

Präsentationsmappe TOURISMUS

Martine Paulauskas

INHALT

Önotourismus – Weinreisen zwischen Tradition und Innovation.....	3
Kreativtourismus – neue Wege zu Kultur und Menschen	7
Individueller Tourismus als internationaler Trend	13
Urlaub im Kloster	18
Eishotels – Welten aus Schlaf und Licht	23
Eselfest in Malbun – wie Brauchtum dem Tourismus hilft	27
Albergo Diffuso – wie touristische Konzepte neue Lifestyles erschaffen	29

Önotourismus – Weinreisen zwischen Tradition und Innovation

Wein vor Ort entdecken ... ein Traum, der sich heute nicht mehr in Verkostungen erschöpft. Die Weinbranche zeigt sich verblüffend ideenreich.

Wein und Tourismus sind zu allen Zeiten eine symbiotische Beziehung eingegangen. Nichts ist schöner, als eine Reise dazu zu nutzen, um neue Weine zu entdecken, zu kosten und als Urlaubssouvenir oder Jahresvorrat zu erwerben. Ebenso gehört es für Weinkenner und Weinliebhaber dazu, zu den mythischen Weingütern zu reisen, ja zu pilgern, die ihnen bereits zu Hause so große Freuden geschenkt haben. Wein und Tourismus, Tourismus und Wein sind seit jeher voneinander nicht zu trennen.

Önotourismus: vom Marketingtrick zum zweiten Standbein

Für Weingüter ist Weintourismus längst nicht mehr nur eine Möglichkeit, ihre Produkte bekannter zu machen und ein Renommee aufzubauen. Seit die wenigen großen, weltberühmten Domänen den Weinmarkt nicht mehr alleine beherrschen und auch kleine Winzer in bis dahin atypischen oder kaum beachteten Weinregionen zunehmende Anerkennung finden, ist der Wettbewerb fast unüberschaubar geworden – und dies trifft prestigereiche und winzige Namen gleichermaßen.

Wein im klassischen Sinn wird zudem allgemein in kleineren Mengen genossen, sei es, weil andere Getränke an Ansehen gewonnen haben, sei es, weil die Globalisierung auch den Zugang zu anderen Genüssen wie Sake und Raki eröffnet hat.

Zu der rein wirtschaftlichen Situation kommt der Klimawandel hinzu, der neue Anbauggebiete entstehen lässt.

Als Weinbauer zu überleben, ist angesichts dieser vielen Faktoren selbst im oberen Segment immer schwieriger geworden. So wird es dringend, über das Marketing hinaus an neue Geschäftsfelder zu denken, und hier erweist sich die Weinbranche als erfrischend einfalls- und erfolgreich.

Traditioneller Weintourismus: fast schon obsolet

Selbstverständlich sind bisherige weintouristische Angebote nicht vergessen. Die deutsche Weinstraße, die sich durch die Pfalz schlängelt, ist weiterhin ein wunderschönes und beliebtes Urlaubsziel, doch ihr einfach entlang zu folgen, hat schon eher etwas von Sehnsucht nach Erinnerungen, Kultur, Geschichte und Tradition. Bloße Führungen durch Châteaux, Kellereien und Güter muten mitunter ein wenig „verstaubt“ und altbacken an. Önotourismus ist heute aber weit mehr als „nur das“.

Die Kunst der Verkostung als Scharnier zwischen Alt und Neu

Hieß Degustation noch vor einem Jahrzehnt, dass einer Gruppe ermüdeter Touristen in einem kühlen Keller stehend in aller Eile drei Gläser der besten Weine des Hauses zum Probieren angeboten wurde – in der Hoffnung, dass sie mindestens eine Flasche erwerben oder idealerweise einige Kisten bestellen und zu treuen Kunden werden würden –, so sind die Ansprüche in diesem Bereich sehr gestiegen. Kleine und große Domänen bieten Workshops an, die nicht nur Verkaufsveranstaltungen sind. In önologischen Seminaren, die zwischen einem Abend, mehreren Tagen oder sogar einigen Wochen dauern können, werden Gaumen und Nase gezielt geschult, und der Amateur erwirbt durchaus ernstzunehmende Kenntnisse.

Spanien und Japan: Wein-Entdeckungen auf Schienen

Bereits seit längerer Zeit sind Rundreisen in Luxuszügen in Spanien eine willkommene Gelegenheit, Touristen aus aller Welt Weine und Spirituosen näherzubringen. Edle Genüsse aus Rioja und Jerez stehen im Mittelpunkt der berühmten „Kreuzfahrten auf Schienen“ des legendären Al-Andalus, des Transcantábrico Gran Lujo, oder auch im bescheideneren Maße des La Robla Express.

