Der neue Lange Marsch

China Die Chinesen erobern den Westen, als Reisende, Luxusshopper und Geschäftsleute. Sie besteigen Berge, kaufen Immobilien in Spanien und erkunden die Arktis. Dabei verändert sich auch ihre Sicht auf die Welt.

Wenn man aus China kommt, ist Rom leicht an einem Nachmittag zu machen. Petersdom, Engelsburg, der Trevi-Brunnen – die Tour dauert kaum zwei Stunden und liefert alle Bilder, die man nach Hause mitbringen muss. Wang Fang aus der ostchinesischen Provinz Anhui steht vor dem Kolosseum und überlegt: Wozu muss man eigentlich hinein in diese merkwürdige Ruine? Ihre Freundinnen kennen sie ja doch nur von außen, aus Filmen. Sie macht ein Selfie. Der Reiseleiter mahnt zur Eile. Schnell ins Hotel zurück, den Jetlag ausschlafen. Es war ein langer Nachtflug aus Shanghai.

Der nächste Tag beginnt mit einer Busfahrt nach Florenz, er enthält einen Abstecher nach Pisa und endet am Abend in Wattens bei Innsbruck. Hier hat der österreichische Schmuckhersteller Swarovski seinen Sitz, dessen Namen jede junge chinesische Städterin kennt, auch wenn er auf Mandarin nicht einfach zu behalten ist: Shihualuoshiqishuijing. Vicky aus Shanghai kauft sich eine Halskette und für ihre Mutter eine Brosche, für insgesamt 600 Euro. Weiter geht es nach Neuschwanstein und Luzern, ins französische Beaune, schweren Burgunder probieren. „Nicht alles auf einmal, sondern in kleinen Schlucken trinken“, mahnt der Reiseleiter.

Die Reise endet, wo fast jede chinesische Europareise endet: in Paris. Um Punkt 8.30 Uhr biegt der Bus in den Boulevard Haussmann ein, wo bereits vier andere Busse mit chinesischen Touristen stehen. Noch eine Stunde, dann öffnen die Galeries Lafayette, und in fünf Stunden werden die Chinesen dann Tausende Euro ausgegeben haben, für Handtaschen, Parfums und Seidentücher, für sich selbst, ihre Kinder, Eltern und Bekannten.

Fünf Länder und acht Städte in neun Tagen – für die Chinesen ist das keine Zumutung, sondern die Erfüllung eines Traums. Die Alten träumen schon seit Jahrzehnten davon, sich die Reise ins Ausland leisten zu können; für die Jungen gehört sie zu ihrem Lebensentwurf wie die eigene Wohnung und das eigene Auto.

Und so machen sie sich in diesem Sommer wieder auf die Reise. Das größte Volk der Welt schwärmt aus, befreit von Maos Kommunismus, erschöpft von über 30 Jahren eines halsbrecherischen Wirtschaftsaufschwungs und beschwingt von den damit verdienten Milliarden. Sie kommen als Touristen und Luxusshopper, als Studenten, Geschäftsleute und Investoren.

Gereist sind die Chinesen auch früher schon, aber noch nie in diesem Ausmaß: Zuerst überholten sie die Japaner, 2012 lösten sie die Deutschen als Reiseweltmeister ab. Und wenn ihnen keine Wirtschaftskrise, kein Krieg und keine Naturkatastrophe dazwischenkommt, werden sie diesen Titel wohl für Jahrzehnte behalten.

Was aber sagt der Aufbruch der Chinesen über das moderne China aus? Und wie verändert das Reisen die Chinesen und ihr Bild vom Ausland, dessen Darstellung bis dahin weitgehend den Staatsmedien überlassen war? Wird der neue Lange Marsch, den China angetreten hat, das Weltbild des chinesischen Volkes neu definieren, so wie er das Weltbild anderer Völker verändert hat? Kaum vorstellbar, dass dies nicht so sein wird, und so werden in China die neuen Reisestatistiken ausgewertet und gelesen wie Fieberkurven einer sich verändernden Gesellschaft.

