzähler hängt dieser Touristin das Wort förmlich an, indem er sie ein »hübsche[s] Mädchen[]« nennt und den »Schrei«, den sie von sich gibt, als sie von der Ansteckungsgefahr erfährt, ebenfalls »hübsch[]«.⁷⁵² Die Wiederholung dieses Ausdrucks lässt sich als übertrieben und, gerade ange- sichts der Krankheit, als unpassend betrachten, sodass möglicherweise eine ironische Distanz zu der Figur merklich wird. Eine solche Abstandnahme

751 In Jean-Jacques Rousseaus »Discours« über die Wissenschaften und Künste ist unter anderem die Rede davon, wie sich Rom gerade in seiner Frühphase, »in der Zeit seiner Armut und Unwissenheit« (»dans les temps de sa pauvreté et de son ignorance«), auszeichnet. J.-J.R.: »Discours qui a remporté le prix à l'académie de Dijon en l'année 1750«/»Abhandlung über die Frage: Hat der Wiederaufstieg der Wissenschaften und Künste zur Läuterung der Sitten bei- getragen?«, in: J.-J.R.: *Schriften zur Kulturkritik*. Französisch/deutsch. Eingeleitet, übers. u. hrsg. von Kurt Weigand. 4., erw. Aufl. Hamburg: Meiner 1983, S. 1–59, hier S. 18f. Vgl. auch Nils Jablonski: *Idylle. Eine medienästhetische Untersuchung des materialen Topos in Literatur, Film und Fernsehen*. Berlin: Metzler 2019, S. 231; ferner Heinz Brüggemann: »Arkadische Speisenfolgen. Das Idyllische als Spiel- und Denkmateriale in Ludwig Tieck: »Des Lebens Überfluß« (1838)«, in: Sabine Schneider, Marie Drath (Hrsg.): *Prekäre Idyllen in der Erzählliteratur des deutschsprachigen Realismus*. Stuttgart: Metzler 2017, S. 34–60, hier S. 39.

752 W. Raabe: »Unruhige Gäste«, S. 181f.

ist – wenn man den Text in dieser Weise liest⁷⁵³ – auch daran erkennbar, dass im obigen Zitat der Erzähler das von der Reisenden gebrauchte Wort »Skizzenbuch« in Anführungszeichen wiederholt – können doch Anführungszeichen als Ironie-Markierungen aufgefasst werden. Dann erweist sich der Text als kritisch gegenüber einer touristischen Einstellung, die auf ein bloßes Wiedererkennen vorab festliegender Bilder des Idyllischen oder Pittoresken am bereisten Ort abzielt.⁷⁵⁴ Sobald die touristische Gruppe auf das mögliche Angestecktwerden hingewiesen wird, wandelt sich für sie der Locus amoenus zu einem Locus terribilis⁷⁵⁵ und sie sucht rasch das Weite, ohne dass in ihr etwa von Mitleid mit denen, die von der Krankheit betroffen sind, gesprochen würde.⁷⁵⁶

Wie sehr touristische Wahrnehmung sich von Vor-Bildern leiten lässt, wird auch an anderer Stelle des Romans thematisiert, etwa wenn es heißt:

753 Zu dem Gefüge von Leseerwartungen, in das der Roman bei seiner Erstveröffentlichung in der *Gartenlaube* eingelassen ist, vgl. Rolf Parr: »Unruhige Gäste«, in: Dirk Göttsche, Florian Krobb, R.P. (Hrsg.): *Raabe-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung*. Stuttgart: Metzler 2016, S. 206–211, insbes. S. 206–208. Bezüglich der Unterschiedlichkeit von Lesarten, auf die Raabes Texte hin angelegt sind, vgl. auch R.P.: »Literaturbetrieb und Medien«, ebd., S. 320–327, hier S. 322; Corinna Sauter: »PROVERSA – oder umgekehrt«. Wilhelm Raabes (Literatur-)Satire »Deutscher Mondschein« (1872/1873) als Programmschrift der Prosa«, in: *Jahrbuch der Raabe-Gesellschaft* 2018, im Auftrag des Vorstands hrsg. von Andreas Blödorn u. Madleen Podewski. Berlin, Boston/Mass.: de Gruyter 2019, S. 109–193, hier S. 183.

754 Vgl. Sabine Wilke: »Tourismus als Inversionsfigur: Wilhelm Raabes *Unruhige Gäste* (1884) als Tragico-Komiko-Historico-Pastorale«, in: *literatur für leser* 36 (2013), H. 4: *Tourismus. Kulturökologische und öko-poetische Perspektiven*, hrsg. von Barbara Thums, S. 157–168, hier S. 159f.; R. Parr: »Unruhige Gäste«, S. 210.

755 Eberhard Rohse: »Harztouristen als literarische Figuren in Werken Theodor Fontanes und Wilhelm Raabes: *Cécile – Frau Salome – Unruhige Gäste*«, in: Cord-Friedrich Berghahn, Herbert Blume, Gabriele Henkel u. E.R. (Hrsg.): *Literarische Harzreisen. Bilder und Realität einer Region zwischen Romantik und Moderne*. Bielefeld: Verlag für Regionalgeschichte 2008, S. 175–231, hier S. 214.

756 S. Wilke: »Tourismus als Inversionsfigur«, S. 160.

Da hatte auf einer andern, weiterberühmten Berg- und Felsenhöhe mit anerkannt romantisch-prächtiger und anmutig-großartiger Aussicht sowohl in das Gebirge wie auf das offene Land ein ähnlich bunter Touristenzug wie der vom gestrigen Abend auf der Vierlingswiese vor dem vielstöckigen, palastähnlichen Gasthause angehalten und für den im Reisehandbuch anempfohlenen Sonnenuntergang, die Nacht und den möglichen heitern folgenden Sonnenaufgang Quartier genommen.⁷⁵⁷

Der »Touristenzug« hält sich an den Reiseführer, der bestimmt, was sehenswert sei; man sieht entsprechend nur das Vor-Gesehene. Abermals kann Ironie in den Worten des Erzählers ausgemacht werden, wenn der touristische Anblick »gleich mit vier Attributen (romantisch-prächtig und anmutig-großartig) hyperbolisch bezeichnet wird«.⁷⁵⁸ Überdies lässt sich die lückenlose Aufzählung von »Sonnenuntergang«, »Nacht« und »Sonnenaufgang« als übertrieben und damit ebenfalls als ironisch lesen.

Touristische Ansichten vom Harz werden auch in Fontanes Roman *Cécile* ironisiert. Am »Felsenvorsprung mit dem »Hotel zur Roßtrappe«« beispielsweise finden sich zahlreiche »Gäste« ein, »um an diesem bevorzugten Aussichtspunkte ihren Kaffee zu nehmen«. Drei noch hinzugekommene nehmen Platz bei einer »mit Skizzierung der Landschaft beschäftigte[n] Dame«, die sie nicht kennen; einer von ihnen erklärt der Frau, dass »alle Tische« bereits »besetzt [sind]«. Als der Malerin gesagt wird, dass ihr Tisch zudem »der landschaftlich anziehendste« ist, antwortet sie:

»Ich ziehe diese Stelle jeder anderen vor, auch der eigentlichen Roßtrappe. Dort ist alles Kessel, Eingeschlossenheit und Enge, hier ist alles Weitblick. Und Weitblicke machen einem die Seele weit und sind recht eigentlich meine Passion in Natur und Kunst.«⁷⁵⁹

Die so gepriesene Weite eröffnet sich allerdings nur, wenn man die Nähe der anderen Leute am touristischen Ort – sozusagen die gesellschaftliche

757 W. Raabe: »Unruhige Gäste«, S. 252.

758 S. Wilke: »Tourismus als Inversionsfigur«, S. 162.

759 Theodor Fontane: »Cécile«, in: Th.F.: *Werke, Schriften und Briefe*. Hrsg. von Walter Keitel u. Helmuth Nürnberger. Abt. 1. *Sämtliche Romane. Erzählungen, Gedichte. Nachgelassenes*. Bd. 2. 2. Aufl. München: Hanser 1971, S. 141–317, hier S. 158f.

