

TOURISMUS

Ein Duett zwischen Stadt und Gebirge

LABORATORIUM DER ZUKUNFT? NEUE TRENDS IM FREIZEITVERHALTEN.

VON PHILIPPE BOURDEAU

Es ist im Grunde eine banale Feststellung, dass touristische und sportliche Aktivitäten dem Menschen die Möglichkeit bieten, vorübergehend mit Raum und Zeit sowie seinem städtischen Alltag zu brechen. Dank dieser Aktivitäten können die Städter Unzufriedenheit und Frustration überwinden, die mit ihrem Lebensumfeld zusammenhängen: berufliche Entfremdung, ökonomische Schwierigkeiten, soziale Kontrolle, Verkehrsstaus, städtische Schandflecke, Umweltverschmutzung, Lärm, Unsicherheit, Zeitdruck, lockere Sozialkontakte oder physische Inaktivität. Zahlreiche Analysen zeigen, dass bei der Suche nach einer „Gegenwelt“ Orte und Freizeitaktivitäten idea-

lisiert werden und das Lustprinzip den Realismus ersetzt.

„Hier“ und „Anderswo“

Diese Dialektik zwischen dem alltäglichen „Hier“ und dem „Anderswo“ in der Freizeit wird sehr gut deutlich an den engen Beziehungen, die seit dem 19. Jahrhundert zwischen den Städten am Alpenrand und den Bergen bestehen. Seit 1871 der englische Alpinist Leslie Stephen die Alpen als Spielplatz Europas bezeichnet hat, sind sie – zuerst von den städtischen Eliten – in Besitz genommen worden. Im Zuge der Entstehung von Metropolen und der Demokratisierung von Freizeit bieten die Alpen heute das Bild eines „Central Park“ für Europa, wie der Geograph Bernard Debarbieux völlig zu Recht suggeriert.

Auf dem Weg zum Zwischenraum Stadt-Gebirge

Die Kontinuität dieser geo-historischen Dynamik wird seit dem Ende des 20. Jahrhunderts durch eine Veränderung der Beziehungen zwischen Stadt und Bergwelt geprägt. Die Natur, mehr und mehr gebändigt und urbanisiert, wurde zu einem Ort vermehrter Spannungen und Konfrontationen. Der Preis ist ein gewisser Verlust an Charme: landschaftliche Banalisierung, Immobilienspekulation, Sozialkonflikte (Saisonarbeiter, Sherpas im Himalaya), Umweltverschmutzung, Kriminalität, Spannungen zwischen heimischer Bevölkerung und Touristen, Umweltkontroversen. Gleichzeitig wurde die Stadt in gewisser Weise naturähnlicher, nicht nur, weil hier nun ökologische Maßnahmen

Stadt und Bergwelt in der Werbung: Inszenierung eines „Duett“.



greifen, sondern auch, weil die Stadt selbst zu einem Ort von Freizeitaktivitäten wird, die bis dahin den Bergen vorbehalten waren. Diese Veränderung beruht freilich auf künstlichen Installationen (Kletterwände, Wellenbäder, Geschicklichkeitsparcours, „Snow-domes“) und auf organisierten Veranstaltungen (Laufgruppen, „Geocatching“), aber auch auf der spontanen Umnutzung von Orten und Bezügen, die ein „urban touring & gaming“ begründen: städtisches Trekking, Streetgolf, B.A.S.E. jump, städtische Höhlenkunde, Dächerwanderungen, Radtouren oder Parkour. Man kann feststellen: Wenn neue Freizeitaktivitäten zwischen 1985 und 2000 vor allem im Gebirge erfunden wurden (Mountainbiking, Paragliding, Rafting, Snowboarding, ...), so hat sich diese Kreativität anschließend stark in Richtung Stadt verlagert.