Doch Pekings Mächtige scheinen keine Angst zu haben, dass ihnen ihr Volk wegläuft. Sie schicken ja auch ihre eigenen Kinder ins Ausland. An Englands und Amerikas Universitäten sind so viele Studenten aus China wie aus keinem anderen Land eingeschrieben; die Tochter von Präsident Xi Jinping hat in Harvard studiert.

200 **Millionen Chinesen** werden 2020 ins Ausland reisen.

Dai Bin, 47, ist Chef der staatlichen Tourismusakademie im Zentrum von Peking und Besitzer zweier Kuckucksuhren. „Die eine habe ich mir auf meiner ersten Deutschlandreise gekauft, die zweite haben mir neulich meine Kinder mitgebracht“, sagt er. „Ich frage mich, wie viele dieser Kuckucksuhren wir den Deutschen schon abgekauft haben.“

Rund 109 Millionen Auslandsreisen unternahmen die Chinesen 2014 und durchbrachen damit zum ersten Mal die 100-Millionen-Grenze. Sie gaben rund 165 Milliarden Dollar aus, 28 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Die Chinesen sind auf Reisen noch spendabler als die Golf-Araber. Sie kaufen „Yanghuo“, westliche Markenartikel. Der Gegensatz ist „Tuhuo“, die einheimische Ware, mit der sich kein Chinese zeigt, der etwas auf sich hält. Italienische Schuhe, französische Poloshirts und Schweizer Uhren sind für viele zu einem Fetisch geworden. „The Bling Dynasty“ lautet der Titel eines Buchs, das der Bankanalyst Erwan Rambourg über Chinas reisende Shopaholics geschrieben hat.

Und Dai Bin erwartet, dass ihre Reise- und damit auch Kauflust steigen wird. 2020, so schätzt er, werden 200 Millionen Chinesen unterwegs sein – mit einem Budget von 250 Milliarden Dollar, und das ist nur eine konservative Schätzung. Präsident Xi Jinping zufolge könnte die Zahl der Touristen in den kommenden Jahren auf über 400 Millionen ansteigen.

Zurzeit besitzen erst etwa fünf Prozent der 1,36 Milliarden Chinesen einen Reisepass. Europäische Diplomaten in Peking rechnen damit, dass die Volksrepublik bis 2020 bis zu 300 Millionen Pässe ausstellen wird. „Der Tourismus der Japaner hat Japan verändert“, sagt Dai Bin. „Der chinesische Tourismus wird die Welt verändern.“

Nichts interessiert die Branche daher so dringend wie die Prognosen zum Reisever-

Chinesische Touristen in Pisa

halten der Chinesen: Werden sie weiterhin vor allem in Gruppen unterwegs sein? Wie lange hält der Trend zu Kurzreisen noch an? Werden sie nach wie vor Asien vorziehen oder doch die USA und Europa?

Neben Dai Bin zählt ein Deutscher zu den Kennern dieses Marktes: Wolfgang Arlt, Gründer des China Outbound Tourism Research Institute. Auch Arlt erwartet trotz des abklingenden Wirtschaftswachstums eine massive Zunahme chinesischer Auslandsreisen, er zählt drei Gründe auf: Erstens steigen die Gehälter der städtischen Mittelschicht weiter an. Zweitens beginnen viele Unternehmen erst jetzt, ihren Arbeitnehmern bezahlten Urlaub zu gewähren. Und drittens stößt der Inlandstourismus an Grenzen – wie die Massen in Chinas Bahnhöfen, Flughäfen und an der Großen Mauer zeigen. „Aus chinesischer Perspektive erscheint ein Land wie Italien ziemlich leer“, sagt Arlt.