Enge – akzeptiert. Damit »einem die Seele weit« wird, muss man erst einmal an einem geeigneten Tisch einen Platz finden.⁷⁶⁰

Nun könnte man versucht sein anzunehmen, mit den angeführten Textbeispielen ließe sich nichts anderes als die »dem« Touristen oft zugeschriebene Dummheit veranschaulichen – so als wäre mit ihnen bloß zu illustrieren, in wie verfehelter und unangemessener Weise er den jeweiligen Ort wahrnimmt. Nutzte man die Beispiele allein dazu, griffe man jedoch zu kurz. Denn es ist nicht nur möglich, ihnen das Scheitern touristischer Wahrnehmung zu entnehmen, sondern auch das Gelingen: So angreifbar und fragwürdig auch immer es sein mag, den Ort vornehmlich klischeehaft zu sehen – etwa eng angelehnt an Beschreibungen und Bilder aus einem Reiseführer –, kann »der« Tourist die Bestätigung des Vorgefassten nichtsdestoweniger als Erfolg werten. Die von Reimann erwähnte Äußerung seiner »Tante Klara [...] im Riesengebirge«, nämlich »»Wie auf einer Ansichtskarte!««, ist durchaus als Reflexion eines solchen Glückens lesbar. Und ist nicht das Verfahren, in der Natur nach der Schönheit von Ansichtskarten zu suchen, ein so voraussetzungsvolles, ausgesuchtes, dass es sich nicht leicht auf bloße Unkenntnis oder Ahnungslosigkeit zurückführen lässt? Eher wäre zu fragen: Wie stellt »der« Tourist es eigentlich an, die Natur sozusagen in derart unnatürlicher Weise zu betrachten? Auch der ihm oft gemachte Vorwurf, er hänge Illusionen an, vor allem einem falschen Schein von Authentizität, könnte entsprechend umgewendet werden. Dann stellte sich tatsächlich Dorffles' oben zitierte Frage: »Wie kann« sich »der Tourist« solchen Illusionen hingeben? Entscheidend wäre dabei allerdings, das »Wie kann er« nicht im Sinne einer rhetorischen Frage, nicht nur als ein Zeichen des Kopfschüttelns zu nehmen, sondern im Sinne einer offenen Frage, der einmal wissenschaftlich nachzugehen wäre: Wie kann, auf welche Art macht »der« Tourist das? Diese Frage betrifft die Techniken, über die er als sogenannter Kitschmensch verfügt und die – wie sich zeigen wird – mit Reflexivität einhergehen.

760 Vgl. zu dieser Stelle des Romans auch Rolf-Peter Janz: »Literarische Landschaftsbilder bei Fontane«, in: Hugo Aust, Barbara Dölemeyer, Hubertus Fischer (Hrsg.): *Fontane, Kleist und Hölderlin*. Würzburg: Königshausen & Neumann 2005, S. 95–105, hier S. 100f.

VON TECHNIKEN KITSCHIGER UND TOURISTISCHER ERFAHRUNG

Macht man sich das Stereotyp zu eigen, dass ›der‹ Tourist unwissend und zu einer gebührenden Wahrnehmung des bereisten Ortes nicht fähig ist, so wird man in erster Linie auf eine Unzulänglichkeit aufmerksam – die touristische Wahrnehmung erfüllt nicht diejenigen Kriterien, die man ihr auferlegt –, indessen richtet sich der Blick weniger darauf, wie sie eigentlich vor sich geht und was in ihr zustande kommt. Anders gesagt: Man hält daran fest, dass sie als ›unmöglich‹ im umgangssprachlichen Sinne zu gelten hat, ohne aber näher zu untersuchen, wodurch sie überhaupt möglich ist und welche Möglichkeiten sie eröffnet. Daher soll nun einmal nicht die Unwissenheit ›des‹ Touristen vor Augen geführt werden, sondern das Wissen und Können, auf dem seine Wahrnehmung beruht. Bezogen darauf könnte man auch von Techniken sprechen in Anlehnung an das altgriechische Wort τέχνη. In Homers *Ilias* beispielsweise bedeutet τέχνη ein »handwerkliche[s] Können« im Sinne einer »manuelle[n] Fertigkeit, verbunden mit dem Wissen darum, wie es gemacht werden muß«, also »dem ›know how‹ als Voraussetzung des Tuns«; dabei »bleiben beide Komponenten immer verbunden, das Wissen löst sich nicht ab vom Tun, sondern ist immer Wissen um das Wie des Tuns«. ⁷⁶¹

Mehrere Techniken in diesem Sinne sind grundlegend für touristische Wahrnehmung – unter anderem die Technik der *Rahmung*. In der Reiseforschung wird darauf hingewiesen, was Rahmungen zur Struktur des touristischen Blicks beitragen. Für John Urry etwa gehört zur typischen touristischen Erfahrung, dass man Orte durch einen Rahmen sieht, beispielsweise durch ein Hotelfenster, durch die Scheibe eines Reisebusses oder durch den Sucher einer Kamera; der touristische Blick objektiviert sich nicht zuletzt in gerahmten Postkartenbildern. ⁷⁶² Solche Verfahren werden auch in der Lite-

761 Rudolf Löbl: *TEXNH – TECHNE. Untersuchung zur Bedeutung dieses Wortes in der Zeit von Homer bis Aristoteles*. Bd. 1: *Von Homer bis zu den Sophisten*. Würzburg: Königshausen & Neumann 1997, S. 18 (Hervorhebungen im zitierten Text).

762 John Urry: *The Tourist Gaze*. 2. Aufl. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage 2002, S. 3 u. S. 90f. Vgl. auch David Crouch u. Nina Lübbren: »Introduction«, in: D.C., N.L. (Hrsg.): *Visual Culture and Tourism*. Oxford, New

ratur beschrieben. Man denke nur an Goethes Roman *Die Wahlverwandtschaften*: Charlotte lässt ihren Gatten Eduard in einer Hütte »dergestalt niedersitzen, daß er durch Thür und Fenster die verschiedenen Bilder, welche die Landschaft gleichsam im Rahmen zeigten, auf Einen Blick übersehen konnte«. ⁷⁶³ Wie Petra Raymond feststellt, werden »[d]ie literarischen Figuren [...] nicht nur mit der Landschaft als Bild im Rahmen des Fensters konfrontiert«, vielmehr legen sie »ihre Fensterblicke« eigens auf eine Bilderschau an. ⁷⁶⁴

Doch nicht allein bezogen auf solche Blickvorrichtungen kann man von Rahmungen sprechen, sondern etwa auch bezogen auf den Anfang und das Ende der Urlaubsreise im Sinne einer Umgrenzung der touristischen Zeit. Gyr erwähnt »die augenfälligen Übergangsrituale, so wie sie bei Abreise und Rückkehr sowie ebenso in unzähligen Sequenzen unterwegs beobachtbar sind«, und ferner »deren bewusstseinsmäßige Fixierung und Verarbeitung beim Wiedereintritt in den Alltag«. ⁷⁶⁵ Als Beispiele dafür lassen sich das Ein- und Auspacken von Koffern nehmen oder auch das Ein- und Auschecken in Hotels. Entscheidend ist, dass Reisende anhand dessen in eine touristische Welt, etwa in ein Urlaubsparadies, hinein- und wieder hinausgelangen können. Gerade das Rückfahrticket, das sie bei einem pauschal arrangierten Abenteuer in der Tasche haben, und die Sicherheit, für die das Reiseunternehmen einsteht, tragen zu solchen Rahmungen bei: Mit den Garantien ist zwar aus Enzensbergers Sicht der Freiraum »des Touristen wiederum eingeschränkt, der vermeintliche Ausbruch aus der Gesellschaft ge-

York: Berg 2003, S. 1–20, hier S. 4f.; Alexandra Karentzos: »Zu schön um wahr zu sein. Kulissen des Tourismus in der zeitgenössischen Kunst«, in: Thea Brejzek, Wolfgang Greisenegger, Lawrence Wallen (Hrsg.): *Space and Truth/Raum und Wahrheit. (Monitoring Scenography 2)* Zürich: Museum für Gestaltung 2009, S. 96–113, hier S. 97.

763 Johann Wolfgang von Goethe: *Die Wahlverwandtschaften. Ein Roman*. Erster Theil, Erstes Capitel, in: *Goethes Werke*, hrsg. im Auftrage der Großherzogin Sophie von Sachsen. 1. Abt., Bd. 20. Weimar: Hermann Böhlau 1892, S. 4.

764 Petra Raymond: *Von der Landschaft im Kopf zur Landschaft aus Sprache. Die Romantisierung der Alpen in den Reiseschilderungen und die Literarisierung des Gebirges in der Erzählprosa der Goethezeit*. Tübingen: Niemeyer 1991, S. 291.

765 U. Gyr: »»Alles nur Touristenkitsch«, S. 100.

schiebt bloß innerhalb dieser;⁷⁶⁶ von einem anderen Blickwinkel aus betrachtet aber eröffnet sich der Freiraum durchaus außerhalb der Gesellschaft – nämlich in einem eigenen, durch den Rahmen abgesonderten Realitäts- beziehungsweise Fiktionsbereich. Nur in diesem Sinne bleibt die Freiheit dann ›im Rahmen‹.

