



2005/34 webredaktion

<https://shop.jungle.world/artikel/2005/34/feriengruesse-von-der-baustelle>

Feriengrüße von der Baustelle

Von **jutta sommerbauer**

Billig, laut und heiß. Die bulgarische Schwarzmeerküste lockt mit Niedrigpreisen Massen von Urlaubern an. von jutta sommerbauer

Ein Strand für alle. Sonnenschein für jeden!« Mit diesen sozialdemokratisch anmutenden Worten wirbt der bulgarische Urlaubsort »Sonnenstrand« auf seiner Website. »Slanchev Briag«, wie der Ort auf Bulgarisch heißt, liegt 40 Kilometer nördlich der Hafenstadt Burgas. Auf sechs Kilometern bietet der Sonnenstrand alles, was das Urlauberherz begehrt. Und da der mittlerweile zur Kleinstadt mutierte Ort laut Reklame »die sonnigste Anlage für die sonnigsten Menschen« ist, läuft das Touristendasein auch entsprechend fröhlich ab. Es sind vor allem deutsche, englische und skandinavische Touristen, die sich hier routiniert im Essen, Sonnenbaden und Einkaufen üben.

Der Strand liegt bereits im Dunkeln, die Sonnenschirme sind geschlossen und die weißen Plastikliegen verstaubt. Es wird Zeit für das Abendessen. Auf der nahen Uferpromenade erwacht das Leben. Janko macht sich fertig, um zur Arbeit zu gehen. Der junge Mann keilt Touristen vor einem Steakhaus, das den Namen »Four Towers« trägt und wie eine Ritterburg aussieht. Das Lokal ist auf englischsprachige Touristen ausgerichtet, Janko spricht nur diejenigen an, die er für Briten und Amerikaner hält. Fast immer liegt er dabei richtig. Mit den Deutschen sei kein gutes Geschäft zu machen, erklärt er. Sein Repertoire ist zwar nicht sehr abwechslungsreich, effektiv aber ist es allemal. »Ich erzähle ihnen das, was sie hören wollen«, sagt er freimütig. Wieder kommt eine englische Familie vorbei. »Wie geht's denn so«, begrüßt er den tätowierten Mann in Trainingshosen und schüttelt ihm freundschaftlich die Hand. In verschwörerischem Tonfall verrät er ihm, dass er die »bloody Germans« auch nicht ausstehen könne, und erntet damit ein zustimmendes Lachen.

Da viele der deutschen, englischen und skandinavischen Touristen einen All-inclusive-Urlaub buchen, ist die Konkurrenz groß um diejenigen, die der heimeligen Clubatmosphäre den Rücken kehren und auswärts essen gehen. Keiler wie Janko werden von allen Restaurants und Bars beschäftigt.

Nach dem Abendessen füllt sich die Uferpromenade, die an beiden Seiten mit Verkaufsbuden zugestrandet ist. Die Geschäfte der Einkaufszone wirken niedlich wie Pappmodelle. In den einfachen Buden gibt es vor allem chinesische und türkische Produkte zu kaufen: Uhren, Brillen, Spielzeug, nachgemachte Markentextilien und Schuhe. Albena sitzt seit fünf Wochen jeden Tag von elf Uhr vormittags bis elf Uhr abends hier und bemalt Touristen mit Henna-Tattoos. »Sie

sehen schlecht aus«, sagt sie mitleidig und betrachtet die rotgesichtigen Menschen, die sich mit schweren Schritten an ihr vorbeiquälen. Zu Beginn der Saison sei es aber noch schlechter gewesen, sagt sie. »Nur Alte, Kranke, Sozialhilfeempfänger, die nichts kaufen. Nach Bulgarien kommen keine Qualitätstouristen.« Wenn Albena Pech hat, dann verdient sie an manchen Tagen gar nichts. Sie ist am Umsatz beteiligt, eine Pauschale bekommt sie nicht. Selbstverständlich arbeite sie ohne Vertrag, wie die meisten hier, erzählt sie. »Der bulgarische Staat sieht nichts von diesem Geld«, ist sie überzeugt. Ihre Standmiete gibt Albena einem Polizisten. Aber auch an diesem Deal verdient der Staat nichts.

