

«Ferien haben mit Freiheit nichts zu tun»

Aus dem NZZ E-Paper vom 08.05.2023

Seit er in Luzern wohnt, macht sich der österreichische Historiker Valentin Groebner Gedanken über die Entwicklung des Tourismus. Im Gespräch mit Christina Neuhaus sagt er: «Er ist eine Parallelwelt, wie Nachrichtensendungen und Netflix-Serien Parallelwelten sind.»

Herr Groebner, es ist erst Anfang Mai, doch die Stadt ist voller Touristen. Wieso kommen eigentlich so viele Menschen nach Luzern?

Die kommen nach Luzern, weil die Touristen seit 170 Jahren nach Luzern kommen. Sie schauen sich auch praktisch dieselben Sehenswürdigkeiten an wie James Fenimore Cooper oder Mark Twain, die die Stadt vor 200 Jahren besucht haben – und meistens auch noch in derselben Reihenfolge.

Nämlich?

Es ist ein Rundgang: Hofkirche, Löwendenkmal, Altstadt, Spreuerbrücke, Kapellbrücke. Ausserhalb dieser Route, oft schon auf der anderen Strassenseite, sind die Touristen weiterhin dünn gesät. Sie besuchen das, was ihnen der Reiseführer empfiehlt. Viel Zeit für anderes haben die meisten nicht.

Man will das sehen, was alle anderen schon gesehen haben.

Man will das sehen, was tausendfach auf Postkarten, Fotos oder in Reiseführern abgebildet wurde und deshalb offenbar wichtig ist.

Schon James Fenimore Cooper oder der französische Schriftsteller Stendhal jammerten über die vielen Touristen. Stendhal schrieb über Florenz, die Stadt sei «verstopft von sechshundert Russen oder Engländern», sie sei «ein Museum voller Ausländer, die ihre eigenen Gepflogenheiten dorthin verpflanzen».

Stendhal übertrieb. Er wusste auch, dass er übertrieb. So viele Leute waren zu Beginn des 19. Jahrhunderts in Florenz noch nicht unterwegs. Nur schon, weil die Anreise so lange dauerte und für die meisten unerschwinglich war. Ich kann heute für 49 Franken von Basel nach Sardinien fliegen, und es dauert zwei Stunden.

Wir reisen, weil wir die Möglichkeit haben.

Und weil mich der schnelle Transport heute viel weniger Arbeitszeit kostet als früher. Sehen Sie, Luzern war ja nicht immer ein Touristenort. Etwa zur selben Zeit, als Stendhal in Florenz war, 1804, schrieb Schopenhauer über Luzern, dass es dort absolut nichts zu sehen gebe. Es sei ein trauriges, heruntergekommenes Städtchen, nur die Aussicht sei göttlich. Wegen der Aussicht kamen die Touristen, und mit der Zeit bildet sich eine sich selbst verstärkende mediale Schleife.

Das müssen Sie bitte erklären.

Heinrich Zschokke schrieb in seinem wunderbaren Buch «Die klassischen Stellen der Schweiz» schon in den 1830er Jahren, wo man sich hinstellen müsse, um die Schönheit der Landschaft am besten konsumieren zu können. Von Zschokke gibt es auch eine wunderbare Beschreibung von Luzern, in der er die Stadt und den Fluss mit dem Décolleté einer jungen Frau vergleicht.

Der Tourist soll sich nicht mit B-Lagen aufhalten?

Wer einen Reiseführer liest, bekommt stets Anleitungen, wie man möglichst schnell zu den besten Orten kommt. Und der Tourist möchte in der Regel möglichst schnell an den richtigen Punkt. Ich auch.

Interessanterweise ärgern sich die meisten Touristen über die anderen Touristen. Dennoch reisen sie dorthin, wo alle anderen hinreisen. Weshalb?

Es gibt einen guten Roman, auf den ich eben erst gestossen bin, «Grand Hotel Europa» des niederländischen Autors Ilya Leonard Pfeijffer. Ihm geht es darum, wie Italien von seinen Besuchern buchstäblich konsumiert wird, und er liefert so etwas wie eine Kurzgeschichte des Reisens in Massen. Der Tourist will nicht unbedingt als Erster da sein, aber er will früher sehen können, was andere nach ihm sehen wollen. Deswegen auch dieses grosse Mitteilungsbedürfnis.

Briefe, Postkarten, Instagram.