Ausgehend von diesem Befund kann der strukturelle Gegensatz zwischen dem „Hier“ und „Anderswo“ relativiert werden; die Hybridisierung und Vermischung der Aktivitäten, der Zeit (alltäglich und nicht-alltäglich) und der Orte (Sender und Empfänger touristischer und nicht-touristischer Art, künstlich und

natürlich, kultiviert oder wild) verwischt zunehmend den Unterschied zwischen Stadt und Natur – trotz unausweichlicher dialektischer Reprisen. Um diese neuen Verknüpfungen zu verstehen, die durch Gegensätze markiert werden, durch Mehrdeutigkeiten, in denen sich Unterschiede wiederholen und Grenzen vermischen, ist der Terminus des Zwischenraums (betweenness), den J. Nicholas Entrikin vorschlägt, sehr nützlich. Die jüngste Inszenierung der Beziehungen zwischen Stadt und Bergwelt in der Werbung wimmelt von Belegen, die genau dieses „Duett“ bezeugen: Verbindungen (Seilbahn zwischen Eiffelturm und Schneegipfel, Salon Objectif neige 1992), Fußgängerbrücken zwischen einer Stadt und dem Hochgebirge (Trezetta, 2005), Zusammenstöße zwischen Stadt und Naturräumen („Buoux, Arco, Berkeley, [Fontaine] Bleau, Bercy, le Verdon et le garage“, Millet 1991), Überlagerungen (zwischen Ansichten von städtischen Mauern und Felsen, One Sport 2000), Ersetzung (aus einer Besteigung wird ein Fahrstuhl mit einer Sonne in Form eines Schalters, La Sportiva 2001) und sogar radikale landschaftliche Veränderung (Paris am Fuß der Alpen, BMW 2004).

Wiederbelebung der Andersartigkeit Stadt – Gebirge?

Die Versuche, die Andersartigkeit zwischen Stadt und Natur wieder zu beleben, sind zahlreich. In Frankreich kann man seit Ende der 1990er Jahre eine Bewegung der „Neuverländlichung“ (néo-patrimonialisation) beobachten, die in einem Überangebot offenkundiger Gebirgsreferenzen zum Ausdruck kommt: Vom Genfer See bis zum Mittelmeer schmücken sich die Bergstationen mit falschen alten Tiroler Chalets, während ihre Restaurants unabänderlich die Trilogie Raclette, Käse-Kartoffelauflauf und Fondue als Wahrzeichen alpiner Gastronomie servieren.

Gleichzeitig kann man in den Medien und der Werbung verstärkt Darstellungen einer wieder bedrohlich gewordenen Natur beobachten – mit katastrophalen Folgen (Stürme, Hochwasser, Gewitter, Lawinen ...) – als ob der Bezug auf das „Zurück zur Natur“ Platz für ein „Zurück der Natur“ lassen würde, und zwar in seinen rauesten und feindlichsten Dimensionen. Der Abenteuerismus, der auf dem Slogan „Aufbrechen woandershin und ganz anders“ basiert, zeugt auch von dem Versuch, die Banalität klassischer touristischer Orte und Praktiken zu überwinden.

Genau wie das gesteigerte Risiko bei einigen Sportaktivitäten kann einem zu denken geben, dass in dem Maße, in dem sich die Grenze zwischen Stadt und Gebirge verwischt, es tatsächlich die *körperlichen* Grenzen sind, die das neue „Anderswo“ erkundet: Mehr und mehr setzen Fotos und Filme spektakuläre Stürze in Szene, die der Slogan eines Sportartikelherstellers zusammenzufassen scheint: „Crash and learn: Dein Körper ist ein Labor, kein Museum“.

Der Post-Tourismus als neue Lesart?

Der traditionelle Bruch zwischen den beiden Räumen, der Zeit, der Alltags- und Freizeitnutzung wird also zunehmend überwunden. Gleichzeitig vermischen sich die Funktionen: Verwurzelung und Mobilität, Arbeit und Freizeit, Häuslichkeit und Erholung, Naherholungsuchende und Urlauber, Besucher und Besuchte ... Praktiken wie Couchsurfing (Gastfreundschaftsnetzwerk), die „Greeters“ (kostenlose Gästeführer) oder „Wwoofing“ (freiwillige Mitarbeit auf ökologischen Höfen gegen freie Kost und Logis) sowie die Zunahme eines „nützlichen Touris-

