

schreibkraft - Das Feuilletonmagazin

Menüpfad zur ausgedruckten Seite: Startseite → ausgaben → 11 - und jetzt?! → tourismus kunst
Adresse: <http://schreibkraft.adm.at/ausgaben/11-und-jetzt/tourismus-kunst/>



christine werner | tourismus kunst

Tourismustaugliche Kunst für tourismustaugliche Gäste

1.
Der Laden mit angeblichen (oder gebräuchlichen) Kulturgütern dieser Gegend führt vom Salzstein bis zur Trachtenschürze praktisch alles. Mein Begleiter, K., nimmt dies und das in die Hand, probiert es an, zwingt mich, ihn zu bewundern oder zu verlachen.... und kauft nichts. Erst spielt er den Großkunden, spannt mich und die Verkäufer ein, und wenn alles aus dem Magazin herbeigeschafft worden ist, befriedigt K. seinen Kaufverweigerungsrausch. Wegen einer kleinen Besorgung musste ich schon öfter länger als eine Stunde auf irgend einer Fläche durchsitzen "das passt" oder "das passt nicht" sagen. Sinnvoll ist es, K. vor dem Laden loszuwerden oder ihm drinnen abhandeln zu kommen. Wie sich aber gleich herausstellen wird, ist K. nicht wegzudenken. Schon beim Öffnen der Tür läutet eine Kuhglocke meine Vorsätze weg. K. ist wieder sichtbar (womit ich ihn aber nicht mit einem Almtier vergleichen will).

Jene Dinge, die ich nicht brauche und die seltsamer Weise mit kleinen EU-Flaggen geschmückt sind (zum Beispiel ein Lodenhut mit Hallstattabzeichen), sollen mich vielleicht international-national stimmen. Ich stelle mir einen irischen Jäger mit so einem Hut vor - oder eine italienische Mama mit Puffärmel.

"Kunstloden". Hier bezeichnen sie alles als Kunst, was schon generationenlang Kultur ist. Und die Volks-"Kunst" wird ja seit der politischen Wende besonders gefördert. Jeder Trachtenbläser hat jetzt Chance auf Subvention. Sonst werde das Geld immer knapper, und kaum eine Veranstaltung, die nicht von irgendeinem Unternehmen gesponsert wird, aber bei der Volkskunst übernimmt man politische Verantwortung. Und das Volk dankt. Was die jeweiligen Landes- und Bundespolitiker unter Kunst verstehen wollen oder jene, die ihrerseits wieder Gelder aus EU-Töpfen verteilen, prangt auf zahlreichen Plakaten. Und auf das Förderlogo ist man mindestens so stolz wie etwa das Volkstanz-Ensemble auf sich selbst. Auch in diesem Laden schmücken sie die Auslagen mit subventionierter Volkskunst. Es braucht daher niemand (vom Kuhglockengebimmel abgesehen) beim Eintreten einen Kulturschock zu erleiden. Die Einheit ist perfekt. Ob demnächst an der Börse die "nationale Wirtschaftskunst" gehandelt wird?

2.
Wenn die Kulturpolitik das Alltagstreiben nicht erschrecken will, wäre es doch praktisch, auch gleich den aktuell-politischen Kunstverstand zu privatisieren. Ein wirtschaftlich geführtes "Verkunstungsunternehmen" beflügelt zudem die Phantasie seiner Manager, die von "Kunst" ganz neu erschaffen werden, bzw. sich künstlich umerziehen. Allein an diesem Wort, das sie als Kunstvermarkter öfter aussprechen dürfen, künsteln sie sich hoch. Damit ist man mental bereits über der Volkskunst und direkt unter dem Hochunendlich. Die Kunst (man kann sich vor lauter "Kunst" gar nicht mehr retten), "Kunst selbst zu erfinden", ist eine richtige Wirtschaft. Als Graz Kulturhauptstadt Europas war, erlebte die dafür eigens installierte und von der Politik abgetrennte Company einen Höhepunkt: weibliche Angestellte in Ritterrüstung. Anderen, die bisher gedacht hatten, #sie# seien die Kunstschaaffenden, wurde wenigstens genügend Stoff geboten, wodurch sich speziell auf dem Sektor der Kleinkunst und der Satire einiges entwickelte. Aber was kümmert einen durch Ritterinnen angelockten Touristen das künstlerische Fußvolk! Außerhalb eines Monsterprogramms sticht ja nichts mehr ins Auge! Ein hochoffizieller Sprecher für künstlerische Angelegenheiten zum Beispiel ist oft ein viel größeres Kunstwerk als so manches Projekt, für das er wirbt. Erst recht ist er markanter als das, was er nicht bewirbt. Je zügelloser, lauter und vertrauter er seine Sprüche in die Medien streut, desto eher legt sich ein Tourist ins immer jeweils letzte freie Bett. Wolfgang Lorenz, der Intendant von "Graz 2003", meinte etwa, es würde seit seinem Wirken Speed aus den städtischen Wasserleitungen rieseln, rinnen oder schwappen und die Stadt high geworden sein.