Die Bedeutung von Fiktionen für den Tourismus stellt beispielsweise Christoph Hennig heraus. Er bemerkt, »[d]ie Ferienwelt mit ihren wettergegerbten toskanischen Winzern, den ausgeglichenen griechischen Fischern und unverdorbenen spanischen Bauern« trage »märchenhafte Züge« und ähnele den fiktiven Orten »der Literatur und des Films«; unter anderem leiteten gegenwärtig »Farbaufnahmen aus ›GEO‹ und ›Merian‹, aber auch die Bilder Cézannes und die Stimmungen von ›Alexis Sorbas‹ oder ›Tod in Venedig‹ die Reiseerfahrung«. ⁷⁶⁷ An anderer Stelle erklärt Hennig, »[v]or der Reiseerfahrung« stehe »die Fiktion«; entsprechend hoffe man »im touristischen Reisen [...], die Wahrheit« von »kollektiven Phantasien zu erleben«. Um wiederum ein Beispiel herauszugreifen: Die »imaginäre Geographie« siedle »in Marokko malerische Araber mit Turban und farbige Basare an« – nach »Bilder[n]« von solcher Art werde dann auf den Reisen gesucht.⁷⁶⁸

Nicht von ungefähr macht Ingo Thonhauser-Jursnick in Werbetexten des Tourismus Fiktionssignale aus. Thonhauser-Jursnick fragt, wie es zu erklären ist, dass diese Fiktionssignale im »vorderhand nichtfiktionalen

766 Enzensberger schreibt: »Indem wir auf der Rückfahrkarte in unserer Tasche pochen, gestehen wir ein, daß Freiheit nicht unser Ziel ist, daß wir schon vergessen haben, was sie ist« (H.M. Enzensberger: »Eine Theorie des Tourismus«, S. 205).

767 Ch. Hennig: »Jenseits des Alltags«, S. 48.

768 Christoph Hennig: *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1999, S. 95. – Auch für Teresa E.P. Delfin ist »tourism [...] a construct always-already replete with imaginative dimensions«. Touristische Ziele seien »places where people are encouraged to craft there own ideal temporary realities, often with few similarities to their everyday lives«. Teresa E.P. Delfin: »From Images to Imaginaries: Tourism Advertisements and the Conjuring of Reality«, in: Mike Robinson u. David Picard (Hrsg.): *The Framed World: Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate 2009, S. 139–150, hier S. 140f.

Kontext der Produktpräsentation« akzeptiert werden, und stellt dazu fest: Es lasse sich »kaum« bezweifeln, dass sich diejenigen, die die Prospekte lesen, »zumindest teilweise« der fiktiven Eigenart »der dargebotenen erzählten Welten [...] bewußt« seien – denn »[w]er würde« schon »die für nahezu jeden beworbenen Landstrich behauptete ›Unberührtheit‹ für bare Münze nehmen, wo doch« bereits »die Inanspruchnahme des Urlaubsangebots durch einen einzigen Urlauber der jeweiligen Unberührtheit ein jähes Ende bereitet«. ⁷⁶⁹

An diesem Argument zeigt sich, dass es sich lohnt, die im Vorigen wiedergegebenen Tourismus-Kritiken noch einmal aufzugreifen und weiterzudenken, insbesondere den Vorwurf, Urlaubsparadiese wie das der »unberührten Natur« wären nur Illusionen, mit denen die Reisenden getäuscht würden oder sich selbst täuschten. Wenn man in die Überlegungen einbezieht, dass »der« Tourist kaum fälschlicherweise annehmen kann, die von ihm aufgesuchte Natur wäre tatsächlich unberührt, dann liegt es fern, von einer Illusion als einem (Be-)Trug zu sprechen. Eher müsste das Wort »Illusion« anders gewendet werden: verstanden nicht im Sinne einer bloßen Fehl-Wahrnehmung, sondern einer spielerischen. Bekanntlich steht das lateinische Nomen »illusio« nur in einem Teil seiner Geschichte für Täuschung oder Verspottung, also dafür, dass mit jemandem ein übles Spiel getrieben wird. ⁷⁷⁰ In einem anderen Teil hingegen kann ein durchaus »harmloses und amüsantes Spiel« gemeint sein: »Illusion nicht als böswillige oder gefährliche und daher kritikbedürftige Verschleierung einer Wahrheit«, stattdessen »als spielerisches Abweichen von ihr«. ⁷⁷¹ Dabei ist »der Schleier über der Wahrheit durchsichtig« und »in Kenntnis der Verschleierung« macht man »dieses Spiel« vergnügt mit, wie es bei Werner Wolf heißt. ⁷⁷² Nicht zuletzt Johan Huizinga weist in *Homo ludens* auf die Bedeu-

769 Ingo Thonhauser-Jursnick: *Tourismus-Diskurse. Locus amoenus und Abenteuer als Textmuster der Werbung, der Trivial- und Hochliteratur*. Frankfurt a.M.: Lang 1997, S. 180.

770 Vgl. zur Begriffsgeschichte Werner Wolf: *Ästhetische Illusion und Illusionsdurchbrechung in der Erzählkunst. Theorie und Geschichte mit Schwerpunkt auf englischem illusionsstörenden Erzählen*. Tübingen: Niemeyer 1993, insbes. S. 23f.

771 Ebd., S. 25.

772 Ebd.

tung der »*inlusio*, buchstäblich: [der] Einspielung« hin: Wer »dem Spiel die Illusion [nimmt]« und die »Welt« der »Spielgemeinschaft« auf diese Weise »zertrümmert«, gilt als »Spielverderber.«⁷⁷³ Geht man von diesem Strang der Wortgeschichte aus, so liegt die touristische »Illusion« weniger darin, dass Reisende am Urlaubsort sozusagen für dumm verkauft würden; hingegen ist entscheidend, dass sie sich dort »einspielen«, auf ein Spiel einlassen: In einer vielköpfigen touristischen Gruppe beispielsweise, die mit einem großen Bus zur angeblich unberührten Natur gefahren wird, nimmt man üblicherweise aufeinander Rücksicht, indem man sich gegenseitig die Möglichkeit gibt, die Landschaft so zu fotografieren, dass sie unberührt wirkt – man läuft anderen nicht ins Bild und versucht, den Schein von Unberührtheit nicht zu zerstören. Dieses »Einspielen« wiederum ist mit der Technik der Rahmung verbunden: Außerhalb des Rahmens mag es den Reisebus, die touristische Gruppe und ihre Spuren geben, doch innerhalb des Rahmens wird von ihnen abgesehen – das gehört zu den Regeln, an die man sich halten muss, wenn man das touristische Spiel (und die in ihm jeweils eröffnete Ansicht der Landschaft) nicht verderben möchte.

Hasso Spode macht im Tourismus eine Form von »Zeit-Reise« aus, deren Ziel die »unberührte« Natur und der »unverdorbene« Mensch ist, welche in der Vergangenheit verortet werden. Dabei geht es nicht nur um »die Anschauung ›verlorener‹ Welten, ›zurückgebliebener‹, ›natürlicher‹ Kulturen und Landschaften«, sondern auch um »das, was dort geschieht: die Praxis ›natürlicher‹ [...] Verhaltensweisen« – um einen »geläuterte[n] und daher erlaubte[n] Atavismus.«⁷⁷⁴ Es liegt auf der Hand, dass entsprechende Anblicke von »Natürlichkeit« insbesondere durch Rahmungen möglich sind – können doch die Reisenden mit der Technik der Rahmung ausblenden, dass erst die »Berührung« der Landschaft mit dem Tourismus ihnen die Sicht auf jenes »Unberührte« verschafft und dass zahlreiche »künstliche« Vorkehrun-

773 J. Huizinga: *Homo Ludens*, S. 20. Auf Huizinga bezieht sich dann unter anderem Bourdieu mit seinem Begriff »illusio«; vgl. Marietta Böning: Art. »Illusio (illusio)«, in: Gerhard Fröhlich, Boike Rehbein (Hrsg.): *Bourdieu-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung*. Stuttgart, Weimar: Metzler 2014, S. 129–131.

774 Hasso Spode: »Reif für die Insel«. Prolegomena zu einer historischen Anthropologie des Tourismus«, in: Christiane Cantauw (Hrsg.): *Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag*. Münster, New York: Waxmann 1995, S. 105–123, hier S. 119f.

gen dazu dienen, ›Natürlichkeit‹ aufscheinen zu lassen. Das ›Unberührte‹, ›Natürliche‹, ›Unverdorbene‹ und ›Zurückgebliebene‹ muss innerhalb des durch den Rahmen eingegrenzten Spielbereichs nicht in Zweifel stehen, auch wenn es außerhalb dessen als fraglich gilt. Wer mitspielt und die Landschaft im Rahmen etwa als ›unberührt‹ betrachtet, braucht die Zweifel nur für einen Moment zurückzustellen und beiseite – nämlich auf der anderen Seite des Rahmens – zu lassen.

