



Marokkanisches Parkhaus oder Sitz des Bundespräsidenten? Nein, das Gebäude ist Österreichs Ministerium für Verkehr, Technologie und Innovation. Eugene Quinn, dessen Erkennungszeichen die Müllmannhose ist, führt dort ebenso hin wie in die Cascade-Bar des Marriott-Hotels, die aussieht, als wäre eine Steinlawine abgegangen. FOTOS: GASSER



VON HANS GASSER

Brutal schön

Sisi und Schönbrunn? Ganz nett, aber öd. Wie gut, dass es nun einen Briten gibt, der Touristen das hässliche Wien zeigt

Es regnet, zum Glück. „Ich hoffe immer auf schlechtes Wetter“, sagt Eugene Quinn, „dann sehen die Gebäude noch unheimlicher aus.“ Es ist ein deutlich zu kalter Frühlingstag in Wien. Die Kastanien recken ihre weißen und pinken Blütenkerzen in den grauen Himmel über dem Augarten: eine barocke Parkanlage mit Porzellanmanufaktur und dem Internat der Wiener Sängerknaben. Doch für derlei Wienseliges interessieren sich die knapp 50 Teilnehmer, die trotz des schlechten Wetters zu Eugenes „Vienna-Ugly“-Tour gekommen sind, eher nicht. Sie wollen das hässliche Wien sehen, die raue und grüdlige Kehrseite von Sisi, Stephansdom und Schönbrunn.

Eugene Quinn, in London geboren und seit sieben Jahren Wahlwienener, ist der Führer durch dieses Schattenreich. Und er ist der Einzige, der weder Regenschirm noch Funktionsjacke trägt, sondern Pullover und eine signalorange Hose der Wiener Müllmänner. Quinn zeigt auf ein Gebäude hinter sich, das aussieht, als wäre die dunkle Seite der Macht mitten im Augarten gelandet – ein Flakturm, Hochbunker aus dem Zweiten Weltkrieg, so massiv betoniert, dass er nicht gesprengt werden kann. „Es gibt nur acht davon in Hamburg, Wien und Berlin – es war also eine ziemliche Ehre, einen Flakturm zu bekommen“, sagt Quinn. „Ich finde es nur ein bisschen schräg, dass sie ihn in die Mitte eines Barockgartens gestellt haben.“ Dann lässt er per Handzeichen abstimmen, wer das Nazi-Bauwerk hässlich und wer es schön findet. Tatsächlich heben sich einige Arme bei „schön“, was Quinn mit einem lauten: „You Freaks!“ quittiert.

Die Führung ist auf Englisch. Das hat zwei Vorteile: Erstens ist es Quinns Mutter-

sprache, die er äußerst pointiert einsetzen kann. Und dann richtet sich seine Führung nicht nur an Touristen, sondern auch an Einheimische, darunter viele ausländische Wahlwienener. Als er fragt, wer Österreicher ist, hebt etwa ein Drittel der Teilnehmer die Hand, bei der Frage, wer in Wien wohnt, ist es mehr als die Hälfte. Wien ist Sitz

„Conchita Wurst hat mich inspiriert, das touristische Bild von Wien etwas zu remixen.“

von UN, OSZE und Opec und hat viele internationale Bewohner. Sie wollen mal etwas anderes sehen als die Sehenswürdigkeiten, die sie immer abklappern müssen, wenn Verwandtschaft auf Besuch kommt.

Seit einem Jahr bietet Quinn seine „Vienna-Ugly“-Tour an. „Der Eurovision Song Contest und Conchita Wurst haben mich inspiriert, ich wollte das touristische Wien-

bild etwas remixen.“ Das ist ihm so gut gelungen, dass er fast Opfer seines eigenen Erfolgs geworden wäre. Die Ugly-Touren haben oft 70, 80 Teilnehmer, die hinter Quinns orangefarbener Hose herspazieren. Durch den zweiten Bezirk, wo der Augarten ist, geht es bis ins Herz der Stadt, zum Stephansdom – immer in schauernd-freudiger Erwartung, welche architektonische Scheußlichkeit als nächste folgt.