In Japan sind in den letzten fünf Jahren immer mehr kleine Zuggesellschaften, die sich angesichts fallender Fahrgastzahlen auf Tourismus- und Event-Züge spezialisiert haben, mit der schier unüberschaubaren Vielzahl lokaler Sake-Produzenten Kooperationen eingegangen und bieten eintägige Ausflüge, bei denen der Charme der vorbeiziehenden Landschaft und die Verkostung der örtlichen Weine zu einem vollkommenen, ganzheitlichen Genusserlebnis führen sollen – eine für Feinschmecker, Betreiber und örtliche Unternehmen gleichermaßen erfreuliche Win-Win-Situation.

Kluger Schachzug: Zahlende Erntehelfer ergänzen bezahlte Kräfte

Wer die Welt der Weine besser kennenlernen möchte, kann dies zudem auf andere Art tun und den Weg der Traube in die Flasche nicht nur als lernender Beobachter verfolgen, sondern ihn selbst beschreiten.

Weingüter mittlerer Größe insbesondere bieten für den Herbst unterschiedliche Modelle an, etwa Schnupper-Aktionen wie „Winzer für einen Tag“ oder auch „Urlaub im Weinberg“ inklusive täglicher Mitarbeit bei der Weinlese – die önologische Version des Urlaubs auf dem Bauernhof.

Italien: Antike, Mittelalter, Renaissance und mythische Autos

Italien bleibt sich im Önotourismus treu und vertraut auf Grundthemen, die beinahe schon Klischees sind.

Weinarchäologie gibt Neugierigen und Geschichtsinteressierten die Gelegenheit, mit römischen Weinrezepturen aus antiker Zeit zu experimentieren. Die Veranstalter vieler mittelalterlichen oder Renaissance-Events wie der Festa Medievale in Monteriggioni oder des Palio di Siena etwa beziehen lokale Weinproduzenten ein, um Touristen auch einen Einblick in traditionelle Weinanbaumethoden zu geben.

In der Toskana ist es im Winter möglich, mit einem Fiat 500-Oldtimer durch die Weinberge des Chianti zu rasen und sich ein wenig wie ein Rallye-Fahrer zu fühlen, Kellerführung und Weinshopping schließen das Erlebnis ab.

Frische Ansätze aus Kalifornien

Im Nappa Valley in Kalifornien wurde eine Idee geboren, die mittlerweile in Europa immer häufiger Schule macht. Vinotherapie heißt das Zauberwort, das die gesundheitlichen Vorteile des edlen Getränks auf Kreislauf und Fettstoffwechsel mit dem neuerlichen Wunsch nach Digital Detox verbindet. In Europa nutzen insbesondere kleine und wenig bekannte Weingüter dieses geschäftliche Modell, das dem heutigen Bedürfnis nach maßvollem Genuss, Gesundheit, Ausgeglichenheit und Slow Life Rechnung trägt.

Ebenfalls aus den Vereinigten Staaten wurden zwei weitere originelle weintouristische Winter-Angebote „importiert“, die Weinproduzenten

ermöglichen, außerhalb der Arbeitssaison Rentabilität zu erreichen: Familientauglich sind hier Schnitzeljagd-Veranstaltungen, bei denen Eltern und Kinder zu Fuß oder mit dem Fahrrad auf der Suche nach einem Schatz von Hinweis zu Hinweis die Hänge der Weinberge erkunden. Auch die Generation der jungen Erwachsenen, die sich für den traditionellen Weintourismus möglicherweise wenig begeistern würde, wurde einbezogen: Für sie organisieren Weingüter in ihren Kellern nun Escape-Games, die sich großer Beliebtheit erfreuen und auch für Firmenausflüge und Teambuildings-Workshops gebucht werden.

Frankreich: Weinkultur ist Esskultur

Bieten französische Winzer und Châteaux beinahe alles an, was im Önotourismus heute denkbar und möglich ist, so wird neben Originalität und Agilität ein Aspekt jedoch immer wichtiger: Die Verbindung zum Terroir und zu anderen hochwertigen örtlichen landschaftlichen Produkten. Hier scheuen auch die ganz großen Namen die Kooperation mit den ganz kleinen nicht. So ist die berühmte Côte-Rôtie mit der Gemeinde Saint-Romain-en-Gal eine enge Partnerschaft eingegangen und hilft dabei, kleine Produzenten der Grignan-Trüffel zu unterstützen, indem sie sowohl am dortigen Trüffelfest teilnimmt, als auch Proben von Trüffelprodukten bei den eigenen Verkostungen vorstellt.

