



100
GESCHICHTEN
PICUS

Martin Amanshauser

Falsch reisen

Alle machen es.
100 Geschichten.

Aufzüge

*Über den Paternoster, den es nicht mehr gibt
und die Lifthölle, die es geben wird*

Aufzüge und Lifte haben meine Fantasie von jeher angeregt. Der sympathischste Aufzug, den ich befuhr, der Paternoster (»Personen-Umlaufaufzug«) im Neuen Institutsgebäude der Universität Wien, war eine Rarität. Dieser elegante Personenlift ließ die Studenten nie länger als ein paar Augenblicke warten. Ohne Schranken konnte man in jeder Etage hinein- oder hinaushüpfen. Im obersten Stockwerk waren Schilder mit der Aufschrift »Weiterfahren ungefährlich« angebracht – um Panik zu verhindern, denn Neulinge, denen das antiquierte Verkehrsmittel nicht geläufig war, fürchteten, dass sich die Kabinen oben auf den Kopf stellten. »Die Kabinen behalten ihre Ausrichtung«, lautete die Sicherheitsdoktrin.

Eine ganze Reihe von Aufzügen der interessantesten Art – genannt werden sie *ascensores* – befinden sich in der zweitgrößten chilenischen Stadt Valparaíso, die auf sieben, vierzehn oder einund-

zwanzig Hügeln gebaut ist. In Wirklichkeit sind es hauptsächlich *teleféricos*, aber sie laufen unter der Bezeichnung Aufzüge, weil sie weniger der touristischen Belustigung dienen als den Bedürfnissen der Hügelbewohner. Sie alle stammen aus dem späten 19. Jahrhundert, wurden ursprünglich mit Wasserkraft betrieben und sind Kulturdenkmäler. Die chilenische Regierung hat das noch nicht begriffen – die meisten *ascensores* gehören privaten Betreibern, sie werden nicht subventioniert. Deshalb wurden viele stillgelegt, ein Jammer für die Anrainer, ein Verlust für Freunde der Aufzugkultur. Immer wieder wird das Sicherheitsargument ins Spiel gebracht. Doch Unfälle sind bei gut gewarteten technischen Raritäten äußerst selten.

Der unsympathischste Aufzug, mit dem ich je fuhr, gebaut von der Firma Schindler, war perfekt gewartet. Er kam mir in einem neu eröffneten Hotel der Top-End-Kategorie in Istanbul unter. In dessen Liftkabine gibt es keine Knöpfe. Die nackten Wände der Kiste stacheln mich immer dazu an, nachzugrübeln, wie es wäre, wenn meine Mitfahrer sich in Zombies verwandelten, oder gar ich selbst. In meinen Vorstellungen klappen Särge mit Untoten von der Decke, der Boden bricht nach unten durch et cetera. Alles nur, weil dieser Schindler keine Knöpfe

hat. Man muss *vor* dem Einsteigen in einer Tastatur sein Zielstockwerk eingeben, wonach ein Computer berechnet, in welchen der drei Aufzüge er die Person einteilt. Das Ergebnis blinkt auf einem Display auf. Gemeinsam Reisende werden ungerührt in unterschiedliche Fuhren aufgeteilt, Effizienz sticht Freundschaft. Landet man versehentlich in der falschen oder in einer falsch programmierten Kabine, muss man aussteigen – innen sind ja keine Knöpfe – und außen neu auf der Tastatur gabeln. Das System ist so fehleranfällig, dass es dauernd zusammenbricht. Fluchend wünschen sich die Gäste einen stinknormalen Lift zurück.

Als ich wieder einmal im Aufzug-Nirwana des Superhotels wartete, kam mir der alte Paternoster in den Sinn. Zurück in Wien erkundigte ich mich und erfuhr, dass er vor ein paar Jahren entfernt worden war. Man hatte ihn »wegen Allgemeingefährdung« aufgegeben. Hatte sich irgendwann doch eine Kabine auf den Kopf gestellt?

