

4. JULI 2019 DIE ZEIT N° 28

ZEIT ALPEN

Servus. Grüezi. Hallo.



1

Hintergründe und Recherchen
aus der Schweiz, Österreich
und Deutschland



Liebe Leserinnen und Leser,

seit mehr als zehn Jahren erscheint die ZEIT in Österreich und der Schweiz mit eigenen Länderseiten. Doch immer wieder stoßen wir auf Themen, die uns hier wie dort umtreiben, auf Probleme, die nur grenzüberschreitend gelöst werden können, und auf Persönlichkeiten, die den ganzen Alpenraum beschäftigen: bis nach Bayern und Baden-Württemberg.

Deshalb haben wir »ZEIT Alpen« erfunden, deren zweite Ausgabe Sie heute in Händen halten. Auf zehn Seiten widmen wir uns dem Tourismus in den Bergen: Wir waren auf dem Titlis und in Hallstatt, wir recherchierten in Bozen zu René Benko, trafen Ski-Präsident Gian Franco Kasper und gingen mit einem irakischen Schriftsteller wandern.

Dazu stellen Ihnen die sechs ZEIT-Redakteurinnen und -Redakteure aus Wien und Zürich je einen Ort vor, an dem sie noch ganz bei sich sind.

Hat Ihnen die Ausgabe gefallen? Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldung unter alpen@zeit.de

Gute Lektüre wünschen

Ihre Österreich- und Schweiz-Redaktionen der ZEIT

PS: Wollen Sie wöchentlich über die wichtigsten Themen aus den drei Alpenländern informiert werden?

Abonnieren Sie den transalpinen Podcast »Servus. Grüezi. Hallo.« von ZEIT ONLINE www.zeit.de/alpenpodcast

ANZEIGE



Zum Beispiel: Travel Charme Iten Hotel im Kleinwalsertal

Ankommen. Abschalten. Durchatmen.

Ausgezeichnete Kulinarik. Entspannte Golfkunden. Großzügige Zimmer und Suiten. Herausfordernde Mountainbiketouren. Exklusive PURIA Spas. Alpine Wanderungen.

Genießen Sie Ihre Alpenauszeit in Österreich:

- Ab 2 Übernachtungen inkl. Frühstücksbuffet mit regionalen Produkten und ¼-Pension
- Entspannung in den großzügigen PURIA Spas inkl. 10% Nachlass auf SPA-Anwendungen
- Frühreise (ab 12:00 Uhr)/Spätreise (bis 15:00 Uhr) und vieles mehr.

Buchbar ab zwei Übernachtungen, auf Anfrage und nach Verfügbarkeit. Das Angebot ist nicht kombifrei. Skizone- und unbarrierefrei.

Informationen und weitere Angebote: www.travelcharme.com/angebote/alpenauszeit



TRAVEL CHARME
Hotels & Resorts



Wer nur gafft, soll zahlen

Der Alpenraum lebt vom Tourismus. Aber vom Geschäft mit den Gästen profitieren immer weniger. Und manchenorts wird den Einheimischen der Rummel allmählich zu viel **VON FLORIAN GASSER UND STEFAN SCHIRMER**

Verena Lobisser sitzt in ihrem Garten, schaut auf die Touristengruppen, die sich durch die Straße schieben, und seufzt: »Das ist alles viel zu viel.« Vor zwölf Jahren hat die 49-Jährige das Gasthaus ihrer Eltern in Hallstatt übernommen. Damals war in dem Ort noch wenig los, obwohl er seit

1997 Unesco-Welterbe ist. Dann wurde hier eine koreanische TV-Serie gedreht, eine Kopie der Stadt in China nachgebaut, und die Zahl der asiatischen Besucher explodierte geradezu. Wie viele Touristen es jährlich sind, die in den Ort im Salzkammergut reisen, weiß keiner. Eine Million, schätzen die einen. Um einiges mehr, sagen andere. Und das in einer Marktgemeinde mit nicht einmal 800 Einwohnern.

