

aus: Katalog *Shift*, 3. Teil der Ausstellungsreihe *Wie konnte das Einhorn die Sintflut überstehen?* Andrea Böning / Sigrid Lange, Neues Museum Weimar 2002, Hrsg. Kunstsammlungen zu Weimar 2002

Der Ruhrpott ist nicht Tirol

Warum sich der moderne Tourismus vom Reisen verabschiedet hat

Von Tomas Niederberghaus

Das Besondere einer Reise ist der Abschied. Er teilt das Leben in vertraute Nähe und geheimnisvolle Fremde. Jede Reise beginnt mit einer Trennung. Vom Alltäglichen, von Gewohnheiten, von Zwängen. „Ich habe jetzt das Reisen erwählt, und befinde mich wie aus einem Gefängnis erlöst, alle alten Wünsche und Freuden sind nun auf einmal in Freiheit gesetzt“, erklärt der junge Edelmann Florio in Joseph Eichen-dorffs Erzählung „Das Marmorbild“. Wer sich im Anderen wiederfinden möchte, muss sich nur von ihm befreien und verabschieden. Ohne Abschied ist die Reise keine Reise.

Der moderne Tourismus hat sich vom Reisen verabschiedet. Mehr noch steht er für das Ende des Reisens. Zum einen hat das Flugzeug die Welt auf die Größe eines Golfballs schrumpfen lassen, der Abstand zwischen Ort A und Ort B ist kaum noch zu verinnerlichen. Das Dort ist Hier geworden. Zum anderen reist man nicht mehr, um sich im Alleinsein mit der Fremde zu konfrontieren. Touristen sind Flüchtlinge, deren oberstes Ziel die Heimkehr ist, die *Stabilitas loci*, die tüchtige Beständigkeit – frei von Überraschung und vermeintlich bedrohender Fremde. In den Angeboten der Industrie findet der Tourist seine Erfüllung. Sie garantieren ihm ein weltweites Zu-hausegefühl. Denn Großanlagen und Clubs haben mit ihrem auf Urlaub eingestellten standardisierten Eigenleben nichts mit dem Alltag der bereisten Bevölkerung zu tun. Ob auf Kuba, in der Dominikanischen Republik oder in Afrika: Der Tourist tritt den Einheimischen nicht mehr auf die Füße. Allenfalls läßt er sie für sich singen, spielen und tanzen. Diese kleinen Einlagen hakt er als Folklore ab, um sich später über das Heimvideo bestätigt zu fühlen, dass er in Afrika doch ein kleiner Held war. Folklore ja, aber alles in Maßen: Als ein bayerisches Ehepaar vor einiger Zeit aus einem Club in Westafrika zurückkehrte, zog es als erstes vor den Kadi. Das bayerische Ehepaar fühlte sich von „Geruch“ und „Dorflärm“ gestört, der Club lag am Rande eines kleinen Ortes.

Die Perfidie der Freizeitindustrie gipfelt seit einigen Jahren in Kunstwelten vor Ort.

Der Tourist muss nicht mehr zum Berg, weil der Berg zum Tourist kommt. Er muss nicht mehr nach Afrika, weil Afrika vor der Tür steht. Es geht um die Wiedererkennung des Fremden in der

Heimat. Eine der ausgeklügeltsten Inszenierungen des modernen Tourismus ist der Disneypark Animal Kingdom in Florida. Der Besucher schaukelt mit einem offenen Jeep über die abgezirkelte Piste einer vierzig Hektar großen, nachgestellten Savanne, und mit ihm reist die perfekte Illusion des Schwarzen Kontinents: Bäume, Sträucher und Gräser wurden aus Afrika importiert; und man braucht nicht viel Glück, um Elefanten und Giraffen und Gnus und Gorillas zu sehen. Die Disney-Macher stilisieren das designte Afrika sogar zur Philosophie: Wer Animal Kingdom besuche, setze sich für den Erhalt der Tierwelt ein und entwickle ein ökologisches Bewußtsein. „Respect the complexity of nature“, prankt auf den Schildern des Parks. Ganz subtil harmonisieren die Macher das Verhältnis von Ökonomie und Ökologie. Es soll sich im Gegenüber von Mensch und Tier zeigen. Doch das rigide Moralsystem hat Widersprüche: In den Restaurants von Animal Kingdom liegen Plastikbesteck und tonnenweise Papierservietten auf den Tischen, und draußen schiebt sich ein Menschenstrom mit Aluminiumdosen und Styropor-bechern von einer Attraktion zur nächsten. Es ist ein aseptisches Afrika. Es gibt kein Aids und keine Cholera und auch keine Stammesfehden. Und unter den 2500 Ange-stellten gibt es gerade einmal 100 Afrikaner. Lärm und Gerüche sind kalkulierbar.

