

ROMA HOTEL

Fährst Du der tyrrhenischen Küste entlang, von Badeort zu Badeort, wird Dir vielleicht auffallen, dass zahlreiche Hotels, vor allem die mehrstöckigen neueren Bauten, auf ihren Dächern Lichtreklamen tragen, die in einander typografische und farblich frappant ähnlicher Weise den Namen des Etablissements weithin propagieren: ROMA HOTEL, HOTEL MAREMMA, BELLAVISTA HOTEL - stets zweizeilig, mal gelb für Hotel und orange für dessen Namen, mal umgekehrt, gar blau oder weiss wechselnd mit gelb oder orange, doch immer so, dass sich Dir der Gedanke aufdrängt, da habe ein und die selbe Firma alle Hoteliers des Orts für die gleichzeitige Einrichtung der Illumination gewinnen können mit dem Argument, die parallele Herstellung und Montage erlaube eine wesentlich günstigere Offerte, weshalb es sich doppelt lohne, den Auftrag gleich zu erteilen und nicht erst dann, wenn der Druck der Konkurrenz dies später und zu höheren Kosten ohnehin erzwingt.

In etwa so hat es sich tatsächlich abgespielt. Eines Tages Anfang der 1980er Jahre – damals waren zahlreiche grössere Hotels erbaut worden in Erwartung eines jährlich wachsenden Zustroms von Sommergästen aus dem Norden Italiens und des übrigen Europas – tauchte Pietro Publicastro in Castiglione della Pescaia auf, einem kleinen Badeort in der Nähe der südwesttoskanischen Agrarstadt Grosseto. Er hatte diesen Ort mit Akribie ausgewählt, um seine Kampagne wirkungsvoll zu lancieren: kein grosser Ort und doch kein gänzlich unbedeutender in der Tourismusbranche. Sein Ziel war es, alle grösseren Hoteliers des Orts von der Notwendigkeit wie von der Günstigkeit des Angebots seiner Firma zu überzeugen und so rasch ein leuchtendes

Beispiel für andere Badeorte zu schaffen. Auch den Zeitpunkt seines Besuchs hatte er mit Bedacht auf Anfang Juni festgelegt, so dass die Hoteliers bereits vor Ort, aber noch im Ungewissen über den Erfolg der neuen Saison wären. Er sprach zuerst bei Signore Poggibonzo vor, dem Direktor des Hotels Roma, des damals neusten und grössten am Platz, machte ihm ein galantes Kompliment für den im übrigen grässlichen Betonklotz, schürte aber auch Poggibonzos Nervosität angesichts erst teilweiser Zimmerreservierungen und versprach ihm das Gelbe und Orange vom Himmel dank einer Lichtreklame, die er ihm für die Hälfte des üblichen Preises anbieten könne und die innert dreier Wochen, also noch zu Beginn der Hochsaison installiert sein werde, wenn er sich nur gleichentags noch zur Unterschrift entschliessen könne. Sprach's, fügte bei, er habe noch ein paar Besorgungen privater Art am Ort zu erledigen und schaue vor der Rückfahrt abends gern nochmals vorbei.

Anschliessend suchte Publicastro nacheinander die Direktoren von vier weiteren Hotels in Castiglione auf, die dem pittoresken Ortsbild nicht minder schlecht anstanden, brachte auch ihnen gegenüber die nettesten Komplimente über die Zunge und sein Angebot tatkräftiger Hilfe in unsicheren Zeiten vor, nicht ohne zu erwähnen, der Herr Direktor des Roma habe sich bereits für seine Offerte entschieden, da er sich davon verspreche, Unterkunft suchenden Touristen zu rascher Orientierung verhelfen zu können, und sicherte auch ihnen zu, vor dem Abend nochmals vorbeizukommen, damit sie das befristete Angebot in Ruhe überdenken könnten.