»Ich habe mich natürlich gefreut«, sagt Lobisser, und viele andere Unternehmer waren mit ihr gemeinsam glücklich. Das Geschäft begann zu brummen, Betriebe im Ort, die vorher kurz vor der Pleite standen, machten nun große Gewinne. Langsam begann sich Widerstand unter den Einheimischen zu regen, doch Lobisser hielt lange dagegen. »Bis ich vor vier Jahren selbst das Gefühl hatte, dass es zu viel wird.« Die Lebensqualität nehme ab, Immobilien seien unerschwinglich, der Stresspegel steige, auch bei den Kindern, es gebe keine Ruhepausen, und zu wenige würden vom Tourismus profitieren. »Hallstatt verkommt zu einem Freizeitpark für Tagestouristen«, sagt sie, »und die großen Profiteure sind nicht wir, sondern internationale Reisegesellschaften.«

Zu Beginn war der Tourismus in den Alpenländern ein großes Versprechen: Mit den Urlaubern komme der Wohlstand. Aus armen Dörfern wie St. Anton, Ischgl, St. Moritz oder Zermatt wurden in den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg reiche Orte – und aus Bergbauern wohlhabende Hoteliers oder Seilbahnbesitzer. Der Städtetourismus kam später hinzu. Salzburg und Wien, Luzern und Zürich lockten Hunderttausende, bald Millionen Touristen an. Doch das Versprechen wird nicht mehr überall eingelöst, zumindest wird es immer mehr so empfunden. Für viele Einheimische stehen die negativen Begleiterscheinungen des Tourismus in keinem Verhältnis mehr zum Vorteil.

Overtourism ist das Modewort für ein Phänomen, das eine Mischung aus vielen Fakten und noch mehr Gefühlen ist. Es geht nicht nur darum, wie viele Menschen auf einen Platz, einen Berg, in eine Gasse passen. Die Frage ist auch: Was mögen Einheimische aushalten? Leiden sie unter steigenden Mieten und Preisen? Sehen sie ihre Ressourcen oder ihr Kulturerbe bedroht? Fühlen sie sich gar verdrängt?

In Hallstatt lässt sich das Phänomen wie durch ein Brennglas und im Zeitraffer beobachten. Im Jahr 2010 kamen 3440 Reisebusse auf den gemeindeeigenen Parkplätzen an. Acht Jahre später waren es 19.344. Dazu kommen fast 200.000 Pkw und unzählige Besucher, die per Zug und Schiff ankommen. Mit den Gästen kam das Geld, mit dem Geld kamen die Konflikte. Durch die Dorfgemeinschaft ziehen sich mittlerweile tiefe Gräben.

Es gibt die einen im Ort, die gut von den Touristen leben. Die Souvenir- und Kunstgewerbeshops zum Beispiel. »Klar ist es massiv«, sagt Johannes Janu, der unter anderem ein Sportgeschäft besitzt. »Aber ohne diese Massen wäre der Ort ausgestorben.« Dass sich nun selbst Unternehmer gegen den Tourismus aussprechen, irritiert ihn, »zum Teil schäme ich

mich dafür«. Und die anderen Hallstätter, die sich aufregen? Von denen seien viele neidisch. »Viele Geschäfte gehören nicht mehr Hallstättern, die sind zu faul. Die sind weggezogen oder sitzen im Wirtshaus und saufen. Und ihre Häuser vermieten sie zu Höchstpreisen.«

Andererseits Friedrich Idam wollen hingegen den Ort zurückhaben, so, wie er früher war. »Im November war die Stille fast erdrückend«, sagt er, »es war unglaublich schön.« Ruhige Tage gibt es keine mehr. »Als Bewohner fühlt man sich wie ein Ausstellungsstück. 28 Prozent einmal mehr eine Beerdigung könne man abhalten, ohne dabei fotografiert zu werden, sagt der Lehrer, der mittlerweile zum Politiker geworden ist. Grüne und FPÖ gibt es in Hallstatt nicht. Die Protestpartei ist die Bürgerliste, die sich gegen den Massentourismus engagiert. 28 Prozent hat sie aus dem Stand bei den Gemeinderatswahlen 2015 erreicht und der SPÖ fast die absolute Mehrheit gekostet.

