

Wasser ist zum Malen da

Auf Motivsuche rund um Paris: Gustave Caillebotte malte gerne Segelboote. Und wenn er sie nicht malte, dann baute er sie selbst

Vielleicht war es hier am Fluss, wo für Gustave Caillebotte alles anfing. Mit der Beobachtung dieser Ringe, die da auf dem Wasser auftauchten und konzentrisch verließen, immer größer wurden, einander überlagerten und sich in der Weite der spiegelnden Oberfläche verloren oder an der Uferböschung brachen. Waren es Insekten oder Fische oder Regentropfen, die diese Ringe entstehen ließen, die er 1875 malte?

Wenn man 130 Jahre nach dem Maler Gustave Caillebotte am selben Fluss, der Yerres, steht, kann man immer noch diese rätselhaften Ringe auf dem Wasser sehen. Es regnet nicht, man sieht auch keine Fische oder Insekten. Wie die Ringe entstehen, bleibt ein Rätsel – wie so vieles im Leben von Gustave Caillebotte.

Caillebotte, der 1848, im gleichen Jahr wie Paul Gauguin, geboren wurde und früh, mit 45 Jahren, starb, lebte ein paar Jahre im Ort Yerres, der wie der Fluss heißt und dreißig Kilometer südlich von Paris liegt. Dem Vater gehörte ein klassizistisches Landhaus, von einem großen englischen Garten umgeben. Gustave hatte das Glück, aus einer wohlhabenden Familie zu kommen und musste selbst nie Bilder verkaufen. Er studierte Jura, schloss 1870 mit einem Staatsexamen ab und schrieb sich erst drei Jahre später an der École des Beaux-Arts in Paris ein. Mit dem Kunststudium nahm er es allerdings zunächst nicht so ernst. Er interessierte sich mehr für die Kunst anderer Zeitgenossen. Sein Bekannter Edgar Degas, der aus ähnlichen Verhältnissen kam, machte ihn mit Manet, Monet, Renoir, Pissarro, Cézanne und Sisley bekannt, die nach ihrer ersten gemeinsamen Ausstellung im Jahr



Viel Raum zur Entfaltung: In diesem Landhaus in Yerres südlich von Paris wuchs Gustave Caillebotte auf. Malen, um zu überleben, musste er nie.

Foto Ivo Goetz

1874 die „Impressionisten“ genannt wurden. Bald schon kaufte Caillebotte ihre Bilder, organisierte und finanzierte ihre Ausstellungen wie die zweite Pariser Impressionisten-Ausstellung 1876, an der er sich ebenfalls mit einigen Bildern beteiligte. Er war also Künstler, Sammler und Mäzen zugleich, Monet zum Beispiel wurde einige Jahre finanziell von ihm unterstützt.

In Yerres malte Caillebotte ungefähr siebzig Bilder. Die Hälfte davon zeigen den Fluss oder Motive am Wasser, die Reflexionen, die Bewegungen der Ruderer und Kanufahrer, die Badenden, die Angler. Was bei all diesen Bildern auffällt, sind die extrem dynamischen Perspektiven – es ist, als werde man zum Horizont hingezogen, als rudere man selbst energisch in die Bilder hinein. Dazu trägt auch die

fast fotografische Art bei, Ausschnitte zu wählen, sich an die Bewegungen der Ruderer auf der Yerres heranzuzoomen; man hat das Gefühl, mit im Boot zu sitzen.

Das Treiben der Menschen am Fluss war Caillebottes Thema – und dieses Treiben war neu. Es war Teil des modernen Lebens, das die Impressionisten so interessierte. Erst seit kurzem verbrachten die Leute ihre Zeit am Wochenende damit, sich sportlich in der Natur zu bewegen, sie fuhren mit kippeligen Kanus, die Périroires (Todesmaschinen) genannt wurden, und gemieteten kleinen Segelbooten auf dem Wasser herum.

Bis nach Yerres ist es heute von Paris aus nicht weit – ein Tagesausflug, bei dem man die Propriété Caillebotte besuchen kann, heute ein kleines Museum. Man kann

durch den Park wandern, ein Ruderboot mieten und so die Motive von Caillebottes Bildern fast unverändert wiederfinden; gut, dass die alten Bäume dabei die Bausünden der neueren Zeit verdecken.