Genau darum geht es der modernen Freizeitindustrie: Sie blendet den Hedonisten mit dem Schein des Schönen und versucht Unangenehmes auszuschalten. Das Alpincenter von Bortrop und die Winterworld von Neuss sind gute Beispiele. Das ganze Getöse, das das Skigeschäft sonst verursacht, wird vom Dach der Hallen absorbiert. Man hört keine kreischenden Motorsägen, die die Pisten vom Baumbe-stand befreien, man hört keine quietschenden Seilbahnen und auch nicht das nächt-liche Rattern von Pistenraupen oder Schneekanonen, die tonnenweise Kristalle auf die Bahnen spucken. Und in der Halle herrschen konstante fünf Grad, das sollen St. Anton, Ischgl oder Cortina erst einmal hinbekommen. Es gibt kein Gipfelkreuz, der Spaß jedoch gipfelt beim Apres-Ski in der „Dezibel-Bar“ oder im „Jausen-Stadt“. Die Pisten garantieren taube Zehen, die Bars taube Ohren.

Der Freizeitmensch muss alles haben, und das sofort. Er hat keine Zeit zum Reisen, oder besser gesagt, er will sie sich nicht mehr nehmen. In Milton-Keynes in der Nähe von London, wurden deshalb gleich mehrere Kunstwelten miteinander verbun-den: die Skihalle liegt inmitten eines Shopping-Centers. Man wedelt von der Piste direkt in den neuen Designer-Anorak. Oder umgekehrt. Um dem Freizeitmenschen die schöne heile Konsumwelt zu gestalten, verbraucht die Industrie eine Menge Energie. Der Boden einer Skihalle beispielsweise muss von außen ständig beheizt werden. Würde er nur von innen befrosten, würde sich die Halle verziehen. Es ist ein *circulus vitiosus*: Skihallen tragen zur Erderwärmung bei, und damit zum Ausblei-ben den Schnees in den Alpen. So gesehen erfordert die erste Skihalle den Bau der nächsten.

Aber dafür ist bereits gesorgt: Für Investitionen in Höhe von 300 Millionen Mark soll Ende 2003 in Castrop-Rauxel die dritte Skihalle Nordrhein-Westfalens eröffnet werden. Die Deutschen sind zwar keine Pioniere im Skihallenbau – die ersten entstanden 1987 in Australien und Belgien – nachdem sie jedoch ausreichend gegrübelt haben, steigen sie mit voller Kraft ein. Allein im Großraum Berlin sind fünf solcher Projekte in Planung. Mag der Wintersport auch in Skisport umgetauft werden, um, wie es die Marketingmenschen sagen, „jahreszeitlich unabhängig“ zu sein: In den Skihallen von Neuss und Bottrop ist sommertags kaum etwas los. Der Ruhrpott ist eben nicht Tirol! Aus gutem Grund veröffentlichen die Betreiber der Skihallen keine Besucherzahlen. Irgendwann werden die Skihallen zu Investitionsruinen und wie die Zechen stillgelegt sein.

Der Abschied vom Reisen ist auch ein Abschied von der Echtheit. Da der Tourist mit dem Echten nicht mehr konfrontiert wird, kehrt er so zurück, wie er losgefahren ist. Künstliche Welten bedienen mit ihren ästhetisierten Fakes letztlich nicht mehr als den Narzissmus des Einzelnen. Sie bestätigen ihn, aber konfrontieren ihn nicht. Sie schmeicheln ihm, aber fordern ihn nicht. Der Tourist agiert darin wie ein Videozuschauer, weil der Tourismus seine Sehnsucht nach dem Echten begraben hat. Die Angst vor Kriminalität und Terror wird diesen Trend noch verschärfen. Mit den hohen Mauern der Urlaubersorte wird der weltweit größte Wirtschaftszweig noch höhere Erlöse einfahren. Und die globale Erderwärmung wird Kurzreisen in neue Welten möglich machen: Zum Beispiel in die versteppte Tiroler Taiga. Alle Wünsche und Freuden sind dann auf einmal gefangen. Jetzt schnell noch ins Reisebüro.

Tomas Niederberghaus ist Redakteur der Wochenzeitung DIE ZEIT

