Das Heidirezept

Die motorisierten Nachkommen des Alm-Öhi besteigen zu Tausenden ihre Vehikel, um das Heidiland in langen Blechkolonnen anzusteuern. Die Bühne am Walensee inszeniert mit grossem Erfolg ein Heidi-Musical, dessen Texte und Musik Schweizer und Briten gemeinsam erarbeitet haben. Was die teuren Plätze bieten, ist eine schöne Naturkulisse mit Blick auf den abendlich-stillen See und die bewaldeten Felsabhänge der Churfirsten. Eine gewölbte Rampe, ähnlich einer Halfpipe, verknüpft über aufklappbare Zugänge zwei Handlungsstränge: Szenen aus dem Leben von Johanna Spyri (1827–1901) mit bekannten Inhalten ihres populären Kinderbuches. Eine mehr von vielen Adaptationen des Weltbestsellers, der 1880 erstmals anonym veröffentlicht wurde. Die Lichter des am Berg gut sichtbaren Sanatoriums leuchten wie Wegmarken am langen Weg, den die Heilsgeschichte eines guten Waisenkindes in zahlreichen Film- und Bühnenfassungen, Musicals und Nacherzählungen zurückgelegt hat.

Mythen haben lange Beine. Sie sind ein ideales Gefühlkino für eigene Projektionen, sie stiften Identität und kollektive Wunschträume. Zur Zeit, als die Autorin «Heidis Lehr- und Wanderjahre» und danach «Heidi kann brauchen, was es gelernt hat» schrieb, veränderte sich das Land rasant, vom armen Bauernstaat zum frühindustrialisierten, reichen Land. Die Tochter eines Landarztes und einer religiöse Gedichte schreibenden Mutter verwob geschickt das Fromme mit dem Gesunden. Die Vermarktung helvetischer Alpenregionen war seit Generationen von Landschaftsmalern, Reisenden und Literaten in die Wege geleitet. Der europäische Adel erging sich in Luft- und Molkenkuren, wenn er nicht gerade mit Erstbesteigungen beschäftigt war. Das naturverbundene Mädchen ist bis heute ein unschlagbarer Werbeträger, der einmal mehr der ganzen Region satte Gewinne einspielt. Studien im Auftrag der Veranstalter belegen Umsatzsteigerungen, ein Plus an Übernachtungen, neue Jahresstellen und eine hohe Medienpräsenz. Heidi als Produkt zahlt sich zuverlässig aus. Der moralische Gewinn spielt sich ebenso berechenbar in den Köpfen ab, denn das Drehbuch folgt brav der gekürzten Handlung aus dem ersten Band. Ein musikalisches Lehrstück ist daraus geworden, über ein naives, aber kluges Mädchen, das erfolgreich verstockte Gemüter und festgefahrene Konventionen aufweicht. Ein abgeschobenes, aber dennoch herzensgutes Kind, das sich am Ende aus eigener Kraft so etwas wie eine Patchworkfamilie aufbaut.

Das hat schon zahlreiche Musicals inspiriert, von denen die im englischen Sprachraum erfolgreichste komödiantische Variante nie die Schweiz erreicht hat. Das grosszügige Budget hätte auch freche, subversive und ironische Interpretationen erlaubt, ein zeitgemässes Jonglieren mit kabarettistischen und distanzierenden Einlagen; doch nichts davon. Angereichert sind die Songs mit positivem Denken: «Du kannst es, wenn Du willst» und einer Bergpredigt des sonst mundfaulen Peters, der an seinem Picknickplatz den grossen Plan entdeckt: «Alles folgt einem Muster, alles Vergangene hat einen Sinn.» Also auch die Klischees vom unvergänglichen Gegensatz zwischen Stadt und Land, von heilsamem Landleben und krankmachender Stadt, vom reichen Frankfurt und armen Maienfeld. Seither wuchert das Aggloland, und die armen Hirten von anno dazumal haben ihre hehren Berge mit Schneekanonen, Heidi-Raststätten, Seilbahnen und Fitnessgastronomie überzogen. Der Alm-Öhi bringt im Offroader die Steaks zum Maiensäss und ruft über das Internet zum Heubad aus Biokräutern, zur Wellness-Milchkur und zum Honig-Peeling aus einheimischer Produktion. Sesemanns Klara darf nordisch Walken, das Bachbett im Neoprenanzug herunterrutschen oder im Hängegleiter dem Geissenpeter zuwinken. Auch das wäre vergnüglich-unterhaltsam und ehrlicher als die gut vermarktete Sehnsucht nach einem Paradies, das in dieser Form nie existiert hat. Gepflegt wird stattdessen ein mentales Alpenreduit, in dem Emigration, soziale Härten und Raubbau, Profitgier und Zerstörung keinen Platz haben.

Heidi ist überall. Sie wird gefilmt, gesungen, gejodelt und gereimt. Wer noch liest, kann ihr in allen Weltsprachen begegnen. Was den Verkauf fördert, dient auch marktgerecht der Pornoindustrie. Heidi bleibt ein Erfolgsrezept. Das Spiel ist aus, Blumen fliegen auf die Bühne, es wird stehend applaudiert. Dann schwenkt der Mann vom Parkplatz seine Stablampe, damit das Blech der Älpler keinen Schaden nimmt.

Erhard Taverna