Tatsächlich ist der Tourismus einer der wenigen Wirtschaftssektoren, in denen die Volksrepublik ein Defizit verzeichnet – über 100 Milliarden Dollar pro Jahr. Während immer mehr Chinesen ins Ausland fahren, nimmt die Zahl der nach China reisenden Ausländer seit Jahren ab. Eine Folge der schlechten Luft, des teuren Renminbi und, wie Dai einräumt, der fantasielosen chinesischen Fremdenverkehrswerbung: „Wir können der Welt nicht dauernd nur von unseren Pandas und der Großen Mauer erzählen.“

Vor ein paar Monaten war Arlt auf den Azoren, wo sie nach Wegen suchen, die Chinesen auf ihre Inseln zu locken. „Ich hatte eine schlechte und eine gute Nachricht für sie“, sagt Arlt. „Die schlechte: 99 Prozent der Chinesen werden nie einen Fuß auf die Azoren setzen. Die gute: Wenn auch nur ein Prozent der Chinesen käme, hättet ihr 13 Millionen Gäste.“

4 ist eine **Unglückszahl.**

Doch was muss man tun, um Chinesen anzulocken? Was suchen sie im Urlaub und im Ausland? Der Fremdenverkehrskaufmann Zhao Long ist 27 Jahre alt und hat Schweizer Hoteliers im Umgang mit chinesischen Touristen ausgebildet. Das Wichtigste sei: „Wenn Sie ein Zimmer mit der Glückszahl Acht in der Nummer haben, geben Sie es ihm. Vermeiden Sie den vierten Stock, die Vier ist eine Unglückszahl. Bringen Sie Reisegruppen immer im selben Gang unter, bieten Sie zum Frühstück mindestens ein warmes Fleisch- und Nudelgericht an, und seien Sie auf die erste Frage jedes chinesischen Touristen vorbereitet: Wie lautet hier das WLAN-Passwort?“

Es sei eigentlich gar nicht so schwer, einem reisenden Chinesen eine Freude zu machen, sagt Zhao Long. Doch mit der gestiegenen Reiselust der Chinesen beginne nun der schwierigere Teil. Sie würden selbstbewusster und anspruchsvoller. „Viele denken: Wir sind jetzt der Boss hier. Ihr werdet euch an uns gewöhnen müssen.“

Vereinzelt gibt es schon Ärger. An einer Autobahnraststätte bei Frankfurt weigerten sich Mitglieder einer Reisegruppe, die Toilettengebühr zu zahlen, und gingen stattdessen auf die Wiese. In Paris kaufen sie die Läden der Luxusmarken leer und beschweren sich dann lauthals, wenn

FOTO: JONATHAN BROWNING / DER SPIEGEL

nichts mehr da ist. Und auf dem Rückflug aus Thailand übergoss eine Chinesin eine Stewardess mit heißem Wasser, weil sie mit dem Service nicht zufrieden war.

Die Regierung in Peking reagierte erst mit einer Kampagne für gutes Benehmen („Sei ein friedlicher Panda!“), dann mit einem neuen Tourismusgesetz und der Drohung, Bürgern die Ausreise zu verbieten, die sich im Ausland „peinlich“ oder „schändlich“ benommen haben. Präsident Xi fühlte sich bei einem Besuch der Malediven bemüßigt zu mahnen: „Schmeißt eure Wasserflaschen nicht überallhin. Beschädigt keine Korallenriffe. Esst weniger Instantnudeln und mehr einheimische Meeresfrüchte.“ Chinesen machen inzwischen rund ein Drittel der Touristen auf den Malediven aus.

