

Bruno S. Frey

Venedig ist überall

Vom Übertourismus
zum Neuen Original



SACHBUCH



Springer

Venedig ist überall

Bruno S. Frey

Venedig ist überall

Vom Übertourismus zum Neuen
Original

 Springer

Bruno S. Frey
Universität Basel
Basel, Schweiz

ISBN 978-3-658-30278-8 ISBN 978-3-658-30279-5 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-30279-5>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort: Übertourismus: Problem und ein radikaler Vorschlag

Als Achtjähriger schenken mir meine Eltern eine Reise nach Paris, weil ich unbedingt den Eiffelturm sehen wollte. Ich war von diesem imposanten Bauwerk gebührend beeindruckt. Meine Eltern legten aber Wert darauf, dass ich auch das berühmteste Bild der Welt sehen sollte. Ich erinnere mich noch deutlich, dass ich die Mona Lisa schön fand, aber erstaunt war, wie klein das Gemälde ist.

Kürzlich wollte ich die Mona Lisa wieder sehen, weil ich ein Werk über Leonardo da Vinci gelesen hatte und nun das Bild im Original sehen wollte. Die Situation war jedoch völlig anders als bei meinem ersten Besuch (Abb. 1).

Nachdem ich nach langem Warten in der prallen Sommerhitze vor der Pyramide des Louvre endlich in den Vorraum des Museums gelangte, wurde mir sofort klar, wo sich das Meisterwerk befindet, weil sich eine riesige Menschenmasse in diejenige Richtung bewegte, die mit dem Hinweis „Here to the Mona Lisa“ ausgemalzt war. Auf dem Weg zur Galerie Médicis gab es kein Halten; ich wurde von den Menschenmassen buchstäblich geschoben. Vor der Galerie wieder eine Warteschlange, bis ich dann endlich am Ziel angelangt war. Die Mona Lisa ist hinter Panzerglas gesichert, gut bewacht und weiträumig abgesperrt. Gleichzeitig dürfen nur zehn bis 15 Personen für kurze Zeit vor das Bild treten. Nur wenige



Abb. 1 Warteschlange vor dem Louvre-Museum in Paris. (Quelle: Drago Gazdik, Pixabay)

Besucher betrachten das Bild, stattdessen versuchen sie, mit ihren Mobiltelefonen ein Selfie mit der Mona Lisa zu machen.

Nach wenigen Sekunden werden sie aufgefordert, weiterzugehen; ein Einspruch ist unmöglich. Wer sich nicht genügend rasch fortbewegt, wird durch das Aufsichtspersonal weitergeschoben. Diese Hast ist notwendig; von den bis zu 30.000 Besuchern täglich, wollen 80 Prozent unbedingt die Mona Lisa sehen. Was sonst noch im Louvre zu bestaunen wäre, ist offenbar für die meisten Besucher weniger wichtig.

Der Rummel um die Mona Lisa ist kein Einzelfall im Kulturtourismus. Ein Freund berichtete mir, dass er auf einer Reise durch das Allgäu seiner Frau das Schloss Neuschwanstein zeigen wollte. Er ist jedoch gescheitert und musste umkehren, weil alle Parkplätze total überfüllt waren.

Dies überrascht nicht, weil pro Jahr 1,5 Millionen Personen dieses erst Ende des 19. Jahrhunderts (partiell) vollendete „mittelalterliche“ Schloss besuchen wollen. An einigen Tagen sind es mehr als 10.000 Touristen. Dieses „Märchenschloss“ des Königs Ludwig II ist der größte Touristenmagnet Bayerns und weit darüber hinaus. Aufgrund des hohen Andrangs müssen Gäste ohne Voranmeldung mit mehreren Stunden Wartezeit rechnen. Vor allem in den Sommermonaten ist die Verkehrssituation

rund um das Schloss Neuschwanstein extrem angespannt. Der ausufernde Parkplatzsuchverkehr wirkt belastend auf die Bewohner, und der sich stauende Verkehr in der Ortschaft Füssen ist wesentlich auf den An- und Abreiseverkehr der Schlosstouristen zurückzuführen.

Das bekannteste Beispiel für kulturellen Übertourismus ist *Venedig*, auch *La Serenissima* („Die Durchlauchtigste“) genannt. Ihr historisches Zentrum (*centro storico*) wird an manchen Tagen im Jahr von mehr als 130.000 Besuchern überschwemmt. Pro Jahr besuchen etwa 30 Millionen Personen die Stadt; 1949 waren es weniger als eine halbe Million. Gleichzeitig ist die Zahl der Einwohner auf rund 50.000 Personen gesunken, die Zahl der Zweitwohnsitze hingegen stark gestiegen. Nicht zu vergessen sind die rund 40.000 Passagiere der täglich bis zu vier riesigen Kreuzfahrtschiffe, die den engen Kanal zwischen Venedig und der Insel Giudecca durchfahren, um im Hafen anzulegen (Abb. 2).



