

Warum reisen Menschen in den angeblich schönsten Wochen des Jahres an einen anderen, oft weit entfernten Ort, um sich dort beim Bestaunen von Palästen, Hütten oder Ruinen zu ermüden? Warum geben sie viel Geld dafür aus, um in den hintersten Winkeln des Planeten vor rätselhaften Steinhaufen, zerbröselndem Gemäuer und luftgetrockneten Lehmziegelagglomerationen andächtig Kulturinteresse zu zelebrieren?

Keine Studienreise ohne Besichtigungen, keine Bildungsfahrt ohne das Auffädeln von Objekten, deren Besuch Ansehen verleiht, weil sie in der einschlägigen Literatur als des Ansehens wert gepriesen sind. Neapel sehen und sterben, das war einmal. Darauf war Goethe reduziert. In Zeiten ungebremster Beschleunigung, billiger Transportmittel und gewerkschaftlich erkämpfter Urlaubstage sind die Destinationen in die Ferne gerückt: Taj Mahal und Pyramiden, Sansibar und Samarkand, letztes Jahr Timbuktu, heuer vielleicht New York.

Kulturreisende – das sind gestresste Wohlstandsbürger, die in hart verdienten Urlaubstagen die hart verdienten Gelder in lokalen Ökonomien in Umlauf bringen. Wenn Autobuskolonnen die Reisegruppen ankarren, wenn Hundertschaften durch Auftreten und Outfit Freizeit signalisieren, wenn alle zur selben Zeit am selben Ort Bildungsbeflissenheit demonstrieren und schwitzend und schwärmend dieselben Monumente fotografieren – dann ist Ferienzeit in den Industrienationen.

Touristen-Fleiß

Wie Jürgen Habermas und Hans-Magnus Enzensberger schon in den fünfziger Jahren diagnostizierten, wird im Urlaub das Arbeitsverhalten wiederholt. Freizeit stehe „unter dem gesellschaftlich notwendigen Diktat der Arbeit“ (Habermas). Im Gepäck sind die Werte der Leistungsträger, da wird in angemessener Kleidung mit angemessenem Ehrgeiz abgearbeitet, was im Berufsalltag auf der Strecke bleibt: Kultur. „Der Tourismus ist das Spiegelbild der Gesellschaft, von der er sich abstößt“ (Enzensberger).

Warum fotografieren Touristen noch einmal das bereits tausendfach Fotografierte, das sie auch im Reiseführer finden und aus dem Internet herunterladen könnten? Warum halten sie in Sekundenschnelle mit Handy- und Klickkameras fest, was vor ihnen Professionelle bei besten Lichtverhältnissen mit viel Zeit- und Sachaufwand in Szene gesetzt haben?

Sie nennen es Kultur.

Eine Sehenswürdigkeit ist, was von einer Instanz zu einer solchen ernannt wurde. Weitere Instanzen krönen das erwählte Objekt zur Ausnahme, indem sie ihm das typografische Zeichen eines hochgestellten Sternchens aufsetzen, respektive eine Mehrzahl davon, ein System, das die Welt Baedeker zu danken hat. Eine solche *Asteriskisierung* (=Sternvergabe) spiegelt die gängige Praxis wider, Dinge durch zähl-, mess- und wägbare Kriterien der Wertung in ein hierarchisches System zu pressen, um dann ein ausgewähltes Objekt an die Spitze einer Bestenliste stellen zu können, hinter dem alle anderen gleichartigen eingereiht sind.

Sehenswürdigkeiten sind nicht, sie werden gemacht. Dazu werden sie um die Welt geschickt, die Objekte selbst werden mobilisiert.



Das Warten gehört zum Besuch einer Sehenswürdigkeit – nicht nur am Taj Mahal.

Foto: epa/Franck Robichon

Abgenutzte Schönheiten

Von Ingrid Thurner

Sehenswürdigkeiten: Ernannt von einer Kulturinstanz, geadelt durch eine Anzahl von „Sternen“, trivialisiert durch Millionen von Abbildungen, bedroht durch Bewunderer – und dennoch immer wieder besucht.