Winzer und Weingüter haben es wie kaum eine andere Branche verstanden, sich gewinnbringend zu vernetzen und ihre Zielgruppen zu erweitern, indem sie selbstbewusst Leistungen anbieten, die von ihrer Leidenschaft zeugen. Ihr Einfallsreichtum scheint im wörtlichsten Sinn keine Grenzen zu kennen und trägt dazu bei, dass eine neue Weinkultur voller Frische, Internationalität und Dynamik entsteht. Es wird spannend sein, diese Entwicklung des Weintourismus' weiter zu beobachten.

Kreativtourismus – neue Wege zu Kultur und Menschen

„Creative Cultural Tourism“ ist viel mehr als „ein wenig Töpfern in der Toskana“. Über einen Branchentrend mit Substanz und Zukunft.

Den Urlaub zu nutzen, um sich kreativ auszuleben, künstlerische Hobbies zu pflegen oder auszuprobieren, ist auf den ersten Blick nichts wirklich Neues. Mittlerweile aber haben Tourismusbranche, Gemeinden und Regierungen das ungeheure wirtschaftliche, ökologische, politische und kulturelle Potenzial dieser Form des Reisens entdeckt und fördern sie gezielt. Tatsächlich scheint die Vielfalt der Möglichkeiten geradezu unerschöpflich und immer neue Optionen zeugen vom Einfallsreichtum der Anbieter ebenso wie von dem lebhaften Interesse unterschiedlichster Zielgruppen.

Kultur und Menschen aktiv erfahren

Die Beweggründe für die wachsende Beliebtheit solcher Formen des Tourismus sind zwar individuell verschieden, zeugen jedoch im Allgemeinen von einer aufrichtigen Sehnsucht nach einem authentischen Erlebnis. Es geht darum, eine andere Kultur nicht nur von außen zu beobachten und zu bestaunen, sondern sie durch eigenes Erfahren besser zu verstehen und nachempfinden zu können. Das Eintauchen in Sprache, Kunst, Handwerk oder Bräuche, das Experimentieren mit lokalen Praktiken sollen es ermöglichen, die Identität und das Kulturerbe einer Region besser zu begreifen und zu verinnerlichen. Der Wunsch ist nicht mehr, sich von einem Fremdenführer Dinge passiv erklären zu lassen, sondern durch den Austausch mit der örtlichen Bevölkerung und den einheimischen Künstlern zu lernen, wie sie im jeweiligen Land empfunden werden und welche Geschichte(n), Mentalität und Lebensart mit ihnen verbunden sind.

Kreativreisen maßgeschneidert

Im Gegensatz zu den traditionellen Formen der Kulturreisen bietet Kreativurlaub für den Touristenskunden eine unvergleichliche Flexibilität.

Vom Tagesausflug über die Ferienreise bis zum Sabbatical

Wer nur einen Tag oder ein Wochenende zur Verfügung hat, kann bei den Urban Sketchers weltweit zahlreiche Gelegenheiten finden, Architektur und Landschaften kennenzulernen und zu teilen. Wie bei vielen Varianten des Kreativtourismus spielen die Sozialen Netzwerke hier eine wichtige Rolle, erlauben sie doch sowohl die Bildung von Communities, die Verbreitung kultureller Inhalte, die wiederum als Multiplikatoren weitere Touristen ansprechen, als auch den Aufbau einer wirtschaftlichen Grundlage über Spenden oder durch Kollaborationen mit Reiseunternehmen.

Workshops, die von Kunsthandwerkern, Künstlergemeinschaften, individuellen Unternehmen oder den Tourismus-Marketing-Abteilungen von Gemeinden und Regionen angeboten werden, ermöglichen je nach Themen und Region Aufenthalte zwischen einer Woche und einem Monat. Für Menschen, die über eine längere Zeit in die fremde Kultur und ihre kreativen Aspekte eintauchen möchten, entstehen immer mehr Langzeit-Modelle, die nach dem Vorbild von Sprachkursen und „Artists in Residence“-Ansätzen Kombi-Urlaub anbieten. Neben Zeichnen und Malen sind klassische Musik und Gesang, Ballett, Jazz-Tanz und Literatur, Kunst als Installation, aber auch Kunsthandwerk wie Keramik und Töpferei weltweit an hierfür berühmten Orten mit ehrgeizigen Projekten vertreten. Gleichzeitig werden Landschaften und Landesküche erkundet.