Wenn man weiter auf den Spuren Gustave Caillebottes unterwegs sein möchte, fährt man in den Westen von Paris, nach Chatou an die Seine. In den Gasthöfen, die an den umliegenden Fliesenlagen, erholten sich damals die Städter. Künstler fanden hier viele ihrer Motive und nahmen selbst am turbulenten Leben auf dem Wasser teil. In Chatou, auf der heute sogenannten „Insel der Impressionisten“, liegt der Gasthof „Fournaise“, der schon 1860 ein beliebter Treffpunkt war. Hier trafen sich Künstler und wohlhabende Städter, aber auch Arbeiter und die

Schriftsteller Gustave Flaubert und Alexandre Dumas; Auguste Renoir malte hier sein berühmtes Bild „Déjeuner des Canotiers“. Der Gasthof ist heute wieder in Betrieb. Nebenbei gibt es ein Museum, in dem auch Modelle der damals gängigen Bootstypen zu sehen sind – dass die Segelboote heute anders aussehen, ist, was wenige wissen, auch das Verdienst von Caillebotte: Er war ein begnadeter Bootskonstrukteur.

Nachdem der Landsitz in Yerres 1879 aufgegeben wurde, zog Caillebotte nach Petit Gennevilliers, einen Ort an der Seine, zwanzig Bahnminuten von Paris. Hier ging er seiner vielleicht größten Leidenschaft, dem Segeln, nach. Er trat dem Pariser Segelclub „Cercle de la Voile de Paris“ bei, kaufte sich die „Iris“, sein erstes Boot, und

wurde zu einem respektablen Segler. Sein zweites Boot nannte er „Lapin“, Kaninchen, ein Beispiel für seinen Humor, denn Hasen galten bei Seefahrern als Symbol für Havarie und Unglück. Sein nächstes Boot, die „Inès“, war ein klassischer Seine-Klipper mit beweglichem Ballast und Kielschwert, aber extrem übertakelt. Caillebotte wollte mehr. Er wollte schneller segeln und gewinnen. Er beschäftigte sich mit Schiffskonstruktion und Yachtdesign, testete englische Yachten und brachte schließlich eine Bleibombe als Ballast unten am Kiel eines der Boote an. Das Ergebnis war eine Revolution: Das Boot war schnell und besiegte alle. Heute ist dieser Bombenkiel Standard auf schnellen Rennyachten.

Jetzt wurde Caillebotte vom Erben und Bohemien zum Unterneh-

mer: Er gründete in Petit Gennevilliers eine Werft, wurde Vizepräsident des Pariser Yachtclubs und erfand eine neue Yachtklasse mit dreißig Quadratmetern Segelfläche. Die erste Segelzeitschrift in Frankreich, „Le Yacht“, wurde von ihm mitfinanziert. Sein selbst entworfenes Segelboot war die „Roast-beef“ – wieder ein humoriger Name: die Franzosen nannten die Engländer damals spöttisch „Roast-beefs“. Die Bootsbauer der Organisation Sequana in Chatou haben vor kurzem eine Rekonstruktion des Bootes fertiggestellt, die sich zurzeit in der Kunsthalle Bremen auf einer Ausstellung über Caillebotte befindet.

Es gibt wenige Künstler, die auf zwei so unterschiedlichen Feldern wie der Malerei und dem Bootsbau eine derart bedeutende Pionierarbeit geleistet haben wie Caillebotte. Seine Rastlosigkeit, sein Streben nach Perfektion auf allen Feldern, trieben ihn zu immer neuen Höchstleistungen an. Doch selbst für Caillebotte war dieses Tempo nicht dauerhaft durchzuhalten: Er starb 1894, noch jung, an einem Schlaganfall.

IVO GOETZ

Die Ausstellung in der Kunsthalle Bremen über Gustave Caillebotte läuft noch bis zum 5. Oktober. Mehr unter www.kunsthalle-bremen.de.

Caillebotte vermachte seine umfassende Sammlung von Bildern der Impressionisten dem französischen Staat. Die Sammlung ist heute in Paris im Musée d'Orsay (www.musee-orsay.fr) zu sehen.