Vermutlich wäre der Tourismussektor ohne die so genannte Schattenwirtschaft um einiges kleiner. Eine Untersuchung des Wirtschafts- und Sozialrates schätzte kürzlich die Zahl der dort ohne Arbeitsvertrag Beschäftigten auf rund 50 000. Rund 120 Millionen Leva, umgerechnet 60 Millionen Euro, würden sich die Unternehmer auf diese Weise an Ausgaben ersparen.

Die 21jährige Studentin Toni verkauft Accessoires, die im touristischen Alltag unabdingbar sind: Taschen, Socken, Sonnenbrillen und Spielzeug. Jeden Tag öffnet sie um neun Uhr vormittags, abends um elf schließt sie den Laden. Einmal in der Woche hat sie einen halben freien Tag, im Monat erhält sie dafür umgerechnet 150 Euro. Auch sie arbeitet ohne Vertrag. Zumindest habe sie am Sonnenstrand einen unkomplizierten Sommerjob gefunden, erklärt Toni. Zwei junge Männer betreten den Laden und wollen eine Brille kaufen. Nach kurzer Anprobe legen sie fast verlegen fünf Euro auf den Tisch und verschwinden schnell wieder. »Wenn nur alle Touristen so wären wie diese beiden!« sagt Toni erleichtert. Viele der Kunden, erzählt sie, wollten unbedingt »wie auf einem Basar« handeln.

In den Katalogen der großen Reiseveranstalter findet sich Bulgarien immer öfter neben bekannten Urlaubsländern wie Spanien, Griechenland oder der Türkei. Als Reiseziel hat Bulgarien in den letzten Jahren stark zugelegt – vor allem bei Touristen, die aus den Ländern der Europäischen Union kommen. Während 2002 knapp drei Millionen Touristen das Land besuchten, waren es 2004 bereits über vier Millionen. Der Badetourismus am Schwarzen Meer erwirtschaftet etwa 80 Prozent der gesamten Tourismuseinnahmen Bulgariens.

Große westliche Reiseveranstalter wie Tui, Neckermann und LTU haben den Sonnenstrand fest in der Hand. Auch die fünf deutschen Jugendlichen aus Krefeld sind mit Neckermann hier. Nicht zum ersten Mal seien sie hier, erzählen die Urlauber. Die Liste der europäischen Badeorte, die sie schon besucht haben, ist lang. Doch Bulgarien sei irgendwie besser. »Das Wasser ist sauber, es gibt einen schönen Strand und man kann viel unternehmen«, sagt der 23jährige Mann aus Krefeld. »Es ist günstig und man kann super Klamotten einkaufen«, meint seine Freundin. Für einen EU-Beitritt sei Bulgarien allerdings noch nicht bereit, da sind sich die beiden einig. Es fehle an Infrastruktur und Verkehrsverbindungen, erklären sie.

Dass die Transportmittel schon modernisiert wurden, weiß wiederum ein Ehepaar aus Chemnitz, das in der Abendsonne auf der Einkaufstraße promeniert. Das ältere Paar macht schon zum achten Mal am Sonnenstrand Urlaub, auch vor der Wende waren sie schon hier. Früher fuhren hier Pferdefuhrwerke auf und ab, erinnern sich die beiden. Doch mit derartigen Nutzfahrten ist nun Schluss. Heutzutage werden Pferde vor weiße Kutschen gespannt – für malerische Fahrten durch die Anlage. »Es hat sich viel getan, früher war es viel bescheidener hier«, erinnert sich das Ehepaar an das Urlaubsgefühl im Realsozialismus. In den letzten Jahren wachse die Anlage zusehends. »Aber irgendwann muss mal Schluss sein«, gibt die Frau zu bedenken. »Sonst wird