Strukturell ähnelt dieses touristische Prinzip dem Fiktions- und Kitschvertrag, der in vorigen Kapiteln⁷⁷⁵ beschrieben worden ist: Wie in Coleridges oben zitierter Formel von der »willing suspension of disbelief for the moment« und wie in der Hypothese, dass das Kitsch-Publikum darin einwilligen muss, seine Reserviertheit gegenüber Gefühlsreizen für kurze Zeit abzulegen, kann auch bezogen auf die touristische Rahmenschau eine Bereitschaft ausgemacht werden, Skepsis für den Augenblick (in diesem Fall sogar buchstäblich für den Augen-Blick) auszuschließen. Die Reisenden geben sich einer Illusion hin, an die sie nur flüchtig gebunden sind – im wörtlichen Sinne vorübergehend. Nach Spode kann die Interaktion dieser Leute – »ob mit ihresgleichen oder mit den« sogenannten »Eingeborenen« – als »kontrollierte Regression« aufgefasst werden, wobei Muster für kindliches Verhalten zum Tragen kommen.⁷⁷⁶ Gerade das Sprechen von »kontrollierte[r] Regression« ist auf Kitsch übertragbar, wird doch just eine solche durch den Kitschvertrag ermöglicht: Dieser räumt, so wurde dargelegt, dem Publikum ein, sozusagen auf beherrschbare Weise die Beherrschung zu verlieren oder auch bewusst sich das Nicht-Bewusste von Naivität vorführen zu lassen, nicht zuletzt in eine heile, für ursprünglich gehaltene Welt zurückfallen und gleich wieder in der zerrissenen modernen ankommen zu können. Die in festen Grenzen sich bewegenden Spiele von Kitsch mit Naivität sind in dieser Hinsicht vergleichbar mit Phänomenen des Tourismus.

Letzterer gibt dem Kindlichsein ebenfalls besonders hohen Stellenwert: Kinder und Naive sind zum einen bevorzugte Bildmotive des Tourismus – man denke nur an die zitierte Stelle aus Raabes *Unruhige Gäste* mit dem »höchst malerische[n] Kinderstaffagepaar« –, zum anderen werden auch den Reisenden selbst oft kindliche Rollen angeboten. Wenn touristische

775 Siehe die Kapitel »Vom Pakt mit dem Kitsch« und »Naivität mit Absicht«.

776 H. Spode: »Reif für die Insel«, S. 119f.

Gruppen beispielsweise einen Einblick darin erhalten, wie in einer von ihnen besuchten Einrichtung gearbeitet wird, in der sie als Außenstehende nicht mitzuwirken haben, können sie »childlike feelings of being half in and half out of society« entwickeln, so Dean MacCannell.⁷⁷⁷ Aber nicht nur in der Faszination an Naivität liegt eine Gemeinsamkeit vieler Formen von Tourismus und Kitsch, sondern auch und vor allem darin, dass man zu dieser Naivität hin- und wieder von ihr wegsteuern kann.

Als eine Technik, mit der dies möglich ist, wurde bislang die der Rahmung betrachtet – im Sinne einer Umgrenzung von Bildern, von Inszenierungen und von Situationen. Ähnlich der Rahmung – und oft in Verbindung mit ihr – ist die Technik der *Verkünstlichung* einsetzbar. Postkartenbilder zum Beispiel sind häufig nicht nur gerahmt, sondern zeichnen sich auch durch ihre unnatürlichen, wirklichkeitsfernen Farben aus – hier wäre auf das »[G]iftgrün« und das »[P]faublau« im obigen Musil-Zitat zurückzukommen. Nicht weniger unnatürlich ist üblicherweise die Farbgebung bei Plastiskopen: Mit ihr sind diese kleinen Bildbetrachtungsgeräte nicht darauf angelegt, den Eindruck zu erwecken, sie hielten sich an die Realität; eher wird dem Blick eine betont unwirkliche, allem Anschein nach nur im Bild gegebene schöne oder auch heile Welt eröffnet. Solche Verkünstlichung ist auch in Kitsch gängig: »Zu schön, um wahr zu sein«, und damit augenfällig unwirklich, sind viele touristische ebenso wie als kitschig geltende Bilder.⁷⁷⁸

An den Plastiskopen wird zugleich noch eine weitere Technik des Tourismus erkennbar, die nicht zuletzt in Kitsch gebräuchlich ist, nämlich die der *Miniaturisierung*: Plastiskope – und auch viele andere Souvenirs – verdeutlichen insbesondere durch ihre Kleinheit, dass sie eine eigene Welt jenseits der Realität bilden – erinnert die Größe doch an Spielzeuge.⁷⁷⁹ Wenn man nur kritisiert, dass industriell hergestellte billige Souvenirs nicht authentisch sind und ungeeignet, das Wirkliche des touristischen Ortes in angemessener Weise abzubilden, so berücksichtigt man möglicherweise zu wenig, dass die Art der Aufmachung vieler solcher Souvenirs bereits selbst

777 Dean MacCannell: »Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings«, in: *The American Journal of Sociology* 79 (1973), H. 3, S. 589–603, hier S. 596. Vgl. auch J. Urry: *The Tourist Gaze*, S. 91.

778 Vgl. A. Karentzos: »Zu schön um wahr zu sein«, S. 99.

779 Vgl. Y. Ra: *Der Unernst des Kitsches*, S. 149–151.

deren Nähe zum Unwirklichen und Fiktiven kenntlich macht. Rahmung, Verkünstlichung und Miniaturisierung wirken dabei häufig zusammen.

Bei – meist wiederum kitschverdächtigen – Schneekugeln als Souvenirs zum Beispiel gehen die drei genannten Techniken eine Verbindung miteinander ein: Das Glas, von dem die jeweils im Miniaturformat dargestellte touristische Sehenswürdigkeit umschlossen wird, grenzt sie so ab, als befände sie sich in einer eigenen Sphäre⁷⁸⁰ – wie in einem Rahmen, der nach Simmel⁷⁸¹ »eine Welt für sich« von dem trennt, was nicht zu dieser gehört. Wie künstlich und unwirklich diese Welt ist, wird zudem an der oft sehr unnatürlichen Farbgebung sowie an dem häufigen Verzicht auf originalgetreue Proportionen deutlich. Etwas Spielerisches, Phantasien Anregendes erlangen Schneekugeln nicht zuletzt dadurch, dass sie in einer von Moment zu Moment sich verändernden Weise Licht reflektieren können. Die gläserne Hülle glänzt und schimmert üblicherweise auf wechselhafte Art und der künstliche Schnee trägt in seiner Beweglichkeit ebenfalls zu der flirrenden Wirkung bei. Damit erinnern die Schneekugeln noch entfernt an ältere Verfahren der Kristalloskopie, bei denen Glaskugeln und andere funkelnde oder glitzernde Objekte zur Meditation und zum Erlangen von Visionen dienen – in Hieronymus Boschs Gemälde *Die Versuchung des Heiligen Antonius* (Prado)⁷⁸² zum Beispiel ist dieser, eine Kristallkugel an seinem Gürtel tragend, mit »starrende[m] Blick« dargestellt, an dem ein »mystische[r] Dämmerzustand« erahnbar wird.⁷⁸³ Weitaus stärker noch als auf derartige Mystik aber verweisen Schneekugeln auf Ansichten vom Spiel kindlicher Phantasie. Nicht nur die Kleinheit der Objekte und die bunten Farben können mit ihm in Verbindung gebracht werden, sondern auch und vor allem das Gestöber der Schneeflocken. Walter Benjamin etwa nennt ein »[l]esendes Kind«, das »gänzlich dem Treiben« eines »Textes anheimgegeben« ist, »wie« von »Schneeflocken« umfassen.⁷⁸⁴ Insgesamt zeigt sich, wie wenig Schneekugeln darauf reduziert werden können, eine touristische

780 Dazu passt auch die englische Bezeichnung »snow globe«.

781 Siehe das Simmel-Zitat im Abschnitt »Verfahren der Reflexivität«.

782 Hieronymus Bosch: *Die Versuchung des Heiligen Antonius*. Ca. 1500–1525. Öl auf Holz. 73 x 52,5 cm. Museo Nacional del Prado, Madrid (Spanien).

783 Regine Prange: *Das Kristalline als Kunstsymbol*. Bruno Taut und Paul Klee. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms 1991, S. 5, Fußnote 13.

784 W. Benjamin: *Kleine Prosa*, S. 113.

Sehenswürdigkeit bloß abzubilden; vielmehr entsteht in diesen Globen etwas ihnen Eigenes, zum spielerischen Sehen Einladendes.

Mit den beschriebenen Techniken lässt sich der Tourismus nicht nur von fiktionalen Genres leiten; zugleich gehen auch umgekehrt die touristischen Imaginationen wiederum in diese Genres ein. Ein Beispiel dafür ist die Fernsehserie *DIE SCHWARZWALDKLINIK* (Erstausstrahlung ZDF 1985–1989): Zum einen greift sie Bilder aus dem Tourismus auf, indem sie »Einstellungen auf eine blühende Landschaft nach Art der Postkarten«⁷⁸⁵ bietet. Zum anderen wirkt sie auf den Tourismus zurück: »Im Glottertal (Schwarzwald) – dem Schauplatz – lösten die Geschichten um Prof. Dr. Klaus Brinkmann und die Krankenschwester Christa zunächst einen touristischen Hype aus: Es wurde zum beliebten Ziel von Bustouristen und Ausflüglern.«⁷⁸⁶ Im Wechselspiel der Bildproduktion des Tourismus und der Fernsehserie zeichnet sich der Ort im Schwarzwald dann durch etwas Fiktives aus. Die erzählte Welt der Serie ist in auffälliger Weise gerahmt und dadurch abgehoben von der Alltagswirklichkeit: Im Vorspann sind goldene, »der Umschlaggestaltung von Heftchenromanen entlichene[]« Rahmen zu sehen, wie Rolf Parr und Matthias Thiele schreiben.⁷⁸⁷ Damit markiert die Serie eigens, dass sie sich an Heftroman-Genres wie Heimat-, Arzt- und Liebesroman anlehnt,⁷⁸⁸ und das Irreale des Erzählten wird kenntlich gemacht.