Denn es reisen nicht nur Touristen, sondern auch Kulturen, Orte, Dinge. Die Sehenswürdigkeiten gleiten über den Globus, denn sehenswert ist, was häufig fotografiert, häufig beschrieben und häufig abgebildet wird. Durch die vereinten Bemühungen von Vervielfältigungsexperten, durch Maler, Schriftsteller, Fotografen, Filmemacher, Journalisten, Tourismusmanager, durch mediale Vermittlung und Kommunikationstechnologien bleiben die Sehenswürdigkeiten nicht an einer Stelle, sondern treten überall auf und lassen sich überall nieder, in einer Art „Zeit-Raum-Kompression“ (David Harvey).

Verlust der Einzigkeit

Durch Präsenz an vielen Orten werden die Sehenswürdigkeiten dem Betrachter zu etwas Vertrautem, verlieren ihre Fremdheit. Die massenhafte Reproduktion des immer Gleichen oder sehr Ähnlichen bedeutet einen Verlust der Einzigkeit – von Walter Benjamin als Zertrümmerung der Aura beklagt. Den Kabarettisten Helmut Qualtinger inspirierte sie zur Kleinkunst: „Die meisten sogenannten Sehenswürdigkeiten sind vom vielen Hinschauen schon ganz abgenutzt“.

Zugleich aber sakralisiert das viele Hinschauen, „der touristische Blick“ (John Urry), die vielen Abbildungen durch Reiseführer, Postkarten, Hochglanzbroschüren, Kataloge, Filme, Fernsehserien, Werbung, Inserate, Plakate, Zeitungsberichte jedes Mal aufs Neue das Objekt. Was einmal als Ausnahme klassifiziert und mit

„Sternen“ hervorgehoben wird oder das Etikett „Weltkulturerbe“ trägt, dessen Status als Sehenswürdigkeit wird durch jeden weiteren Besucher und jede weitere Repräsentation erneut beglaubigt. Sakralisierung passiert auch durch Wiederholung, respektive, die stete Wiederholung bestätigt die Sakralisierung.

Sehenswürdigkeiten existieren also nicht für sich alleine genommen, sondern nur in der Auslegung ihrer Vermarkter, in der Wahrnehmung ihrer Betrachter, sie sind konstruiert, mindestens re-interpretiert, wenn nicht überhaupt erfunden. Deswegen sind beim Kabarettisten Qualtinger die Sehenswürdigkeiten „sogenannt“.

Dabei unterliegen die Objekte durch die allgemeine Zugänglichkeit einem Wandel, der vordergründig nicht ins Auge fällt. Während Sehenswürdigkeiten heute für viele sind, waren viele der Sehenswürdigkeiten zur Zeit ihrer Errichtung nur für wenige. Gräber, Gärten und Paläste wurden angelegt von vielen für einzelne, als Demonstration der Macht dieser. Durch die touristische Öffnung ergeben sich Veränderungen, allein durch die Menge der Besucher. Dies lässt sich beispielhaft darlegen anhand eines japanischen Zen-Gartens. Dessen meditative Kraft kann nicht nachvollziehen, wer ihn in Gesellschaft mehrerer Reisegruppen und Schulklassen betrachtet. Von den einzelnen, die die Menge bilden, wird diese Menge (die nicht die eigene ist) durchaus auch als negativ empfunden. Und so mag das zu besichtigende Objekt zwar das gleiche sein, aber es ist nicht

dasselbe. Wohl ist das Objekt den vielen nur zugänglich, weil es grundsätzlich allen zugänglich ist, gleichzeitig verhindert aber gerade diese Öffentlichkeit, das Objekt in der Form wahrzunehmen, die vom Erbauer beabsichtigt wurde.

Dann gibt es Kontrollen, Beschränkungen, Überwachungen. Besuchern wird das herrschende Ordnungssystem in Form von Befehlen übermittelt – Zäune, die Absperrungen bilden, Pfeile, die Wege weisen, Schilder, die Ge- und Verbote kundtun, Broschüren und Webseiten, die über Öffnungszeiten und über erwünschte Verhaltensweisen informieren. Das diskret, doch wohlüberlegt positionierte Aufsichtspersonal steht dort als Autorität und nötigt durch seine simple Anwesenheit die besichtigenden Personen zu regelkonformem Benehmen.