es zu voll.«

Mit dem Ausbau des Urlaubsortes wurde in den späten sechziger Jahren begonnen. In sozialistischen Zeiten befand sich der Komplex in staatlicher Hand, nach der Wende erlebte die Anlage eine Flaute. Doch dann kam die Phase der »Rekonstruktion und Modernisierung«, wie Malina Bakalova, Managerin der Betreibergesellschaft »Slanchev Briag AD«, erklärt. Bis Oktober 2001 waren alle Hotels privatisiert, die Besucherzahlen stiegen enorm. Über 140 Hotels bieten heute für etwa 50 000 Menschen Platz, erklärt Bakalova. Das Grünland, das den Sonnenstrand früher vom benachbarten Ort Nesebar trennte, ist mittlerweile verbaut. Gleich neben dem Strand beginnt heute die Skyline der Hotelburgen.

Klötze mit 17 Etagen wie das Hotel Kuban sind am Sonnenstrand keine Seltenheit. Angesichts der bulgarischen Tiefpreise scheinen die meisten Touristen die realsozialistische Badearchitektur jedoch gelassen zu nehmen. Auch Malina Bakalova hat kein Problem mit Baustellen: »Die ganze Welt baut, warum sollten wir damit aufhören? Hier ist es vielleicht ein bisschen schmutziger und lauter, aber sonst ist alles normal.« Medienberichte über sinkende Besucherzahlen wegen des störenden Baulärms lassen die Managerin kalt. »Das liegt in der Verantwortung der Hotelbesitzer«, sagt sie. Am Sonnenstrand vertraut man der Selbstregulierung des Marktes. Für den kurzfristigen Gewinn, der hier zu holen ist, ist das auch ausreichend.

Das zehnstöckige Victoria Palace wurde vor drei Jahren gebaut und liegt direkt neben dem Strand. Das gelbe Hotel ist eines von drei 5-Sterne-Hotels in Slanchev Briag. Vor dem Eingang des Gebäudes befindet sich ein Swimmingpool, über den eine weiße, geschwungene Brücke in neobarockem Stil führt. Die ausladende Hotelhalle ist in sandfarbenem und schwarzem Marmor gestaltet. Mädchen in Seidenkleidern im Asia-Look stehen hinter der Rezeption. Die Einrichtung verbreitet Safari- und Kolonialflair in Bulgarien. »Das Interieur des Hotels besteht aus verschiedenen Stilen«, erklärt Toni, der für die Betreuung der Gäste verantwortlich ist. Er führt durch die langen Gänge mit riesigen Vasen und schwarzen Steinfiguren. Die Gäste können hier zwischen einem italienischen Restaurant, einem irischen Pub und einer Safaribar wählen. Toni arbeitet ganzjährig in der bulgarischen Hotelkette, zu der auch das Victoria Palace gehört. 520 Zimmer hat das Hotel, 1 500 Menschen können hier untergebracht werden. »Ich arbeite, solange ich kann«, erklärt er. »Wenn es gerade keine Arbeit gibt, dann ruhe ich mich aus.« Vermutlich nicht im Spa, das im Untergeschoss des Hotels untergebracht ist. In noblem Ambiente werden hier Cleopatra-Milchbäder für gestresste Touristen angeboten. »Mit richtiger Milch, kein Scherz!« wie die Angestellte Eli erklärt. Etwas ganz Besonderes, meint die Betreuerin, sei das »romantische Jacuzzi«, in dem junge Pärchen 30 Minuten unter sich sein können. Außerdem biete man die Dienste von Masseurinnen an, die aus Bali eingeflogen würden.