So viel Erfolg erzeugt natürlich auch Verwerfungen. Und weil Quinn keine zweijährige Ausbildung samt Prüfung als Wiener Stadtführer hinter sich hat, belegte ihn die Wirtschaftskammer zweimal mit einer saftigen Geldstrafe. Man forderte ihn auf, mit den „illegalen Touren“ aufzuhören. Doch weil er sich widersetzt und die Wiener Presse auf seiner Seite war und auch internationale Medien viel und positiv über ihn berichteten, lässt man ihn seit ein paar Wochen unter Auflagen gewähren. „Die für Stadtplanung zuständige Magistrats-

abteilung hat mir sogar elf Gebäude genannt, die ich ihrer Meinung nach in die Tour integrieren soll“, so Quinn.

Dazu zählt etwa der Media-Tower am betonierten Donaukanal, an den Quinn seine Gäste mit den Worten „Welcome to the schöne blaue Donau“ führt. Das ist ja eines der größten touristischen Missverständnisse, dass Wien an der Donau liege. Die tangiert die Stadt bestenfalls am Rand. Und der Kanal, in letzter Zeit zwar mit Stadtstrand und schwimmenden Lokalen aufgehübscht, ist mit Sicherheit nicht das, was Johann Strauss in seinem Walzer besingt. Der Media-Tower ist ein seltsames Ensemble aus verschiedenen großen und gegeneinander verschobenen Glasriegeln. „Für mich sieht es aus, als hätten sieben Architekten den Auftrag bekommen, aber nie miteinander gesprochen“, sagt Quinn.

Quinns sehr unterhaltsame Führung, die er nun nicht mehr „Tour“, sondern nur „Walk“ nennen darf, ist aber weit mehr als eine Grusel-Architektur-Führung. Ganz en passant erfährt man manches über die Stadt und ihre Bewohner; besonders über die sogenannten Bobos, bourgeoise Bohemiens, jene gut situierten Akademiker, die ihre Laktoseintoleranz genauso gut pflegen wie die Oldtimer-Vespa, mit der sie bei ganz trockenem Wetter ins gerade angesagte vegane Beisl ums Eck fahren.

Auf dem Karmelitermarkt zeigt Quinn einen gläsernen Dachausbau, gekrönt von einer klobigen, goldfarbenen Abschatung. „Auf einer Etage in diesem Haus gibt es normal sechs Wohnungen, unterm Dach ist es nur eine.“ Der zweite Bezirk, die einst heruntergekommene Leopoldstadt, ist seit einigen Jahren zum Trendviertel geworden. Aber es gibt auch noch ein paar Brüche. Während Quinn die extrem hässlich mit lila Frauenfiguren bemalte Fassade des „Haus der Zeit“ zeigt, steht die Grup-

pe vor einem veganen Café, in dem die Bobos frühstücken. Quinn weist auf das Ladenlokal direkt daneben, es ist eine Pferdemetzgerei: „Gentrifizierung in progress.“

Die überall noch herumstehenden Wahlplakate der Präsidentschaftskandidaten sind Eugene Quinn auch einen Exkurs wert, zumal er das aus Großbritannien nicht kenne, da gebe es kaum Fotos auf Wahlplakaten, nur Botschaften. Er findet das besser, „denn so wie manche Politiker aussehen, ist es nicht gerade gute Werbung für sie“. Und dort, wo in Wien Politik gemacht wird, gibt es auch schön hässliche Dinge zu zeigen. Das Innovationsministerium etwa, eine krude Mischung aus bombastischen, achteckigen Backsteinfeilern

Chinesische Gäste finden moderne Hochhäuser generell schön, die Wiener eher nicht

und blaugrün verspiegelter Fassade, wurde 1986 fertig gestellt. „Sieht aus wie ein Parkhaus in Marrakesch“, sagt Quinn und führt die Gruppe ins Innere, das so erdrückend und dunkel ist, dass man sich fragt, wo hier Platz für Innovationen sein soll.