Ökonomische Kräfte

Die Bestimmung von Ausnahmen, die Ernennung zu Sehenswürdigkeiten, setzt unweigerlich ökonomische Kräfte in Gang, und es entstehen die Fazilitäten, die die Inwertsetzung erst garantieren. Überall sind Hilton und Pizzahut, Liegestühle und Longdrinks, Party und Event. Überall sind internationale Investoren und prekär beschäftigtes Personal, das um Minimallöhne lächelt, weil es nur dank der Trinkgelder überlebt.

Infrastruktur und Schnickschnack sind für die Global Players freilich nur rentabel, wenn viele sie frequentieren, deswegen wandeln in den berühmten Zielor-

ten der Welt Massen von Gesinnungsverbündeten in lockeren Verbänden und lockerer Gewandung, hecheln von Ausnahme zu Ausnahme, versprühen gute Laune und konsumieren.

Da die ausgezeichneten Plätze überall die gleichen touristischen Prozesse durchliefen, setzten sie sich ab von dem Kulturraum, den sie umgeben, den sie auf das weltweit immer Gleiche nivellierten. Überall sind Bettenburgen, Pommersbuden und Flaniermeilen. Es ähneln einander die berühmten Orte ebenso wie Industriegebiete und Vorortesiedlungen, wie Bahnhöfe und Flughäfen. Sie ähneln einander ebenso wie die „Nicht-Orte“ (Marc Augé) der Welt.

Lust an der Gleichheit

Es sind demnach nicht nur die Gegensätze, sondern auch die Gleichheiten der Orte, die Touristen locken. Sie würden dies jedoch vehement in Abrede stellen. Sie kommen nicht wegen der anderen, sondern trotz der anderen. Sie nehmen einander nur in Kauf. Ist das wirklich so? Sie könnten im November nach Venedig reisen, in der Regenzeit in die Tropen, im Winter nach Grönland, im Sommer nach Nordafrika. Das tun sie aber nicht. Warum? Bloß wegen des Wetters? Des Klimas? Der Schulferienregelungen? Doch in der Vor-, Nach- und Nebensaison lassen nicht nur Sonnenschein, Temperatur und Luftfeuchtigkeit zu wünschen übrig. Da gäbe es auch keine nennenswerte Anzahl von Gleichgesinnten, die zur gleichen Zeit das Gleiche wollen und jedem Einzelnen durch ihre Anwesenheit bestätigen, dass er sich zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle befindet.

Deswegen tröpfeln die Reisenden nicht gleichmäßig übers Jahr verteilt in die Ausnahme-Orte der Welt, sondern drängeln gemeinsam in der Hochsaison, wenn die Verkehrswege und Transportmittel, die das Ziel erreichbar machen, überquellen, wenn die Preise in schwindelnden Höhen pendeln, wenn die Betten in den Hotels rar und die Stühle in den Restaurants bereits belegt sind.

Die Ausnahme selbst wird nur umso begehrlicher, je mehr Menschen ihr huldigen durch physische Präsenz. Die Ehre, die ihr die Vielzahl von Bewunderern erweist, bestätigt einerseits ihre Sakralisierung, bedroht aber andererseits ihren Bestand – die trampelnden Schritte, die Ausdünstungen, die Bakterien und Viren. Dem Besucher aber versichert sie, indem er sie gefährden darf, dass er ein Kulturmensch ist.

Im transcript-Verlag, Bielefeld, erscheint in Kürze ein Band, zu dem die Autorin einen Artikel über Sehenswürdigkeiten beige-tragen hat: Burkhard Schnepel / Felix Girke / Eva-Maria Knoll (Hg): Kultur all inclusive. Identität, Tradition und Kulturerbe im Zeitalter des Massentourismus.

Ingrid Thurner, geboren 1954, ist Ethnologin, Essayistin, Lehrbeauftragte für Reisen, Tourismus und Fremdwahrnehmungen am Institut für Kultur- und Sozialanthropologie der Universität Wien, außerdem Kulturvermittlerin bei Studienreisen.