Ihre Reisephilosophie, sagt Wolfgang Arlt, sei anders als die der Amerikaner. „Für die Chinesen ist Europa nicht die Wurzel der Zivilisation, sie stehen nicht mit offenem Mund vor jedem Gebäude, das älter als 200 Jahre ist.“ Sie seien zwar interessiert an fremden Kulturen, „doch für die Krone der Schöpfung halten sie sich selbst“. Im Übrigen seien die chinesischen Reisenden aber dabei, ihren Geschmack zu verfeinern. Der Haupttrend der nächsten Jahre werde derselbe sein, der auch für die Entwicklung der chinesischen Gesellschaft insgesamt gilt: Individualisierung. Immer mehr Chinesen buchen Einzel-, Rucksack- und Luxusreisen, fahren in den Himalaja oder in die Polarregionen, wo sie bereits ein Drittel der Touristen ausmachen. Die Eindrücke, mit denen sie zurückkommen, verändern den Blick der Chinesen auf ihr eigenes Land – im Guten wie im Schlechten.

„Ich war zweimal als Rucksacktouristin in Indien, und ich werde bestimmt wieder hinfahren“, sagt Liu Haiyuan, 30. „Doch ich bin froh, dass ich in China lebe. Die Armut und die hygienischen Verhältnisse in Indien haben mich schockiert!“ Gleichzeitig sind immer wieder frustrierte Blogeinträge chinesischer Touristen zu lesen, die nach Wochen im Ausland in Peking oder Shanghai landen und sich fragen, warum daheim die Luft so schlecht ist. „Riechst du es auch?“, lautet oft die erste Frage der Passagiere, wenn der Smog durch die geöffnete Kabinentür zieht.

Und natürlich ist das Reisen nicht unpolitisch. Wer reist, dessen Blick auf andere Länder und Völker verändert sich. Gerade England, im traditionellen Weltbild der Chinesen seit den Opiumkriegen höchst kritisch gesehen, sei „sehr gepflegt“, berichtete eine chinesische Reisende in einer Umfrage des „Asia Pacific Journal of Tourism Research“. Amerikaner und Europäer hielten ihre Umwelt sauber und befolgten Regeln. „Die meisten unserer Bürger haben keine vergleichbare Lebensqualität. Da haben wir viel aufzuholen.“

Und ausgerechnet Japan, von der chinesischen Presse regelmäßig als Erzfeind dargestellt, ist eines der beliebtesten Ziele der Chinesen. 2014 stieg die Zahl der Japanreisen um 80 Prozent an, fast eine halbe Million Chinesen reisten allein während des Frühlingsfests 2015 dorthin – und das, obwohl die chinesisch-japanischen Beziehungen zuletzt so schlecht waren wie seit Jahren nicht mehr.

Noch ist nicht erforscht, ob sich dadurch verändert hat, wie die Chinesen ihren Nachbarn sehen und ob sie der Propaganda vielleicht etwas weniger Glauben schenken. Aber durchaus wahrscheinlich ist es. Wer einmal in Japan war, sieht in dem Land vielleicht nicht mehr zuerst den früheren Kriegsgegner. Sondern denkt an Shoppen in Tokio, Kirschblüte und Sushi.

Chinas Regierung weiß um diese Wirkung und um die Macht des Tourismus. Im Zweifelsfall hat sie keine Bedenken, die wachsende Reiselust ihrer Bürger zu instrumentalisieren. So erschwert sie etwa Angehörigen religiöser Minderheiten in Tibet oder der Unruheregion Xinjiang den Erwerb von Reisepässen. Und wenn sich ein Land mit China anlegt, zögert Peking nicht, es zu bestrafen. Norwegen, so berichtet ein skandinavischer Reiseunternehmer in China, habe das 2010 nach der Verleihung des Friedensnobelpreises an den Dissidenten Liu Xiaobo zu spüren bekommen: „Da wurden bei einigen staatlichen Veranstaltern Gruppenreisen an die Fjorde kurzerhand aus dem Programm genommen.“

Doch die Wirkung solcher Maßnahmen ist begrenzt. „Wir wissen alle, wie wir derzeit zu Japan stehen“, sagt Dai Bin, „aber davon lassen sich Chinas Touristen nicht abhalten.“ Ähnlich verhält es sich mit Ländern wie den Philippinen oder Vietnam, mit denen Peking um mehrere Inselgruppen im Südchinesischen Meer streitet.