Zufrieden fuhr Publicastro an jenem Abend nachhause. Vier Verträge samt den Details für Beschriftung und Farbe lagen unterzeichnet auf seinem Beifahrersitz; nur ein einziger Hotelier hatte den Vorteil par-

tout nicht kapieren wollen. Besonders stolz war Publicastro auf sein Geschick, alle vier Direktoren von Sonderwünsche bezüglich Schriftgrösse und Schriftart abgebracht zu haben mit dem simplen Argument, Abweichungen vom Univers-Standard hätten Preisaufschläge zur Folge, welche durch nichts zu rechtfertigen wären; denn was zähle, sei allein die Prägnanz von leuchtender Farbe und zweizeilig knapper Botschaft: Hier Hotel, und zwar nicht irgend eines.

Zu Beginn der vierten Juniwoche waren die vereinbarten Lichtreklamen auf den entsprechenden Dächern montiert, und Einheimische wie Fremde staunten nicht schlecht, als nach dem Einnachten und beim festlichen Klang der Dorfmusik hell die eingängigen Botschaften über dem Ort erstrahlten: ROMA HOTEL, HOTEL L'APPRODO, HOTEL ANFORA, PICCOLO HOTEL. Am meisten aber staunten wohl die vier Hoteliers, denn insgeheim hatte keiner von ihnen damit gerechnet, dass auch nur eine einzige italienische Firma in der Lage wäre, das Vereinbarte innert lediglich dreier Wochen zu liefern, geschweige denn funktionstüchtig zu installieren. Sie wussten freilich nichts davon, dass Publicastro der firmeninternen Produktion den Auftrag zur Herstellung der Rahmengestelle und der Buchstabenformen bereits Wochen vor Vertragsabschluss erteilt hatte – lediglich die Farbe der Verglasung hatte er noch offen gelassen –, und ebenso wenig wussten sie davon, dass er mit dem Sindaco der Gemeinde schon vor der Offertstellung eine Generalbewilligung für die Montage von maximal zehn Lichtreklamen ausgehandelt hatte, über deren Preis und Zahlungsmodalitäten wir den Mantel der Barmherzigkeit ausgebreitet lassen wollen. Publicastro hatte jedenfalls eine erhebliche Investition aufs Risiko hin veranlasst, dass das Geschäft am Ende doch nicht zustande käme, doch er und sein Chef waren von seinem Verhand-

lungsgeschick derart überzeugt, dass sie keinen Anlass sahen, das Risiko zu scheuen.

Weitere Hoteliers in andern Orten besuchte Publicastro in jenem Sommer nicht. Die Saison war inzwischen schon in vollem Gang und weitere Lichtreklamen hätten nicht zeitig genug geliefert werden können, um die Zahl der Buchungen noch zu beeinflussen. Publicastro nutzte die wieder eingelehrte Ruhe des üblichen Geschäfts mit einer Lichtreklame für Optiker X. in Z. und für Apotheker A. in B. dazu, die Buchungen für die vier Hotels in Castiglione den Erwartungen ihrer Direktoren entsprechend anzuheben. Seine Firma stellte den führenden Reisebüros in den grossen deutschen Städten für jede Buchung in einem der vier Hotels Sonderprämien in Aussicht; durchaus mit Erfolg.

So ausgerüstet, machte Publicastro sich im folgenden Jahr schon vor Ende April auf die Reise in zahlreiche Badeorte zwischen Grosseto und Livorno, wiederholte sein Angebot in jedem grösseren Hotel des Orts, wies in leichthin eingeflochtenen Nebensätzen, deren wahres Gewicht sich erst in anschliessenden Pausen erahnen liess, welche er kunstvoll einhielt, auf den Erfolg ihrer Berufskollegen in Castiglione hin, liess anklingen, dass der Kollege Y. am Ort sich bereits für die Bestellung einer Lichtreklame entschlossen habe, unterstrich, dass der Abschluss einer Bestellung bis zum selben Abend einen Rabatt von zwanzig Prozent ermögliche, liess aber unerwähnt, dass der Rabatt im Jahr zuvor noch deutlich grosszügiger gewesen war. Innert sechs Wochen bescherte Publicastro seiner Firma randvolle Auftragsbücher bis in den August hinein, auch unter Verschiebung anderer Aufträge und unter Einführung einer zweiten Schicht bis Ferragosto, dem Zeitpunkt Mitte August, an dem ohnehin ganz Italien in die Ferien fährt. Und um die

Kassen der Firma und seine eigene Brieftasche noch etwas mehr zu füllen, spielte Publicastro die allesamt um gute Auslastung besorgten Hoteliers gegeneinander aus und versprach gegen Aufpreis bevorzugte Lieferung, so dass am Ende aus gewährten Rabatten zusätzliche Einnahmen für sogenannte Sonderleistungen wurden.