3.

Hier, in diesem Freiluftmuseum Hallstatt, haben sie keinen Rauschbedarf. Die Tourismusdynamik ist ein gut gehendes Gewerbe, das sich auch mit normalem Quellwasser ununterbrochen verschönt und verstärkt. Da ist die Kunst in der Landschaft, ist natürlich gewachsen und verlangt nur kleinere Ergänzungen wie eben die dazugehörigen Menschen mit ihrer Tradition. Es ist also nur Ausdruck der Harmonie, dass die Plakate der Jodelmeister und Marschbläser so gut zur „Kunstecke“ des Ladens passen. Solche Werke bilden sich aber ständig neu, auch wenn sie aussehen, als wären sie schon verstaubt. Soviel zur Bildung.

Während ich den Kreuzstich von einem „Kunst“-Deckerl studiere, tippt mir K. auf die Schulter und grinst mich breit an. Da sei er. Und jetzt? Was habe ich also vor, an diesem angebrochenen Nachmittag in einem Laden, der K.s Herz höher schlagen lässt? Er werfe nämlich ein Auge auf diesen superleichten Schneeschuh im Sonderangebot. Da stürzt auch schon eine Verkäuferin auf uns zu, die nicht ahnt, was ihr noch blühen wird. Tatsächlich ist sie ein paar Minuten später auf dem Weg ins Lager, da ihr K. als ein ehrlich interessierter Umsatzsteigerer erscheint. Ich überlege gerade, ob K. nicht der geborene Ablenker für Diebesbanden ist. Er schafft es doch jedes Mal, das Ladenpersonal wegzuschicken. Dann kauft nicht er, sondern die Ladenbesitzer kaufen ihm den anständigen Kunden ab. Er ist schon öfter als Abzockerkandidat gehandelt worden. Einer wie er hängt auf jedem Gemeindeamt als Vorzeige-Kunst- und Kulturgenießer der Region. Erst auf den zweiten Blick entpuppt er sich als Kulturbanause. Welcher Bürgermeister hat es nicht auf Typen wie K. (im ersten Moment) abgesehen! Man will den Touristen alles erdenklich Mögliche bieten, spannt seine Heimatdichter und andere große Söhne oder regionenbewusste Töchter mit den Gästen zusammen. Auch wenn sie gestorben sind, leben sie weiter. Und dieser Laden zeigt ganz deutlich, dass er ein literarisches Nachlassgewissen hat. Besonderer Renner ist etwa die Liebesgeschichte des Erzherzog Johann, was K. zugunsten der Schneeschuhe links liegen lässt. Aber das bleibt sich ja gleich. Diese „Kunst“ ist schließlich überall käuflich und trägt wie Geld kein Mascherl.

Nachdem K. mit allen vorhandenen Schneeschuhmarken Runden durchs Geschäft gezogen hatte, wusste er, dass sogar das bevorzugte Fliegengewichtmodell nicht genügt. Die Verkäuferin kommt mit einem (offensichtlich Mars-tauglichen) Aluminiumschuh zurück. In Boarderkreisen sei das die ultimative Lösung. Mit so einem Exemplar könne der extremste Tiefschneehang bewältigt werden, um danach - mit praktisch nichts auf dem Rücken - gemütlich talwärts zu preschen. Sport-Kunst sei hier sehr verbreitet. Und jetzt? Na? Da schau er, K., nicht wahr, was sie in diesem „Kaff“ alles hätten! Für jeden etwas. Es käme ja die gesamte Elite der Sportkuntschaft zur Beratung her. Träfe mit den Musikkünstlern und mit der Tanz-Nachwuchskunst zusammen. Man habe hier ein sensibles Kunstage und erfreue sich jeder Art von Kunst. Und? Etwas Spezielleres könne K. nicht einmal in Alaska bekommen! Und wenn er nicht gleich zuschlage, sei der Schuh weg. Eigentlich gehe der ja wie die warmen Semmeln. Deshalb habe man es nicht nötig, das Kunststück auszustellen. Aber K. ist in die Springerphase getreten: „Haben Sie so einen in meiner Größe?“ Na gut, so flexibel ist man mit den Jahren geworden und fährt daher nicht gleich direkt aus der Haut. Aber was denke K. denn - der Regenschutz sei ein ordinäres und alltagsgebräuchliches Einheitsglumpert, das keine verschiedenen Größen HAT! Für zehn Euro nimmt man das Zeug nicht auch noch extra aus der Packung.

K. wollte ohnehin ... eigentlich ... wollte er einen Hallstattführer und keinen Nylonwetterfleck: „Können Sie mir was raten?“ DAS ist Kunst! Sich von früh bis spät mit Touristen abzuplagen! Es gibt daher auch einen Kunstführer! Oder einen Ausstellungskatalog über die Salzmumien. Seit Bestehen des Museums aktuell. Zeitgenössische Kunst auf Dauer sozusagen. Im Grunde ist es egal wo, Hauptsache es wird Geld dagelassen. In der schönen Kunstreigion.