Das Musée Fournaise liegt auf der Ile des Impressionistes in Chatou (www.musee-fournaise.com). Der alte Gasthof „Fournaise“ befindet sich nebenan. Der Verband für Schiffsrestauration Sequana (www.sequana.org) liegt ebenfalls in direkter Nähe.

Weitere Informationen beim Französischen Fremdenverkehrsamt Maison de la France unter www.franceguide.com oder per E-Mail unter info@franceguide.com.

Gehen Sie uns nicht ins Netz!

Immer öfter wird der Urlaub online gebucht. Aber viele Reisebüros haben sich etwas einfallen lassen, damit die Kunden wieder zu ihnen kommen

Links und rechts des roten Teppichs säumen Palmen das Portal. Zum Fünf-Sterne-Service gehören eine Minibar und ein persönlicher Diener. Alle Zimmer verfügen über helle Holzmöbel, Telefone, Fernseher und Internetzugang. Und erst die Lage: ganz nah am pulsierenden Stadtkern.

Ein Luxushotel? Nein, hier geht es bloß um das Kölner „SonnenklarTV“-Reisebüro von Yuthana Koch. Doch die Show ist kein Zufall: „In unserer Wohnzimmeratmosphäre sollen die Kunden schon mal auf den Urlaub eingestimmt werden“, sagt der gebürtige Thailänder. Wer hier eine Reise bucht, darf anschließend mit Prosecco darauf anstoßen. Sicherheitshalber hat Koch ein Schild an den Eingang geklebt: „Gehen Sie nicht ins Internet. Gehen Sie durch diese Tür.“

Reisebüros setzen verstärkt auf Gemütlichkeit und individuellen Service, weil immer mehr Deutsche ihren Urlaub im eigenen Wohnzimmer buchen. Schon jeder Fünfte bestellte im vergangenen Jahr seine Urlaubsreise über das Internet, hat die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. herausgefunden. „In fünf Jahren wird die Hälfte der Reisen im Internet gekauft“, schätzt Heinrich Heinz, auf Reisebüros spezialisierter Unternehmensberater. Ohne persönliche Zuwendung und kreatives Marketing sei in der Branche nichts mehr zu holen.

Den Königsweg demonstriert Heinz in seinem eigenen Reisebüro: Im bayerischen Moosburg, 45 Kilometer nördlich von München, berät er seine Kunden mal in einem nachgebauten spanischen Innenhof, mal zwischen griechischen Säulen. Wer Lust auf einen Cocktail hat, wird in die hauseigene afrikanische Getränkebar eingeladen. Zu ähnlichen Ambientekniffen greift auch der L'Tur-Konzern, der ansonsten vor allem auf das Onlinegeschäft setzt. Am Stammsitz Baden-Baden hat L'Tur ein Reisebüro in eine Lounge verwandelt – mitten in einem hektischen Einkaufszentrum. Im Büro riecht es nach „dezent fruchtigen“ Urlaubs-

aromen, im Hintergrund plätschert Ambientemusik. „Das Konzept wird sehr gut angenommen“, sagt L'Tur-Sprecherin Tanja Dauth. „Düfte oder Musik werden in Zukunft auch in anderen Filialen eingesetzt.“

Wie nötig solch eine Inszenierung ist, zeigt ein Blick auf die Zahlen: Klassische Reisebüros haben kaum noch eine Chance. Beim Deutschen Reiseverband (DRV), der Reiseveranstalter und Vermittler vertritt, sind aktuell etwa 11.400 Buchungsstellen registriert – 3000

stellen nach alter Schule: Verkauft wurden viele Pauschalreisen, Bahntickets und Linienflüge. „Auf einmal brachen uns die Einnahmen weg“, sagt Terlinden. Er führt das finanzielle Loch Anfang des Jahrzehnts auf die massive Konkurrenz durch das Internet und die Euro-Umstellung zurück. Auch die Weigerung der Fluggesellschaften, weiterhin Provisionen zu zahlen, setzte Terlinden zu. Bis zuletzt versuchte er, das Ruder herumzureißen: „Meine Familie hat alles in die Firma gesteckt, ob Lebensversiche-

„Über manche Reisen, wie zum Beispiel Husky-Touren, gibt es im Internet nur ungenaue Informationen.“ Zudem sei es für die Kunden einfach authentischer, wenn sie bei einem Glas Wein die Reisen mit eigenen Urlaubsfotos erläutern.