Am liebsten würde Idam am Dorfeingang Eintritt verlangen, »wer nur gaffen will, soll zahlen«, sagt er. Die Forderung teilen nicht viele. Denn mit den Massen macht auch die Gemeinde ein gutes Geschäft. Sie betreibt die Parkplätze, die kostenpflichtigen Toilettenanlagen, ist an einem Hotel beteiligt und hat ein Budget von 5,4 Millionen Euro jährlich, fast 7000 Euro pro Einwohner. »Wir bauen Gemeindegärten, Essen auf Rädern und mehr«, sagt der Bürgermeister Alexander Scheutz. »Ohne die Gäste könnten wir uns das nicht leisten.« Er sitzt zwischen allen Stühlen, preist lange die Vorzüge des Tourismus und schiebt rasch nach: »Natürlich ist es mittlerweile zu viel.« Immerhin: Vom nächsten Jahr an gibt es eine Mindestverweildauer für Reisebusse: 2,5 Stunden, um die Touristen zumindest ein wenig länger im Ort zu halten.

Dörfer, Städte und Regionen in Österreich, die an die Monarchie erinnern, an das kitschige Bild der Habsburger, das durch Filme wie *Sissi*, *Sound of Music* und zahllose Schulzenromane geprägt wurde, sind Sehenswürdigkeiten für Menschen aus aller Welt. So wie das Salzkammergut mit Orten wie Bad Ischl, St. Wolfgang oder eben Hallstatt.

Auch die Wachau an der Donau mit den Burgen, Schlössern, Klöstern und der gediegenen Landschaft zieht Besucher an. Der Boom der Flusskreuzfahrten macht Gemeinden Probleme. Die Altstadt von Dürnstein wird überrannt, und zum Stift Melk, das Umberto Eco in *Der Name der Rose* verewigt hat, pilgern Heerscharen. Die Stadt führt sich überfordert.

Nicht nur kleine Orte geraten an ihre Grenzen. Auch durch die Salzburger Altstadt

Foto: Shutterstock.com, G. Gasser/Zeit



quetschen sich die Touristen an Spitzentagen. Viele Gäste sind nur kurz hier, machen rasch ein Foto von Mozarts Geburtshaus und eilen zurück zum Bus. Bewohner des Zentrums haben immer häufiger Mühe, aus der eigenen Haustür zu kommen.

Mittlerweile gibt es für jeden Reisebus einen Slot für die Anreise und Abholung der Gäste an den Terminals. Und es gibt weitere Vorschläge, wie der schwindenden Wertschöpfung entgegengewirkt werden könnte. Die liberalen Neos fordern etwa eine Obergrenze von 30.000 Bussen jährlich und eine Gebühr von 500 Euro pro Fahrzeug. Die Summe soll als Altschuldenschein an die Touristen ausgegeben werden, so würde automatisch mehr Wertschöpfung entstehen.

In Wien werden die Ströme von Tages- und Wochenreisenden gemessen: Wo zieht es sie hin, wo verweilen sie? Das mittelfristige Ziel ist, sie von den bekanntesten Sehenswürdigkeiten wegzulocken. Denn während Teile der Innenstadt verstopft sind, herrscht andersorts gähnende Leere. Stephansdom, Schloss Schönbrunn, Hofburg – das alles wird nicht mehr beworben. »Wir machen nichts, was mit Massentourismus zu tun hat«, sagt Norbert Kettner, Geschäftsführer des Wien Tourismus. »Wir setzen das Geld konsequent dort ein, wo wir die höchste Wertschöpfung herausholen: in der Meeting-Industry zum Beispiel und im Premium- und Luxussegment.«