mus“ (tourisme solidaire, volunteer tourism) scheinen die wachsende Schwierigkeit zu belegen, Tourist zu sein und sich als solcher zu erkennen. Dieses Phänomen illustriert eine Krise des Tourismus, gleichzeitig erzeugt es aber einen sehr kreativen Tourismus der Krise. Er ist vor dem Hintergrund zahlreicher Faktoren von Unsicherheit und der globalen Krise zu verstehen, etwa Demographie (Alterung der Bevölkerung), Klima (Treibhauseffekt), Energie (Ende des Erdöls), Wirtschaft (Sorge vor sozialem Abstieg), Identität (angsterregende Andersartigkeit, Schuld), Gesundheit (Pandemien) und Sicherheit (Attentate in nicht-europäischen touristischen Orten) – Faktoren,



BMW, JULBO EYEWEAR, JACK WOLFSKIN

Literaturhinweise

R. Antony/J. Henry, *Lonely Planet Guide To Experimental Travel*, 2005.

Ph. Bourdeau, *From après-ski to après-tourism: the Alps in transition?* *Journal of Alpine Research* (2009), 97–3. <http://rga.revues.org/index1054.html>

B. Debarbieux, *Die ländlichen Regionen in den Alpen – ein Central Park für die Alpenstädte?* *CIPRA Info 72* (2004): Die Städte der Alpen, 7.

J. N. Entrikin, *The Betweenness of place. Towards a geography of modernity*. Baltimore 1991.

J. Schmude, *Zwischen Snow Dome und Gletscher. Inszenierungen und Realitäten. Einschätzungen und Vorlieben deutscher Skitouristen. Nicht veröffentl. Vortrag auf der Tagung „Neue Winterwelten. Skisport in der Halle. Konzepte, Wirkungen, Perspektiven“ der Thomas-Morus-Akademie am 6.1.2001 in Bottrop.*

die auch mehr und mehr in der Werbung der Bergregionen präsent sind. Slogans wie „So nah, so fern“ (Comité départemental du tourisme de L’Isère, 2003), „Sich gut fühlen, ohne weit zu fahren“ (Comité régional du Tourisme Rhône-Alpes, 2005) oder „Madagaskar? Nein, das Jura!“ (Comité Départemental du Tourisme du Jura, 2008) ziehen eindeutig dieses Register. Genauso prallen Bilder der Alpen in der Kampagne „Entdecken Sie außergewöhnliche Welten“ (Chemins de fer fédéraux suisses, CCF, 2008) mit denen von Astronauten, dem Monster von Loch Ness oder King Kong in Bern zusammen. In den Freizeitaktivitäten finden vielfältige Neuinterpretationen von Zwischenräumen statt, die deren Banalität verklären und Platz schaffen für eine (Wieder)Entdeckung von Erfahrungen. Die dreiwöchige Stadttour „Hier und Anderswo“, 2002 im Großraum Grenoble von dem Kollektiv „Hier und da“ organisiert und in einem Werk mit dem Titel „Die Landschaften waren außerordentlich“ dokumentiert, ist ein gutes Beispiel für diese erfindungsreiche Praxis: Camping auf öffentlichen Plätzen, Unterbringung bei Einheimischen, Veranstaltungen und Begegnungen auf den Marktplätzen, Sammlung und Verbreitung von Tönen und Bildern ... Man nähert sich hier einem experimentellen Tourismus an, der von einer hemmungslosen Kreativität bedient wird. Auf einem mehr klassischen Feld scheint das Revival sehr kleiner Wintersportorte in den Alpen bezeichnend zu sein. Obwohl ihr Verschwinden angekündigt wurde, verzeichnen diese Orte, die schon lange in der Welt des „grand ski“ disqualifiziert worden sind, seit Beginn der 2000er Jahre steigende Besucherzahlen: Billiger, weniger kommerziell, weniger verbaut und weniger künstlich als ihre Wettbewerber, bieten sie den Schneefreunden geselligere Erlebnisse, sind zumindest teilweise frei von den Spielchen sozialer

Unterscheidung und vor allem viel authentischer. Und selbst wenn der Schnee auf sich warten lässt – die touristischen Abwechslungen, die daraus resultieren, deuten vielleicht die Zukunft des Wintersports an.

