



Kann man den Tourismus steuern?

Lucia Tozzi

Die Legende

Es gibt eine Legende, die von der Tourismusindustrie geschaffen wurde, um sich selbst vor dem Verlust ihrer Glaubwürdigkeit zu bewahren – in einer Zeit, in der allen offensichtlich geworden ist, dass die rastlose Bewegung großer Menschenmengen schwerwiegende Folgen für die Regionen und die dort lebenden Menschen hat. Diese Legende trägt verschiedene Namen: *nachhaltiger Tourismus*, *verantwortungsvoller Tourismus*, *bewusster Tourismus*, *solidarischer Tourismus*, *Ökotourismus* oder sogar *transformativer Tourismus*. Ihr erzählerischer Kern ist jedoch immer derselbe: Wenn Besucher*innenströme hinsichtlich ihrer Intensität, ihrer räumlichen Verteilung und ihres zeitlichen Auftretens gut gesteuert werden, sei es möglich, Orte zu respektieren und zugleich wirtschaftliches Wachstum sowie allgemeinen Wohlstand zu schaffen. Worin soll dieses wundersame gute Management eigentlich bestehen? Der Legende zufolge müssten die am stärksten belasteten Reiseziele entlastet werden – durch eine gleichmäßigere Verteilung der Tourist*innen über das

Jahr hinweg (Entsaisonalisierung) sowie durch eine geschickte Umleitung in weniger bekannte Gegenden. Gleichzeitig sollten die Reisenden über lokale Kulturen, Ökosysteme und Wirtschaftsweisen aufgeklärt werden, damit sie keinen Schaden verursachen. Konkret hieße das: Um die sommerlichen Spitzen von 20.000 bis 25.000 Besucher*innen täglich in Pompeji oder im Louvre – oder gar die 13.000 Menschen an den Drei Zinnen – zu bewältigen, müsste der nachhaltige Tourismus sie auf weniger bekannte Orte umlenken (etwa auf die wunderschönen Villen von Stabiae, reizvolle französische Provinzmuseen oder abgelegene Bergregionen), sie dazu bewegen, in der Nebensaison oder an Werktagen zu reisen (wenn sie eigentlich arbeiten, ihre Kinder zur Schule gehen und es häufig regnet), und sie dazu anhalten, sich mit den örtlichen Gebräuchen und Lebensweisen vertraut zu machen, um respektvoll mit den Bewohner*innen umzugehen und Verantwortung für deren soziale, ökologische und wirtschaftliche Lebensbedingungen zu übernehmen. Auf diese Weise soll ein kultureller und wirtschaftlicher Austausch entstehen, von dem beide Seiten profitieren.



Inhalt

Dem <i>homo turisticus</i> geht Thomas Benedikter auf den Grund.	4
Über <i>Tourismus</i> referiert Katharina Ritter und gibt damit Einblicke in die von ihr kuratierte Ausstellung.	6
Klaus und Moritz Dissertori sprechen über die Herausforderung als Hoteliers den Anforderungen der heutigen Zeit gerecht zu werden.	11
Mit einem lachenden und einem weinenden Auge sieht Paul Rösch den Tourismus als kulturellen Faktor.	12
Ein Gefühl der Solastalgie beschleicht Evi Brigl und Claudia Plaikner , wenn sie an Tourismus denken.	13
CURATORS PAGE: Caterina Riva hat sich Ausstellungen in Südtirol angesehen und Künstler*innen kennengelernt.	14
SAAVANNEN: <i>Ciaricè</i> von Nicola Dal Falco .	15
Der <i>Women's Prize for Fiction</i> steht im Fokus der Buchtipps von Lydia Zimmer .	16

FOTOSTRECKE

Bilder mit Untertiteln aus der Ausstellung
Über Tourismus des Architekturzentrum Wien.

GALERIE

Urtijëi von **Muriel Senoner** ist einer kritischer
Kommentar zum Overtourism.

Über Tourismus

Immer mehr Menschen reisen häufiger, weiter und zugleich für immer kürzere Zeiträume. Der Tourismus ist längst mehr als ein bedeutender Wirtschaftszweig. Er ist zu einer gesellschaftlichen Frage geworden, die den öffentlichen Raum ebenso prägt wie politische Debatten und alltägliche Erfahrungen. Dass sich diese Auseinandersetzung inzwischen auch in Form aktivistischer Interventionen im öffentlichen Raum Südtirols ausdrückt, überrascht kaum: Aufkleber mit der Aufschrift „9 Mio. Tourists“ oder „Overtourism“ und der rote Schriftzug „Too much“ auf Skipisten machen sichtbar, was viele Menschen beschäftigt.

In diesem Zusammenhang ist auch der Begriff der *Solastalgie* von Bedeutung. Er bezeichnet das belastende Gefühl von Verlust und Entfremdung, das entsteht, wenn Menschen die tiefgreifende Veränderung oder Zerstörung ihres unmittelbaren Lebensraums erleben und sich ihrer vertrauten Umgebung zunehmend entfremdet fühlen. Gerade in Regionen, deren Landschaften und Ortsbilder durch den Tourismus maßgeblich geprägt werden, gewinnt dieses Phänomen an Aktualität.

Der *Heimatspflegeverband Südtirol* versteht seine Aufgabe darin, die vielfältige Kultur- und Naturlandschaft des Landes zu schützen, zu bewahren und ihre Entwicklung kritisch zu begleiten. Aus diesem Grund greift er das Thema Tourismus auf und zeigt vom 7. September bis 16. Oktober in Bruneck die Ausstellung *Über Tourismus* des Architekturzentrum Wien. Sie stellt zentrale Zukunftsfragen: Welche Auswirkungen haben unsere Urlaubswünsche auf die gebaute Umwelt, das soziale Gefüge und das Klima? Und wie lässt sich ein Tourismus denken, der nicht jene Grundlagen zerstört, von denen er selbst lebt? Angesichts der tiefgreifenden Auswirkungen des Tourismus auf Landschaft, Mobilität, Wohnraum, Ressourcen und kulturelle Identität sind dies Fragen, die auch für die *Kulturelemente* relevant sind, weshalb wir *Über Tourismus* mit diesem Heft begleiten.

Hannes Egger

Was Tourist*innen wünschen

Beginnen wir mit der Perspektive der Tourist*innen. Wie uns Marco D'Eramo immer wieder in Erinnerung ruft, ist dies letztlich die Perspektive von uns allen – ohne Ausnahme. Wir alle gehören zu dieser berüchtigten Kategorie, es sei denn, wir verzichten vollständig darauf, unser Zuhause zu verlassen. Wie viele Menschen haben den Wunsch und den Mut, ein fernes Land zu bereisen und dabei dessen bekannteste Städte oder berühmteste Sehenswürdigkeiten bewusst zu meiden? Wer würde auf eine Insel reisen und darauf verzichten, an ihrem schönsten Strand zu baden? Nur sehr wenige. Und selbst unter dieser kleinen Minderheit finden sich vor allem Menschen, deren ausgeprägter Wunsch nach Besonderheit auf einem langen Erfahrungshorizont luxuriöser Reisen, kultureller Bildung oder außergewöhnlicher Lebensstile beruht – Erfahrungen, die für die meisten anderen kaum vorstellbar sind. Für einen durchschnittlichen Menschen, ganz gleich aus welchem Teil der Welt, wäre eine Reise nach Venedig, ohne den Markusplatz zu besuchen, oder ein Aufenthalt in Rovigo, ohne Venedig zu sehen, schlicht absurd und sinnlos. Die Bewerbung weniger bekannter Orte, abgelegener Reiserouten oder ländlicher Regionen dient daher lediglich dazu, den Tourismus auszuweiten: Neue Gebiete werden für Besucher*innenströme erschlossen, während die lokalen Bevölkerungen miteinander in Konkurrenz gesetzt werden. Zur Entlastung der großen Tourist*innenmagneten trägt dies hingegen nicht bei. Ebenso wenig hilft die Entsaisonalisierung dabei, Spitzenzeiten tatsächlich zu verringern. Sie verlängert vielmehr die Vorherrschaft des Tourismus über die Wirtschaft noch weiter. Denn wie viele Menschen verfügen gleichzeitig über genügend Zeit und Geld, um außerhalb der Ferienzeiten zu verreisen? Und wie viele genießen es, Landschaften bei schlechtem Wetter zu erkunden? Vor allem aber: Wie viele bleiben gerne – oder sogar mit Stolz – zu Hause, während alle anderen verreist sind und sie selbst vielleicht in einer überhitzten Stadt zurückbleiben? Und schließlich: Wie viele Menschen fahren mit dem ausdrücklichen Ziel in den Urlaub, anderen Gutes zu tun und ihr Bewusstsein für deren Lebensrealitäten zu erweitern? Und selbst bei jener gutmeinenden Minderheit – können wir sicher sein, dass sie über die von ihr gewählten Formen des respektvollen und solidarischen Reisens ihre tatsächlichen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft wirklich angemessen begrenzt?

Die Schäden der Best Practices / 1: Der Fahrradtourismus

Nehmen wir den Fahrradtourismus – gestützt auf eine umfangreiche Literatur, die ihn als Allheilmittel gegen sämtliche Probleme des Tourismus preist. Er gilt als Symbol der Langsamkeit im Gegensatz zum hektischen Massentourismus, als umweltfreundliche Form der Fortbewegung gegenüber schadstoffintensiven Verkehrsmitteln, als Ausdruck eines anarchischen Geistes – ganz im Sinne von Ivan Illich –, fernab von Vereinheitlichung und Massenbetrieb. In jüngerer Zeit wird er zudem als ideales Instrument angesehen, um stillgelegte Infrastrukturen und ehemalige Bahntrassen umzunutzen und sogenannte periphere Regionen (*aree interne*) wiederzuleben. Doch wie jede Form von Mobilität und Freizeitgestaltung ist auch der Fahrradtourismus in dem Moment, in dem er eine bestimmte Verbreitungsschwelle überschritten hat, zu einem der gefährlichsten Eingriffe in das Ökosystem der Berge geworden. Anstatt stillgelegte Bahnlinien oder bestehende Straßen umzunutzen, werden heute hochalpine Wanderwege, Saumpfade, Wälder und Almen eingeebnet. Die Radwege – das neue Gold des Tourismus – bringen die Planierraupen an Orte, die bis dahin als unanastbar galten. Und wo Menschenmengen auftauchen, ziehen sie weitere Menschenmengen an, die selbstverständlich immer höher hinauf und immer weiter hinaus wollen. Dafür braucht es Parkplätze in immer größerer Nähe. Berghütten verwandeln sich in Hotels. Innerhalb kurzer Zeit wird der Fahrradtourismus zu einem der wichtigsten Motoren einer *Metromontagna* – einer Bergland-

schaft, die zunehmend verstädtert, infrastrukturell erschlossen und immer leichter zugänglich wird. Sie richtet sich nicht mehr nur an Sportler*innen oder erfahrene Berggänger*innen, sondern an Menschen, die sich noch vor wenigen Jahren nie zugetraut hätten, solche Landschaften zu betreten, weil sie als unwegsam und anspruchsvoll galten.

Die Schäden der Best Practices / 2: Der Agrotourismus

Dasselbe gilt für den Agrotourismus. Theoretisch soll er eine tragende Säule zur Förderung des ökologischen Landbaus und regionaler Wirtschaftskreisläufe sein sowie ein wirksames Mittel, um die wirtschaftliche Existenz von Landwirt*innen zu sichern. Seinem Anspruch nach soll er zudem den Tourismus mit den landwirtschaftlichen Kulturen und den kulturellen Traditionen eines Ortes in Verbindung bringen und auf diese Weise das Wissen über lokale Identitäten und Gemeinschaften fördern und zu deren Erhalt beitragen. Wer jedoch einige *Agriturismi* besucht hat, erkennt unschwer, dass sie heute überwiegend zu Luxusresorts und gehobenen Restaurants geworden sind – und zwar auf Kosten der Landwirtschaft selbst. Die Zahlen von ISTAT und ISMEA (Institut für Dienstleistungen auf dem Agrar- und Lebensmittelmarkt) zeichnen ein eindeutiges Bild der Auswirkungen dieser Wirtschaftsform auf die Landwirtschaft: Während Hunderttausende traditioneller Landwirtschaftsbetriebe aufgegeben werden mussten, stieg die Zahl der *Agriturismi* zwischen 2000 und 2015 um 70 Prozent und erreichte im Jahr 2024 insgesamt 26.360 Betriebe. Dennoch erwirtschaften sie lediglich 22 Prozent des Gesamtwerts der nationalen landwirtschaftlichen Produktion. Der Grund dafür liegt darin, dass Agrotourismusbetriebe Umsätze in der Dynamik des Tourismus erzielen können, zugleich aber von den erheblichen steuerlichen Vergünstigungen profitieren, die für landwirtschaftliche Betriebe gelten. Darüber hinaus erhalten sie zusätzliche Fördermittel – etwa für die Digitalisierung ihrer Dienstleistungen, für sogenannte „Lehrbauernhöfe“ sowie für den Ausbau von Wander-, Rad- und Erlebnispwegen oder Programme zur touristischen Aufwertung von Regionen. Im Ergebnis fungieren sie als attraktive Zentren „sozialer Innovation“, die jedoch Arbeitskraft und Ressourcen aus der eigentlichen Landwirtschaft abziehen und diese ihres ursprünglichen Charakters berauben. Gleichzeitig betreiben sie eine Form unlauteren Wettbewerbs (*Dumping*) gegenüber klassischen Beherbergungsbetrieben und beschleunigen die Umwandlung ganzer Regionen in Freizeitparks, deren Hauptzweck darin besteht, einen konventionellen, industrialisierten Massentourismus anzuziehen. Diese Position ist derart vorteilhaft, dass sich in der Branche zahlreiche Missbrauchsfälle finden: Viele Betriebe haben mit Landwirtschaft kaum noch etwas zu tun, weshalb zunehmend strengere gesetzliche Regelungen und wirksamere Kontrollen gefordert werden. Dennoch werden diese Vorschriften nur unzureichend durchgesetzt. Denn die vorherrschende Überzeugung – die indirekt auch das Kontrollsystem beeinflusst – lautet, dass der Tourismus trotz aller Widersprüche und Ambivalenzen die wichtigste Quelle für wirtschaftliches Wachstum und allgemeinen Wohlstand sei, die den entwickelten Staaten und insbesondere den Ländern Südeuropas zur Verfügung steht.

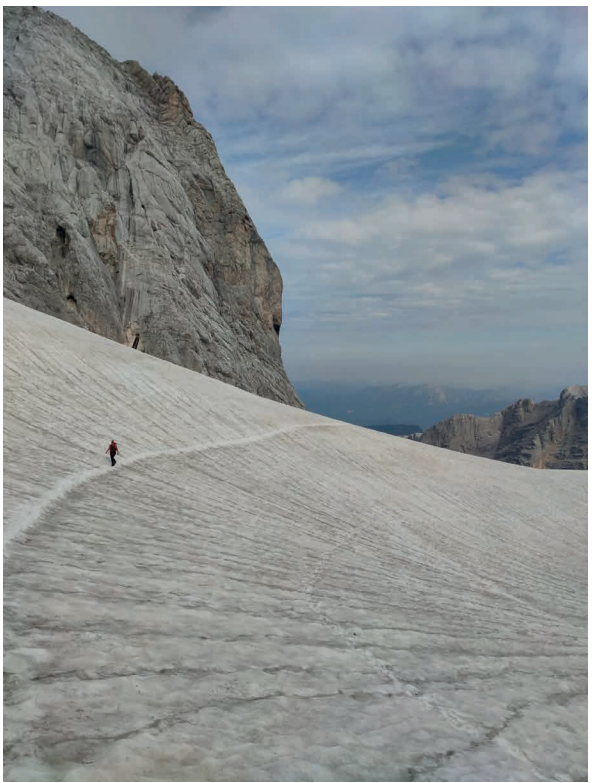
Die Wirtschaft umwandeln – die Unabhängigkeit vom Tourismus erlangen Im Gegensatz dazu ist nur allzu bekannt, dass der Tourismus in der Wirtschaft wie ein Monopolist und als Reichtumskonzentrator wirkt. Als Monopolist gegenüber anderen Wirtschaftsformen, weil er diese sich unterordnet, sie hemmt, ihnen ihre Inhalte entzieht oder sie vollständig verdrängt: Entweder produziert man für den Tourismus – beispielsweise werden Infrastrukturen, Gebäude und Dienstleistungen nicht mehr für die Bewohner*innen, sondern für Tourist*innen errichtet; Kultur, Konzerte und Ausstellungen sind allesamt darauf ausgerichtet, Tourist*innen anzuziehen, und nicht



mehr auf jene ausgerichtet, die dort leben, arbeiten oder studieren – oder man ist zum Verschwinden verurteilt, wie große Teile der Industrie, des Designs und auch der Landwirtschaft. Als Konzentrador von Reichtum wirkt der Tourismus, weil bekannt ist, dass die Einnahmen aus dem für das Überleben des Tourismus notwendigen unendlichen und beschleunigten Wachstum (Orte müssen wachsen oder sie unterliegen der Konkurrenz anderer Standorte) im Vergleich zu anderen Wirtschaftsformen äußerst ungleich verteilt werden: Wenige werden beschämend reich, während viele in prekäre und schlecht bezahlte Arbeitsverhältnisse gedrängt werden. Gleichzeitig erreichen die Wohnkosten extreme Höhen, und alles, was einst öffentlich oder kostenlos war, wird privatisiert und teuer – Schwimmbäder, Strände, Verkehrsmittel und sogar der öffentliche Raum werden für die breite Bevölkerung unzugänglich. Das zivile Leben reduziert sich auf ein Minimum, auf bloßes Überleben. Die kombinierte Wirkung dieser beiden Phänomene erzeugt wirtschaftlich fragile Gebiete, die von öffentlichen und privaten Investitionen in diesen Sektor abhängig sind – aber nicht nur das: Regionen, die vom Tourismus monopolisiert werden, sind dem Risiko ausgesetzt, durch jedes ungünstige Klimaereignis, einen Terroranschlag, einen Imageverlust, einen Volksprotest oder auch nur durch den Absturz auf die letzten Plätze irgendeines absurden Rankings zur Lebensqualität in den Niedergang zu geraten. Deshalb bedeutet Tourismusmanagement im Wesentlichen, seine Bedeutung innerhalb der Zusammensetzung des Bruttoinlandsprodukts (BIP) zu verringern: Der Anteil seines Beitrags zur Wirtschaft eines Landes muss im Verhältnis zu anderen Sektoren sinken, sodass kein Gebiet und kein Wirtschaftsbereich strukturell von der Entwicklung der Tourismussaison abhängig ist. Die Diversifizierung touristischer Wirtschaften fördert lediglich weiteres Wachstum des Tourismus, löst aber nicht die sozioökonomischen Probleme. Wir müssen zu einer gemischten Wirtschaftsform zurückkehren, die wieder auf die Produktion von Gütern und Dienstleistungen für die Bewohner*innen ausgerichtet ist und nicht ausschließlich auf Attraktivität und Anziehungskraft. Um ein solches Ergebnis zu erreichen, ist es notwendig, mit großer strategischer Intelligenz eine starke öffentliche Desinvestition aus dem Tourismussektor zu planen und die Mittel in jene Bereiche umzuleiten, die den Aufbau solider, stabiler und gerechter Wirtschaftssysteme ermöglichen. Heute klingt eine solche Aussage wie eine Ketzerei, doch es handelt sich um eine politische Frage von zentraler Bedeutung: Wenn wir den Paradigmenwechsel zu spät annehmen, wird die Umstellung weitaus kostspieliger und schwieriger werden.

Im Sommer 2023 blockierten Demonstrant*innen 15 Minuten lang den Zufahrtstunnel nach Hallstatt, um auf die durch den Massentourismus bedingte Verkehrsbelastung aufmerksam zu machen. FOTO Friedrich Idam

Ob Wandern, Bergsteigen, Skifahren, Tourengehen, Klettern, Mountainbiken oder Canyoning – viele wollen die Berge nutzen, Konflikte nehmen zu. FOTO Helene Ritter



Der Tourismus ist kein unausweichliches Schicksal Das Schwierigste ist, sich vom Tabu der Unvermeidbarkeit zu befreien: Alternativen zu dieser globalen Maschine der erzwungenen Mobilität existieren. Entgegen der verbreiteten Auffassung entsteht der Tourismus nicht aus freier unternehmerischer Initiative, sondern ist das Ergebnis sehr konkreter politischer Entscheidungen: Billigfluglinien können sich nicht allein durch die verkauften Tickets finanzieren, Skigebiete wären niemals in der Lage, die großen Infrastrukturprojekte und Anlagen mit den – ohnehin exorbitanten – Preisen ihrer Skipässe zu bezahlen, und Strandbäder verdanken ihren Wohlstand den ewigen und nahezu kostenlosen Konzessionen. Viele Orte könnten ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Tourismus und Lebensqualität ihrer Bewohner*innen bewahren, wenn sie lediglich darauf verzichten würden, sich auf der internationalen Bühne als begehrten Reiseziele zu vermarkten. Die Kosten tragen die Steuerzahler*innen: Es ist ihr Geld, das Politiker*innen und Verwaltungen der Forschung, den produktiven Kräften, der regulären Instandhaltung und den Sozialpolitiken entziehen und in Investitionen lenken, die sich häufig nicht nur als schädlich, sondern auch als verlustbringend erweisen. Der französische Staat hat beispielsweise begonnen, die Unterstützung für schneearme Skigebiete zu reduzieren, weil offensichtlich geworden ist, dass es für die Bevölkerung keinen wirtschaftlichen Nutzen mehr gibt. Gleichzeitig hat er eine Politik zur Rodung von Weinbergen eingeleitet, weil sich auch das Allheilmittel Weinverkostungen nicht als fähig erwiesen hat, die Krise des Weinsektors zu lösen. Um den Druck des Tourismus auf die eigene Bevölkerung einzudämmen, hat die Stadt Amsterdam die Mittel für Stadtmarketing gekürzt, während einige Orte im Norden Frankreichs abgelehnt haben, Billigfluglinien an ihren Flughäfen aufzunehmen. In dieselbe Richtung gehen Entscheidungen einiger Verwaltungen, die eine Ausweitung touristischer Häfen und der sogenannten *Blue Economy* nicht genehmigen – wie etwa in Piano di Sorrento – oder die Strandkonzessionen nicht verlängern wollen, um stattdessen den Zugang zum Meer und gepflegte Strände wieder den eigenen Bewohner*innen zugänglich zu machen, wie es der Bürgermeister von Bacoli macht. Dies sind wegweisende Beispiele, die zeigen, dass es möglich ist, Chancen und hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen, ohne die Bewohner*innen einer dienstleistungsorientierten Wirtschaft zu opfern, die auf einer reinen Ausbeutung von Ressourcen beruht. Die Bewerbungen um die Ausrichtung großer Sportereignisse oder Weltausstellungen beginnen leer auszugehen, weil inzwischen offensichtlich ist, dass öffentliche Ausgaben in Gewinne für wenige private Ak-

teure umgewandelt werden – meist für finanzstarke Organisationen oder globalisierte Apparate wie das *Bureau International des Expositions* (BIE), das *International Olympic Committee* (IOC) oder die *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA): Vergesellschaftung der Schulden, Privatisierung der Gewinne. Zu den bekanntesten Maßnahmen gehören die Einschränkungen von Plattformen für kurzfristige Vermietungen, die erheblich zur Wohnungsnot beigetragen haben. In New York City und Barcelona ist man inzwischen so weit gegangen, sie nahezu vollständig zu verbieten – nicht nur im Zentrum, sondern auch in besonders verletzlichen Stadtvierteln. In allen anderen Ländern, mit Italien als Nachzügler, versucht man mit unterschiedlichem Engagement, entsprechende Grenzen zu setzen. Auch hier geht es jedoch nicht nur um Regulierung, sondern um die Festlegung einer Industriepolitik: Es muss geklärt werden, was direkt – durch Förderungen – oder indirekt – durch Steuervergünstigungen – finanziert wird. Dringend beendet werden muss beispielsweise die Förderung gemischter Wohnstrukturen (Student*innenwohnheime-Hotels, sozialer Wohnbau mit touristischer Nutzung), die einen gigantischen Transfer öffentlicher Gelder an Immobilienfonds als Maßnahme zur Verbesserung der Wohnraumerreichbarkeit tarnen. Um das Recht auf Wohnen zu verteidigen, bleibt den öffentlichen Institutionen keine andere Wahl, als Politiken zugunsten der Immobilienrendite einzuschränken: durch Mietobergrenzen, die Besteuerung leerstehender Immobilien und ihre Umwandlung in Wohnungen mit regulierten Mieten, durch Einschränkungen beim Erwerb von Zweitwohnungen und vor allem durch eine grundlegende Wiederaufnahme des sozialen Wohnbaus, die Sanierung und regelmäßige Instandhaltung des bestehenden Wohnungsbestands sowie dessen Erweiterung. Das gegenwärtige historische Paradox besteht darin, dass jene Regionen, die bisher als weniger attraktiv und touristisch weniger entwickelt galten, sich heute in einer Vorreiterrolle wiederfinden. Städte, die ein gutes Verkehrsnetz erhalten haben, über eine funktionierende öffentliche Verwaltung urbaner Dienstleistungen verfügen, einen ausreichenden Anteil an öffentlichen Immobilien besitzen, durch Regelungen die Interessen der Bewohner*innen schützen, keine allzu tiefgreifenden Verwerfungen bei den Immobilienpreisen erlebt haben und weiterhin über ein lebendiges Produktionsgefüge verfügen, können aus den Fehlern anderer lernen, ohne sich in nicht zukunftsfähigen Modellen zu verfangen. Sie können mit größerem Vertrauen in die Zukunft blicken als Orte wie Venedig oder Forte dei Marmi, die ihrer Bewohner*innen – und möglicherweise auch der Fähigkeit, sich ein neues Leben vorzustellen – beraubt wurden.

Die *kulturelemente* sind eingetragen beim Landesgericht Bozen unter der Nr. 1/81. Alle Rechte sind bei den Autorinnen und Autoren. Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit Genehmigung der Redaktion und Angabe der Bezugsquelle erlaubt.

Homo turisticus – Der Tourismus als Lebensform der Moderne

Thomas Benedikter

Urlaub: die Anti-Überdruss-Maßnahme schlechthin
Ist es die durchgetaktete industrielle Leistungsgesellschaft, die uns derart auf den Urlaub fokussiert? Das physische Bedürfnis nach Auszeit und Wechsel, nach Abstand vom Beruf und Ausbruch aus dem Alltag? Ist der heutige *homo turisticus* die Evolution zum hypermobilen, unbehausten Menschen, der nur durch ständigen Ortswechsel Sinn und Befriedigung findet? Tatsächlich gibt es eine grundsätzlich konstante Reiselust in den Industriegesellschaften. Nicht zufällig prognostiziert die UN-Tourism nach dem Rekord von 1,52 Milliarden internationalen Gästeankünften in 2025 weiteres Wachstum für 2026 und 2 Milliarden Ankünfte in 2035. Es ist zur schieren Gewohnheit geworden, einige Mal im Jahr zu verreisen. Untersuchungen stellen bei Urlauber*innen immer dieselben Reismotive fest: Entspannung, frische Kraft sammeln, raus aus der Enge der Alltagsgewohnheiten, aus bekannten Mustern, aus Überreizung oder Reizarmut, Spaß, Vergnügen, Natur erleben sowie Sonne und Wärme. Jeder Aufbruch hat etwas Verlockendes. Man konfrontiert sich neu, man will sich selbst anders, positiver unter anderen Bedingungen wahrnehmen. Es ist der *flow*, den wir suchen.

Ganz reicht das jedoch auch nicht mehr. Deshalb müssen alte Geschäftsfelder für den Tourismus neu definiert werden, wie der Gesundheitstourismus, der jetzt als *Longevity*-Tourismus Urständ feiert: die „konsequente Weiterentwicklung des klassischen Gesundheitstourismus – weg von kurzfristiger Regeneration, hin zu evidenzbasierter Prävention und nachhaltiger körperlicher und geistiger Gesundheit“ (Wolfgang Töchterle, Marketingdirektor von IDM). Für Südtirol, so die IDM-Website, bringt dieser Schritt, touristisch gesehen, eine klare Aufwertung der Wertschöpfung mit sich: höhere Zahlungsbereitschaft bei breiterer räumlicher Verteilung, längere Aufenthaltsdauer, neue Zielgruppen und eine potenziell signifikante Entzerrung der Saisonalität. „Südtirol entwickelt sich zum Lebensqualitäts-Ökosystem,“ so die IDM. Fragt sich für wen.

Was hat sich geändert, seit Jost Krippendorf 1984 in *Die Ferienmenschen* den Massentourismus in einer Krise sah und meinte, die ersehnte Erholung oder die erhoffte Selbstverwirklichung fänden nicht oder nur selten statt. Dennoch führen seitdem jedes Jahr in Europa im Winter wie im Sommer dutzende Millionen Menschen gleichzeitig los, um mit ihren Autos einen stillen Platz am Meer oder in verschnitten Bergen zu finden, möglichst wo wenig andere sind. Da gleichzeitig überall in Europa, gleich ob Tourismusquellgebiet oder Destination, die Motorisierung gewaltig zugenommen hat, war das Ergebnis vorhersehbar. Z.B. in Südtirol, eine der Regionen mit der höchsten Fahrzeug-

dichte Europas, sind 26 % des gesamten Verkehrsaufkommens touristischer Freizeitverkehr, so Hanspeter Niederkofler in *Heimat oder Destination Südtirol?* (Heimatpflegeverband/POLITIS).

Der Tourismus lebt von Bildern
Ist Tourismus die vermeintliche ästhetische Erfüllung im Anderswo, die man meist nicht erreicht, weil sie nur in untouristischen Orten geschehen kann? „Wer in die Ferien fährt, hat seither vorzugsweise eines im Gepäck, nämlich seine eigenen Erwartungen, inklusive der bangen Zweifel, ob sie sich auch wirklich erfüllen lassen“, schreibt Valentin Groebner in *Ferienmüde*. Das soll und kann die Tourismuswerbung: Wünsche wecken. Traumdestinationen verkörpern Schönheit, die über die Authentizität der Bewohner*innen, Bräuche und Architektur auch eine Reise in die Vergangenheit erlauben soll, oder zumindest eine Ahnung davon, wie das Alpenidyll einmal war. Das Ganze rasch erreichbar und unterfüttert mit allen erdenklichen modernen Dienstleistungen. Die Traumdestination bedient die Sehnsucht nach dem perfekten Ort, der alle Wünsche erfüllt, zumindest für einige Tage.

Dabei ist Tourismus längst zum „Superreplikator“ geworden (Groebner), der die Erfüllung von Bedürfnissen verspricht, die er selbst mit seinen Bildern von ständig neuen Traumdestinationen erzeugt. Dauernde Wiederholung wird erzwungen, weil noch viele Reiseziele warten. Touristisches Reisen macht auf eine Weise unzufrieden, gegen die nur noch mehr Reisen zu helfen scheint. Wiederholbarkeit gehört auch zum Tourismus. Beim nächsten Mal müssen und sollten sie noch da sein: die unberührten Orte, die uralten Einwohner*innen, die authentischen Traditionen, die gute Stimmung. Der Urlaub findet in Wiederholungsschleifen statt. Reisen ist seit Langem auch ein Statussymbol und Vehikel zur Selbstdarstellung: „Was, da wart ihr noch nicht?“ Daher der Drang, noch unberührtere Inseln, steilere Berge, leerere Strände, interessantere Museen, coolere Clubs besucht zu haben, und das auch auf allen Kanälen zu posten.

Wir werden überschüttet mit abertausenden Bildern von sehenswerten Gegenden und Destinationen, die unsere Freunde posten oder die wir aus dritter Hand zugespielt bekommen. Sie werden zu „Traumzielen“ auf unserer langen Liste von Reisezielen. Dann mutieren sie zur Destination, die digital von den Tourismusakteur*innen bewirtschaftet wird. Optionen, Mobilität, Unterkunft, Zusatzleistungen, Freizeitangebote sowie Sehenswürdigkeiten werden klickbar wie im Computerspiel. Doch wir wollen es real erleben, wollen dort gewesen sein und das auch im Bild nachweisen, wollen

„Ich war schon überall. Ich war noch nicht überall, aber überall steht auf meiner Erledigungsliste.“
Susan Sontag, *Unguided Tours*

instagrammable Eindrücke festhalten für unser inneres und digitales Archiv. So werden die Reiseziele zu Drehorten für einen imaginierten Selfiefilm fürs Heimkino mit mir selbst als Hauptdarsteller, wie Marco d'Eramo schreibt. Als Regisseur*innen im Hintergrund treten die Reiseinfluencer*innen mächtig auf den Plan. Von den Bildern im Kopf – gleich ob als Posts der Influencer*innen, als Werbeclip der Destination oder als Reiseführer – werden die Tourist*innen zu den Highlights gelenkt und zu den Geheimtipps geführt, an denen sich dann tausende Geheimtippsuchende gleichzeitig einfinden. Der eigene Urlaub als Inszenierung: „Eine begrenzte Zeitperiode, in der die Reisenden beschließen, Gesellschaften und Inszenierungen der Tourismusindustrie für wahr zu halten“ (Groebner).

Und warum gerade Südtirol?
Was suchen Millionen Gäste bei uns und erhalten sie es? Sind sie zufrieden mit der touristischen Dienstleistung und mit dem ganzen Land? Anscheinend schon, sonst würden nicht so viele ständig wiederkommen. Doch weil Überfüllung und Übertourismus auch die Urlauber*innen selbst nervt, kommen viele nicht mehr, sogar Stammgäste. „Südtirol ist einfach zu voll geworden, es erstickt am eigenen Erfolg“, sagte Markus Lanz in einer Talkshow im Südtiroler Landtag im Mai 2026. „Kaum verlässt man das Hotel, steckt man im Stau.“ Auch deshalb, weil eine touristische Lieblingsbeschäftigung, das Herumfahren, aus dem Ruder läuft. Die Einheimischen ducken sich in der Hochsaison weg, meiden die Hotspots, starten früher als die Tourist*innen, suchen abgelegene Orte. Doch es gibt kein Entrinnen, denn die Touristiker*innen spüren alles auf, was noch irgendwie urig, originell und authentisch wirkt, um das dann gnadenlos zu vermarkten. Da sind nicht nur die Motorsportexzesse auf den Passstraßen, die Mountainbiker*innen auf den Wanderwegen, die Tourist*innen in allen Bars der Altstädte, sondern auch überall frei abgestellte Wohnmobile, Wildcamper*innen in Naturschutzgebieten, E-Bike bewehrte Tourist*innen in überfüllten Öffis.

Die Werbeagentur der Autonomen Provinz, genannt IDM, arbeitet hochprofessionell und effizient, bedient diese Bilderwelt. Steuerfinanziert wird ein Land vermarktet. Der Erfolg misst sich an den jährlich steigenden Tourist*innenankünften und Umsätzen in Gastgewerbe und Hotellerie. Er kann sich sehen lassen. IDM, DMOs und Betrieben selbst ist es gelungen, alle erreichbaren Kanäle mit Bildern und Botschaften zu fluten. Es geht darum, nicht nur die erfolgreichen Sehensuchtsorte in Erinnerung zu rufen, sondern auch neue Märkte zu bearbeiten. Immer noch punktet Südtirol als

einzigartige Kombination von Natur, Kultur, Gastronomie und Technik, als Brücke zwischen alpiner Wildnis und mediterranem Flair. Waren es früher Seilbahnen und Sessellifte, sind es heute Stahlbetonkonstruktionen auf Bergspitzen, aberwitzige Hotelbauten mit endloser Wellnesslandschaft und die Befahrbarkeit des Landes auf gut gepflegten Bergstraßen bis in den letzten Winkel. Dank technischer Infrastruktur können sich die Besucher*innen ins Hochgebirge begeben. Dort erholen sie sich vom verlärmten und hektischen Alltag, indem sie mit dem Motorrad oder Sportauto über Bergstraßen rasen, wiederum lärmend mit dem Freizeitspaßgerät und mit den Bergen als Kulisse. Je mehr Leute auf der Grawand oder auf dem Stifser Joch nach 500 km Anreise die schrumpfenden Gletscher besichtigen, desto schneller verschwinden diese.

Noch mehr alpiner Funpark: Geht das?
Heute wundern wir Südtiroler*innen uns oft, warum Hoteldörfer wie Schenna, Dorf Tirol, Corvara und Kastelruth immer noch so attraktiv sind, warum sich unglaublich viele Gäste in solchen Tourist*innenghettos wohlfühlen. An Südtirol knüpfen viele Gäste eben immer noch die Erinnerung an die familiäre Vertrautheit der Pionierjahre, die wilden 1960er und 1970er Jahre (Rina/Rösch), an all diese Begegnungen, die es heute allenfalls beim Urlaub auf dem Bauernhof, in den Familienpensionen und Traditionsgasthöfen noch gibt. Michil Costa plädiert in *Raus aus dem Rummel* für die Rückkehr zum menschlichen Maß, um überhaupt noch etwas Gastlichkeit im durchgetakteten Kurzaufenthalt zu wahren.

Heute schon ist Südtirol jene Region der Alpen mit der höchsten Tourismusintensität: am meisten Betten pro Flächeneinheit, am meisten Nächtigungen pro Bevölkerung und wohl auch am meisten touristisches Verkehrsaufkommen. Wird es so bleiben oder wird die touristische Inanspruchnahme gar noch intensiver? Schon vor 40-45 Jahren stand man vor dieser Frage. Nach den „wilden Jahren“ (Rösch/Rina) der 1960er und 1970er Jahre versuchten Politiker*innen mit Weitblick, den touristischen Bauboom zu bremsen. Doch vergeblich. Nach kurzem Intervall wuchs der Tourismus stetig weiter, nur in den beiden Epidemie-Jahren knickte die Wachstumskurve kurz ein. Somit hat der Tourismus in Südtirol mit dem weltweiten Tourismus etwas gemein: Er nimmt laufend zu. Dabei meint die Tourismusindustrie jeden Geschmack und Bedarf gleichzeitig bedienen zu können: die Motorradfans und die Radfahrer*innen, die E-MTB-Fahrer*innen wie die Wanderer*innen, die Golfspieler*innen und die Kulturtourist*innen, die Eventbesucher*innen wie die Ruhesuchenden. Passt das alles unter einen Hut und wie lange?



Künstliche Beschneung hat einen hohen Energie- und Wasserbedarf und geht oft mit der zusätzlichen Errichtung von skitechnischer Infrastruktur im Hochgebirge einher.
FOTO WWF, Anton Voraue



Zentral geplanter Massentourismus als flächensparende Gartenstadt mit ikonischer Architektur:
La Grande-Motte an der französischen Mittelmeerküste (Chefarchitekt: Jean Balladur)
FOTO Office de Tourisme Grande-Motte - CRTL Occitanie

Dabei könnte es auch bleiben, weil die Rahmenbedingungen für die „Destination Südtirol“ im Vergleich zu anderen Alpenregionen günstig bleiben. Von den Ballungsräumen in Norditalien, Süddeutschland, Schweiz und Österreich ist Südtirol in einem halben Tag erreichbar – sofern kein Stau – und kann vor Ort bis in den hintersten Winkel mautfrei befahren werden. An der Beherbergungskapazität wird unaufhörlich weitergebaut, denn der 2022 von der Landesregierung dekretierte Bettenstopp hat sich als Fake entpuppt: Die Zahl der buchbaren Betten ist seitdem um mehr als 40.000 angestiegen. Auch beim Bau und bei der Erweiterung von Aufstiegsanlagen ist kein Ende abzusehen. Beste Voraussetzungen für die touristische Hypermobilität. Vom menschengemachten Klimawandel, zu dem der Tourismus selbst in wachsendem Ausmaß beiträgt, könnte Südtirols Tourismuswirtschaft paradoxerweise profitieren. Zum einen werden durch den Temperaturanstieg in Mitteleuropa die Berggebiete als Sommerfrische wieder attraktiver, obwohl die jährlichen Durchschnittstemperaturen gerade im Alpenraum ansteigen. Die Alpen bieten trotz partieller Übererschließung noch weite Räume nicht urbanisierter Natur- und Kulturlandschaften, die hinreichend mit touristischen Infrastrukturen aller Art bestückt sind. Andererseits werden Flug-Fernreisen im Zuge des Klimawandels tendenziell teurer, und näher gelegene Destinationen interessanter. Die mit dem eigenen Elektroauto oder mit Bus und Bahn erreichbaren Ziele in Europa werden dadurch wettbewerbsfähiger.

So gewinnt das dystopische Bild Aktualität, das die Nordtiroler Gruppe YEAN vor genau 20 Jahren für Tirol entworfen hat: Der Alpenraum wird vollends zum *Funpark* der großen Ballungsräume in Nord und Süd, der dank U-Bahn- und Schnellbahnnetz sowie Autobahnen in kürzester Zeit erreichbar sein wird. Mit der Verkürzung der Fahrzeiten dank BBT ab 2032 wird dieser Entwurf ein Stück realistischer. Der Kurzzeittourismus erhält einen neuen kräftigen Schub. Auch für die kaufkräftige Oberschicht aus Osteuropa und Turbotourist*innen aus fernen Schwellenländern gehört der Alpenraum mit seiner technisch gezähmten Bergwelt zu einer Besonderheit. Während wegen fehlender Schneesicherheit zahlreiche Skigebiete endgültig aufgeben müssen, wachsen andere Wintersportgebiete in Südtirol weiter, weil ausreichend stark kapitalisiert, gut erreichbar, subventioniert und für technische Beschneigung gut gerüstet.

Wir sind dem Tourismus ausgeliefert. Gefangen im stählernen Korsett des Wachstumszwangs setzt die Branche selbst auf jährliche Zuwächse. Die gewaltigen Investitionen in die touristische Infrastruktur müssen amortisiert, die Betten gefüllt, die Kredite bedient, Quellmärkte bearbeitet werden. In Osteuropa, England, Belgien und auch in Ostasien und Nordamerika gibt es immer noch kaufkräftige Menschen, die noch nie in einem Infinity-Pool zu Füßen des Sellastocks gelegen sind, die noch nie den tiefgefrorenen Ötzi gesehen haben und mit einem Ferrari aufs Timmelsjoch gerast sind. Die Bevölkerung lehnt zwar mehrheitlich noch mehr Rummel ab, doch auch das glaubt die Südtiroler Tourismuswirtschaft in den Griff zu bekommen und hat 2026 Kampagnen zur Stärkung der „Tourismusgesinnung“ gestartet. Unterstützt durch noch schnellere Erreichbarkeit, befeuert durch steuerfinanzierte Werbekampagnen, getragen von einer hochinnovativen Unternehmensschaft, subventioniert von der Landespolitik am Gängelband der Tourismuslobby, begünstigt sogar durch den Klimawandel, wird der Tourismus in Südtirol weiterwachsen. Der *homo turisticus*, zu dem wir alle mutieren, hat Südtirol zu einem seiner beliebtesten Spielplätze erkoren. Der „begehrteste nachhaltige Lebensraum Europas“ sollen wir werden. Begehrte werden wir bleiben, aber nachhaltig?

Literatur
Jost Krippendorf, Die Ferienmenschen, dtv 1986
Kurt Luger, Über das Reisen und Urlauben in unserer Zeit, Springer 2022
Alain de Botton, Kunst des Reisens, Fischer 2017
Valentin Groebner, Ferienmüde. Als das Reisen nicht mehr geholfen hat. Konstanz University Press 2020
Marco d'Eramo, Il selfie del mondo, Feltrinelli 2022
Harald Pechlaner/Madlen Schwing, Ist der Tourismus noch zukunftsfähig? Kohlhammer 2025
Michil Costa, Raus aus dem Rummel, Raetia 2022
Harald Pechlaner/Michael Volgger (Hg.), Die Gesellschaft auf Reisen – Eine Reise in die Gesellschaft, Springer 2017
Paul Rösch/Patrick Rina, Wilde Jahre. Tourismus in Südtirol 1961-1983, Raetia 2025
Heimatpflegeverband/POLITIS (Hg.), Heimat oder Destination Südtirol? Tourismus in Maßen statt in Massen, arca edizioni 2024

Über Tourismus

Hannes Egger im Gespräch mit Katharina Ritter, Kuratorin der Ausstellung *Über Tourismus* des *Architekturzentrum Wien*. Anlass für das Interview ist, dass der *Heimatspflegeverband Südtirol* im September und Oktober die Ausstellung in Bruneck zeigt.

HANNES EGGER Was hat das *Architekturzentrum Wien* dazu veranlasst, eine Ausstellung mit dem Titel *Über Tourismus* zu machen? Ist Tourismus überhaupt ein Architekturthema?

KATHARINA RITTER Ja und nein. Die Ausstellung *Über Tourismus* bildet den Abschluss einer Trilogie, mit der wir uns über mehrere Jahre hinweg grundlegenden Fragen der Baukultur gewidmet haben. Den Anfang machte 2017 die Ausstellung *Form folgt Paragraf*. Darin gingen wir der Frage nach, warum unsere Gebäude und Städte so aussehen, wie sie aussehen. Wie viel gestalterischer Spielraum bleibt der Architektur tatsächlich, und wie stark werden Bauformen durch Gesetze, Normen und gesellschaftliche Rahmenbedingungen geprägt? Gerade angesichts der häufigen Kritik, Neubaugebiete würden sich immer stärker gleichen, wollten wir zeigen, dass Architektur nicht losgelöst von rechtlichen und gesellschaftlichen Vorgaben entsteht. Diese Vorgaben sind nicht naturgegeben, sondern Ausdruck gesellschaftlicher Entwicklungen – etwa im Umgang mit Sicherheit, Haftung oder Standards.

Im Rahmen dieser Ausstellung haben wir auch aufgezeigt, dass nicht die Baukosten der entscheidende Treiber steigender Wohnkosten sind, sondern vor allem die stark gestiegenen Bodenpreise. Daraus entstand unsere nächste Ausstellung *Boden für Alle*, die sich mit Bodenpolitik, Raumordnung und den Ursachen steigender Grundstückspreise beschäftigte. Südtirol spielte dabei eine wichtige Rolle, weil es dort in einigen Bereichen interessante und fortschrittliche Regelungen gibt. Mit *Boden für Alle* waren wir in ganz Österreich unterwegs. Dabei wurde deutlich, welche zentrale Rolle der Tourismus bei Fragen des Flächenverbrauchs spielt. Gleichzeitig verschwimmen die Grenzen zwischen Tourismus, Freizeitwirtschaft und Immobilienentwicklung zunehmend – etwa bei Freizeitwohnsitzen oder Chaletdörfern. Sind das touristische Angebote oder vor allem Anlageformen? Genau diese Schnittstellen fanden wir besonders spannend.

So entstand die Idee, den Tourismus als eigenes Thema zu behandeln. Er ist ein bedeutender Wirtschaftszweig und hat großen Einfluss auf Raum, Landschaft und Architektur.

Wie würden Sie – auf Grundlage Ihrer Recherchen für die Ausstellung – die Situation des Tourismus in Österreich beschreiben?

Für die Ausstellung haben wir uns unter anderem mit der Frage beschäftigt, wer touristische Entwicklungen eigentlich vorantreibt. Dabei zeigt sich, dass es sehr unterschiedliche Modelle gibt. In Österreich entstehen

viele Entwicklungen „von unten“: Aus einer kleinen Pension wird ein Hotel, daraus ein größerer Betrieb, später kommen Seilbahnen oder andere touristische Infrastrukturen hinzu. Demgegenüber stehen Länder wie Frankreich, wo touristische Entwicklungen vielfach staatlich geplant und gesteuert werden. Die Ausstellung bewertet diese Modelle nicht, sondern zeigt ihre jeweiligen Vor- und Nachteile.

Für viele österreichische Bergregionen war der Tourismus ein entscheidender Motor, um Abwanderung zu verhindern und wirtschaftliche Perspektiven zu schaffen. Gleichzeitig stellt sich die Frage, ab welchem Punkt öffentliche Hand und Politik regulierend eingreifen müssen. Diese Debatte wurde lange kaum geführt, heute ist sie allgegenwärtig. Proteste gegen *Overtourism* – etwa in Spanien, aber auch in Österreich oder Südtirol – zeigen, dass viele Regionen an ihre Belastungsgrenzen stoßen. Dabei geht es um Verkehr, Flächenverbrauch, steigende Wohnkosten und die Frage, wie viel Tourismus eine Region langfristig verträgt. Kritisch sehe ich auch die derzeitige Vorstellung von „Qualitätstourismus“. Häufig wird darunter verstanden, dass mehr Vier- und Fünf-Sterne-Betriebe entstehen sollen, während kleinere Häuser verschwinden. Doch damit stellt sich die Frage, wer sich Urlaub in diesen Regionen künftig überhaupt noch leisten kann. Für viele Familien wird ein Aufenthalt in Österreich zunehmend unerschwinglich, sodass sie auf günstigere Destinationen im Ausland, z.B. die Türkei ausweichen. Gleichzeitig werden finanzkräftigere Gäste als Zielgruppe beworben. Ob das tatsächlich nachhaltiger ist, sollte zumindest diskutiert werden.

Hinzu kommt, dass sich der Wettbewerb immer stärker über neue Ausstattungsmerkmale definiert. Was früher ein gemeinschaftliches Hallenbad oder eine Sauna im Ort war, ist heute Wellness im Hotel und zunehmend sogar die private Sauna im Zimmer. Es bleibt die Frage, ob diese Entwicklung tatsächlich den Bedürfnissen der Gäste entspricht oder ob die Branche selbst durch immer neue Angebote neue Erwartungen schafft. Tourismus ist für Österreich zweifellos ein bedeutender Wirtschaftsfaktor – allerdings nicht überall gleichermaßen. Während Regionen wie Tirol stark davon abhängig sind, spielt er etwa in Oberösterreich eine deutlich geringere Rolle. Gleichzeitig nehmen die kritischen Stimmen zu. Bei unseren Recherchen ist uns aufgefallen, dass sich in einigen Tourismusgemeinden Bürgerlisten gegründet haben, die sich gegen bestimmte touristische Großprojekte richten und damit zum Teil etablierte Parteien verdrängen. Das zeigt, dass die Akzeptanz nicht mehr selbstverständlich ist. Lange konzentrierte sich die Tourismuspolitik vor allem darauf, der Bevölkerung die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu vermitteln. Heute wird zunehmend

deutlich, dass auch die negativen Folgen stärker berücksichtigt werden müssen. Der Fachkräftemangel ist dafür ein gutes Beispiel: Zwar schafft der Tourismus Arbeitsplätze, gleichzeitig fehlen vielerorts Beschäftigte, weil sie sich das Wohnen in den Tourismusregionen nicht mehr leisten können. Solche Entwicklungen wurden lange unterschätzt und stellen viele Regionen heute vor erhebliche Herausforderungen.

In der Ausstellung zeigen Sie auch positive Beispiele. Gibt es Tourismusgebiete oder Initiativen, die Sie besonders gelungen finden?

Ja, das war uns sehr wichtig. Wir wollten kein rein dystopisches Bild des Tourismus zeichnen. Kritik ist notwendig, aber genauso wichtig ist es zu zeigen, dass es auch andere Wege gibt. Deshalb haben wir jedem Themenbereich der Ausstellung Beispiele gegenübergestellt, die alternative Entwicklungen sichtbar machen – etwa bei Mobilität, Hotels, Natur oder Regionalentwicklung. Ein besonders gelungenes Beispiel sind für mich die *Bergsteigerdörfer*. Diese Initiative des Alpenvereins zeigt, dass Tourismus und Nachhaltigkeit durchaus miteinander vereinbar sind. Die Dörfer orientieren sich an den Zielen der Alpenkonvention und setzen bewusst nicht auf permanentes Wachstum. Sie beweisen, dass Tourismus auch ohne ständigen Ausbau erfolgreich sein kann und dass gerade diese Form des Reisens viele Menschen anspricht.

Ein weiteres Beispiel ist die *Käsestraße Bregenzerwald* in Vorarlberg. Ursprünglich entstand sie aus der Frage, wie kleinstrukturierte Landwirtschaft nach dem EU-Beitritt wirtschaftlich bestehen kann. Durch die Zusammenarbeit vieler kleiner Betriebe, die Konzentration auf hochwertige Produkte und deren touristische Vermarktung entstand ein erfolgreiches Modell, das Landwirtschaft, regionale Wertschöpfung und Tourismus miteinander verbindet. Gerade weil der Tourismus vielerorts zum Rückgang bäuerlicher Strukturen beiträgt, zeigt dieses Projekt einen anderen Weg auf. Ein wichtiges Thema ist auch die Finanzierung der Kulturlandschaft. Die intensive Freizeitnutzung der Berge – durch Wandern, Mountainbiken oder E-Biken – nimmt seit Jahren stark zu und führt zu Konflikten mit der Landwirtschaft. Gleichzeitig lebt der Tourismus von genau jener Landschaft, die von Bäuer*innen gepflegt wird. Deshalb gibt es inzwischen interessante Pilotprojekte, etwa am Grundlsee oder am Weissensee. Dort fließen touristische Einnahmen oder freiwillige Beiträge in Fonds, aus denen Landwirt*innen für die Bewirtschaftung der Kulturlandschaft unterstützt werden. Solche Modelle halte ich für zukunftsweisend, weil sie anerkennen, dass die Attraktivität einer Region nicht selbstverständlich ist, sondern kontinuierliche Arbeit erfordert.



Verdrängung



Lech da Pertan



Stella



Wishes from the Void



Wonder of the Ridgeline

Urtijëi

Muriel Senoner

Die Postkartenserie *Urtijëi* der Künstlerin Muriel Senoner bildet die zweite Phase des Projekts und basiert auf der gleichnamigen Umfrage *Urtijëi?*, die sie 2015 in ihrem Herkunftsort St. Ulrich (Gröden) durchgeführt hat. Diese war konzipiert, um die Wahrnehmung des Hyper-Tourismus durch die lokale Bevölkerung zu ergründen – ein Phänomen, das im Laufe der Jahrzehnte immer mehr zum bestimmenden Faktor des Alltagslebens geworden ist. Die Touristifizierung der Ortschaft hat nicht nur überlaufene Hotspots zur Folge, sondern führt auch zu steigenden Lebenshaltungskosten, Wohnungsnot, Verkehrsbelastung, der Vereinnahmung des öffentlichen Raums und letztlich zu einer zunehmenden Entfremdung vom vertrauten Lebensumfeld. Was Tourist*innen als Idyll präsentiert/verkauft wird, entpuppt sich als inszenierte Version der Realität. In „Andere Räume“ theoretisiert Michel Foucault das Konzept der „Illusionsheterotopie“ und definiert sie als einen Raum, der zwar physisch in der sozialen Wirklichkeit existiert, jedoch nach anderen, von alltäglichen Normen abweichenden Logiken funktioniert. Sie bildet einen Gegenort, der sich im Gegensatz zur Fragmentierung des Realen als verwirklichte Utopie darstellt. Durch diesen trügerischen Charakter drängt die „Illusionsheterotopie“ das Reale in den Hintergrund und lässt es letztlich weniger attraktiv oder unvollkommen erscheinen. Wie Foucault selbst anmerkt, offenbart ein solcher Gegenort die wahre Natur des Realen mehr, als es die Realität selbst vermag. Die Postkarte, ein nostalgisches, im Niedergang begriffenes Medium, welches durch die Unmittelbarkeit der sozialen Medien verdrängt wurde, wird von Senoner wiederbelebt und bildet das Fundament des Projekts. Sie manipuliert das Bildmaterial lokaler Amateurfotograf*innen mithilfe KI-gestützter Bildgeneratoren indem sie Umfrageergebnisse mit freien Assoziationen verbindet, die Bilder jedoch zugleich der Unkontrollierbarkeit des artifiziellen Tools überlässt. So befreit sich beispielsweise eine überdimensionale Maus, die im echten Leben am Dorfeingang als Maskottchen eines Familienhotels steht, aus ihrer Rolle und genießt den Blick auf den Langkofel, während Luxushotels vom Wald überwuchert werden und ein Bergsee sich in ein „idyllisches“ Speicherbecken verwandelt. Die KI erzeugt entsprechend ihren auf „larger than life“ trainierten Algorithmen eine hyperrealistische Hochglanz-Ästhetik mit campigem Beigeschmack, die den Verlust von Authentizität durch die Tourismusindustrie reflektiert und gleichzeitig die fortschreitende „Disneyfizierung“ der Wirklichkeit übersteigert. Vor der monumentalen Kulisse der Dolomiten enthüllt St. Ulrich seine dystopische, von Baufieber, Kommerzialisierung und Overtourism durchdrungene Dimension. Die Postkartenmotive sind kein beruhigender Zufluchtsort für den Blick der Betrachter*innen; durch den surrealen Eingriff geben sie stattdessen den düsteren Beigeschmack einer touristischen Monokultur preis.

Muriel Senoner wurde 1974 in Bozen geboren, wuchs in St. Ulrich auf und besuchte dort die Kunstschule. Sie studierte Bildende Kunst in Berlin, Brescia und Mailand. Ihr künstlerisches Schaffen konzentriert sich auf die Untersuchung alltäglicher Bedingungen, gesellschaftlicher Funktionsweisen und Denksysteme. Die Künstlerin lebt und arbeitet in Bozen.

„Wir möchten Orte schaffen, die authentisch sind und mit denen wir uns selbst identifizieren“

Alto Hotel Group versammelt Beherbergungsbetriebe wie Hotel Schwarzschnied, 1477 Reichhalter, Villa Arnica und Hotel Mondschein. Die Hoteliers Klaus und Moritz Dissertori sprechen über den Charakter ihrer Betriebe, über Nachhaltigkeit, den Erhalt bestehender Strukturen und einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen.

HANNES EGGER Ihr stammt aus einer Hoteliersfamilie, seid mit Tourismus aufgewachsen und habt euch entschieden, den elterlichen Betrieb weiterzuführen und mit neuen Projekten auszubauen. Was ist der Ansatz, den ihr mit euren Betrieben verfolgt?

KLAUS & MORITZ DISSERTORI Wir haben früh erkannt, welchen Wert bestehende Orte für ihre Umgebung haben. Anstatt also neue Projekte aus dem Nichts zu schaffen, haben wir bewusst nach Häusern mit Geschichte gesucht – Orten, die bereits Charakter und Identität besitzen und deren Potenzial wir weiterentwickeln können. Unser Ziel ist es, ihre Geschichte zu bewahren und sie gleichzeitig in die Gegenwart zu übersetzen. Dabei spielt Kultur in all unseren Häusern eine zentrale Rolle. Es geht uns darum, gewachsene Traditionen zu erhalten, sie aber auch weiterzudenken und mit neuem Leben zu füllen. Ob durch Architektur, Kulinarik, Kunst oder Veranstaltungen – wir möchten Orte schaffen, die authentisch sind und mit denen wir uns selbst identifizieren. Häuser, in denen wir auch selbst gerne Zeit verbringen würden. Die Herausforderung besteht darin, all diese Aspekte miteinander zu verbinden: Bestehendes zu bewahren, den Anforderungen der heutigen Zeit gerecht zu werden, nachhaltig zu handeln und gleichzeitig wirtschaftlich zu arbeiten. Genau dieses Spannungsfeld macht unsere Projekte aus.

Das Hotel Mondschein in Bozen ist aufgrund vieler (Kultur)-Veranstaltungen zu einem Treffpunkt geworden, in die Villa Arnica und ins Hotel Schwarzschnied ladet ihr regelmäßig Künstler*innen als Artist in Residency ein. Warum? Macht euch das Spaß?

Das macht uns natürlich Spaß, aber es ist weit mehr als ein persönliches Interesse. Mit unseren Kulturveranstaltungen und *Artist Residencies* möchten wir unsere Häuser für die lokale Szene öffnen und sie als lebendige Treffpunkte etablieren. Uns ist wichtig, dass unsere Hotels Teil des Ortes sind, an dem sie stehen – keine abgeschlossenen Touristenorte, sondern offene Häuser, die von Einheimischen und Gästen gleichermaßen genutzt und erlebt werden. Gerade historische Gebäude waren oft schon früher

Orte der Begegnung. Diesen Gedanken möchten wir weiterführen und zeitgemäß interpretieren. Indem wir Künstler*innen einladen, Lesungen, Konzerte oder Ausstellungen veranstalten und unsere Räume für die Öffentlichkeit zugänglich machen, geben wir den Orten neues Leben und gleichzeitig etwas an die Gemeinschaft zurück. Kunst und Kultur sind deshalb kein Zusatzprogramm, sondern ein fester Bestandteil unserer Konzepte. Schon zu Beginn eines Projekts beschäftigen wir uns mit der Frage, wie sich die Geschichte eines Hauses bewahren und zugleich in eine zeitgemäße Form übersetzen lässt. Das prägt die Atmosphäre unserer Häuser – und ist etwas, das auch unsere Gäste unmittelbar wahrnehmen.

Wenn wir über den Tourismus in Südtirol sprechen, wo seht ihr das Potenzial des Tourismus in Südtirol? Seht ihr auch Grenzen?

Südtirol ist bereits eine der begehrtesten Tourismusdestinationen Europas. Für uns bleiben die deutschsprachigen Märkte zwar weiterhin sehr wichtig, gleichzeitig sehen wir großes Potenzial in einer stärkeren Internationalisierung. Bei der Frage nach den Grenzen des Wachstums sehen wir die geltende Bettenobergrenze kritisch. Aus unserer Sicht hätten sich durch die natürliche Nachfrage und wirtschaftliche Gegebenheiten ohnehin Grenzen ergeben. Zudem braucht es heute eine gewisse Betriebsgröße, damit ein Hotel langfristig wirtschaftlich bestehen kann. Sinnvoller wäre es unserer Meinung nach, den Fokus stärker auf die Revitalisierung bestehender Gebäude zu legen. Historische Häuser zu erhalten und behutsam weiterzuentwickeln ist nachhaltiger und greift deutlich weniger in die Landschaft und Gesellschaft ein als Neubauten. So werden keine zusätzlichen Flächen aufgebraucht und es bleiben die Identität eines Ortes und seine Geschichte erhalten. Das ist aus unserer Sicht der nachhaltigere Weg für den Tourismus in Südtirol.

Merkt ihr als Hoteliers, dass die Tourismusfreundlichkeit der Einheimischen sich in den letzten Jahren verändert hat?

Insgesamt haben wir bislang nicht den Eindruck, dass sich die Einstellung der Einheimischen gegenüber dem Tourismus grundlegend verändert hat. Unser Eindruck

ist vielmehr, dass die große Mehrheit den Tourismus als wichtigen Bestandteil Südtirols versteht und sieht, welchen Beitrag er für Wirtschaft, Arbeitsplätze und Lebensqualität leistet. Was wir gelegentlich wahrnehmen, betrifft weniger den Tourismus an sich als konkrete Auswirkungen einzelner Projekte oder Veranstaltungen. Gerade bei Häusern im Orts- oder Stadtzentrum kann es vorkommen, dass sich Anwohner durch Lärm oder mehr Betrieb gestört fühlen. Hinzu kommt eine gewisse Zurückhaltung gegenüber Veränderungen. Neue Projekte werden anfangs oft kritisch betrachtet – unabhängig von ihrem möglichen Mehrwert. Umso wichtiger ist es für uns, behutsam mit bestehenden Orten umzugehen, ihre Geschichte zu respektieren und Veränderungen so zu gestalten, dass sie positive Effekte für den Ort und die Menschen schaffen.

Wenn ihr den Tourismus in Südtirol ganz neu erfinden könntet. Was würdet ihr tun?

Wenn wir den Tourismus neu erfinden könnten, würden wir von Anfang an wichtige Themen konsequent mitdenken, die früher oft nicht im Mittelpunkt standen: Nachhaltigkeit, der Erhalt bestehender Strukturen und ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen sollten die Grundlage sein. Statt nur Neues zu schaffen, sollten wir das wertschätzen, nutzen und schützen, was bereits vorhanden ist: unsere Berge, die Natur und historische Strukturen. Darin liegt für uns die größte Stärke der Region. Gleichzeitig könnte der Kulturtourismus eine noch wichtigere Rolle einnehmen, sodass Gäste nicht nur Erholung finden und dem Alltag entfliehen, sondern auch neue Perspektiven und Inspirationen mit nach Hause nehmen. Mit Kulturveranstaltungen schaffen wir ein lebendiges Ambiente für Gäste und Einheimische gleichermaßen und bringen Menschen miteinander in Austausch. So entstehen Begegnungen, Gemeinschaft und ein Tourismus, der eng mit dem Ort verbunden ist.

Tourismus und Entfremdung

Paul Rösch



Der Verein *Schule der Alm* in Vals, Nordtirol, bietet Grundkurse an, bei denen man vom Sensenmähen am Bergmahd über den Bau von Schrägzäunen die Grundelemente der bergbäuerlichen Arbeit erlernt. Vermittlung, Aufklärungsarbeit, und Involvierung Interessierter soll die Aufmerksamkeit auf das Thema des Erhalts der Almen lenken.
FOTO Schule der Alm, Vals

Begegnungen im Urlaub und in der Fremde bergen eine besondere Kraft, die den Tourismus zu einem kulturellen Phänomen macht. Sie eröffnen Möglichkeiten, der Enge des eigenen Horizonts zu entkommen, Neues zu entdecken und dabei auch sich selbst mit anderen Augen zu sehen. Durch das Aufeinandertreffen unterschiedlicher Lebenswelten von Reisenden und Bereisten können sich kulturelle Grenzen erweitern und gegenseitiges Verständnis wachsen. Dennoch gibt es Entwicklungen, die mein grundsätzlich positives Verhältnis zum Tourismus zunehmend trüben und in mir ein Gefühl der Entfremdung gegenüber meiner eigenen Lebenswirklichkeit auslösen.

Theatralisches Anbiedern

Ein Bereich, der bei mir regelmäßig Fremdscham auslöst, ist das theatralische Anbiedern an touristische Erwartungen. Besonders bedrückend empfinde ich, dass vieles von dem, was ich als gekünstelte Inszenierung und Anbiederung wahrnehme, längst als normal oder gar als selbstverständlich akzeptiert wird. Ein Beispiel dafür sind Almhütten, die ihre Bodenhaftung verloren haben. Personal im austauschbaren Trachten-Look mit Hirschhornknöpfen, Lederhosen und Dirndl serviert dort Schüttelbrot-Tagliatelle oder die bekannten „An-auf-Gerichte“, wie Wurst an Senf auf Brot. Architektur und Einrichtung wirken wie auf Tirolertum getrimmte Kulissen, dekoriert mit alten Arbeitsgeräten, die aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang gerissen wurden, oder mit in genagelten Bergschuhen arrangierter *Brenneter Liab*. Solche Hütten sind längst schon keine Wohlfühlöase mehr für den einheimischen, müden Wanderer, der sich nach einem gemütlichen Mittagessen sehnt. Gewiss gibt es sie noch, die ursprünglichen Almhütten. Doch Wandergebiete, die auf ein beliebiges, austauschbares Alpenflair setzen, versuche ich nach Möglichkeit zu meiden, frage ich mich doch oft, wie ich auf eine vergleichbare Inszenierung während eines Urlaubs beispielsweise in den schottischen Highlands reagieren würde, etwa in einem vermeintlich urigen, typisch schottischen Lokal, oder in einem „traditionellen“ Hüttendorf in Namibia. Es würde mich gleichermaßen abschrecken, denn als Tourist kann ich durchaus zwischen Bodenständigkeit und Kulisse unterscheiden. Ich merke, wo Authentizität gelebt und wo Anbiederung als schamlos aufgeführtes Theaterstück inszeniert wird.

Ein Anbiedern anderer Art erlebe ich bei den drei Marktständen auf dem unteren Pfarrplatz meiner Heimatstadt Meran. Als Kind habe ich dort regelmäßig frisches Obst gekauft, während die Stände heute mit allerlei vermeintlich „regionalen“ Produkten vollgestopft sind: mit Spaghetti und anderen Nudeln in den verschiedensten Farben sowie weiteren skurrilen Produkten, die zu lokalen Erzeugnissen kaum einen Bezug haben. In einer aufdringlichen Art, die mich an Händler*innen in touristisch geprägten Souks erinnert, werden Besucher*innen zum Kauf animiert. Das erfüllt mich mit Fremdscham, besonders jenen Tourist*innen gegenüber, die das Flair Merans als Garten- und Kulturstadt genießen und nach einem Museumsbesuch, einer Stadtführung oder einem anderen Kulturexperience mitten im historischen Zentrum ungefragt mit vermeintlich regionalen Produkten umworben werden.

Was wollen Urlauber*innen eigentlich?

Sicher: Tourismus hat viel mit Inszenierung und Aufbereiten der Landschaft zu tun, aber wo sind die Grenzen? Versetzen wir uns in die Lage der Urlauber*innen, die zu uns kommen, oder denken wir an den eigenen Urlaub. Stellen wir uns die Frage, was wir uns im Urlaub wünschen und erwarten und was überhaupt die Antriebsfeder zum Urlaub ist. Der Volkskundler Konrad Köstlin spricht in diesem Zusammenhang von der Sehnsucht nach der Einheit der Person, von einer Sehnsucht nach Identität, die in der Unübersichtlichkeit unserer Moderne auch in der Arbeitswelt nicht mehr zu verwirklichen ist und deshalb im Urlaub verortet wird. Urlaub ist der Versuch, die zerstörte Einheit des Menschen wiederherzustellen. In der heutigen stressigen Arbeitswelt sind wir nicht mehr imstande, zu uns selbst zu finden. Im Urlaub wird daher die Reise zu uns selbst gesucht. Damit diese Reise gelingt, braucht es ein ehrliches Ambiente in einer authentischen Umgebung. Damit stellt sich die Frage, was Authentizität überhaupt ist. Der Begriff ist dehn- und streitbar und wird häufig in der Tourismuswerbung ge- und missbraucht. Die klassische Bedeutung des griechischen Worts *Authentie* bedeutet laut Duden *echt, zuverlässig, verbürgt, glaubwürdig* sowie von *eigener Hand gemacht*. Kann Tourismus diese Werte überhaupt erfüllen? Diese Diskussion ist so alt, wie es der Tourismus ist, aber neben dem Begriff Authentizität gibt es einen anderen, der als Wächter darüber schwebt: *Würde*. Dieser Begriff hängt wiederum eng mit einem wichtigen Faktor zusammen, der in unserem Land eine lange

Tradition hat: der Kultur der Gastlichkeit. Dabei geht es um Haltung und Umgang zu Fremden. Südtirol hat sich diese Kultur im Laufe der Geschichte angeeignet, auch weil seit jeher der Transitverkehr über die niedrigen Pässe Brenner und Reschen rollt. Entlang der Reiserouten entstanden zahlreiche Beherbergungsbetriebe, in denen Einheimische in Kontakt mit fremden Sprachen, Gewohnheiten und Gepflogenheiten kamen. Zwei weitere traditionsreiche Einrichtungen, die zur Erlernung der Gastlichkeit beigetragen haben, waren die Sommerfrische und das Bäderwesen. Während der heißen Sommermonate ergriffen viele Bewohner*innen der sumpfig-verseuchten Talböden die Flucht in die „Frische“ der Berge; beim Kur- und Bäderwesen stand das Gesunden im Vordergrund, oft auch in Verbindung mit der Sommerfrische. Dadurch gewonnene Kontakte verhalfen den Einheimischen zu einem Einblick in die Welt der Fremden und ihre Bedürfnisse, was zu einer angemessenen Betreuung und Professionalität führte – und damit zu jener Gratwanderung von Nähe und Distanz, die im Tourismus notwendig ist und zu einer Kultur der Gastlichkeit führt.

Tourismus als kultureller Faktor

Es lohnt sich hier, noch einmal auf einen wichtigen Zusammenhang hinzuweisen: Tourismus kann nur dann gut funktionieren und langfristig erfolgreich sein, wenn ihm in der Bevölkerung eine positive Grundhaltung entgegengebracht wird. Dies ist meines Erachtens die entscheidende Voraussetzung. Ein großer Teil der Bevölkerung unseres Landes empfindet den Tourismus derzeit nicht mehr als Bereicherung oder als Mehrwert für das eigene Leben und den Alltag. Entsprechend werden die Debatten über den *Overtourismus* zunehmend emotional und polarisierend geführt. Es stellt sich daher die Frage, ob es gelingt, den Tourismus für breite Bevölkerungsschichten wieder als gesellschaftlich akzeptiert und wertvoll zu verankern. Dafür sind in unterschiedlichsten Bereichen konsequente Veränderungen erforderlich. Notwendig sind ein neues Verständnis von Maß und Ziel, mehr Bescheidenheit und Bodenhaftung sowie die Bereitschaft, egoistische Interessen zugunsten des Gemeinwohls zurückzustellen. Tourismus sollte wieder als kultureller Faktor verstanden werden, bei dem Begegnung und Austausch im Mittelpunkt stehen. Wo Menschen unterschiedlicher Herkunft einander offen begegnen, kann Tourismus zu einer echten Bereicherung für Gäste und Einheimische gleichermaßen werden.

Über Heimat. Über Tourismus.

Ein Gespräch mit Claudia Plaikner und Evi Brigl vom *Heimatspflegeverband Südtirol*



Sie haben gerade das Heimatgefühl angesprochen. Was verändert sich derzeit?

CLAUDIA PLAIKNER Es ist vielleicht gar nicht in erster Linie der Gast an sich, der die Menschen belastet. Es ist die Vertrautheit, die verloren geht. Mit steigenden Bettenzahlen, immer neuen touristischen Infrastrukturen und einer nahezu ganzjährigen touristischen Präsenz verändert sich das Verhältnis zwischen Gästen und Einheimischen. Viele Menschen haben das Gefühl, im eigenen Lebensraum zunehmend zu Fremden zu werden. Der australische Umweltphilosoph Glenn Albrecht hat dafür einen Begriff geprägt: *Solastalgie*. Er beschreibt damit den Schmerz über den Verlust des Trostes, den der eigene Ort einmal gespendet hat – obwohl man ihn nie verlassen hat. Solastalgie entsteht, wenn Landschaften im wahrsten Sinne des Wortes mit Füßen getreten werden, wenn überdimensionierte Hotelbauten gewachsene Ortsbilder verändern oder wenn Bräuche nur noch deshalb gepflegt werden, weil sie touristisch vermarktbare sind. Sie entsteht, wenn das Kuhglockengeläut oder der Kirchturmschlag plötzlich als störend empfunden werden oder wenn Einheimische in der Hochsaison ihre eigenen Berge, Almen oder Seen meiden, um dem Besucherandrang auszuweichen. Hinzu kommen Entwicklungen, die viele Menschen unmittelbar betreffen: steigende Wohn- und Grundstückspreise, zunehmender Verkehr und der Druck auf unsere natürlichen Ressourcen. Boden, Wasser und Luft sind endlich. Gleichzeitig erleben wir die Folgen des Klimawandels immer deutlicher – schmelzende Gletscher, instabile Berghänge, längere Trockenperioden und Extremwetterereignisse. All das macht deutlich, wie fragil unsere Heimat geworden ist.

CLAUDIA PLAIKNER Weil Tourismus heute wie kaum ein anderer Bereich unseren Lebensraum prägt. Gedanken über Tourismus sind heute allgegenwärtig, weil Tourismus – in Südtirol ebenso wie in vielen anderen Teilen der Welt – allgegenwärtig geworden ist. Er hat zum Wohlstand unseres Landes beigetragen und vielen Menschen Arbeit und Perspektiven eröffnet. Gleichzeitig wird er aufgrund seines stetigen Wachstums zunehmend auch als Herausforderung und Belastung empfunden. Für den *Heimatspflegeverband* ist Tourismus deshalb weit mehr als ein Wirtschaftsthema. Er beeinflusst Landschaft, Baukultur, Ortsentwicklung, Mobilität, Natur, Kultur und das gesellschaftliche Zusammenleben gleichermaßen. Er ist ein Querschnittsthema. Unser Anliegen ist nicht, Tourismus und Heimat gegeneinander auszuspielen. Im Gegenteil: Heimatspflege versteht sich als Anwältin des Lebensraums, den Einheimische und Gäste gleichermaßen schätzen. Gerade deshalb müssen wir uns mit den Auswirkungen des Tourismus auseinandersetzen. Mit der stetig steigenden Bettenzahl, den wachsenden Nächtigungszahlen und dem Ausbau touristischer Infrastrukturen verändert sich auch das Verhältnis zwischen Gästen und Einheimischen. Dabei geht es oft nicht allein um die Zahl der Gäste. Es geht um das Heimatgefühl – um die Vertrautheit mit dem eigenen Lebensraum und das selbstverständliche Gefühl, dazugehören. Genau dieses Heimatgefühl gerät zunehmend unter Druck.

Der *Heimatspflegeverband* hat die Ausstellung *Über Tourismus nach Südtirol* geholt. Welche Rolle soll sie in dieser Debatte spielen?

EVI BRIGL *Über Tourismus* ist eine Wanderausstellung des *Architekturzentrums Wien*. Uns hat sie überzeugt, weil sie Tourismus weder glorifiziert noch verteufelt. Sie macht sichtbar, wie tiefgreifend Tourismus Landschaft, Architektur, Mobilität und Gesellschaft verändert und eröffnet einen differenzierten Blick auf ein Thema, das häufig sehr emotional diskutiert wird. Ebenso wichtig war uns, die Ausstellung nicht einfach zu übernehmen. Unser eigentlicher Beitrag besteht darin, sie in den Südtiroler Kontext einzubetten und gemeinsam mit zahlreichen Partnerorganisationen weiterzudenken. Das umfangreiche Rahmenprogramm versteht sich deshalb nicht als Begleitung der Ausstellung, sondern als ihre Fortsetzung im öffentlichen Diskurs.

Gemeinsam mit Vertreter*innen aus Tourismus, Wissenschaft, Architektur, Kultur, Umweltorganisationen, Gewerkschaften, Bildung und Politik möchten wir unterschiedliche Perspektiven sichtbar machen. Tourismus betrifft nahezu alle Bereiche unseres Zusammenlebens. Deshalb braucht es auch möglichst viele Stimmen, wenn wir über seine Zukunft sprechen. Der *Heimatspflegeverband* versteht sich dabei bewusst als Brückenbauer. Wir möchten keine fertigen Antworten liefern, sondern Räume schaffen, in denen Menschen miteinander ins Gespräch kommen. Denn die Zukunft unseres Lebensraums kann nur gemeinsam gestaltet werden.

Tourismus ist zugleich wirtschaftlicher Motor und Gegenstand gesellschaftlicher Debatten. Wie gelingt es, diese unterschiedlichen Interessen zusammenzubringen?

CLAUDIA PLAIKNER Indem wir aufhören, in einfachen Gegensätzen zu denken. Tourismus gehört zu Südtirol und wird auch künftig ein wichtiger Teil unseres Landes sein. Gerade deshalb müssen wir den Mut haben, offen über seine Auswirkungen zu sprechen. Wirtschaftlicher Erfolg allein kann nicht der Maßstab sein. Entscheidend ist die Frage, wie sich Entwicklung auf Landschaft, Natur und die Menschen auswirkt, die hier leben. Politik hat die Aufgabe, wirtschaftliche Interessen mit dem Gemeinwohl in Einklang zu bringen. Heimat ist keine Ressource, die unbegrenzt belastbar ist. Der *Heimatspflegeverband* setzt sich seit vielen Jahren für Tourismus in Maßen statt Tourismus in Massen ein. Nicht, weil wir den Tourismus infrage stellen, sondern weil wir überzeugt sind, dass die Qualität eines Landes letztlich davon abhängt, ob es auch für jene lebenswert bleibt, die hier zu Hause sind.

Was wünschen Sie sich, dass von der Ausstellung bleibt?

EVI BRIGL Ich wünsche mir, dass sie Diskussionen anstößt, die weit über ihre Laufzeit hinausreichen. Gute Ausstellungen geben keine einfachen Antworten. Sie verändern unseren Blick auf die Wirklichkeit.

CLAUDIA PLAIKNER Ich wünsche mir einen Paradigmenwechsel: dass wir wieder stärker vom Gemeinwohl her denken. Heimat entsteht dort, wo wirtschaftliche Entwicklung, ökologische Verantwortung und kulturelle Identität im Gleichgewicht stehen. Wenn dieses Gleichgewicht verloren geht, verlieren wir mehr als schöne Landschaften – wir verlieren ein Stück Heimat. Wenn die Ausstellung dazu beiträgt, den Dialog zwischen den unterschiedlichen Akteurinnen und Akteuren fortzuführen, Verständnis für unterschiedliche Perspektiven zu schaffen und gemeinsam Verantwortung für unseren Lebensraum zu übernehmen, dann hat sie ihr wichtigstes Ziel erreicht.

Herzlich willkommen in der SAAVanne. Kein immergrüner Regenwald, dessen Luftfeuchtigkeit Ihnen den Atem raubt. Keine Wüste, deren sengende Hitze Sie um den Verstand bringt. Lassen Sie den Blick in aller Ruhe schweifen – wenn Sie ganz genau hinschauen, können Sie sehen, was für feine Gräser, Sträucher und Bäume da wachsen...

Ciaricè

Nicola Dal Falco

Ci troviamo in tre, seduti fuori dal bar, come a una partita a carte in un paese di grandi giocatori. Insieme per dividerci versi sciolti e prose, comuni ed estranei alla piccola folla del pomeriggio ancora estivo. Al tavolo, all'inizio, s'era seduto l'incantatore di animali, un uomo retto, giusto abbastanza da intrecciare ancora discorsi con le proprie bestie. L'ultima arrivata era un alpaca. Lo conoscevo già per il suo cavallo, maestro di doppiezza, e per la schiera omerica di infallibili cani da tartufo. Mi colpì questa sua passione esotica e un po' chic, poi, riflettendoci e documentandomi, scoprii che l'alpaca mangia e beve poco, offrendo in cambio una naturale eleganza, forse più bambolesca che altera, però non priva di sostanza con quel suo collo alla Modigliani e due occhi spasmodici come, appunto, se ne vedono sulle tele del pittore livornese. Una pecora superiore, insomma, che aveva alzato a dismisura la fronte, trovando l'orizzonte finalmente libero. Gli incontri si fanno per mettere in fila le coincidenze. E quel pomeriggio non fu da meno. Il treno delle casualità era così composto: il bar col suo nome strambo, il collo dell'alpaca e una chiacchierata letteraria. Di cosa dovrebbero parlare i poeti se non di apparizioni, di tasche piene e rivoltate. Se ne vanno in giro, cercando il ritmo nei discorsi, a far danzare le cose, a scuotere l'attesa, a scuotersi. Bevendo solo acque limpide o appena colorate, abbiamo passato un'ora bella, un'ora cortese come magari avveniva in secoli migliori. Un'ora a chiacchierare, seduti fuori dal bar e sopra un mondo. Quel mondo invisibile anche ai poeti che qui, qualcuno, ha con certezza visto e nominato come il mondo dei colli lunghi o Faiolosotto. L'accesso, se non erro, è proprio all'ingresso del bar che, a questo punto, svela per intero l'arcano del nome: c'è di nuovo, ancora e sempre *cia ri c'è*. E se per tutti si parla solo di un bar ricomparso, ora anch'io penso che ciaricè è perché ciarisono. Loro, i colli lunghi, presenti, remoti e futuri abitanti di alcuni sogni duri a morire e difficili da descrivere. Vedo l'alpaca, filmata sul telefonino, nobilissima, ma a tratti tradita da un fremito che le sale lungo i fianchi. Vede anche lei cose immortali, chissà? Certo è che il visitatore di mondi, ogni volta che entra nel bar, scorge un'albereta. Qua un tronco, là un altro, alti, lisci, silenziosi. Non importa chi parla, chi legge il giornale o chi discute, dietro i tronchi, ci sono delle ninfe che, riconoscendolo, lo salutano, mostrando l'alta fronte, gli occhi impavidi e il bel collo.

ERBA, Am Saum, BAU Residency 2026, Aschbach
FOTO Daniel Mazza

Das monumentale Bauwerk wird durch die zwanzig sorgfältig ausgewählten und präzise installierten Arbeiten auf dynamische Weise belebt und teilweise neu aktiviert. Die Ausstellung gliedert sich in vier Bereiche *think, play, dance* und *act*. In ihnen entstehen Verbindungen zwischen Natur und Kultur, Sinne werden aktiviert und Bündnisse jenseits jener Bedeutungsgrenzen sowie physischer und theoretischer Grenzen geschaffen, die unsere Gegenwart einschränken. Der Titel der Biennale, *Reclaiming Collective*, erhält durch Barbara Gamper eine besondere Bedeutung. Sie schreibt: „[...] Wir müssen lernen, wie wir Verbundenheit, Freude und Lust schaffen und gleichzeitig die Trauer über den Verlust von Leben als sozialen Kitt akzeptieren können, der uns zusammenhält [...]. Dan Perjovschi hat im Eingangsbereich mit schwarz-weißen Strichfiguren und Texten Gipskartonwände gestaltet. Die zwischen Ironie und Sarkasmus oszillierenden Sätze bringen einen gleichermaßen zum Nachdenken wie zum Schmunzeln. Viele handeln von Hoffnung, aber auch vom Norden, der zugleich Süden ist – je nachdem, von welcher Seite man ihn betrachtet. Oder von der Festung als Symbol von Sicherheit, aber ebenso von Einsamkeit, Isolation und dem Individualismus jener, die den Sinn für das Gemeinwohl verloren haben. An einer anderen Stelle entdeckte ich auf einem Ziegelstein die Inschrift *W il 1918*. Wie viele Graffiti mögen sich im Laufe der Jahre auf diesen dicken Mauern angesammelt haben?

Die Biennale versammelt kluge Reflexionen über den kollektiven und gemeinsam genutzten Raum – vom Video von Rebecca Moccia über die Wandteppiche von Mali Weil bis zu den Masken von Michael Filiri. Besonders gefallen mir aber jene Momente, die weniger der Kontemplation als dem Handeln gewidmet sind: etwa der Teil des Programms, in dem Musiker*innen und Bands auftreten und der Körper dem Rhythmus und den unterschiedlichen Musikstilen folgt, die durch die Lautsprecher in den Räumen der Festung widerhallen.

Am Sonntag nehme ich an einer von BAU organisierten Veranstaltung in Aschbach teil. Ich finde eine Mitfahrgelegenheit und wir erreichen ein schönes Bergdorf auf über 1.300 Metern Höhe, wo es etwa zehn Grad kühler ist als in der Stadt. Lisa Mazza und Simone Maier (BAU) haben diese gelungene Veranstaltung organisiert und das Künstlerkollektiv ERBA mit Philipp Kolmann und Suzanne Bernhardt zu einer Residenz eingeladen. Der Spaziergang, der dort stattfindet, „wo die Weide auf den Wald trifft“, zieht rund vierzig Menschen an – Erwachsene ebenso wie viele Kinder, die Beeren und Blätter in Körbchen sammeln. Gemeinsam bewegen wir uns durch die Landschaft und hören an drei Stationen, auf Deutsch und Englisch, den Überlegungen des Kollektivs ERBA und des Försters Laurin Mayer zu den Veränderungen der umgebenden Umwelt zu. Die Gruppe ist so vielfältig zusammengesetzt, dass ich mich schließlich mit einer jungen Frau aus Taipei unterhalte, die seit einigen Monaten auf einem Bauernhof in Südtirol arbeitet.

Die Veranstaltung endet in der ehemaligen Schule, der heutigen *werkSTOTTschual*. Dort zeigen uns die Künstler*innen Wolle und Kräuter, die sie in den Tagen zuvor gesammelt haben. Bereits im Wald hatten sie uns auf einer Lichtung mit einer *Granita* verwöhnt – zubereitet aus frisch gefallenem Schnee und einem köstlichen Sirup aus Walderdbeeren, serviert in von den Künstler*innen gestalteten Schalen.

Im Dorf gibt es anschließend einen erfrischenden Kräuteraufguss sowie einen Teller mit weißer Polenta, Buttermilch und Parmesan. Ich beschließe mein Wochenende auf dem Ritten, wo ich voller Bewunderung den Bergen im Licht der untergehenden Sonne zusehe, bevor ich mit der Seilbahn zurück in das glühend heiße Bozen fahre.



Verabredungen in den Bergen

Caterina Riva

Anfang Juli lädt mich die *Kulturelemente* nach Franzensfeste ein, um Südtiroler Künstler*innen kennenzulernen. Ich nutze die Gelegenheit aber auch, Ausstellungen zu besuchen.

Noch am Tag meiner Ankunft besuche ich die *Ar/Ge Kunst*. Dort treffe ich eine der beiden Direktorinnen, Zasha Colah. Im Schaufenster hängt ein Schild mit der Aufschrift: „Aufgrund der aktuellen geopolitischen Lage haben wir kein Gas mehr. Wir entschuldigen uns bei unserer geschätzten Kundschaft. Die Geschäftsleitung.“ Im Inneren greifen Skulpturen und Teller das Thema der Touristifizierung von Städten auf – ein Phänomen, das sich von Nord bis Süd durch die gesamte Halbinsel zieht. Es gibt gedeckte Tische mit rosafarbenen Papierdecken aus Palermo, die als Poster-Souvenir-Edition mitgenommen werden können. Auf den ersten Blick wirkt alles wie eine *Trattoria* mit essbaren Skulpturen, doch wer genauer hinsieht und liest, entdeckt die Arbeiten und Texte von Gianluca Concialdi und Sofia Melluso, den Künstler*innen der Ausstellung *Solestalgia*. Am Abend besuche ich im Museion die Führung durch die Ausstellung *Feedback. Die Environments* von Franco Vaccari, geleitet von den Kuratoren Frida Carazzato und Luca Panaro. Vaccaris Werk wird durch seine lebendige Erzählweise förmlich zum Leben erweckt. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie sich seine *Environments* heute wieder aktivieren lassen – wobei der Fokus weniger auf den Werken selbst liegt als auf der Spiegelung, die durch die Einbeziehung des Publikums entsteht. Die Besucher*innen werden zu Protagonist*innen, indem sie den Blick im gegebenen Raum und in der verfügbaren Zeit selbst aktivieren. Die Kurator*innen erzählen vom Ausstellungsdesign von *Fosbury Architecture*, das Materialien aus den Depots des Museion wiederverwendet, und davon, wie das Projekt,

im Museum zu übernachten und dabei die Träume der Schlafenden zu dokumentieren, erneut umgesetzt wird. Der Samstag ist Franzensfeste gewidmet. Uns erwartet ein Tag mit Begegnungen mit zwölf Südtiroler Künstler*innen. Das Format sieht vier Gruppen mit jeweils drei Personen vor, die jeweils zwanzig Minuten mit jeder und jedem von uns – Francesca Verga, Luca Panaro und mir – sprechen. Jede Kuratorin und jeder Kurator sitzt an einem eigenen Tisch im Pulvermagazin. Manche setzen sich neben uns, andere lieber gegenüber – fast wie bei einer Prüfung. Hubert Kostner erscheint mit einem schwarzen Rollkoffer, als wäre er auf Geschäftsreise oder Vertreter. Daraus zieht er Kataloge hervor, aus denen gelbe Post-its hervorragen. Nachdem er sie auf den Tisch gelegt hat, überlässt er uns die Auswahl der Publikationen, die uns besonders interessieren, und entwickelt von diesen Seiten und Bildern aus die Erzählung über eine Auswahl seiner Arbeiten. Hannes Hoelzl hat drei Fragen auf Englisch vorbereitet; je nachdem, welche Frage die Kuratorin oder der Kurator auswählt, spricht er über ein bestimmtes Werk. Barbara Gamper kommt erst am späten Nachmittag und erinnert uns daran, dass wir einen Körper haben, indem sie uns hinaus ins Tageslicht führt und mit uns einige Übungen zur Entspannung macht. Die meisten anderen zeigen ihre Arbeiten mithilfe eines Computers oder eines Portfolios – bis die Zeit abgelaufen ist. Unsere Aufgabe als eingeladene Kurator*innen besteht darin, jeweils zwei Künstler*innen auszuwählen und einen Text für die *Curators Page* dieser Zeitschrift zu schreiben. Unsere Vorlieben überschneiden sich jedoch, weshalb ich mich schließlich dafür entscheide, einen allgemeinen Text zu verfassen – den Sie hier lesen. Wir besuchen in der Festung die zweite Ausgabe der FORT Biennale.

Ausgezeichnete Stimmen

Was der *Women's Prize for Fiction* über Gegenwartsliteratur erzählt

Lydia Zimmer

Was macht gute Literatur aus? Der *Women's Prize for Fiction* beantwortet diese Frage seit 30 Jahren mit einer bemerkenswerten Offenheit. Der britische Literaturpreis zeichnet jährlich den besten englischsprachigen Roman einer Autorin aus und hat sich längst als wichtige Ergänzung zu den großen internationalen Preisen etabliert. Viele Bücher, die später zu Klassikern wurden, standen zunächst auf seinen Nominierungslisten. Als der *Women's Prize for Fiction* 1996 ins Leben gerufen wurde, war die Ausgangslage ernüchternd: Auf der Shortlist des renommierten *Booker Prize* standen im Vorjahr ausschließlich Männer. Der neue Preis sollte Autorinnen sichtbarer machen und literarische Qualität auszeichnen, unabhängig von Verkaufszahlen oder Trends. Heute zählt der *Women's Prize* zu den wichtigsten Literaturpreisen der englischsprachigen Welt. Zu den bisherigen Preisträgerinnen gehören unter anderem Zadie Smith, Chimamanda Ngozi Adichie, Ali Smith und Barbara Kingsolver. Bemerkenswert ist dabei weniger die Tatsache, dass ausschließlich Bücher von Frauen ausgezeichnet werden, sondern die Bandbreite der prämierten Literatur. Die Listen des *Women's Prize* sind oft ein guter Gradmesser für aktuelle Themen und Erzählformen. Drei Titel der vergangenen zwei Jahre zeigen dies exemplarisch. Die Gewinnerin 2026 heisst Virginia Evans. Ihr Debütroman *Die Briefeschreiberin* (*The Correspondent*) führt zu einer Protagonistin, die in der Literatur selten im Mittelpunkt steht: Sybil ist 73 Jahre alt. Als ihre Sehkraft nachlässt, blickt die ehemalige Anwältin auf ihr Leben zurück, sucht Versöhnung mit ihrer Vergangenheit und knüpft alte Verbindungen neu. In Briefen an Freunde, Familienmitglieder und Autorinnen blickt sie auf Entscheidungen, Verluste und Versäumnisse zurück. Die Jury lobte den Roman als außergewöhnlich originell und emotional berührend. Der Roman, der ausschließlich aus Briefen besteht, erzählt von Einsamkeit, Verlust und Hoffnung in einer Form, die zugleich altmodisch und überraschend modern ist. Was zu-

nächst leicht und humorvoll wirkt, entwickelt sich zu einer berührenden Auseinandersetzung mit Alter, Erinnerung und Versöhnung. Ein Jahr zuvor gewann Yael van der Wouden mit ihrem Debütroman *In ihrem Haus* (*The Safekeep*). In diesem Roman lässt Yael van der Wouden ihre Protagonistin in einem niederländischen Landhaus leben, das nach dem Krieg zur Bühne für familiäre und historische Konflikte wird. Die alleinlebende Isabel führt ein streng geordnetes Leben, bis überraschend die Freundin ihres Bruders bei ihr einzieht. Zunächst ist die Beziehung angespannt. Aber dann entwickelt sich ein Roman über verdrängte Geschichte, Schuld, queeres Begehren und Erinnerung. Die Jury bezeichnete das Buch als präzise komponiertes Debüt über historisches Vergessen und die Nachwirkungen des Zweiten Weltkriegs. Man würdigte insbesondere die Auseinandersetzung mit den Folgen von Trauma und Komplizenschaft. Auch Lily Kings Roman *Heart the Lover*, der 2026 auf der Shortlist stand, zeigt die Vielfalt des Preises: Die amerikanische Autorin erzählt von einer großen Liebe, die in den Studienjahren beginnt, aber weit über diese Zeit hinaus andauert. Der Roman begleitet seine Figuren über Jahrzehnte hinweg und fragt, was von den Hoffnungen der Jugend bleibt. Was zunächst wie ein klassischer Campusroman erscheint, entwickelt sich zu einer klugen Reflexion über Erinnerung, Verlust und Beziehungen. Trotz Melancholie und Verlust bleibt die Grundstimmung leicht und hoffnungsvoll. Nicht zufällig schaffte es das Buch auf die Shortlist des *Women's Prize* 2026. Die drei Romane könnten kaum unterschiedlicher sein: ein Briefroman, ein historischer Roman und eine Liebesgeschichte. Gemeinsam ist ihnen die genaue Beobachtung menschlicher Beziehungen. Der *Women's Prize* macht sichtbar, wie vielfältig Gegenwartsliteratur von Frauen heute ist – und wie selbstverständlich sie zu den wichtigsten Stimmen unserer Zeit gehört. Für alle drei Bücher gibt es von mir eine klare Leseempfehlung!



Virginia Evans, *Die Briefeschreiberin*.
Aus dem Englischen von Claudia Feldmann.
Goldmann, 2026.

Yael van der Wouden, *In ihrem Haus*.
Aus dem Englischen von Stefanie Ochel.
Gutkind Verlag, 2025.

Lily King, *Herz König*.
Aus dem Englischen von Eva Bonné.
C.H.Beck, 2026.

Autor*innen

Thomas Benedikter
Wirtschaftswissenschaftler, Mitarbeiter im
Heimatspflegeverband Südtirol, Erwachsenenbildner
und Autor, *Frangart/Bozen*

Evi Brigl
Historikerin, Mitarbeiterin im
Heimatspflegeverband Südtirol, *Eppan*

Nicola Dal Falco
Autor, *Monteleone d'Orvieto/Bruneck*

Klaus Dissertori
Hotelier, *Lana*

Moritz Dissertori
Hotelier, *Bozen*

Hannes Egger
Künstler, Autor, Dozent UniBZ, *Lana*

Claudia Plaikner
Historikerin und Pädagogin, Obfrau des
Heimatspflegeverband Südtirol, *Olang*

Katharina Ritter
Kuratorin, *Architekturzentrum Wien*, *Wien*

Caterina Riva
Kuratorin für Zeitgenössische Kunst und
künstlerische Leiterin MACTE Museo di Arte
Contemporanea di Termoli, *Termoli*

Paul Rösch
Volkskundler, *Meran*

Muriel Senoner
Künstlerin, *St. Ulrich/Bozen*

Lucia Tozzi
Freie Forscherin, *Mailand*

Lydia Zimmer
Literaturvermittlerin und Literaturexpertin, *Basel*



STIFTUNG FONDAZIONE
SPARKASSE

Wir stiften Zukunft
Promuoviamo futuro