Overtourism ist auch das Gefühl, dass die Bevölkerung vom Tourismus nicht mehr profitiert. Der Anteil des Tourismus am österreichischen Bruttoinlandsprodukt liegt allerdings seit Jahren konstant bei 8,4 Prozent, rechnet das Wiener Wirtschaftsforschungsinstitut (Wifo) vor. 42,5 Milliarden Euro haben Touristen 2018 im Land ausgegeben. »Es gibt Täler, die ohne Tourismus wahrscheinlich gar nicht mehr besiedelt wären«, sagt Oliver Fritz vom Wifo. Ein Problem für Destinationen wie Hallstatt und Melk sei, dass oft die Regionen mehr davon hätten als die Orte selbst. »Andere Städte sind heilfroh, dass es Hallstatt gibt. Die Massen gehen dort durch, schießen Fotos, der Ort hat die Belastung, den Müll und die verstopften Straßen. Die Touristen übernachten dann aber in Salzburg oder in Linz.«

In der Schweiz ist man bereits weiter. Dort wird über Zugangsbeschränkungen auf die Berge nachgedacht. Mancherorts, sagt der St. Galler Tourismusforscher Christian Laesser, sei inzwischen die Grenze zum Overtourism erreicht. An der Rigi streiten Bergbahn und Bewohner über eine Begrenzung der Gipfelstürmer auf 800.000 jährlich. Das Murren über die Touristenmassen wird auch in Luzern oder Interlaken laut; nicht erst, seit im Mai eine Mega-Reisegruppe aus 12.000 Chinesen durch die Gegend tourte.

Kürzlich plopte in der Overtourism-Debatte noch ein Ort auf: der Titlis. Auslöser war ein Tweet, den SVP-Fraktionschef Thomas Aeschi an Karfreitag abgesetzt hatte. »Overtourism auf @EngelbergTitlis. Als Skifahrer kommt man kaum noch auf den Gipfel«, klagte er. Der aktuelle Geschäftsbericht der Titlis Bergbahnen scheint ihm auf den ersten Blick recht zu geben. Darin heißt es: »Als neues Risiko taxiert der Verwaltungsrat das Thema 'Overtourism' und dessen Auswirkungen.«

Was geht da vor sich an einem der höchsten Berge der Zentralschweiz?

Der Ort, um das zu erkunden, liegt 2000 Meter unter dem Gipfel: Engelberg. Das 4300-Seelen-Dorf, an dessen Rande die Talstation der Bahn liegt, die auf den Titlis führt, hat ein prächtiges Kloster und einige Hotels aus der Belle Époque. Engelberg war früh schon eine Top-Adresse im Schweizer Tourismus. Sogar Queen Victoria war zweimal hier und wurde in einer Sänfte bergaufwärts getragen. Das geht heutzutage einfacher, in Gondeln des börsenkotierten Unternehmens Titlis Bergbahnen, Hotels und Gastronomie.

Wie in allen Schweizer Skigebieten ist auch am Titlis die Zahl der Gäste aus Westeuropa in den vergangenen 20 Jahren drastisch gesunken. Um die Verluste zu kompensieren, warben die Titlis-Bahnen neue Zielgruppen an: Chinesen, noch mehr aber Inder. Der Berg wurde in Bollywoodfilmen als »Mountain of Love« vermarktet. Die Titlis-Bahnen richteten ein leer stehendes Grandhotel für Inder her, die in Großgruppen anreisen. Sogar indische Köche wurden eingelenkt.

Früher hatte Engelberg viele deutsche oder holländische Stammgäste, die zwei Wochen blieben, sich durch die Restaurants aßen, auch mal neue Wanderschuhe kauften. Der indische Gruppengast macht sich nichts aus Schweizer Küche, geschweige denn aus Wäldern. Und der chinesische Erstbesucher bleibt auf seiner Zehn-Tage-Europareise zwischen Wien, Rom, Zürich und Paris nur wenige Stunden: Er fährt rasch auf den Berg und wieder runter. Dann ist er erledigt, der Titlis.

»Bei chinesischen Gästen geht es um hartes Abhaken«, sagt Experte Laesser. »Da werden Sehenswürdigkeiten von 1 A bis 5 A klassifiziert.« Auf die Schweiz und Österreich angewandt: Wer nicht in Salzburg, Wien und mindestens auf einem der Top-Berge war, ob Titlis, Pilatus oder Jungfrauoch, hat ein Problem. Es gebe eine Faustregel, sagt Laesser: Von je weiter entfernt die Gäste kommen, umso mehr konzentrieren sie sich auf die Hotspots.