Einige Jahre später, nach opulentem Mahl anlässlich der Jahrestagung der Hoteliers an der tyrrhenischen Küste, erzählt der Direktor des Albergo Bologna von Castiglione, Signore Francobollo, seinem Kollegen Altrettanto, Direktor eines nicht minder kleinen Etablissements in Follonica bei Espresso und Zigarre, was damals in italienischen Esslokalen nicht nur erlaubt, sondern üblich war, von einem Gast, der jedes Jahr vor der Saison mit Gattin ein paar Tage bei ihm logiere, stets im selben Zimmer Nummer 7, «das Zimmer auf den Hafen hinaus», von welchem man freilich seit dem Bau des Hotels Roma ja bloss noch einen kleinen Teil sehen könne. Den Morgen verbringe der Gast stets im Zimmer, während seine Frau meist früh schon zum Strandspaziergang aufbreche, bis sie ihren Mann gegen zehn Uhr zum Kaffee in einer benachbarten Bar abhole. Seine Neugier sei derart übermächtig geworden, dass er eines Morgens – nie sonst habe er sich ähnliches erlaubt – zum Zimmer 7 geschlichen sei, um durchs Schlüsselloch zu spähen. Der Gast sei auf dem Bett gelegen und habe unentwegt aus dem weit geöffneten Fenster konzentriert etwas beobachtet. Nach Abreise der Gäste habe er sich dann selber auf jenes Bett gelegt, um herauszufinden, was es denn zu beobachten gäbe. Nichts besonderes, ausser Himmel sehe man eigentlich bloss einen Ausschnitt der seitlichen Fassade des Hotels Roma und dessen Lichtreklame. Seither wachse der Verdacht in ihm, genau dies sei es, was sein Gast immer wieder sehen wolle, diese Lichtreklame, doch wozu? Seltsam, erwidert sein Kollege: Ich hab seit Jahren einen ähnlichen

Gast. Wie heisst denn der Ihre? Pubblicastro. Oh, genau wie der meine! Wer spricht hier von Signore Pubblicastro?, fragt der Direktor des Hotels Roma, der auf der Suche nach dem Kollegen eines Grossetaner Grandhotels eben am Tisch der beiden vorbeigeht, Pubblicastro, meine Herren, ist ein genialer Mann, der uns mit seinen Lichtreklamen zu enormen Gästezahlen verholfen hat! Davon wissen wir nichts, sagen Francobollo und Altrettanto wie aus einem Mund, uns hat er nie deswegen kontaktiert. Wie denn auch, blafft Poggibonzo, natürlich hat er sich nicht der Mühe unterzogen, Euch eine Offerte zu unterbreiten, denn Eure Hotels sind ja viel zu klein.

Signore Francobollo lässt die Geschichte keine Ruhe. Als Pubblicastro und Signora nächstes Jahr wieder bei ihm logieren, setzt er sich erneut über das Gebot der Diskretion hinweg und belauscht das Paar heimlich in dessen Zimmer. Er schnappt auf, wie Pubblicastro seiner Frau nach deren Rückkehr vom Strandspaziergang von Möven berichtet und davon, heute hätten sie sich einmal gar zu siebt auf dem Roma niedergelassen, für eine ganze Weile. Spinnt der Kerl? Kommt her und kuckt sich Möven an aus seinem Zimmer! Am letzten Abend ihres Aufenthalts lädt Francobollo seinen Gast zu einem kleinen Abschiedstrunk ein, zu einem Gespräch unter Männern, wie er mit einem Augenzwinkern zu verstehen gibt, man kenne sich ja nun doch schon so viele Jahre. Wie beiläufig beginnt der Direttore das Gespräch auf Möven zu lenken; endlich bei der zweiten Flasche erfährt er von Pbblicastro die wahre Geschichte.