Abb. 2 Übertourismus in Venedig; hier vor dem Markusdom. (Quelle: M W, Pixabay)

Übertourismus betrifft auch kleinere Orte. So drängen sich an manchen Tagen mehr als 10.000 Touristen in das nur 750 Einwohner zählende Städtchen Hallstatt in Österreich.

Selbst in einer Großstadt wie Rom verändert der Übertourismus das Geschehen merklich. So bildet sich vor den vatikanischen Museen eine oft kilometerlange Warteschlange. Die meisten der bis zu 30.000 Besucher wollen die Cappella Sistina mit den Fresken von Michelangelo sehen. Entsprechend wird man buchstäblich dorthin gezwängt. Es besteht nicht einmal die Möglichkeit, die wundervollen Gemälde von Raffael in den vier „Stanzen“ des Vatikanischen Palastes zu betrachten. Vielmehr wird man mit dem riesigen Menschenstrom in Richtung der Sistina geschoben. Einmal dort, wird man vom Aufsichtspersonal gedrängt, möglichst rasch wieder hinauszuweichen. Selbst vor dem Petersdom steht in der prallen Sonne eine lange Warteschlange. Mich überrascht dabei, dass auch viele Priester und Ordensleute in der Hitze anstehen müssen, obwohl sie ein Teil der katholischen Kirche sind.

Als Wirtschaftswissenschaftler weiß ich wohl, wie mit einer Situation umzugehen ist, in der – wie beim Übertourismus – die Nachfrage das Angebot deutlich übersteigt. Die Besuchskosten müssen erhöht werden, um die Nachfrage auf das bestehende Angebot zu vermindern. In der Tat wurde verschiedentlich erwogen, einen Eintrittspreis für den Besuch von überlaufenen Städten zu erheben. Allerdings ist dieses Verfahren nur selten anwendbar. Es ist bloß möglich für Orte, die nur wenige, und zudem leicht kontrollierbare, Eingänge aufweisen. Dies trifft etwa auf Venedig, Dubrovnik und den Mont-Saint-Michel zu. Eintrittspreise werden für diese Städte immer wieder vorgeschlagen und politisch diskutiert. Juristen und Angehörige der öffentlichen Verwaltung ziehen es jedoch vor, die Zahl der Besucher direkt zu beschränken oder zumindest deren Aufenthaltsdauer zu begrenzen. Auch hier stellen sich viele offensichtliche Probleme. So muss administrativ entschieden werden, wer in die Stadt darf (Dürfen dies bspw. auch Personen, die Freunde besuchen oder bei ihnen wohnen?) und eine willkürliche Begrenzung gezogen werden. Personen, denen der Zugang zu einem kulturellen Ort verwehrt wird, sind natürlich darüber enttäuscht; sie erleiden dadurch einen Nutzenverlust. Dieser unerwünschte Effekt muss berücksichtigt werden.

In diesem Buch wird eine radikal andere Lösung vorgeschlagen, nämlich das *Angebot zu erhöhen* und nicht die Nachfrage zu beschränken. Dies geschieht durch Schaffung *Neuer Originale*. Dazu sollen die wichtigsten Sehenswürdigkeiten an einer neuen Stelle identisch repliziert und mithilfe digitaler Technik attraktiv gestaltet werden. Dazu werden die Möglichkeiten sowohl erweiterter Realität (augmented reality) als auch virtueller Realität (virtual reality) genutzt. Die Geschichte und Kultur der Sehenswürdigkeiten sollen auf diese Weise spannend und zugleich lehrreich vermittelt werden. Gleichzeitig sind die Neuen Originale leicht zugänglich und ökologisch nachhaltig. Es wird zudem für ein geeignetes Angebot an Gaststätten, Hotels und Souvenirläden gesorgt.

Im ersten Moment erscheint dieser Vorschlag erschreckend. Er erinnert an Disneylands und andere Freizeitparks. Für manche Bildungsbürger ist eine solche Idee sogar ein Kulturfrevel. Dagegen lässt sich argumentieren, dass Besuchern eines historisch replizierten Ortes ein einzigartiges Gefühl dafür vermittelt wird, wie eine historische Stätte in der Vergangenheit ausgesehen hat, wie die Bevölkerung damals gelebt hat, und welche künstlerische Bedeutung sie hat. Sofern die heute bereits bestehenden technischen und digitalen Möglichkeiten sinnvoll eingesetzt werden, bietet eine Kopie mittels eines Neuen Originals den Besuchern zusätzliche Informationen und Möglichkeiten. Gleichzeitig wird der Bevölkerung aufgezeigt, in welcher Weise Kunst in der digitalen Welt auf ansprechende Weise vermittelt werden kann.