Es sind die gleichen Probleme wie in Österreich, die Besuchermassen, die einmal kurz und dann nie wieder kommen. Für die Transporteur sind sie ein lohnendes Geschäft. »Ich schätze, wir haben 70 Prozent Neukunden«, sagt Norbert Patt, der Geschäftsführer der Titlis-Bahnen. Sein Unternehmen befördert von Jahr zu Jahr mehr Gäste, zuletzt waren es 1,24 Millionen. Bei den Individualreisenden liegen die Schweizer vorn. Einen regelrechten Boom gibt es bei den Gruppenreisenden, deren Zahl sich seit 2006 auf 500.000 verdreifacht hat. »Ein Drittel Inder, ein Drittel Chinesen, ein Drittel aus dem Rest der Welt«, sagt Patt.

Er sitzt in seinem Büro gegenüber dem Engelberger Bahnhof, wo die Züge stündlich neue Touristengruppen aus Richtung Luzern ankommen. »Wollen Sie wissen, wie viele Leute wir oben haben?« Er zückt sein Handy. Gerade, an einem Dienstag Ende Juni um 12.10 Uhr, seien 2100 Gäste im Skigebiet, sagt er. »Guter, durchschnittlicher Tag.« Wenn besonders viel los ist, seien es auch mal 11.000. So viel wie eine kleine Stadt.

Dann erzählt Patt, wie Overtourism am Titlis zum Thema wurde: »Die Vorgänge in Luzern haben uns hellhörig gemacht. Dass plötzlich Einwohner sagen: So geht das nicht!« Von Luzern aus reisen viele Touristen die halbe Autostunde nach Engelberg weiter. Und wenn große Menschengruppen auftauchen, gebe es nun mal Unbehagen, sagt Patt: »Wir müssen aufpassen, dass bei uns nicht eine so große Polemik losgetreten wird wie auf der Rigi. Sonst bekommen wir keine Volksabstimmung mehr durch.«

Denn Engelberg entwickle sich gleichzeitig auch immer mehr zu einem Zweitwohntort, vor allem für Ältere, sagt Patt. »Wenn die hier sind, wollen sie entspannte Tage erleben. Manche sitzen nicht so gern mit anderen Kulturen in derselben Gondel, weil sie das stört.«

Den größten Knatsch gebe es regelmäßig im Mai. Dann beginnen in Indien die Sommerferien, und von da aus reisen zahlreiche Touristen zum Titlis. »Dort prallen sie mit den letzten paar Hundert Skifahrern der Saison zusammen«, sagt der CEO. »Ski-Gäste fragen: Warum haben wir nicht fast access? Wir sind doch die guten Gäste!« Denen erklärt der Bergbahnen-Chef dann höflich: Nur wegen der vielen Gäste aus Asien können Sie im Mai am Titlis überhaupt noch Ski fahren. Der Bahnbetrieb würde sich sonst nicht lohnen.

Es gab auch schon Gerede, dass die Besucher aus der Ferne viel billiger auf den Titlis kämen als etwa Einheimische. Diesen Punkt, den auch SVP-Tourist Aeschi wütend vorbrachte, weisen die Bergbahnen zurück. Am günstigsten fahre ein Schweizer mit Halbtax-Abo, sagt Norbert Patt. Darüber habe er Herrn Aeschi aufgeklärt, als sie sich kürzlich zu einem »Versöhnungsgipfel« auf dem Berg trafen.

Bleibt auch hier die große Frage, wer heute vom Fremdenverkehr profitiert. In der Schweiz hängen daran jährlich 46,7 Milliarden Franken Umsatz und 260.000 Jobs. Landesweit sind das fünf Prozent aller Beschäftigten – in den Berggebieten allerdings bis zu 27 Prozent.