785 Georg Seeßlen: *Der Tag, als Mutter Beimer starb. Glück und Elend der deutschen Fernsehfamilie*. Berlin: Edition Tiamat 2001, S. 175.

786 Albrecht Steinecke: *Filmtourismus*. Konstanz, München: UVK/Lucius 2016, S. 167.

787 Rolf Parr, Matthias Thiele: »Eine ›vielgestaltige Menge von Praktiken und Diskursen‹. Zur Interdiskursivität und Televisualität von Paratexten des Fernsehens«, in: K. Kreimeier u. G. Stanitzek (Hrsg.) unter Mitarb. von N. Binczek: *Paratexte in Literatur, Film, Fernsehen*, S. 261–282, hier S. 268f.

788 Vgl. Walter Nutz unter Mitarb. von Katharina Genau u. Volker Schlöggel: *Trivialliteratur und Popularkultur. Vom Heftromanleser zum Fernsehzuschauer. Eine literatursoziologische Analyse unter Einschluß der Trivialliteratur der DDR*. Wiesbaden: Springer 1999, S. 34. – Zur Fernsehserie erscheinen wiederum Romane: Peter Heim: *Die Schwarzwaldklinik. Roman nach der ZDF-Fernsehserie von Herbert Lichtenfeld*. Bayreuth: Hestia 1985; P.H.: *Die Hochzeit in der Schwarzwaldklinik. Roman nach der ZDF-Fernsehserie von Herbert Lichtenfeld*. Gütersloh: Bertelsmann-Club 1986; P.H.: *Menschen und*

Nicht anders als die Heftromane gilt DIE SCHWARZWALDKLINIK häufig als Kitsch.⁷⁸⁹ Allerdings lassen sich zwischen den Heftromanen und der Fernsehserie, zwischen dieser und dem Tourismus nicht bloß *Ähnlichkeiten* feststellen; entscheidend ist, dass sich jeweils das eine im anderen *spiegelt*. Wenn im Vorspann der SCHWARZWALDKLINIK Aufmachungen von Heftromanen und touristische Landschaftsansichten nachempfunden sind, dann folgt die Serie nicht einfach Kitschmustern, sondern reflektiert sich als ihnen folgende.

Solche reflexiven Mechanismen bilden wiederum Vorlagen für den Tourismus: Bei einer Fahrt ins Glottertal kann man diesen Ort geradezu wie in dem Rahmen der Fernsehserie betrachten. Dergestalt beeinflussen sich Techniken des Tourismus, der Roman- und Fernsehunterhaltung gegenseitig. – Unter diesen Gesichtspunkten sollen nun der MUSIKANTENSTADL und André Rieus GROSSE NACHT DER WIENER MUSIK analysiert werden.

DER »MUSIKANTENSTADL« UND ANDRÉ RIEUS »GROSSE NACHT DER WIENER MUSIK«

Beide Fernsehshows bieten nach touristischen Kriterien schöne Ansichten von Österreich. Nicht von ungefähr ist zum Beispiel Andy Borg, der zu den Moderatoren des MUSIKANTENSTADL[S] zählt, auch die leitende Figur eines als Buch erschienenen Reiseführers für Oberösterreich geworden.⁷⁹⁰ Die Bilder von Österreich, die in den Sendungen gezeigt werden, sind gegensätzlich: Rieu einerseits präsentiert glanzvolle Szenen österreichischer Kaiserzeit. Als Kulisse für seine GROSSE NACHT DER WIENER MUSIK dient Schloss Schönbrunn – hier wird die Illusion erzeugt, dass Kaiserin Sissi und Kaiser Franz Joseph in Fiakern vorgefahren kommen. Im MUSIKAN-

Schicksale in der Schwarzwaldklinik. Roman nach der ZDF-Fernsehserie von Herbert Lichtenfeld. Bayreuth: Hestia 1986. Dergestalt wird aus dem Romanbereich Hergenommenes sozusagen in ihn reimportiert.

789 Vgl. etwa Gert Ueding: »Rhetorik des Kitsches«, in: G.U.: *Aufklärung über Rhetorik. Versuche über Beredsamkeit, ihre Theorie und praktische Bewährung.* Tübingen: Niemeyer 1992, S. 89–102, hier S. 89.

790 Andy Borg: *Meine schönsten Ausflüge in Oberösterreich.* Aufgeschrieben von Gerda Melchior und Volker Schütz. München: riva 2010.

TENSTADL andererseits wird nicht die »große«, prächtige Welt des Hochadels beschworen; stattdessen ist der Schauplatz eine Scheune, in der Menschen auf einer gemeinsamen Ebene⁷⁹¹ fröhlich beisammen sein sollen. Die Produktionsleiterin Ursula Stiedl bezeichnet den MUSIKANTENSTADL als »Visitenkarte Österreichs«,⁷⁹² doch dieser Anspruch ist umstritten: Wird Österreich durch die Show verklärt als heile Bergwelt, in der man nur harmonische Geselligkeit mit immer guter Stimmung und ohne komplizierte Rangordnungen kennt? Solche Bedenken bringen es mit sich, dass der MUSIKANTENSTADL oft unter Kitschverdacht gerät⁷⁹³ – und in dieser Hinsicht in die Nähe von Rieu rückt, der als »Kitsch-Geiger«⁷⁹⁴ bezeichnet wird. Im Folgenden soll herausgearbeitet werden, dass der sogenannte Kitsch sich wiederum auf reflexive Mechanismen stützt: Sowohl im MUSIKANTENSTADL als auch in der GROSSE[N] NACHT DER WIENER MUSIK ermöglichen sie allererst den Genuss des touristisch Schönen.

Zunächst zu Rieu: Auf der Website des Musikers ist im August 2006 zu seiner GROSSE[N] NACHT DER WIENER MUSIK zu lesen: »Am 7. und 8. Juli 2006 hat André Rieu sich selbst übertroffen: Der einzigartig schöne Vorplatz von Schloss Schönbrunn in der Walzerstadt Wien war der Schauplatz zweier unvergesslich schöner Konzerte.«⁷⁹⁵ Es ist mit touristischen Sicht-

791 Dazu gehört, dass der Moderator der Sendung üblicherweise Hände schüttelnd an den Sitzreihen des Publikums entlanggeht, sich diesem also sehr annähert, während hingegen Rieu meist auf einer erhöhten Bühne seinem Publikum gegenübersteht.

792 Zit. n. Susanne Binder und Gebhard Fartacek: »Der Musikantenstadl als die unerforschte ›Visitenkarte Österreichs‹«, in: S.B., G.F. (Hrsg.): *Der Musikantenstadl. Alpine Populärkultur im fremden Blick*. Wien, Berlin: LIT 2006, S. 14–23, hier S. 15.

793 Roland Reichenbach zum Beispiel ordnet die Sendung dem »Schmalz« als einer Form von Kitsch zu. R.R.: »Bildung zwischen Schmalz und Schwulst«, in: Detlef Garz, Boris Zizek (Hrsg.): *Wie wir zu dem werden, was wir sind. Sozialisations-, biographie- und bildungstheoretische Aspekte*. Wiesbaden: Springer 2014, S. 287–300, hier S. 292.

794 Etwa bei Nils Klawitter: »Millionen vergeigt«, in: *Der Spiegel* vom 13.10.2003, S. 107.

795 <http://www.andrerieu.com/site/index.php?id=29&L=2>, zuletzt abgerufen am 22.8.2006.

weisen vereinbar, wenn der Ort als »Schauplatz« dient und als »einzigartig schön[]« beschrieben wird; durch die mehrfache Verwendung des Adjektivs ›schön‹ wird zugleich dieser Bestandteil des Namens Schönbrunn aufgegriffen und entfaltet. Ebenso entspricht die Etikettierung Wiens als »Walzerstadt« touristischen Kriterien – wird doch in klischeehafter Weise der einem Reiseziel eigentümliche Reiz beschrieben. Am Samstag, dem 5. August 2006, läuft die Sendung mit dem Titel ANDRÉ RIEU – DIE GROSSE NACHT DER WIENER MUSIK zur bevorzugten Zeit von 20.15 Uhr bis 22.30 Uhr im ORF, im SF sowie im ZDF und vermittelt den Zuschauenden den Eindruck, sie könnten an den Bildschirmen ein solches Schönbrunner Konzert verfolgen. Zehn Tage später ist die dazugehörige DVD ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN im Handel erhältlich,⁷⁹⁶ deren Titel den Bezug zu der touristischen Sehenswürdigkeit wiederum stark macht.