Themen für jeden Geschmack und auf allen Kontinenten

So vielfältig wie das jeweilige Kulturerbe sind die Interessengebiete, die gebucht werden können. Angesichts dessen wirken Malkurse beinahe bieder und einfallslos. Flamenco-Tanz in Andalusien, Stricken isländischer Muster mit Originalgarnen im Angesicht der Gletscher, Töpferei auf Kreta, Ikebana in Japan, Fotoworkshops am Llanquihue-See in Patagonien, Schneeskulpturen in Kanada, Geschirr-Design in Loja, Papierschöpfen an der Amalfi-Küste, Glasbläserei in Biot – es gibt nichts, was es nicht gibt. Urlauber können sich in speziellen Reisebüros ihren Vorlieben entsprechend beraten lassen, oder auf eigene Faust nach dem Themenbereich suchen, das sie beschreiten möchten.

Dabei ist es ganz gleich, ob die Reise allein, zu zweit oder in einem größeren Kreis angetreten werden soll. Besondere Konzepte richten sich an Singles, Paare, kleine Gruppen, etwa von Freunden, oder Familien mit Kindern aller Altersstufen.

Das Ende des Kulturtourismus?

Wie der Kulturtourismus starb ...

Der traditionelle Kulturtourismus hat bereits seit zwei Jahrzehnten mit mehreren Problemen zu kämpfen.

Zum einen wurde er Opfer seines eigenen Erfolgs: Gerade weil Kulturreisen immer gefragter waren, wurde Ende des letzten Jahrhunderts von Regierungen und Gemeinden im großen Stil investiert, um Orten, die für diese Zielgruppen bisher wenig attraktiv schienen, ein neues Image zu geben. Es galt, den willigen und kulturdürstenden Touristen in die eigene Region zu locken. Neue Museen zu unterschiedlichsten und mitunter allzu provinziellen Themen und mit eher bescheidenen Kollektionen schossen wie Pilze aus dem Boden; berühmte Häuser wie der Louvre oder das Guggenheim eröffneten Dependancen in aller Welt; neue Festivals für Theater-, Literatur- und Opernfans wechselten sich rund um den Globus in schneller Folge ab oder fanden gleichzeitig statt; Biennalen wurden allorts aus der Taufe gehoben. Unzählige Städte schmückten sich nunmehr mit der Bezeichnung „Kulturstadt“ oder „Kulturhauptstadt“.

Dies führte nicht nur zu einer inhaltlichen Verflachung, sondern auch zu einem größeren Einerlei des kulturellen Angebots: Für Städte und Regionen wurde es immer schwieriger, ein unverwechselbares und identitätsstiftendes Image aufrechtzuerhalten. Wozu nach Paris reisen, um den Louvre zu besuchen – es gab ihn auch im wesentlich sonnigeren Abu Dhabi, Kamelritt inklusive. Vielfach erwiesen sich die Investitionen durch die so entstandene Austauschbarkeit der Häuser und Standorte als Fehlschlag. Großbritannien etwa zog bald die Reißleine und beschloss, Gelder für den Ausbau des Kulturtourismus in dieser Form konsequent zu streichen.

Des Weiteren galten die üblichen kulturellen Touren in vielen Ländern als verstaubt, elitär oder langweilig. Für jüngere Reisende waren sie daher kaum eine Option, für Familien mit Kindern erst recht seit jeher irrelevant.

... und mit dem Kreativtourismus ein neues Leben fand

Der Wunsch nach immer individuelleren Modellen gesellte sich zu dieser unglücklichen Konstellation hinzu. Klar war: Um zu überleben, musste der Kulturtourismus, der für manche Regionen von eminenter wirtschaftlicher Bedeutung blieb, sich grundlegend neu erfinden.

Kreativtourismus gelingt der Brückenschlag zwischen einem weniger anspruchsvollen, und damit zugänglicheren kulturthematischem Spektrum, das somit auch für Nichtakademiker reizvoll ist, und der Vermittlung des Kulturerbes, der Traditionen, der Geschichte und der Lebensart einer jeden Region. Kulturgut beschränkt sich nicht mehr auf Sehenswürdigkeiten in Form von Schlössern oder Kunstwerken, sondern umfasst – neben Kunsthandwerk – Gastronomie, Bräuche, Sprache und Dialekte sowie Mentalitäten und Lebensgewohnheiten.

Kreativtourismus als Hauptfaktor einer nachhaltigen Wirtschaft

Leicht könnte der Eindruck entstehen, dass Kreativtourismus eine Mode sei – mit all der Oberflächlichkeit und Kurzlebigkeit, die der Begriff impliziert. Tatsächlich ist dieser Trend nicht zu unterschätzen, denn alles spricht dafür, dass er gekommen ist, um zu bleiben.