Ich werde zeigen, dass der Vorschlag Neuer Originale viele Vorteile aufweist und eine sinnvolle Möglichkeit darstellt, mit den bereits bestehenden und zukünftig zu erwartenden Touristenmassen umzugehen. In der bisherigen Literatur zum Übertourismus ist dieser Vorschlag nicht zu finden: Das Angebot einer kulturellen Sehenswürdigkeit auszuweiten, wird als unmöglich angesehen.

Viele Touristen werden das replizierte Angebot einer kulturellen Sehenswürdigkeit gerne annehmen. Ein Neues Original bietet in vielfacher Hinsicht sogar mehr als das Original. Mit der Neuschöpfung wird zusätzlich eine engere Beziehung zur Geschichte und Kultur des Ortes geschaffen. Damit wird der Druck auf die „Originale“ vermindert und dadurch den wahren Kunstliebhabern deren Besuch angenehmer gestaltet. Zu

bedenken ist auch, dass der Unterschied zwischen „Original“ und „Kopie“ seit Langem umstritten ist. So ist es offen, ob der 1902 wieder aufgebaute Campanile auf dem venezianischen Markusplatz als Original oder als Kopie aufzufassen ist.

Könnte ein Neues Original nicht deren Besucher ermuntern, später das Original zu besuchen? Damit würde der kulturelle Übertourismus noch zusätzlich angeheizt. Einige Touristen werden sicherlich das Original in der Zukunft einmal ansehen wollen, was positiv zu bewerten ist: Eine neue Kategorie von Personen wird kulturell angeregt. Ein großer Ansteckungseffekt ist jedoch aus mehreren Gründen nicht zu erwarten. Viele Touristen aus anderen Kontinenten werden Europa nur einmal besuchen und deshalb die Originalorte gar nie sehen. Darüber hinaus haben viele Besucher eines Neuen Originals kein Bedürfnis, das Original aufzusuchen. Sie sind mit dem replizierten Angebot zufrieden und wollen das Original gar nicht besichtigen, nicht zuletzt, weil es weniger Annehmlichkeiten bietet. Sie werden vielmehr andere Kulturstätten aufsuchen, von denen es ja auf der Welt eine große Zahl gibt. Sogar eine umgekehrte Wirkung ist denkbar. Wer das Original gesehen hat, kann durchaus auf die Idee kommen, das mittels digitaler Technik spannend gestaltete Neue Original zu besuchen. Personen, denen das Neue besser als das ursprüngliche Original gefällt, werden in Zukunft auch andere neugeschaffene Kulturstätten besuchen. Damit werden die Originalorte vom Übertourismus entlastet.

Neue Originale sind auch ökologisch von Vorteil, denn die neuen Kulturorte werden besonders umweltfreundlich gestaltet und betrieben. Die heutigen überlaufenen Kulturstätten sind hingegen von Abnutzung, Verschandelung und Verschmutzung bedroht. So ist etwa die Luft in Venedig ausgesprochen schlecht, obwohl die Stadt von den Meerwinden profitiert. Ein Grund dafür sind die vielen Kreuzfahrtschiffe, die auch angedockt ihre gewaltigen Maschinen laufen lassen. Außerdem sind die Kulturtouristen genötigt, viele verschiedene Orte aufzusuchen, um beispielsweise die wichtigsten Kulturstätten Norditaliens zu besuchen. Ein Neues Original der wichtigsten Sehenswürdigkeiten etwa von Verona, Siena, Pisa, Padua, Bergamo und Vicenza an *einem* Ort, wie es in diesem Buch vorgeschlagen wird, verbessert die ökologische Bilanz der Besuchenden erheblich.

Ein Buch über „Übertourismus“ mag gerade zum heutigen Zeitpunkt überraschen. Im Frühjahr 2020 ist die Corona-Pandemie ausgebrochen, wodurch dem Übertourismus schlagartig und nicht voraussehbar ein Ende bereitet wurde. Gegenwärtig liesse sich sogar von „Untertourismus“ sprechen. Viele Länder haben den internationalen Tourismus völlig blockiert und in manchen Nationen ist auch das Reisen innerhalb der eigenen Grenzen verboten worden. Als Ergebnis stellt sich das genaue Gegenteil des Übertourismus ein. Der Tourismus ist lahmgelegt. Es zeigen sich völlig neue Bilder: ein total leerer Markusplatz in Venedig oder eine entvölkerte Große Mauer in China.

Dennoch kann dieses Buch als sinnvoll angesehen werden. Dafür lassen sich zwei Gründe anführen.

