

Die Aussicht von gestern

Tourismus, Alltag und das Unsichtbare

Valentin Groebner*

Die Sprache, so hat ein kluger böser Diplomat vor zweihundert Jahren geschrieben, sei erfunden worden, damit die Menschen ihre Geheimnisse voreinander verbergen könnten. Aber wofür ist die Aussicht erfunden worden?

Luzern ist ein guter Ort, darüber nachzudenken. Luzern ist die Aussichts-Stadt. Hier ist der moderne Tourismus entstanden, zusammen mit der Aussicht, vor 160 Jahren ungefähr. Der kluge Diplomat war gerade in den Ruhestand getreten, und zuerst die Dampfschiffe, dann die Eisenbahnen hatten das Reisen komfortabel und schnell gemacht. Das war es vorher nämlich nicht. Luzern hatte vorher auch keine Aussicht zu bieten, wenn man in alten Beschreibungen der Stadt nachsieht. In denen war von Drachen die Rede, die in der Reuss schwammen (stromabwärts), von Brücken mit Bildern und fantastisch teuren Renaissancepalästen, erbaut mit dem Geld, das die lokalen Kriegsunternehmer mit dem Verkauf ihrer Untertanen ins Ausland gemacht hatten. (Es war nicht so schrecklich lustig, Untertan der freien Bauern zu sein.) Berge waren damals auch im Angebot, aber nur *en miniature*: Wer nach Luzern reise, schrieb Goethe 1780 an einen Freund, müsse dort unbedingt das Relief der Alpen besichtigen, das einer der lokalen Kriegsunternehmer in französischen Diensten, Franz Ludwig Pfyffer, gefertigt habe – verkleinert im Massstab 1 zu 12'000 und aus Wachs und Sperrholz. Teure Hotels gab es ebenfalls, aber die standen in der Altstadt, am Fluss.

Siebzig Jahre später war das völlig anders geworden. Die Stadt hatte sich gedreht und ausgestülppt, vom Fluss an den See. Da standen jetzt auch die noblen Hotels. Und zwar dort, wo man über den See auf die Berge schauen konnte und auf die schneedeckten Berge dahinter, nach Süden. Nicht verkleinert und aus Wachs und Sperrholz, wie bei Goethe, sondern echt und in blau-weissem blendendem Licht.

Das hat die enge (und, wenn wir den Berichten trauen dürfen, cher streng riechende) alte Stadt Luzern für ein halbes Jahrhundert zum bevorzugten Ferienort reicher Leute gemacht, samt schicker Seepromenade davor. Die Verwandlung ging schnell, vom Sumpf zum Sommerdomizil der englischen Königin in weniger als 20 Jahren: Deswegen wurde die grösste der mittelalterlichen Brücken abgerissen (sie war der Aussicht im Weg), und die Seebrücke, der Bahnhof, das Casino entstanden, und mit ihnen luxuriöse Herbergen am neu aufgeschütteten Seeufer – „Luzernerhof“, „National“, „Palace“. Sie waren unübersehbar und mussten es auch sein, des Marketings wegen: Üppig dekorierte Historienträume, die sich mit ins riesenhaft vergrösserten klassischen Säulen, spätgotischen Türmen und neo-barocken Fassaden zierten.

All das für die Aussicht. Sie sei so verführerisch vollkommen, schrieb ein amerikanischer Besucher 1873, dass sie wie ein künstliches Spektakel wirke; eine Oper, die unzählige Bühnenarbeiter und emsige Impresarios hinter den Kulissen beschäftige: „A perfect system“. Man gewinne den Eindruck, dass die Berge jahrtausendlang auf die Hotels gewartet hätten, um als kolossale Attraktionen endlich ebenbürtige Gegenüber zu haben. Noch einmal eine Generation später, am Beginn des 20. Jahrhunderts, hatte Luzern 200'000 Gäste jährlich und über

eine halbe Million Übernachtungen, und mehr als hundert Hotels mit über 3000 Bediensteten – zum weitaus grössten Teil schlecht bezahlte Saisoniers, die mit Wanzen und der gefürchteten Tuberkulose zu kämpfen hatten, sarkastisch „Hotelkrankheit“ genannt, und teilweise nur von Trinkgeldern lebten. Wer mehr wissen will, soll Franz Kafkas Tagebuchaufzeichnungen zu seinem Luzern-Besuch 1911 lesen.

Über die Luxushotels des 19. Jahrhunderts soll man aber schon deswegen nicht die Nase rümpfen, weil wir in gewisser Weise heute alle dort wohnen. Zentralheizung, Aufzüge, Elektrizität, Telefon und das Wasserklosett wurden für diese rosa Fabriken der Industrialisierung entwickelt und marktreif gemacht, lange bevor sie in Wohnungen zum Standard wurden. Luzern selber aber hat als frühe *boomtown* des Tourismus nicht nur den Drang nach Höherem gehabt (Kuppeln, Ballons und der erste touristische Zeppelin-Flughafen der Welt, 1912 famos bankrott gegangen), sondern auch ein intensives Verhältnis zur Simulation: Ein eigenes Stadtquartier voller Fotografen und künstlichen Welten, ausgestopften Alpentieren zum Anfassen, fast echten Schlachtfeldern, Alphütten und Sonnenauf- und Untergängen auf dem Montblanc, im Viertelstundentakt wiederholt und in wechselnder Beleuchtung in „Meyer's Diorama“ am Löwenplatz. Eine riesige Rollschuhbahn gab es auch, am Bahnhof, elektrisch beleuchtet und dekoriert als überdimensionale Ritterburg. Man soll die gute alte Zeit nicht unterschätzen. Sie war effizient, laut, ziemlich aufdringlich und vor allem schnell. Und, nach 1914, auch schnell vorbei.

Vorbei?

Wer im Jahr 2012 frühmorgens den Zug von Zürich Flughafen nach Luzern nimmt, findet sich zwischen verschlafenen Besuchern aus weit entfernten Zeitzonen wieder, indischen Mittelklassefamilien, amerikanischen Frührentner- und taiwanesischen Mittzwanziger-Paaren, frisch in der Schweiz gelandet. Sie reisen an den Vierwaldstättersee. Dort treffen sie auf deutsche Rentner im sportlichen Wanderdress und auf geheimnisvolle chinesische Männergruppen in strengen Anzügen, zwischen Löwendenkmal und Spreuerbrücke. Gemeinsam kaufen sie Uhren und Taschenmesser in besonders für sie eingerichteten Geschäften, die immer geöffnet zu haben scheinen, *off shore*-Resorts des Einzelhandels. Und dann gehen diese ernsthaften *hajis*, *bhaktas*, *junreis* gemeinsam zum Schweizerhofquai. Sie sind Gläubige, fromme Pilger: Dass dort keine eleganten Grossbürger der Belle Epoque mehr flanieren, sondern der Feierabendstau nach Meggen und Ebikon vierspurig steht, qualmt und hupt, ist ihnen egal. Links die Schwäne, rechts die Tretboote: In der speziellen Aussicht auf den See und die Berge dahinter scheint ein ganz besonderes, unantastbares und so herzerreissend wirksames Versprechen auf Glück zu liegen, dass man dafür um die halbe Welt fliegt.

Luzern hat derzeit fünfeinhalb Millionen Tagesgäste und etwas über eine Million Übernachtungsgäste pro Jahr. In Luzern zu wohnen ist deswegen ein wenig so, als ob man in Varanasi an den Ufern des Ganges ansässig wäre, in Lourdes, oder in Sichtweite des ehrwürdigen Ise-Schreins in Japan, der alle zwanzig Jahre abgerissen und, genau identisch, neu aufgebaut wird. Pilgerfahrten, auf Dauer gestellt, verwandeln ihr Ziel notwendigerweise in ein selbstkopierendes Simulacrum.

Denn Tourismus, diese Schwerindustrie der Bilder und des Gefühls, ist das grosse Hinterher: Er kommt immer nachher, nachdem an einem Ort irgendetwas Aussergewöhnliches passiert ist. In Luzern ist es eben die Erfindung des Tourismus selbst, der dieser Retromania bis heute den Gegenstand liefert, vom umtriebigen Fremdenverkehrsdirektor Kurt H. Illi am

* Valentin Groebner, geboren 1962 in Wien, unterrichtet am Historischen Seminar der Universität Luzern.
Dieser Text erscheint in: Luzern, hg. von Daniel Gaberell, Kulturbuchverlag: Bern November 2012.

Beginn der 1970er Jahre medial neu verpackt und in den 1980ern als Hochglanzkitsch global verkauft. Das hat ein bisschen zu gut funktioniert. Heraus kam eine Endlosschlaufe immer gleicher Bilder von Löwendenkmal, Spreuerbrücke, Jesuitenkirche und Wasserturm; auf den besten der Ansichtspostkarten verschmelzen die dann, ineinandergemorphht, nahtlos mit der Aussicht auf See und Pilatus.

Das sind die Sehenswürdigkeiten von Illistan, einem orientalischen Zauberreich voller hyperrealistischer Zonen, in denen die Zeit im Modus des Als-ob stillgestellt wird. Deshalb ist den fünfeinhalb Millionen Tagestouristen auch offensichtlich egal, dass die eleganten Luxushotels in den letzten siebzig Jahren reihenweise abgerissen worden sind oder sich in unklar finanzierte Hotelsimulationen verwandelt haben. Oder, konsequenterweise, gleich vollständig in teure private Altersheime. (Auch das eine Branche, die zu Euphemismen ein inniges Verhältnis pflegt.) Tourismus ist wundervoll unempfindlich gegenüber der Fiktionalität der Phänomene, die er als Attraktionen vermarktet. Wie die Verehrung heiliger Stätten funktioniert auch er durch *pia traditione*, wie der Fachausdruck des Kirchenrechts heisst. Dinge, die nie existiert haben – „traditionelle Küche“, „ursprüngliches Brauchtum“ und die gute alte Zeit – können so problemlos den Besuchern präsentiert werden.

Natürlich nicht nur in Luzern. Aber wenn man hierwohnt und täglich über die Bahnhofstrasse muss, vorbei an den vielen freundlichen deutschen Rentnern, Amerikanern, Indern und Chinesen, dann sieht man es eben ein bisschen deutlicher. Man kann es auch riechen, in den Seitengassen vor dem Löwendenkmal, wenn dort an milden Sommerabenden den geschätzten Gästen Käsefondue serviert wird. Auch reale Dinge wie teure Hotels, alte Holzbrücken, Barockfassaden und pittoreske Altstadtgassen beginnen sich in lackierte Kopien ihrer selbst zu verwandeln, wenn sie oft genug in bunten Bildern vervielfältigt worden sind. Der Architekturhistoriker Stanislaus von Moos hat 2004 in einem wunderbaren Essay den Zaubertrick von Jean Nouvel beschrieben, der, ganz in der Nachfolge von Franz Ludwig Pfyffer, von der Aussichtsterrasse des KKL aus die ganze Stadt in ihr verkleinertes Spiegelbild transformiert hat – in eine Puppenstube. Ernst Sache, mit Folgen. Ironisch ist nur von Moos' Titel: „Nicht Disneyland“.

Aber die Aussicht ist doch echt, oder?

Natürlich. Sie schauen sie an und reisen dann ziemlich schnell wieder ab, die fleissigen fünfeinhalb Millionen Luzern-Besucher pro Jahr. Das Beste nehmen sie mit, nämlich ihre eigenen Erinnerungen. So gesehen ist Reisen angewandtes Vergangenheitsmanagement. Nicht nur das touristische Marketing, auch das eigene Erleben hat zum Hinterher ein inniges Verhältnis. Das kennen wir von uns selber, wenn wir auf Reisen gehen. Einmal zurück im eigenen Alltag, wird das Erlebte durch den zeitlichen Abstand von all den Zweideutigkeiten gesäubert und im Nachhinein mit einer Schönheit und Klarheit ausgestattet, die es damals, als es in Echtzeit passierte, vermutlich noch gar nicht gehabt hat.

Das ist das Erinnerungssehnsuchtwunder. Neben niedrigen Ölpreisen und ausreichend Parkraum ist es der wirkliche Treibstoff des Tourismus, dieser unaufhaltsam expandierenden Grossdienstleistungsbranche des 21. Jahrhunderts. „Der eigentliche ungeshmälerte Genuss einer Reise“, hat ein fleissiger schwäbischer Dichter bemerkt, „beginnt erst in dem Augenblick, in dem wir uns ihrer erinnern.“ Eben jener Friedrich Schiller, der grosse Erfinder der Alten Eidgenossenschaft, hat die Schweiz nie betreten.

Dieses Privileg haben wir natürlich nicht, wir Ortsansässigen. Weil wir die Aussicht immer haben, jedenfalls theoretisch, wenn wir den Bus Nr. 1 nehmen oder das Velo. Geht ja nur zehn Minuten. Dann steht man am Schweizerhofquai und schaut auf die atemberaubende Kombination von See und blauweiss leuchtenden Bergen. Wenn es das Wetter erlaubt.

Und damit wären wir wieder bei der Aussicht, dem *unique selling point* der Fremdenverkehrsmetropole Luzern von gestern. Sie ist wirklich einzigartig. Es gibt nicht viele Orte in den Alpen, die ähnlich komfortabel und schnell zu erreichen sind (eilig hatten es nämlich auch schon die Reisenden vor hundert Jahren) und an denen man über einen grossen See als spiegelnden Himmelslichtverstärker direkt nach Süden schauen kann: Eine Aussicht auf Berge, die nahe und hoch genug sind, um den grössten Teil des Jahres weiss zu leuchten. Es ist dieser ferne Schnee, der den starken visuellen Lockstoff abgibt; ohne ihn sehen auch die höchsten Gipfel braungrau und schmutzig aus. Was an den Bergen am verlockendsten ist, sind also wahrscheinlich nicht die Berge selber. Sondern der leere blaue Raum zwischen ihnen, und die gleissenden Wasserflächen davor.

Das allerdings sind Orte, die man nur anschauen kann. Sie sind unbetretbar: Man wird, wie in die touristisch vermarkteten Sehnsuchtsbilder pittoresker Vergangenheiten, dort nicht hinkommen. Aussicht ist etwas, was der Betrachter nicht festhalten kann und das ihm entzogen ist. Anders gesagt, sie ist keine geografische Konstellation, sondern ein Zustand, zeitlich begrenzt. Wahrscheinlich muss man sie deswegen auch so unablässig fotografieren.

Auf den Fotos sieht sie dann aber eigenartig flach aus, die Aussicht, die berühmte, blass und matt. Touristische Ekstasen sind nur beschränkt alltagstauglich. Während der Tourismus auf Beschleunigung und Reproduktion beruht, ist der Alltag ja langsam, zäh, widerspenstig, und auf aufdringliche Weise immer ein bisschen zu echt. Und unsichtbar.

Deswegen ist die Sache mit Luzern ganz einfach. Die Aussicht ist Tarnung. Sichtbar wird die Stadt erst, wenn es regnet. Das tut es auch ordentlich, dank der Staulage am Alpenrand: Jahresniederschlagsmaximum im Juni und August. Wenn sich grosse nasse Wolken das Reusstal herauf und den Pilatus herunter schieben, wenn der Alpenblick verschwindet, die Rigi-Silhouette abgeschaltet wird und man den Bürgenstock gerade noch als nassen Schatten sieht, dann erscheint die Stadt. Dann kann man sie auch erforschen. Am besten im dicken Pullover und in Gummistiefeln. Am interessantesten – Sie haben es schon vermutet – sind diejenigen ihrer Teile, die mit dem Seeblick auf die Geschichte nichts zu tun haben wollen.

Zum Nachlesen

Peter Omachen, Luzern – eine Touristenstadt. Hier & Jetzt: Baden 2011

Stanislaus von Moos, Nicht Disneyland. Und andere Aufsätze über Modernität und Nostalgie, Scheidegger & Spiess: Zürich 2004.

Wolfgang Scheppe und Thomas Steinfeld (Hg.), Die Zukunft des Reisens. S. Fischer: Frankfurt/Main 2012