Tourismus als überlebenswichtiger Wirtschafts- und Wachstumsfaktor

Für manche Orte, aber auch Regionen oder ganze Länder scheint Tourismus in den letzten Jahren – infolge der neuesten internationalen politischen Entwicklungen, der energie- und klimaschutzbedingten Umstellungen von Produktionsmethoden, der zunehmenden Digitalisierung – die einzige Zukunftsperspektive zu sein.

War Tourismus in der Vergangenheit von den großen Industrie-Nationen und insbesondere Deutschland belächelt und Regionen, deren Dienstleistungssektor mehrheitlich auf Fremdenverkehr beruhte, gerne mit amüsiert herablassender Gutmütigkeit betrachtet und wirtschaftlich nie wirklich ernst genommen worden, so drängt sich nun ein Umdenken auf : Deindustrialisierung, die Abschaffung vieler Arbeitsfelder durch Automatisierung und ein verändertes Konsumverhalten zeigen auf, dass

Tourismus in der Welt von morgen durchaus eine notwendige, ja unerlässliche Einkommensquelle darstellen wird.

Eine in jeder Hinsicht agile und internationale Branche

Kreativtourismus ist eine flexible Branche, die ihr Angebot unbegrenzt kurzfristig variieren, erweitern und verändern kann, was ihre wirtschaftliche Stabilität ausmacht. Zudem zeichnet er sich durch eine hohe Internationalität aus und ist demographieunabhängig. Er entspricht auch den Anforderungen unserer Zeit, die Persönlichkeitsentwicklung und die Vielseitigkeit privater Interessen als karrierefördernd unterstreichen. Die Pandemie hat diese Tendenz unbestritten begünstigt: Viele haben unter anderem während der Lockdowns die entspannende und bereichernde Wirkung kreativer Tätigkeiten entdeckt, sie nunmehr in ihr Leben integriert und möchten sie nicht mehr missen. Sie aber mit der neubelebten Lust am Reisen und der wieder erweckten Sehnsucht nach fremden Kulturen paaren zu können, ist die ideale Kombination.

Nachhaltige Form des Tourismus

Außerdem haben Kreativ-Touristen wenig mit dem typischen Pauschalurlauber gemein. Sie stehen für gewöhnlich dem Slow Tourism nah, wollen die Produkte der Region, aber auch authentische Lebensbedingungen kennenlernen. Sie streben ein ganzheitliches und unaufgeregtes, tiefgründigeres Erlebnis an und sind oftmals zudem an Kochkunst und Önologie interessiert.

Auch für die jeweiligen Orte ist Kreativtourismus eine nachhaltige Alternative des wirtschaftlichen Wachstums, die keine materiellen Ressourcen oder riskanten Investitionen erfordert. Es ist ihnen möglich, das zu nutzen, was die Region natürlicherweise hergibt, wofür sie berühmt ist, und aus ideellen Werten oder altherbrachten Techniken Profit zu ziehen. Für Kleinunternehmen und Kunsthandwerker, die angesichts preiswerter Konkurrenzzeugnisse aus Industrie und Import von ihrer Produktion nicht mehr leben können, ist dies auch eine neue Chance.

Wie ernst diese Ansätze zu nehmen sind, zeigt die Arbeit des Creativ Tourism Network.

Kreativtourismus zeigt, wie aus Vergangenheit Zukunft wird. Mehr als ein Trend ist Kreativtourismus ein tragfähiges Wirtschaftsmodell, das Touristen

und Regionen gleichermaßen bereichert und zudem auf ganz neue Art den internationalen Austausch und das gegenseitige kulturelle Verständnis fördert. Er ist nicht nur ein Weg zu sprachlicher und kultureller Bildung, sondern auch eine entspannte Möglichkeit, Länder, Menschen, Mentalitäten, Lebensarten und Kulturen im weitesten Sinn kennenzulernen – eine neue Dimension des Tourismus, aber auch der Kommunikation und des wirtschaftlichen Erfolgs.

Individueller Tourismus als internationaler Trend

Urlaub mal ganz anders, individuell und einzigartig. Von Kloster bis Klettersport, von Australien bis Alaska, von Geschichte bis Gartentour.

Die Anzahl der Singles wächst, immer weniger entscheiden sich für das Familienleben – und dies gilt weltweit. Entsprechend gestalten sich Urlaubspläne anders, als dies noch vor 30 Jahren der Fall war. Fernab der Standard-Angebote und der mittlerweile banal gewordenen Wellness- und Detox-Konzepte, die mehrheitlich von weiblichen Gästen genutzt werden, finden sich daher neue Formeln, die ursprünglich eher männliche Urlauber ansprechen sollten, heute aber von beiden Geschlechtern angenommen werden. Die Tourismus-Branche sieht sich hierbei mit einem doppelten Trend konfrontiert: Die Wünsche werden immer individueller und origineller, und in der Folge neigen diese Zielgruppen dazu, ihren Urlaub selbst zu organisieren. Um nicht obsolet zu werden, müssen Veranstalter und Regionalmarketing-Unternehmen Schritt halten. Doch was ist gefragt?