Erstens ist zu erwarten, dass sich der internationale und nationale Tourismus erholen wird, wenn die Corona-Welle überwunden ist. Allerdings ist offen, wie lange es dauert, bis sich wieder Situationen mit kulturellem Übertourismus einstellen. Manche Beobachter erwarten eine rasche Erholung, andere hingegen glauben, dass es einige Jahre dauern wird, bis der Touristenstrom wieder ähnliche Ausmaße annimmt wie vor 2020.

Diese auferlegte Pause ermöglicht uns, vertieft über den zukünftigen kulturellen Tourismus nachzudenken und uns zu überlegen, in welcher Weise die ungunstigen Zustände der Vergangenheit vermieden werden können. Der hier vorgebrachte Vorschlag einer Ausweitung des Angebots mittels Neuer Originale soll dazu einen Beitrag liefern.

Zweitens haben die Auswirkungen des Coronavirus zu einem verstärkten Gebrauch digitaler Techniken geführt. Zwar ist dieser Trend schon vorher sichtbar gewesen, wurde aber durch den Zwang zur Isolierung der Menschen in ihre Wohnungen intensiviert. So haben zum Beispiel Opernhäuser unentgeltlich Aufführungen virtuell angeboten. Das Opernhaus der Stadt Zürich hat Vincenzo Bellinis „I Capuleti e i Montecchi“, Giuseppe Verdis „Nabucco“ und „Rigoletto“ und Alban Bergs „Wozzeck“ ins Internet gestellt. Damit sind sicherlich auch viele Personen mit diesen großen Werken in Berührung gekommen, die wohl nie ins Opernhaus gegangen wären, um sie dort zu sehen. Mit diesen Internet-Übertragungen (Streaming) eröffnen sich auch neue Qualitäten und Dimensionen. Zum einen haben alle Zuschauer eine hervorragende Sicht auf die Bühne, so dass eine besonders gelungene Inszenierung besser zur

Geltung kommt und beachtet wird. Außerdem ermöglicht die digitale Übertragung Nahaufnahmen von Sängerinnen und Sängern, die bei einer herkömmlichen Operaufführung unmöglich sind. Wer nicht nur gut singt, sondern auch besondere schauspielerische Fähigkeiten hat, steigert die Qualität, die eine künstlerische Darbietung vermittelt.

Einen Schritt weiter gehen Aktivitäten im Internet, die zuvor nur real möglich waren. Ein Beispiel ist die Organisation und Durchführung von virtuellen Fußballspielen oder Autorennen. Beteiligt sind nicht nur Computernerds, sondern auch viele andere Personen. Deshalb lohnt es sich bereits, derartige Aktivitäten zu kommerzialisieren, wodurch sie realer werden. Eine Übernahme dieses Trends in den kulturellen Bereich lässt sich leicht vorstellen und wird bereits unternommen.

Der in diesem Buch gemachte Vorschlag Neuer Originale betont die Möglichkeiten, Kunststätten virtuell zu gestalten und daraus ein besonderes Erlebnis zu gewinnen. Damit wird über die heute bestehenden Möglichkeiten hinausgegangen.

Basel, Schweiz

Bruno S. Frey

Dank

Das Problem des kulturellen Übertourismus und vor allem meinen Vorschlag der *Neuen Originale* konnte ich mit vielen meiner Kollegen, Bekannten und Freunde diskutieren. Manche sind skeptisch, andere finden es eine gute Idee. Vor allem danke ich Martin Beglinger, Reto Cueni, Jens Drolshammer, Reiner Eichenberger, Gerd Folkers, Allan Guggenbühl, Beat Gygi, Jürg Helbling, Leopold Kohn, Kai Konrad, Simon Lüchinger, Christine Maier, Peter Nobel, Jan Osterloh, Lasse Steiner, Christoph Schaltegger, Friedrich Schneider, Urs Schupp, Angel Serna, Alois Stutzer, Christian Ulbrich, Hans-Joachim Voth und Anne-Lea Werlen.

Dankbar bin ich auch für die Kommentare anlässlich der Präsentation meiner Idee an verschiedenen Universitäten und Forschungszentren.

Das Buch baut auf verschiedenen Artikeln auf, die in wissenschaftlichen Zeitschriften veröffentlicht werden sollen. Einer davon ist teilweise zusammen mit meinem Mitarbeiter Andre Briviba verfasst (Frey und Briviba 2019). Die Idee der Neuen Originale wird auch im Kapitel 14 „Cultural Tourism“ im Buch von Frey (2019) kurz erörtert.

Evelyn Holderegger und Andre Briviba haben das Manuskript äußerst sorgfältig und hilfreich durchgesehen und dadurch mannigfache Verbesserungen ermöglicht; dafür bin ich sehr dankbar.

Ganz besonders verbunden bin ich meinem Bruder, René L. Frey, und meiner Frau, Margit Osterloh, für die vielen wichtigen Hinweise und Gedanken.