Doch die Konkurrenz schläft nicht. Dass der Tourismus ein einträgliches Geschäft ist, ist nicht zuletzt am anhaltenden Bauboom zu erkennen. Vor allem am Ortsrand vom Sonnenstrand wird gebaut, was das Zeug hält. Hier gibt es Bauschutt statt Sand, Baulärm anstatt Strandatmosphäre. Ein halbfertiges Hotel steht neben dem nächsten. Die Arbeiter sind rund um die Uhr im Einsatz. Auch neben dem Victoria Palace entsteht schon das nächste Luxushotel. Hotel Majestic wird es heißen – ein zwölfstöckiger Traum in Rosa mit Palmenhain. Zwar ist es noch nicht bezugsfertig, doch die Fahnen in der Auffahrt flattern schon zur Begrüßung der Gäste. An den Wänden klettern Arbeiter herum und verputzen das Gebäude.

Vor dem Hotel vertreiben sich einige Wachmänner die Zeit. Sie sollen den Diebstahl von Baumaterialien verhindern. Ali, der aus der 50 Kilometer entfernten Kleinstadt Aitos stammt, bringt Kaffee und Schokowaffeln. Seine Kollegen und er arbeiten hier ebenfalls im 24-Stunden-Schichtbetrieb, danach dürfen sie sich 48 Stunden ausruhen. Reich werde man hier nicht, erklärt Ali, aber in seiner Herkunftsstadt gebe es keine Arbeit. Ein Teil des Hotels hat Anfang August seinen Betrieb aufgenommen. Die Bauarbeiten am restlichen Gebäude gehen derweil weiter. Und die Verordnung, dass während der Hauptsaison nicht gebaut werden dürfe? Ali winkt ab. »Das hat keine Auswirkungen«, sagt er achselzuckend.

An den umliegenden Gebäuden, an denen lediglich die Außenwände fertiggestellt sind, hängen großflächige Plakate, die bereits Wohnungen zum Verkauf anbieten. Das Geschäft mit den Immobilien läuft prächtig. Wohnungen an der Küste oder im küstennahen Hügelland sind die begehrtesten Kaufobjekte ausländischer Touristen. In Slanchev Briag gibt es Dutzende Immobilienmakler, die Appartements anbieten. Die Agentur Escape 2 Bulgaria vermittelt Immobilien – die Kaufpreise reichen von 15 000 bis 300 000 Pfund. Über die Hälfte der Käufer von Immobilien stammt aus Großbritannien. Vor allem Rentner, die ihren Lebensabend in Bulgarien verbringen wollen, oder etwa Familien mit Kindern, die eine günstige Ferienwohnung suchen, kaufen hier Eigentum, berichtete vor kurzem die Zeitung Kapital unter dem Titel »Die Invasion der Briten«. Bulgarien habe viele Vorteile zu bieten: Das Leben sei billig und sicher, die Steuern niedrig und das Land außerdem gut angebunden an internationale Flugverbindungen.

Doch selbst am Sonnenstrand ziehen manchmal dunkle Wolken auf.

Am späten Abend geht ein heftiger Regenschauer über dem Ferienort nieder. Albena und ihre Kollegen verstauen in Windeseile die Waren unter großen Plastikplanen. Innerhalb weniger Minuten verwandelt sich die Einkaufszone in einen riesengroßen See. Beim Bau der Anlage wurde offensichtlich die Kanalisation eingespart. Nach dem Gewitter beginnen die Aufräumarbeiten. Die Verkäufer fluchen. Eilig versuchen sie, das aufgestaute Wasser vor ihren Läden mit Besen in verschiedene Ecken zu verteilen. Doch nur langsam fließt es ab. Bald wagen sich auch die ersten Touristen wieder nach draußen. In den nächsten Stunden müssen sie über Pfützen springen und auf Holzbrettern balancieren, um in die Restaurants und Läden zu gelangen. Vor den Launen der Natur ist man selbst am Sonnenstrand nicht sicher.