Aus unseren Lifestyles geboren

Unser Lebensstil hat sich verändert. Physisch belastende Tätigkeiten werden im Beruf immer mehr zur Ausnahme, dank Automatisierung und Digitalisierung wird selbst in Produktionsbereichen eher vor einem Bildschirm gearbeitet. Im Gegenzug verlangt die Arbeit am Computer ein viel höheres Maß an intensiver Konzentration, als es in analogen Zeiten der Fall war.

Sich in der Freizeit körperlich zu verausgaben und so Anspannung und Stress wieder loszulassen, ist daher zu einem Grundbedürfnis geworden. Der Gang zum Fitness-Studio wird hierbei allerdings häufiger als wenig befriedigend, einfallslos und unzureichende Notlösung empfunden. Sportliche Outdoor-Aktivitäten vermitteln ein ganz anderes, befreienderes und erfüllenderes Gefühl, das gerade im Urlaub voll ausgekostet werden kann. Sich auszupowern bringt Kraft zurück; Gefahr zu spüren, die eigenen Grenzen auszutesten, trägt dazu bei, sich lebendig zu fühlen.

Doch auch in umgekehrter Art und Weise wird den Anforderungen unserer Zeit begegnet. Ruhe, Slow life und völliges Abschalten wirken Wunder, wenn es heißt, die tägliche E-Mail-Flut zu vergessen, sich von dem ununterbrochen vibrierenden Smartphone und dem Diktat der permanenten Erreichbarkeit zu erholen. Pauschalurlaub in einem überfüllten Resort mit vor guter Laune überbordenden Animatoren, eine mitunter anstrengende, minutengenau durchgeplante Kulturreise in einem lauten Bus oder eine Kreuzfahrt mit pflichtgemäßer Beteiligung an gesellschaftlich-gepflegten Unterhaltungsprogrammen scheinen in diesem Kontext für viele nicht mehr wirklich erstrebenswert. Neue Ansätze müssen her.

Extremurlaub – Stressabbau und Ausgleich

Um solchen Sehnsüchten zu entsprechen, lassen sich Veranstalter immer abwechslungsreichere Modelle einfallen. Extremsportarten wie Extremmarathon, Strongman, Extremklettern, Extremtauchen, Timbersports sind nur einige der Möglichkeiten.

Für die Interessenten beginnt die Beschäftigung mit solchen Aktivitäten oft als Hobby und am Wochenende in ihrer Region, und erst dann suchen sie für ihren Urlaub nach weiterführenden Wegen, ihren Horizont zu erweitern, sich eingehender mit der Materie und ihren Aspekten auseinanderzusetzen, ihre Leistung zu verbessern und zu Wettbewerben oder vertiefenden Kursen zu reisen.

Für Tourismusunternehmen ist es eher schwierig, diese Zielgruppe direkt und international anzusprechen: Tipps durch Bekanntschaften in den verschworenen kleinen Gemeinschaften und die intensive Arbeit von Sponsoren, die diese Events als Gesamtpaket inklusive Anreise, medizinischer und kultureller Betreuung und Unterbringung organisieren, decken bereits den größten Teil des Marketings ab.

Die Tourismusindustrie kann hier jedoch Nischen besetzen, die an der Schnittstelle zwischen traditionellen Angeboten, Regionsvermarktung und Extremerlebnissen die Zusammenarbeit von zahlreichen und unterschiedlich positionierten Trägern erfordert. Extremwander-Touren zum Beispiel geben weniger bekannten oder für den „Standard-Urlauber“ weniger attraktiven Orten und Landstrichen die Gelegenheit, sich durch eine eigens herausgearbeitete Ansprache zu profilieren und ihren Platz im

Markt zu finden. So treffen Lifestyle und geschäftlicher Einfallsreichtum erfolgreich zusammen.

Bildungsreisen mal anders

Die 14-tägige Busreise mit gebildetem Reiseführer, der elegant auf Denkmäler zeigt und auswendig Gelerntes mit nicht notwendigerweise ansteckender Begeisterung zum Besten gibt, ist für diejenigen, die in ihrem Urlaub in die entspannend-bereichernde Welt von Kunst, Geschichte und Literatur eintauchen wollen, längst nicht mehr die erste Wahl: Gerade Urlauber jüngeren und mittleren Alters möchten Kultur nicht mehr passiv rezipieren, sondern aktiv leben.