Die Revolutionierung der Fotografie, die Milliarden von Massenbildern hervorbrachte, kam schon sehr früh. Mit der Erfindung der Ansichtskarte durch einen österreichischen Hofrat Ende des 19. Jahrhunderts wurde diese halb-öffentliche Bildmitteilung erschwinglich. Heute sind diese Grüsse dank Instagram noch schneller und noch billiger geworden, und man kann sie an noch mehr Leute senden. Das iPhone ist, wenn man so will, die direkte Weiterentwicklung dessen, was auf Französisch «m'as-tu-vu» heisst. Bitte schaut's mich an, wie ich hier schau.

In Ihrem Buch «Ferienmüde» schreiben Sie, die meisten

Sehenswürdigkeiten seien Inszenierungen von Vergangenheit. Doch die Vergangenheit lässt sich nicht besichtigen, weil die Gegenwart sie verdrängt hat. Sind etwa die alten Häuser in Luzern heute mehr als Fassade?

Im Innern der Häuser gibt es teilweise grossartige Dinge. Nur kommt man in die nicht unbedingt hinein, und der Besuch ist zeitintensiver als der Rundgang. Die Luzerner Altstadt wurde Ende des 19. Jahrhunderts und dann noch einmal in den 1970er Jahren für Touristen optimiert. Was heute besonders echt und alt aussieht, entstand, als Luzern zu einer schicken Feriendestination für noble Besucher wurde. Zuerst am See, dann an der Reuss wurden Quais gebaut; damit die Touristen dort spazieren konnten, wo vorher Waren umgeladen worden waren. Die grösste der mittelalterlichen Brücken wurde abgerissen, weil sie der Aussicht von den eleganten Hotels am Schweizerhofquai auf die Berge im Weg war. Die Kapellbrücke sollte auch weg, durfte aber dann doch bleiben, mit dem Argument: Die Touristen wollen das. Fremdenverkehr erzeugt seit langer Zeit Sonderwirtschaftszonen, Gated Communities für Privilegierte.

Der Tourismus ist demnach eine grosse Täuschung?

Sagen wir besser: Er ist eine Parallelwelt, auf eine ähnliche Weise, wie Nachrichtensendungen und Netflix-Serien Parallelwelten sind. Die Nachrichten sind meistens wahr, die Geschichten in den Serien meistens erfunden, aber in beiden Formaten muss das Publikum gut unterhalten und in seinen Ansichten bestätigt werden, sonst wechselt es den Kanal.

Wann kamen die Ferien, so wie wir sie heute kennen, eigentlich auf?

Die Bildungsreisen des 16. und des 17. Jahrhunderts, die sogenannte Grand Tour, waren Ausbildungsreisen für die jungen Männer der Oberschicht. Sie lernten Französisch und Italienisch und trafen in den richtigen Städten die richtigen Leute. Das waren sehr mobile Gesellschaften, aber aus ganz anderen Gründen als die heutigen Touristen. Meine Grosseltern fuhren sehr viel weniger weg als ich. Ihre Kaufkraft war kleiner als meine, ihre Zeit beschränkter. Der wachsende Wohlstand hat im 20. Jahrhundert vielen Menschen das Reisen ermöglicht. Sie folgen dem Beispiel der Reichen und Schönen, die ihnen das seit 200 Jahren vormachen. Alle im Glauben, dass man in den Ferien intensiver lebe, sich intensiver spüre, dass man mehr man selbst sei, freier.

Sie schreiben, zu Beginn des 21. Jahrhunderts seien Ferien die letzte grosse Utopie: das Territorium der Freiheit, für ein paar Wochen im Jahr.

Ich fürchte, Ferien haben mit Freiheit nichts zu tun. Die Idee der Freiheit in den Ferien ist eine soziale Konvention. Wir sind es gewohnt, unser Arbeitsjahr mit ein paar Wochen Ferien zu strukturieren, als Selbstbelohnung. Ich

komme mir selbst natürlich höchst individuell vor, aber in den Ferien mache ich ziemlich genau das, was Menschen in ähnlichen sozialen Positionen auch tun. Ich mache es zur selben Zeit im Jahr und meistens auch an denselben Orten. Deshalb trifft man in den Ferien gar nicht so selten Leute, die man kennt. Die Ferien sind eine soziale Sortiermaschine.

Auch in der Schweiz gibt es mittlerweile Orte, die regelrecht überrannt werden. Die Gemeinde Iseltwald installierte kürzlich ein Bezahl-Drehkreuz, um von den vielen koreanischen Touristen, die nichts konsumieren, wenigstens 5 Franken zu bekommen. Wer profitiert eigentlich von den vielen Gästen?