Ihnen kann ich's ja erzählen, sie waren ja nicht mein Kunde, da hatte ihr Kollege vom Roma schon recht, Alberghi wie das Ihre waren einfach zu klein für meine Geschäfte; aber genau deswegen sind sie mir ja sympathisch, während die grossen Hotels mir sozusagen im Weg

waren; Sie werden bald verstehen, in welcher Weise. Ihnen kann ich's jetzt erzählen, denn seit einem Jahr arbeite ich nicht mehr für die Lichtreklamenfirma; ich setze mein Verkaufstalent nun für eine selbständige Tätigkeit ein und habe mich in kurzer Zeit verbessert. Tatsächlich, denkt Francobollo, das hatte ich sogleich bemerkt, als die Signori vor ein paar Tagen hier eintrafen; sowohl Publicastro wie auch dessen Frau wirken noch eleganter, noch ausgesuchter gekleidet, wenn auch auf unaufdringliche, zunächst kaum bemerkbare Art.

Wissen Sie, fährt Publicastro nach kurzem Schweigen und zwei Schlucken fort, am besten verstehen Sie die Geschichte, wenn ich so anfangen. Wie alle rechtschaffenen Italiener bin ich vernarrt in Kinder, in schöne Frauen, in tolle Autos und in Tiere. Nun, mit der schönsten Frau, die ich mir vorstellen kann, bin ich seit langem und glücklich verheiratet, Kinder haben wir leider keine, tolle Autos konnte ich mir mit meinem Einkommen immer wieder leisten – also war es mir möglich, mich ganz auf Tiere zu konzentrieren, auf die Hilfe an Tiere, die durch unsere Art zu leben nicht das grosse Los gezogen haben. Sie haben von Möven gesprochen, und Sie haben damit die Pointe meiner Geschichte fast schon erraten. Möven sind wunderbare Tiere, sie sind so vollkommen angepasst an ein Leben am und auf und aus dem Meer, sie sind begnadete Segler in Winden jeder Stärke und Richtung und dabei stolz auf ihre Eigenständigkeit und Unabhängigkeit bedacht. Haben Sie einmal beobachtet, wie Möven fliegen, wie sie sich aus den Lüften kopfüber ins Wasser stürzen, um sich einen Fisch zu schnappen? Und haben Sie einmal gesehen, wie Möven auf einer hoch gelegenen Stelle landen, um von dort aus die Umgebung im Auge zu behalten? Ist Ihnen aufgefallen, wie akkurat sie dabei auf einen Abstand von Artgenossen achten, die sich auf dem selben Hochsitz niederlassen? Ja, bei Gefahr warnen sie einander, doch im übrigen zählt jede

Möve ganz auf sich allein. Folgen sie in Scharen einem Fischerboot, jagen sie nur scheinbar gemeinsam; tatsächlich folgt jede ihrer eigenen Beute und verteidigt ihr Recht daran gegen alle andern. Je öfter und länger ich den Möven bei ihrem Tun und Lassen zuschaute, desto stärker begannen mich diese Tiere zu faszinieren. Hier an der Küste sind sie die Herren der Lüfte und der Wasseroberfläche, alle andern sind bloss geduldet, Schwalben, Spatzen, Tauben, Enten, ja selbst wir Menschen, auf die sie von hoch oben herabblicken und denen wir so gleichgültig sind, dass sie uns im Flug keinerlei Beachtung schenken, es sei denn, dass wir als Fischer unterwegs wären und unseren Fang einzögen.