Wenn die Fernsehsendung sich »der Wiener Musik« zuordnet, spielt hinein, dass Rieu als »Walzerkönig« bekannt ist;⁷⁹⁷ mithin versteht sich für das Publikum, dass der Titel auf den geläufigen Wiener Walzer, also auf Johann Strauß verweist. In einer der Konzertszenen betont Rieu, dass dieser Komponist ein Genie war und der »wohl bekannteste aller Wiener«.⁷⁹⁸ Parallelisierend und mit einer Klimax fragt Rieu: »Was wäre Wien ohne Johann Strauß? Was wäre die Welt ohne Johann Strauß?«⁷⁹⁹ Während der Huldigung ist das im Wiener Stadtpark befindliche Strauß-Denkmal von Edmund Hellmer zu sehen, das den Komponisten in Stein und golden leuchtendem Erz verewigt. Die Statue des Geige spielenden Strauß deutet auf Unvergänglichkeit hin, wobei der Glanz dieses Monuments auch auf Rieu als einen Walzer aufführenden Geiger, als eine Art von musikalischem Nachfahren von Strauß abfällt.

796 ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN, VIENNA. THE JOHANN STRAUSS ORCHESTRA. DVD. D 2006.

797 »André Rieu ist ein Künstler, der sein Konzept vom Walzerkönig bis in die letzte Konsequenz auslebt«, bemerkt Michael Minholz: »Zauber im Dreivierteltakt. Über den Erfolg des prominentesten Stehgeigers der Welt: André Rieu ist heute gleich mehrfach im TV präsent«, in: *Neue Ruhr Zeitung* vom 24./25./26.12.2005, Rubrik »Medien«.

798 ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN, Kap. 3, 00:10:55–00:11:07.

799 Ebd., Kap. 3, 00:11:31–00:11:39.

Auch Wolfgang Amadeus Mozart als Vertreter »Wiener Musik«, der nicht nur im Bereich der Hochkultur geschätzt ist, sondern auch im Bereich der Populärkultur und der Unterhaltung, wird in ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN zum Thema. In einigen für die DVD ausgewählten Einstellungen ist zu sehen, wie im Publikum ein Transparent hochgehalten wird mit der Aufschrift »Great artists live forever«, die Rieu und Mozart auf eine Stufe stellt: Auf der einen Seite des Slogans prangt ein Bildnis Mozarts, auf der anderen ein Porträt Rieus (Abb. 5).⁸⁰⁰ Mit diesem Spruchband wird Rieu allerdings nicht der Hochkultur oder der sogenannten klassischen Musik zugeordnet – das »forever« bedeutet keine Kanonisierung, wie sie in diesen Musikbereichen gepflegt wird; vielmehr kann der englische Ausdruck als einschlägiges Element der Populärkultur gesehen werden – wie in dem Slogan »forever young«. Auch das Bild Mozarts auf dem Transparent ist in der Populärkultur verankert; es handelt sich dabei um ein 1819 von Barbara Krafft gemaltes Porträt, das unter anderem durch Reproduktionen auf dem Stanniolpapier von Mozartkugeln bekannt ist.



Abb. 5: ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN, VIENNA. *The Johann Strauss Orchestra*. DVD. D 2006 (Screenshot 02:10:37)

Entsprechend verweist das Adjektiv »groß« im Titel DIE GROSSE NACHT DER WIENER MUSIK nicht auf hochkulturelle Bedeutsamkeit; eher lässt es sich

800 Ebd., Kap. 22, 02:10:37.

auf den Umfang des Unterhaltungsangebots beziehen. Auf Rieus Website wird die Aufführung demgemäß als »Spektakel« und als »eine in dieser Form noch nie dagewesene Show« bezeichnet.⁸⁰¹

Freilich greift Rieu Zeichen aus dem Bereich der Hochkultur und der klassischen Musik auf – er spielt auf einer Stradivari und tritt ähnlich einem Virtuosen der sogenannten ernsten Musik im Frack auf. Zudem stellt er sich buchstäblich in einen Musentempel: Seine Bühne ist mit einem Tympanon überdacht, in dessen Mitte der Musenführer Apoll steht – die Figur ist dem Apoll von Belvedere nachempfunden. Indessen verlangt Rieus Aufführung nicht, dass man sie mit andächtiger Scheu aufnimmt. Vor allem durch Späße signalisiert er dem Publikum, dass es im Umgang mit seiner Kunst keine Berührungssängste haben muss. Als er die Sängerin Carla Maffioletti ankündigt, scherzt er zum Beispiel, ihretwegen müsse das Konzert unter freiem Himmel stattfinden – sie habe nämlich eine so hohe Stimme, dass sie sämtliche Kronleuchter, Spiegel und Fenster von Schloss Schönbrunn zerspringen lassen könne.⁸⁰² Damit greift Rieu einen bekannten Witz über Opernsängerinnen auf, denen die Fähigkeit nachgesagt wird, mit ihren hohen Tönen Glas zum Splittern zu bringen. Mithin darf man die Stimmgewalt der Sopranistin bestaunen, ohne in Ehrfurcht zu verfallen. Während des Auftritts von Maffioletti kann das Publikum den Scherz weiterverfolgen: Auf Bildern sieht es, wie Scheiben in einem Saal des Schlosses durch den Gesang vibrieren und schließlich zu Bruch gehen. Dieses Nebengeschehen nimmt der dargebotenen Musik ihren Ernst. Die Spannung innerhalb des Gesangs wird konterkariert und verharmlost durch den äußerlichen Vorgang, der zum Spaß in Scherben endet. Auch wenn dieser Ablauf Spannung neutralisiert, sorgt er für Abwechslung: Es ist zum einen möglich, der Musik zu folgen, sogar mitzusingen, wie Aufnahmen vom Publikum auf den Rängen verdeutlichen,⁸⁰³ zum anderen aber die Aufmerksamkeit auf das Glas zu richten – oder, zerstreut, auf beide Stränge achtzugeben. In jedem Fall weist Rieus Aufführung hochkulturelle Vorgaben für das Spielen und Hören von Musik in der beschriebenen Weise zurück.

801 <http://www.andrierieu.com/site/index.php?id=29&L=2>, zuletzt abgerufen am 22.8.2006.

802 ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN, Kap. 5, 00:22:25–00:23:27.

803 Ebd., Kap. 6, 00:24:06.

Rieu verpflichtet sich der sogenannten leichten Muse: Alle Stücke werden auf ein Maß gebracht, das sich mit ihr vereinbaren lässt – sie dürfen zum Beispiel gewöhnlich nicht länger als sechs Minuten dauern.⁸⁰⁴ Ebenso wenig sind sperrige, komplizierte und fremdartige Strukturen erlaubt; vielmehr müssen die Rhythmen und Melodien eingängig, problemlos fasslich und wiedererkennbar sein, sodass das Mitsingen, -tanzen und -schunkeln möglich ist. Eintönigkeit aber, die sich durch die feststehenden Muster einstellen könnte, wird vermieden, indem die Formen innerhalb des Erwartbaren ständig einander ablösen. Dass sich immer wieder etwas Neues ergibt, allerdings nichts, das aus dem Rahmen fiele, dafür sorgen insbesondere die Schau-Einlagen, mit denen die musikalischen Darbietungen angereichert werden. Das vibrierende Glas, das den Auftritt der Sängerin Maffioletti begleitet, ist nur ein Beispiel für diese Gestaltungsweise.

Die Kostüme der Musikerinnen sind bunt, oft bonbonfarben, wie hellviolet, bleu und apricot, die Bühne ist mit weißen und roten Blumen eingefasst, das Licht schimmert zum großen Teil warm und golden. Vor allem aber werden touristisch gesuchte, malerische Ansichten geboten: Lächelnd und winkend fährt Rieu mit seinem Orchester in Fiakern, als einer Wiener Attraktion, in den Ehrenhof vor Schloss Schönbrunn ein, begleitet von Komparsen in historisierenden Kostümen. Zwischen den Bildern von diesem Geschehen werden Aufnahmen des Schlossparks gezeigt, die wie Postkartenbilder erscheinen: Sie zeigen geometrisch angelegte Beete im französischen Garten, gepflegte Wege, in einer Reihe stehende Bäume, einen Teich mit Springbrunnenfigur, auf dem zwischen Seerosen Enten schwimmen.⁸⁰⁵ Diese Anblicke wirken ruhig und beruhigend während der freudigen Aufregung, die Rieus Ankunft beim Publikum verbreitet. Die Bilder gehen nach Art von Doppelbelichtungen ineinander über. Auf diese Weise findet das Auge zwar Abwechslung, aber keine ruckartige, unvermittelte oder schockierende. Die Eingangssequenzen verdeutlichen, welches Programm der gesamten Show zugrunde liegt: Das Publikum kann malerische Bilder einer ›heilen Welt‹ erwarten – in unbeschwerter Atmosphäre sollen Vorstellungen von der ›guten alten Zeit‹ vor allem der Habsburgermonarchie aufleben.