Archäologie-Reisen etwa führen den interessierten Laien und den kundigen Amateur nicht mehr nur von einem berühmten Spot zum anderen.

Grabungsreisen, die bereits in den 1980er Jahren entwickelt wurden und auch Meeresarchäologie-Kampagnen beinhalten können, eröffnen neue Perspektiven. Ebenso können sich Geschichts-Fans an der Restaurierung von Burgen beteiligen oder alte Schiffe nachbauen.

Kreativ-Urlaub mal anders

Der viel belächelte gute alte Töpfer- oder Malkurs in der Toskana hat noch lange nicht ausgedient, aber er nimmt sozusagen andere Formen an.

Urban Sketching erweist sich als langfristig stabiler Trend, dessen Erfolg auf der perfekten Balance mehrerer Elemente beruht. Zum einen ist es eine rein individuelle Tätigkeit, die sowohl innerhalb einer Gruppe von Gleichgesinnten als auch allein ausgeübt werden kann – und dies parallel.

Sie erfordert keine Vorkenntnisse, ist zeitlich flexibel und eignet sich gleichermaßen für die kleine Pause zwischendurch, den Wochenendtrip oder eine ausgedehntere Reise. Sie kann je nach Stimmung und Ehrgeiz Ziel und Zweck des Urlaubs sein oder ein angenehmer Nebeneffekt, und ist zudem verhältnismäßig erschwinglich, da die Kosten für Anreise und Verpflegung vielfach den eigenen Möglichkeiten entsprechend gesteuert werden können. Sie verbindet psychologische Aspekte wie Entspannung, Lernen, Individualismus, Rückzug und gleichzeitig Öffnung und Gemeinschaftsgefühl – fein dosiert, wie jeder es für sich mag.

Auch Gartenreisen haben sich verändert: Neben geführten Touren bieten immer mehr Veranstalter die Möglichkeit, in großen Gärten und Parks an der Pflege von Pflanzen und Bäumen mitzuarbeiten, von Kleingärtnern vor Ort zu lernen und Kontakte zu knüpfen, die über Jahre den Austausch von Ideen, Techniken und Pflanzen beflügeln.

Der Önotourismus seinerseits hat sich längst kreativen Ansätzen verschrieben.

Die Liste könnte beinahe endlos fortgeführt werden: Selbst Krimiserien-Fans müssen heute nicht mehr an zäh-bemühten Gruppenreisen teilnehmen, sie können ihr Programm selbst zusammenstellen und über ihre ganz privaten Schwerpunkte entscheiden.

Spirituell- und Selbstfindungsurlaub

Neben dem Urlaub im Kloster, der vielfältige Gesichter annehmen kann, gibt es noch zahlreiche andere Modelle für Meditationsurlaube: Chakra-Urlaub, Reisen zu spirituellen Orten der Welt wie den Uluru oder Stonehenge und Avalon, zu Indiens prominentesten Yoga-Gurus oder nach Tibet erleben einen unvergleichlichen Aufschwung.

In allen Ländern sind heutzutage Path Retreat-Orte zu finden, die die Antwort auf sehr individuelle Bedürfnisse und Lebenssituationen sind. Besonders Japan profiliert sich in diesem Bereich durch frische Ideen und Angebote: Das Waldbaden Shinrin yoku, Nacht-Wanderungen zu heiligen Bergen bis zum Sonnenaufgang, Schrein- und Gebetstouren, Moosläufe, Reisen zu heiligen Bäumen und Baumumarmungs-Workshops, aber auch Aufenthalte in einem Shinto- oder Zen-Kloster werden auch in Europa immer bekannter und entwickeln sich zu nennenswerten wirtschaftlichen Größen.

Nachhaltig urlauben ... und dabei die Umwelt retten

Foto-Safari und Whale Watching war gestern. Tiere einfach nur zu „begaffen“ ist nicht mehr zeitgemäß. Für diejenigen, die sich auch ohne Extremsport der Natur nahe fühlen möchten und ihren Urlaub mit einer sinnvollen und ablenkenden, belohnenden Beschäftigung verbringen möchten, überschlagen sich geradezu die Angebote: Strände und Wälder säubern, Schmetterlinge zählen, Korallenriffe kartographieren oder helfen, Tiere zu beringen und Nachtsichtkameras aufzustellen, sind nur einige der unzähligen Möglichkeiten. In Australien können Freiwillige zum Beispiel in Koala-Pflegestationen arbeiten.