Als entlang der Küste, fährt Publicastro nach einer Weile fort, ein grosses Hotel nach dem andern erbaut wurde, hochgezogene Betonkästen mit öden flachen Dächern, fiel mir auf, dass den Möven zusehends die geeigneten Hochsitze abhanden kamen. Ein Vogel lässt sich lieber auf einem Ast, auf einer Stange nieder, vermutlich nicht allein deswegen, weil er sich mit seinen Krallen hier besser festhalten kann, sondern auch, weil ihm die Schmalheit dieses Sitzes ungehinderten Blick auf alles lässt, was sich darunter tut. Vielleicht sogar geht die Geschichte der Evolution umgekehrt: Eben weil der Vogel, von Natur aus ein Jäger und ein Fluchttier, immer wissen muss, was sich rund um seinen Standort tut, hat er sich das Sitzen auf Ästen angewöhnt, und darum entwickelten sich seine Zehen zu Krallen, die sich an einem Ast festhalten können. Das ist so essentiell, dass es heute beispielsweise als nicht artgerecht gilt, in Hühnerställen keine Sitzstangen anzubieten. Wie auch immer, es gehört zum Wesen eines Vogels, von oben herab alles überblicken zu können. Ein hoher Bau macht Bäume zu nutzlosen Standorten, und ein Dach, zumal ein flaches, eignet sich ebensowenig, denn es braucht den darauf ruhenden Vogel

des Blicks in die Tiefe. Haben Sie schon einmal Möven auf dem Flachdach eines hohen Gebäudes sitzen sehen? Eben. Mir tat es leid, dass die aufstrebende Hotellerie den Möven nahm, was für sie lebenswichtig ist. Und da es nicht in meiner Macht stand, den Bau solcher Hotelkästen zu verhindern, verfiel ich schliesslich auf die Idee, wie ich den Möven zu Sitzstangen auf diesen Hotels verhelfen könnte. Ich bewarb mich bei einer kleinen Lichtreklamenfirma um die Stelle des Verkäufers für die Hotellerie, das heisst, ich entwarf dem Firmenchef meine Idee, mit der Hotellerie ins Geschäft zu kommen, den Umstand nutzend, dass jeder Hotelier Angst vor zu spärlichen Buchungen hat, und so schuf die Firma die von mir vorgeschlagene Stelle und vertraute sie mir an. Im Lauf weniger Jahre ist es mir gelungen, die meisten der grossen Hotels an unserer Küste mit Lichtreklamen auszurüsten; meine Firma hat gut daran verdient und ich selbst nicht minder, doch das war nichts weiter als eine angenehme Nebenerscheinung des eigentlichen Ziels, das ich erreicht hab. Haben Sie einmal gesehen, wie sich die Möven auf der Lichtreklame des Roma niederlassen, wie sie von dort aufs weite Land, über den Hafen und aufs weite Meer äugen? Wissen Sie, warum ich jedes Jahr ein paar Tage Ferien in Ihrem Haus verbringe und stets das selbe Zimmer buche? Weil ich von hier aus, auf dem Bett liegend, stundenlang den Möven zuschauen kann, glücklich darüber, was ich ihnen ermöglichen konnte. Mal sitzt nur eine da, meist auf dem R, welches dem Meer am nächsten steht, mal sind es zwei, drei, vier, jede über einem Buchstaben, gelegentlich auch zwei auf einem, doch nie lange, denn sie stehn sich dann schon fast zu nah. Nur abends, kurz bevor die Sonne hinter dem Burghügel verschwindet, sitzen sie manchmal bis zu acht, als ob der letzte Sonnenstrahl des Tages ihre Eigenwilligkeit mildern würde.

Die beiden Herren schweigen eine Weile, trinken. Francobollo ist erfüllt von einer Geschichte, die er sich im Traum nie ausgedacht hätte, Publicastro hängt Erinnerungen nach. Schliesslich fragt Francobollo leise:

Und warum haben Sie diese Stelle verlassen? Oh, wissen Sie, meint Publicastro, irgendwann ist mir klar geworden, dass ich den Lauf der Welt nicht aufhalten kann. Es gibt so viele Küsten, die mit Hotels vollgestellt werden – unmöglich, dem alleine die Stirn zu bieten, und gemeinsam mit andern ist meine Sache nicht, ich hab den Möven zu lange zugeschaut. Heute bin ich im Verkauf von Tierfutter tätig, das exakt den Bedürfnissen von Hund und Katze entspricht. Sie sehen, meine alte Leidenschaft für Tiere.