804 Etwas länger ist etwa der Walzer »Rosen aus dem Süden«, ebd., Kap. 5, 00:14:01–00:21:44.

805 Ebd., Kap. 1, 00:01:50–00:02:05.

Ein Höhepunkt der Inszenierung schöner österreichischer Vergangenheit liegt darin, dass die Figuren Sissi⁸⁰⁶ und Kaiser Franz Joseph erscheinen: Zunächst erinnert Rieu die Zuschauenden daran, dass er sich »auf dem historischen Ehrenhof vor dem kaiserlichen Schloss Schönbrunn«⁸⁰⁷ befindet, und stimmt sie so auf das Hoheitlich-Würdevolle des Auftritts ein, dann hält das Paar in einer goldenen und von sechs Schimmeln gezogenen Kutsche Einzug, begleitet von festlicher Musik. Das Publikum steht von seinen Sitzen auf und applaudiert.⁸⁰⁸



Abb. 6: *ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN, VIENNA* (Screenshot 00:05:56)

Die Tatsache, dass es so auf die Sissi-Inszenierung reagiert, lässt sich nicht in herkömmliche Raster der Kitsch-Kritik einordnen. Um einen Betrug des Publikums kann es sich bei der Inszenierung nicht handeln – dazu ist diese zu sehr als Inszenierung erkennbar; kann es sich doch kaum darüber täuschen, dass nicht die »echte« Sissi anwesend ist. Offenbar ist es bereit, sich auf Abbilder so weit einzulassen, dass diese im wörtlichen Sinne erhebende, in der Erhebung von den Sitzen zum Ausdruck kommende Gefühle hervorrufen. (Doch kann, wenn hier von »Abbildern« gesprochen wird, über-

806 Beziehungsweise Sisi, Kosename für Kaiserin Elisabeth von Österreich-Ungarn.

807 *ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN*, Kap. 1, 00:04:25.

808 Ebd., Kap. 2, 00:04:59–00:07:44.

haupt ein ›Urbild‹ der ›wahren‹ Sissi ausgemacht werden? Könnte vielleicht Romy Schneider als ›wahre‹ Sissi gelten?⁸⁰⁹) Entscheidend ist, in welcher Pracht die Figuren Sissi und Franz Joseph gezeigt werden. Die Inszenierung erfüllt buchstäblich glänzend Schemata für eine eindrucksvolle Ankunft des Kaiserpaares: In würdigen, abgemessenen Bewegungen winkt es lächelnd der Menge zu (Abb. 6), und sogar Rieu und das Orchester verneigen sich vor ihm. Durch ihre Aufmachung lassen Sissi und Franz Joseph sich auf der Stelle erkennen beziehungsweise wiedererkennen. Der kaiserliche Anzug ist vor allem aus Ernst Marischkas dreiteiliger SISSI-Filmreihe⁸¹⁰ vertraut, insbesondere auch das hellblaue schulterfreie Kleid der Braut. Die Nachbildung bei Rieu stützt sich unter anderem auf diese Nachbildung; als weitere Vor-Bilder dienen nicht zuletzt Elisabeth-Porträts aus dem 19. Jahrhundert, die ebenfalls populär sind, etwa ein Gemälde von Franz Xaver Winterhalter.⁸¹¹ In der Show werden neben dem Stil des dargestellten Kleides auch der sternförmige Haarschmuck aufgegriffen. Dass bei dem Spektakel nur Imitate vorgeführt werden (beziehungsweise Imitate von Imitaten), vermindert nicht seine Wirkung, zumal die Imitate den Stellenwert von Originalen erhalten: Die Reproduktionen werden selbst wiederum medial reproduziert.⁸¹² Als Rieus Sissi und Franz Joseph in den Ehrenhof einfahren, nehmen viele im Publikum sie mit Kameras auf (von den Kameraleuten für die Fernsehsendung und für die DVD ganz abgesehen). Währenddessen erscheinen die Figuren auch auf Großbildwänden. Zum einen rückt das in solchen Dimensionen vervielfältigte Paar in den Blick, zum anderen wird das Publikum auf die Tatsache gestoßen, dass das Paar in sol-

809 In *BILD Frankfurt* vom 13.2.2008 etwa wird Romy Schneider als ursprüngliche Sissi gehandelt: »Sissi, das Original: Romy Schneider 1955 in ihrer Parade-Rolle im Alter von 18 Jahren«, heißt es in dem Beitrag »Ich habe Tränen des Glücks geweint«, S. 9.

810 SISSI (AT 1955); SISSI, DIE JUNGE KAISERIN (AT 1956); SISSI – SCHICKSALSJAHRE EINER KAISERIN (AT 1957).

811 Franz Xaver Winterhalter: *Kaiserin Elisabeth*. 1865. Öl auf Leinwand. 255 x 133 cm. Hofburg Wien, Sisi-Museum.

812 »Ohne Reproduktionen gäbe es keine Originale«, erklärt Niklas Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*. 2., erw. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, S. 155.

chen Dimensionen vervielfältigt wird. Die Figuren erweisen sich nicht nur als würdig, sondern auch als reproduktionswürdig.

Später erzählt Rieu in der Show, was jeder bereits über Sissi weiß:

Jeder weiß, meine Damen und Herren, dass Sissi es gar nicht so leicht hatte [...]. Müssen Sie sich vorstellen: Ein sechzehnjähriges Mädchen verliebt sich in den Kaiser, sie heiraten und dann plötzlich wohnt so ein junges Mädchen hier in diesem Riesenschloss und muss sich anpassen an das strenge spanische Hofzeremoniell. Sie muss eine ganz besondere Frau gewesen sein, dass sie trotz ihrer Jugend und trotz ihrer Schwierigkeiten mit ihrer Warmherzigkeit ganze Völker für sich gewonnen hat.⁸¹³

Die Einleitung »Jeder weiß« mag zunächst bloß als rhetorische Bekräftigung dessen erscheinen, was gesagt wird, und als eine Vereinnahmung aller. Zugleich aber liegt in den Worten »Jeder weiß« auch ein Versprechen: Mit ihnen kündigt Rieu den Zuhörenden an, dass er etwas Vertrautes folgen lässt. Wiederholungen also sind nicht verpönt, sie müssen nicht vermieden oder verschwiegen werden, im Gegenteil: Man darf sie bewusst auskosten. Insofern hat das »Jeder weiß« durchaus eine reflexive Funktion innerhalb der Show. Rieu löst die Ankündigung ein, indem er die geläufige Geschichte von Sissi⁸¹⁴ noch einmal (nach)erzählt und das Publikum zum Mitvollzug auffordert: »Müssen Sie sich vorstellen«.

Rieus Erzählung bereitet den Zuhörenden indes nicht nur das Vergnügen, geläufige Muster wiederzuerkennen.⁸¹⁵ Hinzu kommt, dass das Erzähl-

813 ANDRÉ RIEU AT SCHÖNBRUNN, Kap. 18, 01:44:46–01:45:28.

814 Überdies folgt die Geschichte von der Liebe, von den Problemen und von der »Warmherzigkeit« der jungen Kaiserin einem Schema, das auch durch andere hoheitliche Figuren bekannt ist, etwa durch Lady Diana, die »Königin der Herzen«. Vgl. zu den Parallelisierungen von Kaiserin Sissi und Prinzessin Diana auch Nicole Karczmazyk: *Mediale Repräsentationen der Kaiserin Elisabeth von Österreich. Sissi in Film, Operette und Presse des 20. Jahrhunderts*. (Szenen/Schnittstellen, hrsg. von Todd Herzog, Tanja Nusser u. Rolf Parr, Bd. 2.) Paderborn: Fink 2017, S. 197–199.

815 Vgl. zu diesem Vergnügen etwa Umberto Eco: »Die erzählerischen Strukturen im Werk Ian Flemings«, in: U.E.: *Apokalyptiker und Integrierte*, S. 273–312, insbes. S. 294f.

te als etwas Großes angesehen wird, bei dem man entsprechend große Gefühle haben darf. Es ist ausgemacht, dass Sissis Herzenswärme das Publikum nicht kalt lassen kann. Zum Tragen kommen dabei die Schemata, die herangezogen werden – gerade sie bieten die Gewähr dafür, dass es sich um keine Geschichte wie jede andere handelt. Mit der Bezugsfigur Sissi entkommt man dem Gewöhnlichen, sie ist im Bereich des Kaiserglanzes und des Märchenhaften angesiedelt.

Festzuhalten bleibt, dass dem Publikum nicht vorgeworfen werden kann, es wisse nicht, dass Rieu mit Imitaten aufwarte. Sissi muss sozusagen nicht ›echt‹ sein, um im Scheinwerferlicht (er)strahlen zu können; sie muss nur – wie sich gezeigt hat – Schemata entsprechen. Die Zuschauenden nehmen die Inszenierung als solche an und wissen sie zu schätzen. Angesichts dieses bewussten Umgangs mit der Inszenierung ist fraglich, ob die gängige Kitsch-Kritik hier angemessen ist, die die Anklagepunkte der Täuschung und des Betrugs einschließt.