In Engelberg, sagt Tourismusdirektor Frédéric Füssinich, habe die Hotelriehe seit der Finanzkrise 2006 »eine Roskisse« durchgemacht. Die Preise seien heute nicht höher als vor 15 Jahren. Im Dorf sorgen sich viele, dass der Boom auf dem Berg an ihnen vorbeigeht. »Die Wertschöpfung darf nicht nur am Berg entstehen«, sagt Gemeindepräsident Alex Höchli, der im Ort eine Buchhandlung betreibt. »sonst wird es schwer für das Gewerbe im Dorf.« Chinesischen Kunden kann er kein Buch in Mandarin, sondern höchstens Bildbände anbieten – wenn denn überhaupt mal ein Tourist aus Peking, Shanghai oder Guangzhou in seinen Laden findet.

Gemeindepräsident Höchli kommt gerade aus einer Sitzung. Es ging darum, wie man die Dorfstraße beleben könnte. Der Schuhladen hat schon dichtgemacht, ebenso die Metzgerei; dafür gibt es jetzt einen zusätzlichen Geschenkartikelshop im Ort. Es wäre leicht, zu sagen: Da sieht man es! Asiatische Touristengruppen gehen eher nicht zum Metzger. Doch die Ladenleere wird eher hausgemacht. Man dürfe die Titlis-Bahnen und ihr Massengeschäft nicht zum Buhrum für alles machen, sagt Höchli: »Ich bin froh, dass die Bahnen keine Subventionen von uns brauchen. Und sie investieren in Infrastruktur wie Schneeschneeanlagen.«

Die Bilder einer ungleich spektakulärer Investition hat sich Bergbahnen-CEO Norbert Patt in Postergröße in sein Büro gehängt: Entwürfe für eine geplante Bergstation – ein 100 Millionen Franken teures Projekt der Basler Stararchitekten Herzog & de Meuron. »Ein Betonklotz am Gipfel reicht längst nicht mehr«, sagt Patt. »Wir brauchen dieses Leuchtturm-Projekt.« Er erwähnt die Elbphilharmonie in Hamburg, ebenfalls von Herzog & de Meuron. »Die hat kauflustiges Publikum in die Stadt geholt. Ich rechne bei uns mit dem gleichen Phänomen.«

Auch das Tal hat sein Großprojekt. Mitten im Ort lässt ein chinesischer Investor aus einem alten Grandhotel samt Neubau das Palace errichten, Engelbergs erste 5-Sterne-Herberge. Vor allem über dessen Ausmaße gab es einige Diskussionen. »Das Dorf sucht seinen Weg in die Zukunft«, sagt Nicole Eller, die Engelbergs kleines Talmuseum leitet. »Wir fragen uns oft: Wird dem Dorf etwas übergestülpt?« Oft ist von Andermatt die Rede, was so vor wenigen Jahren eröffnete Luxusresort The Chedy den Tourismus enorm belebt habe, viele kleine Restaurants und Läden entstanden seien.

Noblesse total statt noch mehr vom selben. Lautet so das Erfolgsrezept für den Alpentourismus? Klar ist: Das Massengeschäft mit großen Gruppen rentiert kaum. Die Zahl der Betten in den alpinen Destinationen steigt, die Umsätze pro Nächtigung aber sinken. Gehen die Vier- und Fünfsternbetriebe mit den Preisen zurück, steigt der Druck auf die niedrigeren Kategorien.

Man dumpt sich gemeinsam nach unten. Es gibt Daten darüber, was Schweiz-Touristen im Schnitt ausgeben. Bei Chinesen sind es 380 Franken pro Tag, weit mehr als etwa bei Deutschen, die lediglich 130 Franken springen lassen. Doch der Wert ist irreführend. Denn neben dem Transport auf die Berge lassen sich Chinesen vor allem den Kauf einer original Schweizer Uhr etwas kosten. Bei Kost und Logis gilt hingegen: Hauptsache, billig!

In Engelberg, sagt Tourismus-Experte Laesser, gab es mit Blick auf die chinesischen Gäste mal die Idee, sich zu einem »Uhren-Villages« zu entwickeln. Man hat es dann lieber sein lassen. Schließlich gibt es in Luzern schon genügend Bling-Bling-Shops.