Im gesamten Alpenraum scheint eine Zunahme der Besucher, die aus angrenzenden Regionen kommen, bzw. eine beginnende Bevölkerungsverschiebung in bisherigen Tourismushochburgen (hervorgehoben durch die Mobilität von Ruheständlern, Telearbeitsplätze, Entscheidung für mehr Lebensqualität) zu einer Trendwende beizutragen. Eine der radikalsten Entwicklungen ist dabei der Trend, ganz auf den Aufbruch in die Ferien verzichten und lange Autofahrten und Flüge, insbesondere Billigflüge, abzulehnen. Im Januar 2007 verbreiteten britische Presseagenturen sogar eine Nachricht, wonach Prinz Charles „auf das Skifahren [verzichtet], um den Planeten zu retten“. Hier wird ein Phänomen über die verantwortliche Haltung gegenüber der Umwelt hinaus zur Steilvorlage für die lokale Tourismuswerbung. In Frankreich zum Beispiel lädt die Werbekampagne „Fahrt nicht mehr in die Ferien“ (Conseil Général des Bouches-du-Rhône, 2007) ein großes Publikum dazu ein, bei einem Gewinnspiel unter dem Motto „mein Urlaub zu Hause“ mit denen zusammenzutreffen, „die sich entschieden haben dazubleiben“. Auch wenn sich die Bewegung des „staycation“ auf ökologische Werte stützt, darf man nicht aus dem Blick verlieren, dass sie sich auch im Kontext häuslicher Sparsamkeit als Gegengewicht zu den Gefahren der Krise abspielt.

Neue Fragen?

Duett oder ewiges Hin und Her: die Dynamik, die zwischen Stadt und Gebirge aufblüht, beschäftigt derzeit auf jeden Fall die Wissenschaft. Angelo Turco erinnert

darán, „dass es eine Zeit gegeben habe, wo die Geographen eine Welt beschrieben, in der alle Dinge ihren Platz hatten“. Heute verlieren lokalisierbare und abgrenzbare Sicherheiten hingegen an Kraft und Kohärenz, gerade vor dem Hintergrund umfassender Veränderungen: beim Wohnen, im Beruf, in der Freizeit, physisch oder virtuell. Die Folge sind Neuordnungen im Verhältnis zwischen lokal und global, städtisch und ländlich, nah und fern, drinnen und draußen, natürlich und künstlich, touristisch und nicht touristisch, zwischen Arbeit und Freizeit, Alltag und Ferien. Die Sprengung der etablierten Rahmen begünstigt nicht genau definierte Räume, die Uneinheitlichkeit der Glieder und vielfältige Zugehörigkeiten. In vielen Alpenregionen ist die oft immer schwieriger wahrnehmbare Grenze zwischen Touristen und Einheimischen ein exzellentes Beispiel dafür. Und die wachsende Hybridisierung zwischen Wohn-, Berufs- und Freizeitfunktionen wirft vielfältige Fragen auf oder stellt sie neu: Müssen wir nicht aufmerksamer sein gegenüber den vielfältigen Formen der Kreativität, die an den Grenzen urbaner und natürlicher Räume zum Ausdruck kommen? In welcher Weise tragen die „Amenity Migrants“, die sich bei der Wahl ihres Wohnorts am Freizeitwert orientieren und nicht im Wesentlichen berufliche Maßstäbe anlegen, zu diesem Prozess in positiver Weise bei? Wie gelangt man von einem Zugang über eine polarisierende Begrifflichkeit (Städte, Wintersportorte) zu einem Zugang über eine Terminologie, die das Fließende zum Ausdruck bringt? Wie reguliert man die Mobilität oder wie geht man in haltbarer Weise zwischen urbanen und Naturräumen mit ihr um? Welche neuen ökonomischen und politischen Verbindungen müssen zwischen den Alpenmetropolen und ihren Gebirgen geknüpft werden?



Der Autor ist Professor für Kulturgeographie am Institut de Géographie Alpine der Université de Grenoble. Der Beitrag wurde aus dem Französischen übersetzt.