Natürlich ist das Schöne in Wien selbst auf einer „Vienna-Ugly“-Tour in der Übermacht, Barock-Palais hier, Jugendstilhaus dort, Konzerthaus da drüben. Und dann geht es durch den Stadtpark. Wie bei der Verkostung von guten Weinen, bei der man mit Weißbrot oder Wasser die Zunge aufräumen lässt, könne man auch hier das Auge an den Enten und dem vielen Grün entspannen, bevor es den nächsten „Architektur-Brutalismus“ zu sehen gebe, scherzt Quinn. Dass Hässliches immer nur mit neuen Gebäuden in Verbindung gebracht werde, gefällt ihm nicht. Chinesen, die an seiner Führung schon teilgenommen hätten,

fänden Hochhäuser meist schön, „ganz im Gegensatz zu den Wienern“. Im Stadtpark bleibt Quinn vor einem Denkmal stehen, das wohl von allen Wiener Sehenswürdigkeiten die am meisten fotografierte ist: Johann Strauss, goldglänzend und Geige spielend, eingerahmt von einem marmornen Bogen aus großteils weiblichen, nackten Figuren. „Ich mag Strauss und seine Musik“, sagt Quinn, „aber ich finde, dieses Denkmal drückt sie überhaupt nicht aus.“ Es sei zu statisch und viel zu süßlich.

Bei all der Kritik bezeichnet sich Eugene Quinn als „rebellierender Optimist“, der sehr gerne hier lebt und nicht verstehen kann, weshalb viele Wiener – „inklusive meine Frau“ – immer nur über ihre Stadt schimpfen. „Mir geht es nur um eine Erweiterung des touristischen Bildes dieser schönen Stadt.“ Bald wird er auch Touren zu Gerüchen, schlechten wie guten, anbieten: „Zum Beispiel diese typische Wiener Mischung aus eingetrocknetem Bier im Teppich, kaltem Rauch und Gulasch.“

Die fast dreistündige „Vienna-Ugly“-Tour soll nun sogar Eingang finden in die kommende Ausstellung der Wiener Kunsthalles: „Beton“ heißt sie, und der Kurator hat Eugene Quinn gebeten, seinen Spaziergang zu den brutalen Architekturen nun wöchentlich anzubieten, als Teil der Ausstellung sozusagen. „Wer hätte das gedacht“, sagt Quinn grinsend, „jetzt sind wir Kunst.“

Informationen: Die nächste „Vienna-Ugly“-Tour findet am 4. Juni um 10.30 Uhr statt; die Tour „Wiener Luft – Wiener Duft“ am 17. Juni. Die Teilnahme kostet jeweils fünf Euro, www.spaceandplace.at **Unterkunft:** Hotel Altstadt Vienna, wie eine schöne Altbauwohnung mit viel moderner Kunst, DZ mit Frühstück ab ca. 200 Euro, www.altstadt.at **Allgemeines zu Wien:** www.wien.info

Ein bisschen drüber

Das Grand Ferdinand ist eine hinreißende Kulisse für einen Wienbesuch zwischen Gulasch und Champagner

„Küss die Hand, Grand Ferdinand!“; so meldet sich der Rezeptionist am Telefon. In dieser Floskel liegt eigentlich schon das ganze Wesen des neuen großen Hotels am Wiener Schuberting: Nicht ganz ernste Nostalgie trifft auf annähernd junges Publikum mit schönen Reisetaschen. In einem Hotel, das das Grand zwar im Namen führt, aber kein klassisches Grand-Hotel sein will.

FRISCH BEZOGEN

Von denen gibt es in dieser feinen Nachbarschaft nämlich genug – gleich rechts das ehrwürdige Imperial, links gegenüber das Ritz-Carlton. Statt einer repräsentativen Auffahrt und Lobby warten hier also nur ein dezentes Hotel-Logo und ein ausgestopftes Pferd auf die Gäste, und später gibt es statt des üblichen Spumante beim Frühstücksbuffet die Bloody Mary zum Selbsterfrischen. Ironische Kronleuchter sind ebenso allgegenwärtig wie die Ausstattung mit kleinen Beschriftungen und Schildern in jenem gefälligen Neo-Retro-Stil, den jede urbane Grafikagentur der westlichen Welt derzeit produziert.

Doch, das Grand Ferdinand ist eine hinreißende Kulisse für einen Wienbesuch geworden – diskret und dennoch auf jedem Schritt ein bisschen überinszeniert, genau wie ein Wes-Anderson-Film. Viele Ecken hier sehen jedenfalls aus, als läge der Instagram-Filter schon drüber, der dick grün ausgeleuchtete Chesterfield-Lift etwa oder der kleine Pool auf dem Dach, mit zwei supercharmanten Umkleidekabinen



im Stil der frühen Côte d'Azur – die vermutlich nie jemand benutzen wird. Aber eben: hach! Man wandelt in Entdeckerlust durch die Flure und stößt dabei sogar noch auf einen irren Schlafsaal mit acht Betten, der aussieht wie dem Orient Express entwendet (Übernachtung hier ab 30 Euro). Wenn man bedenkt, dass dieses Gebäude vorher ein steriler Bürobau war, dann ist dieser In-Vitro-Glamour schon bemerkenswert.