Chinesische Reisegruppe im Petersdom
Rom an einem Nachmittag

FOTO: JONATHAN BROWNING / DER SPIEGEL

24 Stunden dauert ein Visumsantrag für Großbritannien nur noch.

Manchen Chinesen gefällt es im Ausland sogar so gut, dass sie für immer dort bleiben wollen – um der schlechten Luft zu Hause zu entkommen oder auch dem repressiven politischen Klima. Mussten sich Auswanderwillige früher ein für alle Mal entscheiden, ob sie im Land bleiben oder gehen wollen, ist der Übergang vom Touristen zum Emigranten heute fließend.

Er freue sich darüber, dass so viele Chinesen in die USA reisen wollten, sagte Vizepräsident Joe Biden bei seinem Staatsbesuch in Peking Ende 2013. „Wir suchen dauernd nach klugen und jungen Leuten, die nach Amerika kommen – und bleiben.“ Er sagte das nicht zu irgendwem, sondern zu Chinesen, die vor der US-Botschaft darauf warteten, ein Visum zu beantragen.

Jackie Xie kann sich nicht daran erinnern, dass je ein europäischer Politiker an der Visastelle seiner Botschaft in China aufgetaucht wäre. Europäische Visa zu bekommen, sagt die 25-jährige Reiseleiterin, sei für Chinesen über Jahre eine Qual gewesen, und das gelte oft bis heute.

„Am umständlichsten sind nach wie vor die Deutschen“, so Xie. An deutschen Konsulaten in der Volksrepublik daure die Prozedur mehrere Tage – und werde von Fragen begleitet, die ihre Kundschaft merkwürdig finde. Zum Beispiel: „Sind Sie sicher, dass Sie nicht in Deutschland bleiben wollen?“ Bei der Einreise in Frankfurt setze sich die Inquisition mitunter fort: „Und Ihr Ehemann – will der in Deutschland bleiben?“

Andere europäische Länder machen es den Chinesen leichter. Großbritannien unterhält zwölf Visastellen im ganzen Land und bietet Schnellvisa an, gegen Gebühr sogar innerhalb von 24 Stunden. Italien stellt Visa binnen 36, Spanien binnen 48 Stunden aus. Auch Frankreich verkürzte die Bearbeitungsfrist für Touristenvisa bereits Anfang 2014 auf 48 Stunden und beschränkte die Zahl der vorzulegenden Dokumente. Seither stellen die Franzosen rund 60 Prozent mehr Visa für Chinesen aus. Außenminister Laurent Fabius sagte, Frankreich werde in den kommenden Jahren mit den Touristen sein Leistungsbilanzdefizit mit China ausgleichen.

In Spanien hat sich die Zahl chinesischer Touristen in den vergangenen zwei Jahren um etwa 25 Prozent erhöht, auch als Investoren sind sie dort fest etabliert. Vor einem Jahr kaufte einer der reichsten Chinesen,

Hochzeitspaar Shumao und Mengya, Fotograf Tao in London

der Immobilienmagnat Wang Jianlin, das Hochhaus Edificio España in Madrid, ein Wahrzeichen der Stadt. Er will es zu einem Einkaufszentrum mit Hotel und 300 Luxuswohnungen umbauen lassen.

Käufer könnten Wangs vermögende Landsleute sein, denn 2013 hat Spanien ein „goldenes Visum“ eingeführt: Wenn Ausländer Immobilien im Wert von einer halben Million Euro erwerben, mehr als eine Million Euro in spanischen Aktien anlegen oder Arbeitsplätze schaffen, erhalten sie eine Aufenthaltserlaubnis für den Schengenraum. Sie kann später sogar in eine Staatsbürgerschaft umgewandelt werden.