Also, was tun? Jedes Jahr steigen allein in China 20 bis 30 Millionen Menschen in die Mittelschicht auf und werden damit zu potenziellen Alpen-Touristen, sagt Tourismus-Experte Laesser. Für viele von ihnen sind die Berge in der Schweiz oder die Städte und Dörfer in Österreich ein Sehensziel.

Die Schweiz hat dagegen ein paar gute Schutzmechanismen, sagt Laesser: Zum einen helfe die direkte Demokratie, ungeliebte Massentourismus-Projekte einzuschränken. Zum anderen sei da der starke Franken. Früher galt er als Fluch für die Schweizer Fremdenverkehr, weil er manche Gäste fernhielt. Inzwischen gilt das als Segen.

Lesen Sie dazu in der kommenden Ausgabe der ZEIT Schweiz (digital auch in Österreich und Deutschland erhältlich), wie sich in Luzern der Widerstand gegen den Tourismus formiert

WO WIR NOCH BEI UNS SIND

Zentralfriedhof, Wien

Wer war Johanna Rosenblüh? Wer betrauerte den Schuhfabrikanten Kadisch Letzergroschen? Woran erinnert das türkis-goldene Mosaik, das eine Eule mit blitzenden Augen zeigt? Die umgestürzten namenlosen Steine, die erblindeten Marmorplatten, die von Efeu fest umrankten schwarzen Granitmonolithen – wessen Angedenken ging hier verloren?


Schwer durchdringliches Gestrüpp, dichtes Unterholz, nur ein paar schmale Pfade führen durch das Gräberfeld in der alten israelitischen Abteilung des Wiener Zentralfriedhofes. Es ist einsam und still. Ein kerzengerader Weg trennt den christlichen vom alten jüdischen Teil der Totenstadt. Links sauber gepflegte Hügel, frischer Blumenschmuck, Kerzen flackern in den Windlaterne. In diesem Teil des Gottesackers liegen die kleinen Leute begraben. Rechts breitet sich der ausgelöschte Teil der Wiener Geschichte aus und verliert sich im wuchernden Dickicht. 94.000 jüdische Gräber verzeichnet die Friedhofskartei, alles, was blieb von der einst stolzen jüdischen Gemeinde, der größten in Mitteleuropa, die in Mord und Vertreibung unterging.

Die verwitterten Monumente erzählen von einer zerstörten Hoffnung: der Assimilation der jüdischen Bürger in die Gesellschaft. Die Nekropole ist eine begehare Chronik, die keine Fortsetzung gefunden hat. Es gibt keine trauernden Hinterbliebenen mehr, die dieses Angedenken pflegen. So nimmt die Natur Besitz davon.

JOACHIM RIEDL

So kommt man hin: Ab Wien Oper mit der Straßenbahnlinie 71 bis Zentralfriedhof, 1. Tor


ANZEIGE



TOYOTA

ALWAYS A BETTER WAY

CAMRY HYBRID



BEREITS AB CHF 39'500.-*

KOMFORTABEL, EDEL, UMWELTFREUNDLICH: DER NEUE TOYOTA CAMRY IST EINE LUXUS-LIMOUSINE, GEBAUT FÜRS REISEN, ANGETRIEBEN VON EINEM NEUEN 2,5-LITER-HYBRIDMOTOR MIT KRÄFTIGEN 218 PS.

NEXT LEVEL HYBRID

218 PS LEISTUNG

ENERGIEEFFIZIENZ A

*Einf. Netto-Verkaufspreis, inkl. MwSt. Camry Hybrid Comfort, 2.5 Hybrid, CHF 39'500.-, 160 kW/218 PS, 0 Liter, 4.4 (118) km, CO₂ 98 g/km, In-ER, A, CO₂-Emissionen aus Treibstoff- und/oder Stromerzeugung 23 g/km. Abgelassenes Modell, Camry Hybrid Premium, 2.5 Hybrid, CHF 49'900.-, 160 kW/218 PS, 0 Liter, 4.4 (118) km, CO₂ 98 g/km, In-ER, A, CO₂-Emissionen aus Treibstoff- und/oder Stromerzeugung 23 g/km. CO₂-Emission aller in der Schweiz immatrikulierten Fahrzeugmodelle 137 g/km.