In manchen Situationen ist die Verpackung freilich besser als der Inhalt. Die Küss-die-Hand-Angestellten etwa haben dann doch keine ganzheitliche k.u.k. Grandezza, sondern vergessen Bademäntel und Reservierungen und parieren den Gast in

jener trockenen Beflissenheit wie alle anderen Hotelangestellten auch. Egal, der erste Eindruck ist hier König. Die Zimmer sind entsprechend eingerichtet: wenige Möbel, die dafür aber Hingucker, wie das prachtvolle Bett mit Decken wie aus Schlagobers. Oder die Tagesliege, die aussieht, als wäre sie von Sigmund Freud persönlich designt worden. Zeitgeist-Romantik und ein Duschgel, das genauso altmodisch frisch riecht, wie man sich zwischen den schicken Subway-Fliesen der Regendusche fühlt. Banales wie Stauraum sucht man dafür eher vergeblich. Vermutlich stört das die wenigsten Gäste, denn für den üblichen Stadtrip reichen die paar Kleiderha-



Das luftige Dachgeschoss mit kleinem Pool und großem Restaurant ist den Gästen des Grand Ferdinand vorbehalten. In den Zimmern exerziert Hotelguru Florian Weitzer seinen bewährten Stil: charmanter Zeitgeist mit etwas Nostalgie. FOTOS: GRAND FERDINAND

ken in einem Business-Zimmer des Grand Ferdinand aus. An einem Samstagabend im Dachrestaurant, das den Hotelgästen vorbehalten ist, wirkt die Gästeschar dann auch nahezu homogen: Schöne Paare unter 45, schon distinguiert genug, um angesichts des Sonnenuntergangs hinterm Stephansdom nicht auszuflappen. Aber auch noch unpräzise genug, um den schönen Cheeseburger zu goutieren und den moderaten Hip-Hop, der dazu gereicht wird.

Das Motto des Grand&Ferdinand Bistros unten an der StraÙe lautet „Gulasch & Champagner“ – und es ist ein gutes Motto, denn genau das wollen viele Kurzreisende: ein bissl Luxus und ein bissl was Authentici-

sches. Der Mann, der diesen Wunsch in den vergangenen Jahren in gleich fünf Hotels umgesetzt hat, heißt Florian Weitzer, und das Grand Ferdinand ist auch so etwas wie das Victory-Zeichen seines stilssicheren Händchens.

Als Spross einer Grazer Hoteliersfamilie lernte er zunächst im Sacher und anderen ersten Häusern. Aber nur, um die soliden Hotels seiner Familie ganz gegen den Strich aufzubürsten. Das Wiesler in Graz etwa, ließ er – Aufschrei! – im Jahr 2005 zunächst seine fünf Sterne abgeben. Dann radikalisierte er die Zimmer, entrümpelte, baute je eine gute Dusche und ein gutes Bett hinein und entwickelte einen sehenswerten Shabby-Luxus. Abends gab es DJs und Bio-Essen, morgens einen Barbier alter Schule. Stil, Genuss, emotionale Nachhaltigkeit – wenn die designten Billig-Betten des Motel One die eine Seite neuer Übernachtungskultur sind, dann sind individualisierte und detailfreudige Häuser von Weitzer die andere. Nicht günstig, aber dafür eben schon Teil des Erlebnis.

Das Grand Ferdinand nun wird an dem exquisiten Platz auch anderes Publikum von diesem Indie-Luxusgefühl überzeugen müssen. Menschen, für die Zimmerservice und goldene Wasserhähne zu einem Top-Hotel dazugehören, die den Pool mickrig finden werden und für die Gulasch und Champagner aus irgendeinem Grund nicht zusammengehen. Dabei tun sie das wirklich sehr gut. **MAX SCHARNIGG**

Grand Ferdinand, Schuberting 10-12, 1010 Wien, www.grandferdinand.com, DZ ab 175 Euro.