

Der Prater - zu Tode modernisiert?

Von Reinhard Engel 9. Juni 2008, 04:00 Uhr

Die Wiener Stadtregierung hat den berühmten Park in eine Art Outlet-Center verwandelt. Was manchen Händler freut, kritisieren andere als Traditionszerstörung - die langfristig Geld kostet

Kindliche Aufregung kennt keine Sprachunterschiede. Die kleinen Prater-Besucher sind gerade der U-Bahn entstieg und freuen sich schon auf Ringelspiele, auf Autodrom-Fahrten und das Gruseln in der Geisterbahn. Sie zappeln an den Händen ihrer Väter und plappern aufgeregt auf Deutsch, auf Tschechisch, Ungarisch, Englisch.

Für die neue Eintritts-Plaza des Wiener Praters zeigen sie keine Geduld - sie wollen gleich hinein ins Vergnügen. Aber hier hat die Gemeinde Wien soeben ein mehrjähriges Modernisierungs-Projekt fertig gestellt, gerade recht zur Fußballeuropameisterschaft, deren größte Spielstätte, das Ernst-Happel-Stadion, nur einen kurzen Spaziergang entfernt liegt. Und auf die vielen Fußball-Fans zählen auch schon die Prater-Unternehmer.

Der neue Eingangsbereich des traditionsreichen Vergnügungsparks verströmt den cremefarbenen, aseptischen Charme eines Outlet-Centers, verschnitten mit Versatzstücken kitschiger Wien-Nostalgie. Auf mächtige Betonmauern wurden barocke und Jugendstil-Scheinfassaden gemalt, die Architekturkritikerin der Wiener "Presse" schrieb von "Albtraum" und "der größten architektonischen Entgleisung der letzten 50 Jahre".

Was ist passiert? Vor fünf Jahren hatte die Gemeinde Wien einen Ideenwettbewerb zur Neugestaltung des Praters ausgeschrieben. Man wollte verschiedene Varianten prüfen, wohin sich das Areal entwickeln könnte - eher nach Disneyland, mit einem großen Sprung zu einer Art High-Tech Park oder konservativer mit dem Schwerpunkt auf Nostalgie und "Alt Wien"? Ein französischer Themenpark-Spezialist, Emmanuel Mongon, arbeitete drei Jahre an einem Konzept.

Zu einem klaren Ergebnis kam es nicht. Die alteingesessenen Praterunternehmer und die zuständige Kommunalpolitikerin Grete Laska gerieten sich in die Haare. Übrig blieb von der großen Renovierung der Neubau des Eingangsbereichs, und dieser sorgte für Aufregung, nicht nur wegen seiner gestalterischen Schwächen. Insgesamt 32 Millionen Euro wurden investiert, und das ohne Ausschreibung. Übergangen fühlten sich die lokalen Architekten, weil der Auftrag an eine weitgehend unbekannte Firma namens Explore 5d ging. Politiker der Grünen und die Presse kritisierten die "Freunderlwirtschaft". Die "Neue Zürcher Zeitung" fragte

sich gar in Anspielung auf das Operettenlied von Robert Stolz: "Blüht im Prater die Korruption?"

Sport-Stadträtin und Vizebürgermeisterin Laska - sie kann sich in Wien auf eine komfortable sozialdemokratische Mehrheit verlassen - gab sich ungerührt: Die Zeit habe wegen der Euro 2008 gedrängt. Der Auftrag sei überdies nicht von der Kommune, sondern von einer ausgegliederten Tochterfirma vergeben worden, eine Ausschreibung habe es daher nicht gebraucht.

Die Prater-Unternehmer sind in der Sache gespalten. Einerseits freuen sie sich, dass endlich einmal etwas passiert. Andererseits fürchten diejenigen, die weiter hinten mit den traditionelleren Geisterbahnen oder Ballwurf-Spielen ihre Umsätze machen, dass die Gäste künftig schon im neuen Eingangsbereich ihr knappes Budget loswerden und am Ende nicht mehr bis zu ihnen finden. Nachdem ihre Organisation einmal sogar den Rücktritt der Stadträtin gefordert hatte, hat sich die aufgeheizte Stimmung wieder etwas abgekühlt.