In der Schweiz wird der Tourismus immer noch mit den glanzvollen Anfangszeiten des Tourismus assoziiert. Der Hotelier ist wie der Bauer eine kollektive nationale Identifikationsfigur. Es wird so getan, als sei es die Pflicht aller Schweizer, für den Tourismus zu sein, weil der ökonomisch so wichtig sei.

Was nicht zutrifft?

Verglichen mit anderen europäischen Ländern ist in der Schweiz der Anteil des Tourismus an der Wertschöpfung niedrig. Aber die Touristiker sind eine gut organisierte und sehr lautstarke ökonomische Lobby. Und nicht zu vergessen: Sie vermarkten den Zugang zu etwas, wofür sie nichts bezahlen. Die Berge, die Seen und die Sehenswürdigkeiten sind ja einfach da. Natürlich ist das ein verlockendes Geschäftsmodell. Es wird immer so getan, als würden alle Bewohnerinnen und Bewohner von der touristischen Erschließung einer Region profitieren. Das ist aber nicht so.

Wer profitiert denn?

Vom Fremdenverkehr profitieren weit überproportional Immobilienbesitzerinnen und -besitzer. Die Tourismusindustrie schafft wenige nachhaltige Jobs, sie beruht auf saisonaler Arbeit zu niedrigen Löhnen. Das ist seit 200 Jahren so. Das Modell Airbnb hat das noch zugespitzt: Da gibt es nur noch den Vermieter, die Plattform und die prekär bezahlte Putzkraft. Kein Wunder, hat sich das Modell so stark verbreitet.

Sie übertreiben.

Ich habe kürzlich am Istituto Svizzero in Rom eine Tagung zu nachhaltigem Städtetourismus mitorganisiert. In Rom arbeiten mehr als zwei Drittel der Beschäftigten im Hotel- und Gastgewerbe an der italienischen Armutsgrenze oder darunter. Niemand weiss, wie viele Airbnb-Wohnungen es in Rom gibt. Und niemand weiss, wie viele illegal angestellte Putzkräfte die sauber halten. Tourismus ist Marktwirtschaft in Extremform, die attraktive öffentliche Räume – denn die gibt es gratis – mit schlecht bezahlten

Dienstleistungen an eine hochmobile Kundschaft verkauft. Reisen ist ein soziales und ökonomisches Privileg.

Trotz Dauerkritik am Tourismus verreisen die Menschen mehr denn je.

Der Tourismus ist seit 200 Jahren die Industrie des schlechten Gewissens, deshalb bringt er ständig neue Alternativ-Versionen hervor. Wer Massentourismus verachtet, setzt auf Individualferien, wer Party-Inseln nicht mag, macht Wanderferien. Der Tourismus kann sich auf diese Weise problemlos immer neue Marktsegmente erschliessen. Die Wandervögel des frühen 20. Jahrhunderts und die Hippies der 1960er Jahre haben neue Varianten des Reisens für jüngere Leute mit wenig Geld erfunden. Der Tourismus ist eine kreative Dienstleistungsindustrie, die jede kritische Alternative verschluckt und sofort wieder als neues Geschäftsmodell ausspuckt.

Sie sind ein aufs Mittelalter spezialisierter Historiker, was fasziniert Sie eigentlich so am Thema Tourismus?

Ich wohne schon ziemlich lange in Luzern, einer Stadt mit 80 000 Einwohnern, die jährlich von über fünf Millionen Leuten besucht wird. Da fängt man zwangsläufig an, über Fremdenverkehr nachzudenken. Ausgelöst wurde mein Interesse am Tourismus aber auch durch die Beschäftigung mit dem Mittelalter. Denn das Mittelalter, das wir besichtigen, wurde erst von der Industriegesellschaft der Moderne erzeugt.

Was wäre Ihre Traumreise?

Die habe ich schon gemacht. Meine Beschäftigung mit der Geschichte des Tourismus hat mich da nachdenklich werden lassen: Sind das wirklich meine eigenen Träume?

Macht uns das Reisen wenigstens zu neugierigeren, weltoffeneren Menschen?

Reisen verändert gar nichts – höchstens die eigene Darmflora, aber auch die nur temporär. Wer meint, der Besuch der Uffizien, der Hagia Sophia oder des Taj Mahal mache sie oder ihn zu einem anderen, besseren Menschen, macht sich etwas vor. Im Gegenteil: Ich werde dort noch mehr ich selbst. Denn mich als selbstgerechten weissen alten Mann habe ja ich immer dabei, wie mein Gepäck und meine Kreditkarte. Was einen verändert, sind nicht die Ferien. Sondern Arbeit.