Portugal führte 2012 eine ähnliche Regelung ein – und nahm so in nur zwei Jahren über eine Milliarde Euro ein. 1101 der 1360 „goldenen Visa“, die bis Ende Juli 2014 ausgestellt wurden, gingen an Chinesen. In den USA erhalten Touristen und Geschäftsleute aus der Volksrepublik seit Kurzem sogar Zehnjahresvisa.

Zumindest um Geschäftsleute bemüht sich auch Deutschland allmählich; inzwischen dauert die Bearbeitung von Visa für sie in Peking nur noch 48 Stunden. Aber wer sich hier als Investor niederlassen will, muss noch immer nachweisen, dass er einen Sprachkurs besucht hat. Touristen und Studenten müssen nach wie vor länger warten. Dabei sei die Zahl von Armutsflüchtlingen, die in Deutschland bleiben wollten, zu vernachlässigen, berichten Diplomaten. Die Chinesen sind Reichtumsflüchtlinge.

10 Fotostudios nur für chinesische Hochzeitspaare gibt es allein in London.

Vielleicht brauchen die Chinesen das Wohlwollen der Nichtchinesen bald ohnehin nicht mehr, um sich in der Welt daheim zu fühlen. Denn wo immer sie heute hinkommen – meistens sind schon andere Chinesen da. Solche wie Tao Wei etwa, 28 Jahre alt und aus Chongqing; vor sechs Jahren zog er nach Großbritannien, um Architektur zu studieren. Nebenher fotografierte er – und als ihn immer mehr Bekannte um Fotos baten, machte er sich selbstständig. Zu seinen Kunden zählen junge, oft vermögende Chinesen, die von oder vor ihrer Trauung Bilder aus Europa mitnehmen wollen. Das Geschäft blüht, Tao Wei sagt, dass sich allein in London zehn Fotostudios auf chinesische Hochzeitspaare spezialisiert haben. Im Sommer findet vor beinahe jeder roten Telefonzelle ein Shooting statt.

Es ist sieben Uhr früh an diesem Tag, Shumao und Mengya stehen an einer Straßenkreuzung gegenüber vom Westminster-Palast. „Näher zusammen“, ruft Tao Wei. „Und jetzt küsst euch!“ Ein Müllwagen rumpelt hupend vorbei. Shumao und Mengya haben „Hochzeitstag, Paket B“ gebucht, inklusive zehn Stunden Shooting in der Innenstadt, einer Make-up-Assistentin und mindestens 600 Aufnahmen. „Tao macht Bilder wie Filmplakate“, sagt der Bräutigam. Dafür zahlt er 2700 Euro.

Shumao und Mengya haben sich an der Universität Coventry kennengelernt. Er studiert Automobilbau, sie Journalismus. Beide sind an diesem Morgen um zwei Uhr früh aufgestanden, um sich frisieren und schminken zu lassen. Die Hochzeit selbst wird in Lanzhou, seiner Heimatstadt, oder in Shanghai stattfinden. London, das ist nur die Kulisse.

Mengyas Kleid ist schulterfrei, Shumao trägt einen dünnen Smoking. Aber beide lächeln die Morgenkälte weg und posieren geduldig an einer Straßenlaterne. Tao mag opulente Inszenierungen, dafür wird er gebucht. Auf seinen Fotos fahren hinter den Paaren meist rote Doppeldecker oder schwarze Taxis vorbei, das Postkartenbild, das sich die Chinesen wünschen.

Tao reduziert London zur Kulisse, die Welt jenseits der Großen Mauer wird zur Fototapete. Am Ende passt Europa auf einen USB-Stick.

Julia Amalia Heyer, Walter Mayr, Christoph Scheuermann, Christoph Schult, Bernhard Zand, Helene Zuber

Mail: bernhard_zand@spiegel.de

Videoreportage:
Europa auf Chinesisch

spiegel.de/sp302015china
oder in der App DER SPIEGEL

FOTO: WANG WEI / DER SPIEGEL