Es wird auch sonst investiert. Im Frühling 2008 gingen einige neue, spektakuläre Bahnen in Betrieb. Sie heißen "Calafatis Magischer Roter", "Turbo" oder "Top-Spin", und die Kinder und Jugendlichen haben mit lautem Gekreische längst von ihnen Besitz genommen. Novomatic, eine internationale österreichische Casino-Gruppe mit einem Jahresumsatz von mehr als zwei Milliarden Euro und Projekten zwischen Macao und Lima, betreibt im Prater bereits ein riesiges Automaten-Casino. Novomatic will dort ein neues, noch größeres errichten.

Ebenfalls im Frühling dieses Jahres begann sich ein global agierender Unterhaltungs-Konzern, Merlin Entertainments, für Wien zu interessieren. Und die Engländer gehen gleich aufs Ganze: "Wir haben ein natürliches Interesse am Riesenrad in Wien", sagt der Entwicklungs-Direktor von Merlin. Aber das Wahrzeichen des Praters und der Stadt Wien sei in privatem Eigentum und nicht zu kaufen, Merlin möchte es daher mieten.

Ein weiterer Baustein in diesem Konzept ist die Eröffnung einer Dependance des Londoner Wachsfiguren-Kabinetts Madame Tussauds in Wien - mit lokalen Figuren à la Mozart. Tussauds eröffnet noch diesen Sommer in Berlin, andere Zweigstellen gibt es bereits in Städten wie Amsterdam, New York, Las Vegas oder Shanghai.

Doch der Prater wird nicht nur internationalisiert. Es gibt auch die gegenläufige Bewegung - in Richtung seiner ursprünglichen Tradition und seines historischen Kolorits. Vor wenigen Monaten hat Werner Schmalvogel die verstaubte Prater-Institution "Zum Walfisch" übernommen und restauriert. Jetzt bläst der blecherne Meeresriese über dem Eingang der 1000-Plätze-Gaststätte jede halbe Stunde eine Wasserfontäne in die Luft, um Besucher anzulocken. Nach dem für seine Schweinsstelzen und sein Budweiser Bier bekannten Schweizerhaus ist der Walfisch das zweitgrößte Lokal im Vergnügungspark.

"Ich glaube an Qualität", sagt Schmalvogel, der lange Jahre ein Ausflugslokal am Wiener Leopoldsberg betrieben hat. "Wir wollen hier die klassische Wiener Küche

anbieten, vom Schnitzel bis zum Tafelspitz. Man kann auch im Prater ein besseres Publikum ansprechen, das nicht nur Bratwurst und Langos konsumiert."

Schmalvogls Familie besitzt bequemerweise im Burgenland ein eigenes Weingut, und noch in diesem Jahr will er nebenan einen Heurigen eröffnen - den ersten im Prater. "Wir haben uns das nicht zuletzt deshalb zugetraut, weil jetzt auch andere im Prater investieren."

Noch geht es eher ruhig zu in seinem riesigen Gastgarten mit den grünen Sesseln und den blütenweißen Tischtüchern. Aber für die Euro 2008 rechnet Schmalvogel mit einem ersten Ansturm - und parallel dazu beginnt er, sich eine Wiener Stammklientel aufzubauen.

Das ist überhaupt eine der wichtigsten Maßnahmen für alle Unternehmer hier, egal ob sie den Dschungel Fluss und das Kinderkarussell für die ganz Kleinen betreiben, den Donau Jump oder das Calypso Lachkabinett. Der Prater muss sich gegen eine Fülle schnellerer, schrillerer und vor allem auch elektronischer Gegner immer wieder behaupten und präsent sein.

Ganz so schlecht sollten seine Chancen aber nicht stehen, sagt der Freizeit- und Tourismusforscher Hans Jürgen Kagelmann. Seinen Untersuchungen zufolge haben selbst die Besucher moderner Themenparks eine Sehnsucht nach "Authentizität", nach "natürlichen" oder historisch unveränderten Attraktionen. Das mögen heute im Prater nicht mehr wie früher die Riesen, Zwerge und Damen ohne Unterleib sein. Aber die Alt-Wiener Grottenbahn, das Ponykarussell und die Liliputbahn könnten durchaus Zukunft haben.