Ebenso wäre auch die übliche Kritik am MUSIKANTENSTADL, die ihn des Kitschs bezichtigt, noch einmal zu prüfen. Madalina Diaconu erklärt: »Die heile Welt des Musikantenstadls« erinnere »an die Definition des Kitsches«, dass es sich bei diesem um »›einen schlechten Traum vom Paradies‹« handle.⁸¹⁶ Von Hans-Dieter Gelfert übernimmt Diaconu den Gedanken, Kitsch sei häufig regressiv. Entsprechend komme der Erfolg des MUSIKANTENSTADL[S] zustande durch die »Sehnsucht nach einer heilen, vergangenen Welt«, durch den »Kindheitskult und unter Umständen« durch eine »Regression ins orale Stadium«:

Der Konsument lässt sich gleichsam in der Betrachtung des Niedlichen, Gemütlichen und Sentimentalen fallen. Er weicht den Anforderungen der Realität in eine schönere, einfachere, weniger entfremdete Welt aus, mit dem Zweck, zur Unschuld, Geborgenheit und Reinheit zurückzukehren. Die Individuation wird nicht nur durch

816 Madalina Diaconu: »Zur Ästhetik des Musikantenstadls«, in: S. Binder, G. Fartracek (Hrsg.): *Der Musikantenstadl*, S. 155–228, hier S. 164. Sie zitiert an dieser Stelle H.-D. Gelfert: *Was ist Kitsch?* S. 84. Vgl. auch Kurt Luger: »Mozartkugel und Musikantenstadl. Österreichs kulturelle Identität zwischen Tourismus und Kulturindustrie«, in: *Medien Journal. Zeitschrift für Kommunikationskultur der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK)* 2 (1990), S. 79–96, hier S. 86.

die Wiederentdeckung der Kindheit, sondern bereits durch das Aufgehen in der Masse (des Live-Publikums) und durch ihre Anonymität (als Fernsehpublikum) aufgehoben. Die Hauptform des Kitsches im Musikantenstadl ist die Niedlichkeit.⁸¹⁷

Diaconu setzt sich mit der Ansicht auseinander, die heile Welt des MUSIKANTENSTADL[S] lenke von gesellschaftlichen Missständen und Problemen ab und sei daher bedenklich. Demgegenüber fragt Diaconu, »ob eine Unterhaltungssendung auch ein anderes Ziel verfolgen sollte, außer eben zu unterhalten?«⁸¹⁸ Die Autorin wendet ein, »das Vergessen (des Alltagslebens und seiner Sorgen, vielleicht seiner selbst)« könne »manchmal [...] auch therapeutisch wirken«.⁸¹⁹ Angesichts solcher Diskussionen bietet es sich an zu schauen, ob beziehungsweise wie der MUSIKANTENSTADL das Verhältnis seiner ›heilen Welt‹ zur Alltagswirklichkeit selbst reflektiert.



Abb. 7: »Petra Frey: ›Meine große Liebe heißt Florian‹«, Musikantenstadl Post 2000, H. 2, S. 27

Dargestellt wird diese ›heile Welt‹ nicht zuletzt in dem Magazin *Musikantenstadl-Post*, das die Sendungen der Reihe begleitet: Im Jahr 2000 bei-

817 M. Diaconu: »Zur Ästhetik des Musikantenstadls«, S. 165.

818 Ebd., S. 164.

819 Ebd., S. 164f.

spielsweise ist die Sängerin Petra Frey mit ihrem Lebensgefährten an einer Christus-Andachtsstelle in den Bergen zu sehen. Diese Fotografie steht in der Tradition christlicher Genrebilder und stellt Frömmigkeit von positiv bewerteter Einfachheit und Naivität zur Schau (Abb. 7).⁸²⁰ Insbesondere aber der STADL-Star Hansi Hinterseer trägt als eine Art blonder Lichtgestalt engelhaft-reine Züge – er wirkt heilend auf seine Fans laut einer Schlagzeile der *Musikantenstadl-Post*, die ihn in die Nähe Gottes rückt: »Wer an ihn [Hansi Hinterseer] glaubt, wird gesund.«⁸²¹

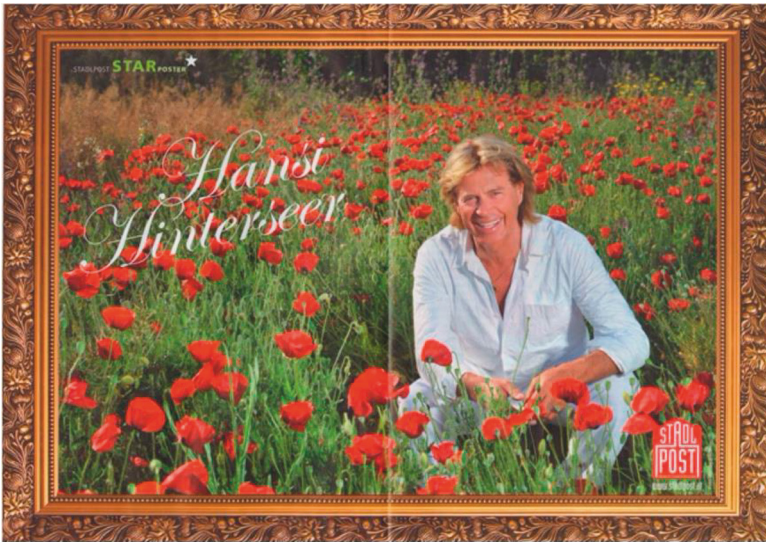


Abb. 8: »Stadlpost Starposter Hansi Hinterseer«, Stadlpost 2013, H. 7/8, S. 24f.

Betrachtet man nun allerdings die Mechanismen, mit denen die von der Kritik bemerkte Regression im MUSIKANTENSTADL vonstatten geht, müsste man wieder – mit Spodes Begriff – von einer »kontrollierten Regression« sprechen oder auch von reflektierter Unreflektiertheit. Es ist entscheidend zu sehen, dass die Szenen der »heilen« oder – durch Hansi Hinterseer – »geheilten« Welt gerahmt sind. Besonders ausgeprägt ist diese Rahmung bei

820 *Musikantenstadl-Post* 2000, H. 2, S. 26.

821 Ebd., S. 14f.

den Postern, die sich zum Herausnehmen in dem Magazin finden: etwa ein Poster von Hinterseer aus einer *Stadlpost* des Jahres 2013 (Abb. 8).⁸²² In seiner weißen Kleidung und mit seinem blonden Haar strahlt Hinterseer in einem leuchtend roten Klatschmohnfeld hervor. Durch die goldene, üppig ornamentierte Rahmung des Bildes wird verdeutlicht, dass es sich bei diesem um etwas Künstlerisches oder auch Künstliches, um eine idealisierte Realität handelt, um Schönheit, die so rein, so blumig außerhalb des Rahmens nicht zu haben ist.

Auch die MUSIKANTENSTADL-Shows sind entsprechend gerahmt – bereits durch die von Andy Borg zu Beginn gesungenen Verse von der »Stadlzeit«: »Ja, jetzt ist Stadlzeit / Wir sind soweit / Wir haben uns / Darauf gefreut.« Die »Stadlzeit« soll eine besondere, vom Alltag abgegrenzte sein – schöner, in jedem Sinne des Wortes »blendender« als dieser. Wie bewusst und gewollt das Negative des Alltags ausgeblendet wird, zeigen vor allem folgende Verse, die ebenfalls zu dem Eröffnungslied gehören: »Es gibt im Leben a Zeit / Da ist man gern bereit / Die Sorgen wegzusperrn / Der Musi zuzuhörn.« Mit diesen Versen gibt der MUSIKANTENSTADL die Welt im Ganzen nicht als »heil« aus. »Sorgen« werden erwähnt; man hat sie allerdings in den Bereich außerhalb des Rahmens fortzudrängen.

Nicht nur durch diese Art der Rahmung wird die »heile Welt« des MUSIKANTENSTADL[S] als unreal markiert. Auch das durch den Rahmen Eingefasste zeigt, dass es inszeniert ist: Die Scheune als Schauplatz dieser Sendungen trägt üblicherweise stark kulissenhafte Züge – etwa wenn Holzhüttenelemente in einer geschlossenen Halle als Versatzstücke der Gemütlichkeit aufgestellt sind. Ebenso erinnern die sauberen Trachten, die von vielen der im STADL Mitfeiernden getragen werden, an die künstlichen Idealwelten des Tourismus.

Dergestalt bieten Rieus GROSSE NACHT DER WIENER MUSIK und der MUSIKANTENSTADL ins Unwirkliche gesteigerte Bilder des touristisch Schönen; die Übersteigerung ist jedoch derart deutlich, dass ihre fiktionale Dimension kaum vom Publikum übersehen werden kann. Insbesondere Techniken wie die der Rahmung tragen dazu bei, dass diese Shows jeweils eine eigene, vom Alltag getrennte Welt bilden.

822 *Stadlpost* 2013, H. 7/8, S. 24f.