Wollen Sie alle 100 Geschichten lesen?

www.picus.at

Billighotel

*Über eine neue Art von Unterkunft,
in der man nur zahlt, was man konsumiert*

Unter den Hotelketten gibt es jetzt auch eine Billiglinie. Kein Zufall, dass sie von *Air-Asia*-Chef Tony Fernandes (größte Billigfluglinie Asiens) gegründet wurde. Heute betreiben die sogenannten »Tune Hotels« über vierzig Häuser in Malaysia, Indonesien, England, auf den Philippinen, in Thailand, Australien und je eines in Japan und Indien – mit *Limited Service*. »Im 5-Sterne-Hotel schlafen, einen 1-Stern-Preis zahlen!« Es funktioniert nach dem Prinzip Pay-as-you-use! Gäste des Tune Hotels zahlen eine Grundgebühr für die Übernachtung. Extragebühren werden für Zusatzwünsche wie TV, Handtücher, Air-Con oder Internet verrechnet. Die Innen- und Gangwände dienen, ebenso wie die Lobby und die Keycard, als Werbefläche. Kunden buchen im Internet die Zimmer ab fünf Dollar pro Nacht – und das System boomt.

Ich war noch nie einem Tune Hotel, und ich gedenke nicht, zu buchen. Beim Gedanken daran

drängt sich mir aber ein Rezeptionist auf, der mich mit breitem Grinsen empfängt: »Das Zimmer kostet dreißig Dollar – ich sehe, Sie haben kein Bett dabei! Nun, für das Bett zahlen Sie weitere zwanzig Dollar, für die Laken zehn Dollar. Die Schlüsselkarte kommt auch auf zehn Dollar, da ist ja eine Menge Technologie drin! Ein Schlüssel zum Badezimmer, falls Sie das benötigen, macht fünfzehn Dollar, exklusive Handtücher. Haben Sie ein Handtuch dabei? Fünf Dollar. Seife ebenso fünf Dollar. Der Spiegel ist mit einem Gitternetz verhängt, das öffnen wir gerne – obwohl, wenn ich mir Ihr Gesicht ansehe, lassen wir das und Sie sparen diese fünf Dollar! Ach ja, und die Zimmerreinigung zu Beginn würde zehn Dollar betragen. Viele Kunden machen das aber selbst. Wir stellen Ihnen für fünf Dollar das Original-Reinigungsset *Clean Prince* zur Verfügung. Kreuzen Sie einfach auf diesem Formular an, was Sie wünschen.«

Wollen Sie alle 100 Geschichten lesen?

www.picus.at

Cheeseburger-Verhör

*Über eine amerikanische Dialogform,
die einen in den Wahnsinn treibt*

Wer Länder bereist, in denen Burger auf der Liste der kulturellen Errungenschaften ganz oben stehen, muss glänzend vorbereitet sein und die Nerven behalten. Denn bei der Bestellung gibt nicht der Kunde den Ton an. Ganz im Gegenteil, er wird vom Verkaufspersonal einem Burgerverhör unterzogen.

Ich sage zum Beispiel: Einen Cheeseburger bitte! Statt dass nach einem eilfertigen Nicken ein paar Worte in die Küche gerufen werden, um die Herstellung meines Fleischbrotess schnell und effizient in die Wege zu leiten, taucht die nächste Frage auf: Mit extra Käseeinlage? Ich zögere. Ist denn im traditionellen Cheeseburger gar kein oder zu wenig Käse drin? Oder würde, andererseits, die Käseeinlage unmäßig teuer sein? Denkpause. Na gut, überredet, mit Käse, sage ich. Weizen-, Roggen- oder Mohnbrot?, wird mir entgegengeschleudert. Ganz normales Weißbrot, antworte ich. Man nickt: Es gibt Weißbrot, vermutlich war das Weizen. Zwiebel roh

oder gegrillt?, schreit man mich an. Roh, sage ich hastig und denke im gleichen Moment, gegrillt wäre besser gewesen. Avocado drin?, brüllt man. Nein! Was für eine Idee. Obwohl ... Mit Pommes?, ruft man. Nein danke! Größe der Portion?, schreit man. So groß der Burger eben ist. Also Größe Medium? Einverstanden, Medium. Das Fleisch?, krakeelt man. Wie – das Fleisch? Durchgegrillt, medium, blutig, roh?, schnarrt man. Okay, wieder medium. Bin schon total kaputt. Jetzt kommt noch: Welches Getränk?, bellt man. Muss ich denn ein Getränk ... na gut – Wasser. Brunnenwasser, haha! Witz nicht verstanden. Ende der peinlichen Befragung. »I'll be back in a minute!«

Wollen Sie alle 100 Geschichten lesen?

www.picus.at

Doctor Amansmartin

*Über Porno-Schauen als Sozialforschung
und über die polnische Millionenshow*

Was das moderne Hotel über einen weiß oder zu wissen glaubt, präsentiert es einem triumphierend via TV. »Willkommen, Herr Hauser, Amans!«, stand einmal auf dem Bildschirm. Ich riss stirnrunzelnd den Stecker samt Dose aus der Wand.

Auf Pressereisen mache ich die Erfahrung, dass sämtliche Kollegen beim Frühstücksbuffet vom gleichen Film erzählen, den sie am Vorabend im Zimmer gesehen haben. Das scheint mir wie ein Wunder – es gibt ja vierzig Programme! Ich selbst verfolge, wenn man mir die Gelegenheit gibt, fünfzehn Sender gleichzeitig. Ein fahriger Zapper wie ich würde ungefähr zwanzigtausend Jahre benötigen, bis er seinen ersten Spielfilm vollständig gesehen hätte.

Weil ich ohne TV aufgewachsen bin und unter akuter Suchtgefährdung leide, kämpfe ich stets gegen meinen Drang, im Hotel fernzusehen – ich finde sämtliche Programme unglaublich aufregend und

verfüge über keinerlei emotionale Bremse, die mich zum Abschalten bringen würde. Also setze ich auf Qualitäts-TV. Manchmal informiere ich mich gezielt im lokalen Fernsehen über einheimische Kultur oder betrachte staunend einen der vier Porno-Werbekanäle – aus purstem Sozialforschungsinteresse, wie ich mir mit dreckigem Grinsen versichere. Kantonesische Telenovelas kommen mir erstaunlich verständlich vor, das kirgisische Programm finde ich atemberaubend altmodisch, und bei der polnischen Millionenshow habe ich einmal sogar eine Antwort erraten, die der Kandidat nicht wusste.

Normalerweise hänge ich aber in einem Hotelzimmer zuerst die Jacke über den Fernseher, um nicht in Versuchung zu kommen. Leider steigt die Anzahl der Hotels, in denen das Gerät bereits läuft und öde Werbetrailer über Kultur und Hotelkette verbreitet. Neulich las ich wieder eine hübsche Begrüßung: »Hello Doctor Amansmartin!«

Wollen Sie alle 100 Geschichten lesen?

www.picus.at

Tourist Guides

*Über das wertlose Blech aus dem Schrottlager
des Bildungsbürgertums*

Neulich lauschte ich einer einheimischen Fremdenführerin. Zu meinem Erstaunen erfuhr ich, dass der Wiener, der ich ja selbst bin, die Oper *Schuhschachtel* und die Secession *Goldener Krautkopf* nennt, und zwar »liebervoll«. Danach folgten Jahreszahlen. Mir wurde klar, wie sehr ich diesem Berufsstand misstrauere. Während die Opfer sich die Beine in den Bauch stehen, quasseln ihre Guides im Frontalunterricht, meist mit einschüchterndem Fachwissen, historische Details herunter, die man daheim bequem in Wikipedia nachlesen könnte. Welcher Professor ist überhaupt auf die Idee gekommen, dass Reisende gerade am Fachbereich Geschichte interessiert sind?

Die vom Reiseveranstalter gemeinsam mit dem kulturbeflissenen Über-Ich des Touristen verordnete Wissensvermittlung fördert meist wertloses Blech aus dem Schrottlager des Bildungsbürgertums zutage. Information unter Anführungszeichen ersetzt

das Erlebnis, und: Wer soll sich das alles merken? Die Zuhörer heucheln mimisch Interesse, obwohl ich oft ganze Gruppen von Pensionisten in Verdacht habe, ihre Hörgeräte auf Off gestellt zu haben.

Ich fürchte, Guides werden nicht ordentlich bezahlt, was auf längere Sicht einer negativen Auslese gleichkommt. Da tummeln sich gescheiterte Englischlehrerinnen, umsatzschwache Amnesty-International-Keiler und ehemalige Stillhaltefiguren aus den Fußgängerzonen. Vereinzelt sind mir dann doch charismatische Typen unterkommen, die etwas zu erzählen haben, aber wie viele Stadttouren muss man absolvieren, um auf so jemanden zu treffen? Mein privates Erfahrungssample tippt auf zwölf.

Das Interessante an neuen Orten ist die Stimmung. Diese wird durch Herdenbildung grundsätzlich beeinträchtigt. Wieso gehen die Leute also bei Führungen mit? Noch grundlegender gefragt, wieso bilden sie so gerne Gruppen? Weil sie sonst erst gar nicht gekommen wären. Weil sie Angst haben, das Unbekannte zu berühren. Das ist nämlich anstrengend und eine recht starke Nebenwirkung des Medikaments Reisen.

Wollen Sie alle 100 Geschichten lesen?

www.picus.at