Den Kunden auf dem eigenen Sofa abholen – nach diesem Prinzip funktionieren auch die „SonnenklarTV“-Reisebüros. Der Sparten-sender hat in den letzten anderthalb Jahren 54 Reisebüros in Deutschland eröffnet. Die Idee: Wer daheim vor dem Fernseher sein Traumziel entdeckt und die eingelebte Nummer wählt, wird direkt mit dem nächstgelegenen Büro verbunden, das dann persönlich berät und verkauft.

Urlaubssender, Gratis-Cocktails und Hausbesuche: Unternehmensberater Heinz glaubt, dass vor allem eine scharfe Profilierung das Überleben der Reisebüros sichern könnte: „Man sollte sich ein Spezialgebiet zulegen und muss dann alle Vertriebskanäle nutzen – übrigens auch das Internet.“ Ob Schwulenkreuzfahrten in der Karibik, Kegelreisen in Mecklenburg-Vorpommern oder Abenteuerexpeditionen in Afrika – für viele Sonderwünsche existieren inzwischen eigene Buchungsstellen.

Die Anbieter setzen dabei gezielt dort an, wo das Internet versagt oder unbeliebt ist. Da laut DRV nur jeder hundertste Online-Kunde älter als siebzig Jahre ist, werden zum Beispiel Senioren als Zielgruppe besonders umgarnet. Sie sind die treuesten Reisebürokunden – und fahren gar nicht mal so übel damit. „Manche Reisebüros bieten inzwischen die gleiche Leistung zu einem günstigeren Preis an als im Internet“, sagt Beate Wagner, Juristin und Tourismusexpertin der Verbraucherzentrale NRW. So sind Rentner und Internetmuffel quasi die Trittbrettfahrer der Entwicklung. Sie profitieren vom Preis- und Servicedruck, der durch die ungeliebte Netzkonkurrenz erzeugt wurde. MARC STEINHÄUSER

Weitere Informationen unter www.sonnenklar.tv, www.ltur.de, www.reiservice-heinz.de. Das mobile Reisebüro findet man unter www.skandinavien-meer.de.



Foto: bildwunder/J. Royan

Ja, wo laufen sie denn alle hin: Jeder fünfte bucht seine Reise im Internet. Klassische Reisebüros haben kaum noch eine Chance.

weniger als noch vor sieben Jahren. Parallel zum Filialsterben sanken auch die Ausbildungszahlen dramatisch. Im Jahr 2001 ließen sich nach Angaben des Statistischen Bundesamts über 10.000 Schulabgänger zum Reiseverkehrskaufmann ausbilden, im Jahr 2006 waren es gerade noch etwas mehr als 6000. Unternehmensberater Heinz sagt: „Die durchschnittliche Nettoerlöse in der Branche liegt bei gerade mal 0,75 Prozent.“

Damit lässt es sich nicht lange überleben, hat Guido Terlinden aus dem niederrheinischen Nettetal erfahren. Er musste seine Filialen vor zwei Jahren schließen und zehn Mitarbeiter entlassen. Seine Eltern hatten die Firma in der Nachkriegszeit aufgebaut. Jahrzehntlang funktionierte Terlindens Vermittlungs-

rung oder beliebige Immobilien“, sagt er. Vergebens: Seit Terlinden im Sommer 2006 Insolvenz beantragen musste, ist er arbeitslos.

Dass es auch anders geht, will die 35-jährige Reiseverkehrskauffrau Birgit von Rymon-Lipinski beweisen. Auch sie war bis vor wenigen Monaten arbeitslos, weil das Berliner Reisebüro, in dem sie angestellt war, plötzlich dichtgemacht hatte. Doch die Mutter von zwei Kindern wurde kurzerhand zu ihrem eigenen Reisebüro. Seit März ist Rymon-Lipinski als „mobiles Reisebüro“ in Berlin und Brandenburg unterwegs, ihr Spezialgebiet ist Skandinavien. Mit ihrem schwarzen Opel Vectra besucht sie ihre Kunden zu Hause, im Café oder auf der Arbeit und schlägt Touren in den hohen Norden vor. Sie sagt: