Alpine Wasserwelten : Anmerkungen zum touristischen Umgang mit Wasser

Autor(en): **Schneider, Ingo**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Histoire des Alpes = Storia delle Alpi = Geschichte der Alpen**

Band (Jahr): **11 (2006)**

PDF erstellt am: **29.03.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-11834

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Alpine Wasserwelten

Anmerkungen zum touristischen Umgang mit Wasser

Ingo Schneider

Résumé

Mondes aquatiques alpins. Observations sur le rapport entre les touristes et l'eau

Les tableaux, la musique ou les récits ne sont pas les seules formes de production culturelle ou de représentation de la culture alpine. Cette contribution analyse l'utilisation de l'eau en tant que construction culturelle de la part du tourisme alpin et de son renforcement au cours de ces dernières années, de même que la représentation du milieu naturel alpin. Le tourisme d'été dans les Alpes s'est depuis longtemps appuyé de manière consciente sur l'eau, le tourisme thermal étant l'exemple le plus immédiat. Le boom de l'eau de ces années semble toutefois vivre d'une autre approche à l'élément aquatique. Divers indices suggèrent que les racines de ce développement sont à chercher dans la distance croissante entre l'homme moderne et la nature. Depuis quelques années, on assiste à la redécouverte de l'eau en tant que source de la vie. Le tourisme dans le monde alpin a reconnu dans la valorisation de l'eau, un potentiel à utiliser de diverses façons. En même temps sautent aux yeux deux tendances: la «culturalisation» et la «mise en scène» de l'eau. L'article esquisse des réflexions théoriques sur trois contextes d'utilisation touristique de l'eau dans les Alpes: les thermes et les mondes aquatiques, les sentiers d'eau et les parcs aquatiques et, enfin les sports d'aventure dans l'eau.

Rahmenbedingungen

Die touristische Begeisterung für die Alpen als Natur- und Kulturraum hat eine lange Tradition. Nicht weniger stand das Element Wasser schon lange im Fokus des sommerlichen Reisens und Erholens. Dabei ging es meist um Badeurlaube, um Meere und Seen als Reiseziele. Im Zuge der in den letzten Jahren ganz allgemein gestiegenen Wertschätzung des Wassers, das oft als «Erdöl des 20. Jahrhunderts» oder als «Der Schatz aus den Bergen»[1] bezeichnet wird, hat der Tourismus in den Alpen das nasse Element nun aber ein weiteres Mal oder zumindest von einer anderen Seite entdeckt. Die touristische Wassernutzung geht zwar vom Naturelement Wasser aus. Bei genauerem Hinsehen wird das Natürliche des Wassers aber immer kulturell überformt und mit einem Spektrum von Bedeutungen aufgeladen. Die solcherart entworfenen Bilder alpiner Wasserkultur und die sich daran knüpfenden Geschichten über das Wasser und seine vielfältigen Nutzungsweisen reichen vielfach in die Vergangenheit zurück und werden aus Versatzstücken alpiner Kultur und Geschichte gespeist.

Der derzeitige Wasserboom steht freilich nicht nur in seinen touristischen Dimensionen im Kontext veränderter Mensch-Natur-Beziehungen, die es zunächst ganz grob zu umreissen gilt. Neue Techniken und naturwissenschaftliche Forschritte haben dem Menschen zwar eine ganz neue, andere Weise der Naturbeherrschung und -kontrolle ermöglicht. Zugleich beeinflusste dieser Wandel aber unsere Art, der Natur zu begegnen. Für einen immer kleineren Teil der Menschen ist Natur, auch alpine Natur, alltäglicher Lebensraum, Arbeitsplatz und Ort wirtschaftlicher Aktivitäten. Für einen immer grösseren Teil der Menschen wird Natur zum Erholungs-, Freizeit- und Erfahrungsraum. Aus der ursprünglichen «Produktionslandschaft»[2] Alpen wurde eine Erlebnis- und Erholungslandschaft. Natur wird zum Erlebnis, und: «Das Naturerlebnis wird zum Verbrauchsgut [...] wird kontemplativ und sakral [...]».[3] Das gegenwärtig so auffallende Interesse an Wasser im Allgemeinen, aber auch an alpinen Bächen, Wasserfällen und Seen im Besonderen hat, so meine ich, wesentlich mit diesen Veränderungsprozessen zu tun. «Den Bezug zum Wasser als einem Element des Lebens und der Kultur», so formuliert Hartmut Böhme, «haben die industrialisierten Gesellschaften verloren.»[4]

Die Tourismusbranche greift offensichtlich auf diese Verlusterfahrung zurück, auf dieses durch industrielle und informatische Revolution entstandene sensitive oder auch emotionale und haptische Defizit und versucht es gewinnbringend zu nutzen. Deutlich zu verfolgen ist das etwa im österreichischen Tourismus des



Abb. 1: *Titelblatt eines Prospekts des Tourismusverbands Obergurgl/Hochgurgl vom Sommer 2005. Foto: Schneider.*

beginnenden 21. Jahrhunderts. Die «Österreich Werbung», als übergeordnete Organisation für die Entwicklung von neuen, innovativen Konzepten und Trends verantwortlich, stellte in den Jahren 2001–2003 das Thema Wasser überhaupt in den Mittelpunkt ihrer Werbelinie beziehungsweise -strategie. Die Werbeauftritte auf Plakaten und die TV-Spots jener Zeit waren in gewisser Weise «triefnass». Manche werden sich vielleicht an die mediale Überflutung mit Bildern idyllischer Bergseen und -bäche erinnern, die bis heute in den regionalen Werbebroschüren und -plakaten anhält.

Eine von der «Österreich Werbung» in Auftrag gegebene, nachfrageorientierte, in Deutschland und Österreich durchgeführte Grundlagenstudie kam zu dem zunächst wenig überraschenden Ergebnis, dass Österreich zwar in der Verbindung «Sommerurlaub und Baden» gegenüber Meeresdestinationen keine Chance habe. Österreichs Potenzial liege aber in der Verbindung von Wasser und Landschaft, zumeist alpiner Landschaft beziehungsweise landschaftlicher Schönheit. «Wasser funktioniert dann, wenn es in Verbindung gesetzt wird, wie Thermenbesuch, Wellness, Wandern in schöner Landschaft rund um das Wasser

etc.»[5] In den letzten Jahren sprudelten die touristischen Angebote, die zentral auf Wasser, auf die genannte Verbindung von Wasser und alpiner Landschaft setzen, in den österreichischen Tourismusregionen vielerorts geradezu aus dem Boden. Die Vielzahl der Wasseraktivitäten kann im Wesentlichen in drei grosse Bereiche gegliedert werden. Da sind einmal die Thermen und Erlebnisbäder, da sind zweitens Wasserwanderwege und Wassererlebnisparks und da sind drittens die Abenteuersportarten im Wasser. Auf alle drei Bereiche sei im Folgenden kurz und exemplarisch eingegangen.

Thermen und Erlebnisbäder

Thermen sind alles andere als ein neues Phänomen. Ich erinnere nur an die grosse Bäderkultur der Römer oder der Osmanen. In Österreich stellen Thermen gegenwärtig wirtschaftlich gesehen den wichtigsten Teil touristischer Wassernutzung dar. Der Schwerpunkt liegt allerdings nicht in den Alpen, sondern in den hügeligen Gegenden der Steiermark und des Burgenlands. Andererseits können auch die alpinen Tourismusregionen etwa Salzburgs, Kärntens und Tirols auf eine lange Tradition ländlich-bäuerlicher Bäder verweisen. Im Zuge der Konjunktur des Wassers und in Verbindung mit dem mitteleuropäischen Wellnessboom gibt es nun aber auch in Tirol, abgesehen von der Vielzahl von Vital- und Wellnesshotels, an mehreren Orten Bestrebungen zur Errichtung grosser Thermalanlagen, so in der Unterinntaler Gemeinde Kramsach,[6] so auch im Osttiroler St. Jakob in Defereggen.[7] Das erste bereits fertig gestellte Projekt ist der am 1. Oktober 2004 eröffnete «Aquadome Tirol Therme Längenfeld» im Ötztal.
Dass in Längenfeld schwefelhaltiges Wasser an die Oberfläche tritt, war seit langem bekannt. In bescheidener Form wurde es seit dem 16. Jahrhundert für Heilanwendungen genützt. Nach wissenschaftlicher Analyse wurde 1893 ein für damalige Verhältnisse modernes Kurbad eröffnet,[8] das in den 1970er-Jahren mit dem Versiegen der Quelle den Betrieb einstellen musste. Für die neueröffnete Therme wird das schwefelhaltige Wasser nun aus einer Tiefe von 1800 Metern an die Oberfläche gefördert. Auf einer Fläche von knapp 50'000 Quadratmetern präsentiert sich der «Aquadome» als eine luxuriöse Anlage mit 4-Sterne-Hotel, die mit vielgestaltigen Wasser-Raum-Inszenierungen arbeitet und in der Vielfalt ihrer Angebote beinahe an römische Thermen erinnert, allerdings anders als die öffentlich und kostenlos zugänglichen antiken Vorbilder nur einem zahlungskräftigen Publikum vorbehalten ist.

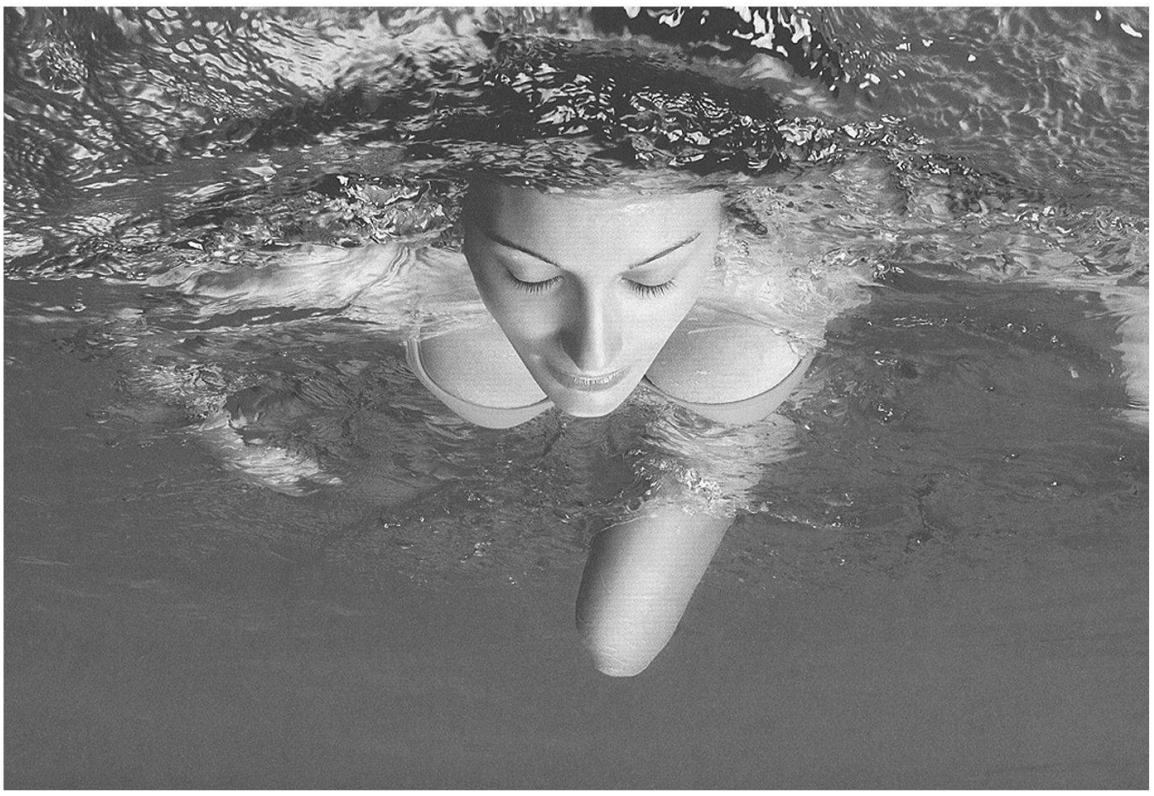


Abb. 2: *Ausschnitt aus einer Plakatwerbung des «Aquadome. Tirol Therme Längenfeld». Foto: Schneider.*

«Dem Wasser ein Haus geben»[9] lautet der Slogan der Betreiber des «Aquadomes». Damit soll unterstrichen werden, dass das Thema Wasser in allen Bereichen des Grossprojekts der Architektur übergeordnet sein soll. Zentral gelegen und als Namen gebendes Wahrzeichen intendiert ist ein kegelförmiger, alles überragender Turm, dessen Wasserspiele, Licht- und Toneffekte von den Besuchern selbst ausgelöst werden können. Umgeben ist der gläserne Baukörper von drei wie fliegende Untertassen scheinbar frei schwebenden, mit Thermalwasser gefüllten Schalen. Wasserkunstwerke und andere Wasserinszenierungen ziehen sich durch die gesamte Anlage, sei es im Innenbereich im «Thermendom Ursprung» mit seinen künstlichen Seen und Wasserfällen, sei es in der flussartig angelegten Freiluftterme «Talfrische» oder in der auf Stelzen als Pfahldorf über einem künstlichen See errichteten Saunawelt «Gletscherglühen» mit ihren Kaltwasseranlagen in Form eines kleinen Bergsees und Kneippstrecken in Form von Flussläufen. An einem Punkt des Saunabereichs wird der Besucher eingeladen, sich in einen finsteren zylinderförmigen Raum zu wagen. Dort kann er sich per Knopfdruck verschiedenen «wässrigen» Natur-

gewalten aussetzen, vom Wasserfall über den Schnürlregen bis zum hochalpinen Gewitter einschliesslich Blitz und Donner, akustisch und visuell mehr oder weniger eindrucksvoll inszeniert. «Das Wasser», so Edmund Friedl von der Betreiberfirma, «wird als Überraschung, zur Erregung von Aufmerksamkeit und zum Wecken von Neugier genutzt.»[10]

Neben den Thermen gilt es noch eine weitere Spielart der «Wasserwelten» zu beachten: die «Erlebnisbäder». Auch hier beobachten wir eine Indienststellung von Wasser und alpiner Landschaft für ökonomische, genauer touristische Zwecke, erleben wir Kulturalisierung von Natur. Ein von seiner Konzeption für unseren Zusammenhang besonders interessantes Beispiel ist der 1998 eröffnete Freizeit- und Erlebnispark «Mountain Beach» in der Montafoner Gemeinde Gaschurn, der 2003 den Staatspreis für Tourismus unter dem Motto «Wasser und Tourismus – Synergien» erhielt. In einem Informationspapier des örtlichen Tourismusverbandes wird die Projektidee näher erläutert. Ausgangspunkt sei «das Gebot der Stunde, die Alpen für den globalen Markt neu zu inszenieren» gewesen.[11] Das Thema Wasser wird als eine der seit langem bekannten Stärken des Montafons bezeichnet. Neben seiner zerstörerischen Kraft, neben seiner Bedeutung zur Energiegewinnung und als reines Quell- und Trinkwasser habe es «einen stark symbolischen Charakter. Die Kraft eines klaren Gebirgsbaches, die Unschuld eines Embryos im Fruchtwasser oder das historische ‹Waschen der Hände in Unschuld›, ‹Wasser› wird stets mit Reinheit und Energie verbunden.»[12]

«Mountain Beach» besteht im Wesentlichen aus zwei künstlich angelegten Seen mit zirka 6500 Quadratmetern Gesamtfläche, die mit einem stündlich befluteten Kanal zum «Schwimmreifen-Raften» verbunden sind. Die beiden sich biologisch selbst reinigenden Teiche sind in einer parkähnlichen Landschaft mit einer mit Fährboot erreichbaren Insel, einer Hängebrücke und verschiedenen Wasserspielen angelegt. «Um die Sensibilisierung der Besucher für das Thema ‹Wasser und Natur› noch zu steigern, wurden viele Pflanzen im Bad mit kleinen Schildern beschriftet.»[13] Das Gaschurner Erlebnisbad bietet eine Inszenierung von Wasser in einer inszenierten Natur, die ihren Besuchern Natürlichkeit vorgaukelt und dabei von Anfang bis Ende geplant, gemacht ist. Hier zeigt sich eine Tendenz des aktuellen Tourismus, die uns in Verbindung mit Wasser noch mehrmals begegnen wird und die man nicht bloss als Inszenierung, sondern als Virtualisierung der Natur bezeichnen könnte. Vielleicht ist darin eine Spätform von Kulturalisierung zu sehen.

Wasserwanderwege und Wassererlebnisparks

In der allgemeinen Konjunktur der Naturerlebnis- beziehungsweise Themenwege nehmen die Wasserwanderwege eine zentrale Stelle ein. Ihre Errichtung erlebte im «Jahr des Wassers» 2003 in Österreich wie in vielen anderen Ländern sicher einen besonderen Aufschwung. Entsprechende Ideen wurden aber bereits Jahre früher verfolgt und umgesetzt, und viele Projekte laufen über das vergangene Jahr hinaus beziehungsweise wurden erst nach 2003 entwickelt. Für unser Thema genügt die Beschränkung auf einige wenige Beispiele.

Der Nationalpark Hohe Tauern bietet seinen Besuchern derzeit 44 Lehrwanderwege, von denen der überwiegende Teil mit Wasser in Form von Bächen, Wasserfällen, Seen, Mooren, Tümpeln oder Gletschern zu tun hat, auch wenn dies auf den ersten Moment nicht immer zu erkennen ist.[14] So bilden etwa vier renovierte Schaumühlen und der interaktive Erlebnisbereich «Kleine Wasserwelt» den Kernbereich des «Kulturlandschaftswegs Winklern».[15] Eine ganze Reihe von Themenwegen des Nationalparks widmet sich aber ausschliesslich verschiedenen Aspekten des nassen Elements, so zum Beispiel der «Bachlehrweg Hollersbachtal», der «Biotoplehrweg in Hüttschlag», der «Wassererlebnisweg St. Jakob in Defereggen», der «Rundwanderweg Krimmler Wasserfälle» oder der «Wasser-Wunder-Weg Jungfernsprung». Auf Letzteren komme ich noch einmal zurück.

Neben den Themenwegen verfolgt der Nationalpark Hohe Tauern noch mehrere andere Wasserprojekte. Insbesondere an Schulkinder richten sich die «Mobile Wasserschule»[16] mit Sitz in Mallnitz und das neu erbaute «Haus des Wassers» in St. Jakob in Defereggen.[17] Dort werden von Mitarbeitern des Nationalparks mehrtägige Kursprogramme angeboten zu Themen wie «Wasser – Leben und Lebensraum», «Wasserkraft und Wassermacht» oder «Wasser – Mythen, Sagen und Legenden». Man sieht, auch hier werden Natur und Kultur ineinander verschränkt. Das in der Nationalparkregion gelegene Kärntner Mölltal bot im Sommer 2005 zum zweiten Mal eine «Erlebnisreise Wassergold» «zwischen Kultur und Natur» an, die sowohl «in die vergangene Welt des Tauerngolds» entführen sollte als auch «den wahren Schatz – Wasser, das blaue Gold [...] erfassbar, erwanderbar und hautnah erlebbar» machen wollte.[18] Die Reise begann am 26. Juni 2004 mit der Eröffnung eines «neu inszenierten [...] Schatztunnels», durch den «mystische Berg- und Wasserwesen» führten. Am Nachmittag folgte ein «WasserGoldFest» mit Goldgräbern, Knappen, Schmied, Säumern, Münzprägern und Brauchtums-

gruppen. Im August 2004 fanden schliesslich ein «Mythen- & Sagenfestival» mit «märchenhafter Kulinarik» und «hexenhaften Kräutern» und eine «lange Nacht der Sagen und Mythen» statt.[19] Neben diesen Einmalevents bietet das Angebotspaket «Wassergold» ständige Wanderungen zu insgesamt acht «wässrigen» Ausflugszielen an. Ich erwähne nur einige. Eine Wanderung führt in das Goldgräberdorf «Alter Pocher», wo man gegen eine geringe Gebühr der Goldwäscherei frönen und sich auf Führungen durch das auf 1800 Meter gelegene Dorf über den Goldrausch und das Leben der Bergknappen vergangener Jahrhunderte erzählen lassen kann. Der «Heilwasser Bricciusweg» führt zu einer Kapelle ausserhalb von Heiligenblut. Der Wanderer wird über jenen Heiligen informiert, auf dessen Legende der Ortsname Heiligenblut zurückgeführt wird,[20] aber auch über die vor der Kapelle entspringende Quelle, deren «qualitätsvolles, rechtsdrehend polarisiertes» Wasser gegen Augenleiden helfen soll.[21] Auch der bereits genannte «Wasserwunderweg Jungfernsprung» ist in «Wassergold» integriert. Er führt zu einem eindrucksvollen Wasserfall, der seinen Namen einer Sage verdankt. Eine junge Sennerin wusste sich den Nachstellungen des Teufels nur durch einen Sprung in die Tiefe zu entziehen. Wie durch ein Wunder überlebte die Frau den Sturz und gab so dem Wasserfall den Namen.[22]

Das Bundesland Kärnten hat in den letzten Jahren überhaupt sehr stark auf touristische Wasserangebote gesetzt. Einiges davon wurde im Zusammenhang mit den Nationalparkaktivitäten bereits erwähnt. Ich verweise allgemein auf die Domain *www.wasserreich.at,* welche ein reichhaltiges Angebot präsentiert, unter anderem abermals eine breite Palette von Wasserwanderwegen. Einige darunter verbindet der Versuch, die Erholungssuchenden auf einer körperlich-sinnlichen und/oder esoterisch-mythischen Ebene anzusprechen. Da gibt es zum einen eine ganze Reihe von Kneippwanderwegen. Da gibt es aber auch den «Klangwanderweg Millstätterschlucht», der zu einer «Hörreise» und zum «Versuch, eine Landschaft mit den Ohren zu erschliessen» verführen will;[23] den «Gailtaler Wünschelroutenwanderweg», der «die Natur mit anderen Augen zu sehen» verspricht und zu Erlebnispunkten, Kraftorten führt oder den «Mystischen Wanderweg Eberstein», der zu heiligen Quellen beziehungsweise zu 13 Orten der Kraft führt und im Mai und November obendrein noch keltische Feste bietet.[24] Um noch ein weiteres Beispiel zu nennen: Der «Weg der Harmonie / Weg der Elemente» biete die Chance, durch ein seichtes Flussbett watend mit etwas Glück «buntgefärbte, keltische Eisenschlacke – 2000 Jahre von der Görtschlitz geschliffen» finden zu können.[25] Auch im Bereich der

Wasserwanderwege sehen wir vielfältige Verknüpfungen alpiner Natur und Kultur, nehmen wir sehr unterschiedliche Versuche der symbolischen Aufladung des Elements Wasser wahr.

Abenteuersportarten im Wasser

Schon 1997 prognostizierte der Freizeitforscher Horst Opaschowski, dass «Aktivitäten, die in Verbindung mit Wasser stehen, [...] immer attraktiver» würden.[26] Neben arrivierten Sportarten wie Surfen oder Tauchen geht es dabei in erster Linie um Rafting, das Durchpaddeln von Wildbächen in grossen Schlauchbooten, und Canyoning, das Durchqueren von wasserläufigen Schluchten mit Abseilpassagen über Wasserfälle, mehr oder weniger waghalsigen Sprüngen in Gumpen, Rutsch-, Schwimm-, aber auch Kletterpassagen. Auf die allgemeine und die spezielle österreichische Entwicklung dieser von den USA ausgehenden, relativ jungen Wassersportarten, die in den Kontext der «extremen Natursportarten»[27] einzuordnen sind, ist hier nicht näher einzugehen. Es genügt ein Blick auf eines der ersten Rafting- und bald auch Canyoning-Zentren im Alpenraum, auf die Gegend um Haiming im Tiroler Oberinntal. Vor dem Einsetzen des Raftingbooms galt die nahe gelegene Imster Schlucht als Geheimtipp für einen kleinen Kreis von Kanufahrern. Etwa ab 1990 wurde der Raftingsport dort und bald auch in der Ötztaler Ache schnell sehr beliebt und nahm innerhalb weniger Jahre massentouristische Züge an. Mitte der 1990er-Jahre wurde mit 37 Outdoor-Unternehmen, die mit zirka 270 Booten in verschiedenen Tiroler Tälern Rafting und Canyoning-Touren anboten, ein Höhepunkt erreicht. Der Grossteil war und ist im Raum Haiming stationiert. Mittlerweile sind die Zahlen etwas zurückgegangen. 2002 waren es in Tirol immerhin noch 28 Unternehmen mit zirka 230 Booten.[28]

Gemeinsam mit anderen Abenteuerwassersportarten bilden Rafting und Canyoning seit einigen Jahren im gesamten Alpenraum eine weitere, wichtige Sparte touristischer Wassernutzung. Auch hier geht es im Grunde um die Vermarktung alpiner Landschaft, um die Nutzung einer gesteigerten Nachfrage nach naturnahen Räumen, in denen Natur, konkret Wasser in Verbindung mit Fels, als Konsumgut und als Genusswert angeboten wird. Die neuen Wassersportangebote werben besonders mit ihrem hohen Erlebniswert in unberührter Natur. Es stellt sich allerdings die Frage, ob in dieser als Freizeitgegenwelt konsumierten Landschaft nicht doch eher kulturelle Repräsentation von Natur zu sehen ist.

Abschliessende Überlegungen

Die hier vorgestellten drei Bereiche des touristischen Umgangs mit Wasser bestätigen, denke ich, zunächst die eingangs formulierte Überlegung, dass die entsprechenden Wasserkonzepte zwar immer mit unberührter Natur und der Natürlichkeit des nassen Elements werben, dass dieses aber bei näherem Hinsehen immer mit Bedeutungen mehrschichtig aufgeladen ist. Das Wasser wird, könnte man sagen, kulturalisiert, es wird zur kulturellen Repräsentation. Bei den Thermen und Erlebnisbädern zeigt sich diese symbolische Aufladung besonders deutlich. Wasser ist dort primär Erholungsraum. Es wird als Ort der Ruhe und Regeneration, der Kraft, Vitalität und Konzentration gepriesen und verbindet sich mit Attributen wie «authentisch» und «rein» beinahe nahtlos mit komplementärmedizinischen und esoterischen Wellnesskonzepten.
Noch eine weitere Beobachtung ist mir wichtig. In eigentlich allen drei Bereichen beobachten wir mehr oder weniger subtile Formen der Inszenierung alpinen Wassers und alpiner Kultur. Dabei wird abermals Naturnähe und -verbundenheit vorgetäuscht. Bezeichnungen wie «Ursprung», «Gletscherglühen» oder «Talfrische» für einzelne Nassbereiche der Längenfelder Therme, Schwimmbecken in Form von Seen und Flüssen, eine Saunawelt als Pfahldorf sollen wohl Naturnähe beziehungsweise Natürlichkeit simulieren. Ähnliches gilt für das Erlebnisbad «Mountain Beach» in Gaschurn. Dort merkt der Besucher gar nicht sofort, dass er sich in einer inszenierten Landschaft mit künstlichen Seen bewegt, in einer artifiziellen Natur, «schöner» und «natürlicher» als ihr Vorbild – in einer Naturwasserkulisse, die Authentizität und Unverwechselbarkeit vorgibt und dabei den Bezug zum konkreten Ort verloren hat, also überall auf der Welt stehen könnte.
Kulturalisierung und Inszenierung erkennen wir nicht minder im Bereich der Wasserwanderwege, wenn etwa ein Weg zu einem sagenhaften Wasserfall (Jungfernsprung), ein anderer zu einer legendenumwobenen Kapelle (Briccius in Heiligenblut), ein dritter zu Kraftorten führt, wenn in andere Wasserwanderungen Versatzstücke aus der Lebenswelt der Bergknappen oder der Bauern verwoben werden. Da geht es um mythisch-esoterisch und historisch-volkskulturelle Inszenierung beziehungsweise Aufladung. Die Wasserthemenwege zeigen zwar paradigmatisch das Ineinandergreifen von Natur und Kultur und entsprechen darin durchaus einem internationalen Trend.[29] Man darf aber nicht übersehen, dass wir es immer mit selektierter und inszenierter Natur und Kultur zu tun haben, die in den Angeboten der Tourismusindustrie gleichsam zu

einem zweiten Leben erweckt werden,[30] zu einem Leben, das allerdings nur noch Unterhaltungswert bieten soll. Natur und Kultur werden abermals zu einer Repräsentation ihrer selbst.

Bei den Wasserabenteuersportangeboten könnte man schliesslich meinen, noch das letzte Refugium unberührten Naturerlebnisses antreffen zu können. Wildheit und Kraft des Wassers, aber auch ein gewisses Gefahrenmoment stehen im Vordergrund. Der Reiz dieser Sportarten scheint auch mit Gefühlen des Ausgesetztseins gegenüber der Naturgewalt des Wassers zusammenzuhängen, mit einer latenten Sehnsucht nach Momenten, in denen man mit der Natur, das heisst dem Wasser, eins sein könne. Andererseits wird aber auch hier Wasser als Konsumgut und als Genusswert präsentiert und wird alpine Natur als eine Freizeitgegenwelt zur meist urbanen Arbeitswelt konsumiert. Auch darin liegt freilich eine Kulturgebärde. Dass diese Freizeitgegenwelten letztlich auch nicht wirklich unberührte Natur verkörpern, wird mitunter nicht so recht wahrgenommen. Und schliesslich: Auch wenn der Mensch etwa beim Canyoning in Naturräume eindringt, die ihm bisher unzugänglich waren, auch wenn er zu Einsichten über die Natur, über Wasser gelangt, die ihm gänzlich neu sein mögen, so ist nicht zu übersehen, dass Flow-Erlebnis und Adrenalinkick alpine Natur in gewisser Weise zur Sportstätte degradieren, zur Kulisse für sportliche beziehungsweise körperliche Extremerfahrungen, zur «Natursportkulisse»,[31] die im Grunde genommen austauschbar ist.

Erst nach meinem Referat auf der Tagung von Bovec, das zu diesem Beitrag geführt hat, wurde mir so recht klar, dass die vorgebrachten Überlegungen eine ausführliche Diskussion über die Brauchbarkeit beziehungsweise Sinnhaftigkeit von Begriffen wie «Inszenierung» und «Virtualisierung» in Verbindung mit Natur und Kultur verlangten.[32] Kann man überhaupt, zumindest in mitteleuropäischen touristischen Kontexten, von unberührter Natur oder unvermittelter Kultur sprechen? Ohne an dieser Stelle auf eine nähere Erörterung einzutreten, muss die Antwort «nein» lauten. Hätte ich mir deshalb diesen Beitrag sparen können? Auch diese Frage möchte ich verneinen. Man muss keine tourismusfeindliche oder kulturpessimistische Haltung einnehmen, um Überlegungen über die Art des Umgangs mit Natur und Kultur in den entsprechenden Tourismuskonzepten interessant zu finden. Denn wenn in gegenwärtigen Wasserangeboten vielfach mit elementaren Aspekten des Wassers geworben wird, wenn dabei mitunter unberührte Natur simuliert wird, diese Angebote aber bis ins Detail geplant sind, scheint mir das allemal kulturwissenschaftlicher Reflexion wert zu sein. Hier gilt es freilich noch gründlich weiter zu denken.

Anmerkungen

1 «Saison Tirol Regionen», *Beilage zur Tiroler Tageszeitung,* 4, 2000.
2 O. Löfgren, «Natur, Tiere und Moral. Zur Entwicklung der bürgerlichen Naturauffassung», in: U. Jeggle et al. (Hg.), *Volkskultur in der Moderne. Probleme und Perspektiven empirischer Kulturforschung,* Reinbek bei Hamburg, S. 122–144, hier 123.
3 Löfgren (wie Anm. 2), S. 127.
4 H. Böhme, «Umriss einer Kulturgeschichte des Wassers. Eine Einleitung», in: Ders. (Hg.), *Kulturgeschichte des Wassers,* Frankfurt a. M., S. 7–42, hier 12.
5 *Wasser. Grundlagenstudie der Österreich Werbung. Management Summary,* Typoskript, S. 16.
6 «Neues Projekt in Tirol: Alpentherme Kramsach (13. 12. 2005)», *FM Online. Fachmagazin für Touristik, Gastronomie, Hotellerie und Grossverbrauch/Industrie,* 4 (2005), *http://www.fm-online.at/* (Stand: 28. 12. 2005).
7 Über den gegenwärtigen Stand der Vorarbeiten für die Therme informiert die Website *http://www.schwefelbrunn.at/* (Stand: 29. 12. 2005).
8 H. Klein, *Nordtiroler Bäderführer,* Innsbruck 1926, S. 28–32.
9 «The Spirit of Water – Aquadome in Längenfeld», *Wirtschaft im Alpenraum. Fafga Spezial,* 2002, S. 32.
10 Ebd.
11 T. Drechsler, E. Thomas, *Mountain Beach. Quelle reinster Energie. Alpine Wellness – Gewinn für den Tourismus*. Manuskript zum Erlebnisbad Mountain Beach in Gaschurn (2004), Kap. 4: «Die Idee»; Typoskript.
12 Ebd.
13 Ebd.
14 *http://www.hohetauern.at,* Stand: 29. 12. 2005.
15 Ebd.
16 *http://www.wasserschule.at/* (Stand: 30. 12. 2005).
17 *http://www.hausdeswassers.at/* (Stand: 30. 12. 2005).
18 *http://www.wasserreich.at/* (Stand: 30. 12. 2005).
19 *http://www.wasserreich.at/* (Stand: Februar 2005).
20 G. Graber, *Sagen aus Kärnten,* 4. Aufl., Leipzig 1927, Nr. 467; Ders., *Volksleben in Kärnten,* Graz 1949, S. 52–57.
21 *http://www.wasserreich.at/* (Stand: 30. 12. 2005)
22 *http://www.jungfernsprung.at/* (Stand: 30. 12. 2005). Varianten dieses Sagentyps wurden in Kärnten mehrfach aufgezeichnet. Vgl. Graber (wie Anm. 20), Nr. 594. Der Jungfernsprung bei Tissen; Nr. 495. Der Jungfernsprung bei Hochosterwitz.
23 *http://www.wasserreich.at/,* Stand: 30. 12. 2005.
24 Ebd. (Stand: 30. 12. 2005).
25 Ebd. (Stand: 30. 12. 2005).
26 H. Opaschowski, *Deutschland 2010. Wie wir morgen leben. Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft der Gesellschaft,* Hamburg 1997, S. 30.
27 H. Egner et al., «Extreme Natursportarten – Die raumbezogene Komponente eines aktiven Freizeitstils», *Die Erde,* 128, 1998, S. 121–138.
28 R. Löffler, *Das Rafting in Haiming – Wirtschaftsräumliche Auswirkungen von Trendsportarten,* Diplomarbeit, Innsbruck 2003, S. 38.
29 B. Svensson, «The Nature of Cultural Heritage Sites», *Ethnologie Europea,* 28, 1998, S. 5–16.
30 B. Kirshenblatt-Gimblett, «Theorizing Heritage», *Ethnomusicology. Journal of the Society for Ethnomusicology,* vol. 39, 1995, No. 3, S. 367–380.
31 Egner (wie Anm. 27), S. 131.
32 Ich danke Jon Mathieu für den anregenden Hinweis.