Die Veränderung der Erwartungen an Urlaub und Reisen macht deutlich, wie sehr das, was wir als Lebensart verstehen, den Entwicklungen und

Ereignissen unserer Zeit folgt: Nicht nur und nicht erst durch die Pandemie haben Individualismus und Vielfalt an Bedeutung gewonnen. Unsere Entscheidungen sind immer weniger von Normen, Gewohnheiten oder Traditionen abhängig oder beeinflusst. Menschen suchen verstärkt ihre eigenen Wege zum Glück, leben ihre eigenen Werte. Gemeinschaften werden nicht mehr bei einer Pauschal- oder Gruppenreise einfach in Kauf genommen, sondern sie entstehen höchstens durch das Zusammentreffen von Gleichgesinnten, sind allerdings auch nicht primäres Ziel. Die Tourismusbranche spiegelt somit als erste die Struktur und Denkweise unserer Gesellschaft wider und wird zum Ausdruck eines Ist- und Wunschzustands zugleich. Originalität und Individualität sind die Trends der Stunde, und es scheint, als seien sie gekommen, um zu bleiben – und manche Konzepte verwandeln sogar Landschaften und Alltag.

Urlaub im Kloster

Nicht nur für religiöse Suche oder Meditation:
 Klöster öffnen sich auf vielfältige Weise dem
 weltlichen Tourismus. Mit großem Erfolg.

Endlich allem entfliehen und richtig, richtig zur Ruhe kommen ... Den Stress, die Verpflichtungen, das Handy, die Hektik, den Konsum, die Sorgen vergessen, Zeit zum Nachdenken finden, neue Sichtweisen gewinnen ... In unserer modernen Welt sind diese Wünsche immer häufiger geworden, und Pandemie, Krieg und Ängste haben sie übermächtiger und sehnsüchtiger denn je werden lassen. Standard-Angebote der Tourismus-Branche ermöglichen dies zwar in Form von Wellness- und Detox-Urlaub, doch wenden sie sich eher an eine vornehmlich homogene und mehrheitlich weibliche Zielgruppe. Andere, individuellere und differenzierte Formen bieten Klöster an, und sie zeigen dabei eine erstaunliche Kreativität und einen sehr beachtlichen Geschäftssinn.

Zeitgeist als Erbe einer langen Tradition

Dass gerade Klöster am Puls der Zeit sind, mag verwundern, und doch ist es bei genauem Nachdenken fast eine Selbstverständlichkeit: Bereits im Mittelalter waren sie der Ort, an dem neues Wissen unmittelbar vervielfältigt und von dem aus es in die Welt weitergetragen wurde. So waren sie trotz ihrer Abgeschlossenheit und ihrer strengen Regeln und engen moralischen Maßstäbe in vielen Bereichen, darunter Medizin und Ernährung, ein Knotenpunkt und Tor zu Zukunft und Modernität. Sie bildeten untereinander das, was heute Bildungsnetzwerke genannt würde, und sammelten in ihren Bibliotheken mehr fundierte Informationen, als das Internet je bieten kann. Sie trafen zusammen und pflegten einen regen Austausch, der neben der Auslegung der Heiligen Texte auch ihre zeitgemäße praktische Anwendung angesichts der Veränderungen der Gesellschaft zum Gegenstand hatte – und damit haben sie sozusagen das Bootcamp erfunden. Das politische Geschehen verfolgten sie aktiv und mitunter, wenn nicht immer auf rühmliche Weise, mitgestaltend.

Auch heute sind Klöster kein Platz für weltfremde oder -feindliche Geistliche, die ihre Zeit ausschließlich mit Gebet verbringen würden. Sie führen Menschen mit unterschiedlichsten Biographien und Ausbildungen zusammen und stellen auf kleinem Raum ein durchaus getreues Abbild unserer Gesellschaften dar. Klöster sind nicht zuletzt Unternehmen mit Buchhaltungs-, Finanzverwaltungs-, Einkaufs- und PR-Abteilungen, Websites und eigenen Druckereien, und sind auf Instagram vertreten. Sie betreiben Manufakturen für traditionelle Erzeugnisse – von kunsthandwerklichen Produkten bis zu köstlichen Spezialitäten und Spirituosen – und die entsprechenden Online-Shops oder Verkaufsläden. Zudem gehört durch die seelsorgerischen Aufgaben, die die meisten von ihnen wahrnehmen, eine profunde Kenntnis dessen, was Menschen außerhalb ihrer Mauern denken und fühlen und wie sie leben, zu ihren großen Soft Skills.

Unerreichter Ideenreichtum – Kloster-Urlaub für jeden Geschmack

Betrachtet man die Modelle, die dem weltmüden Urlauber angeboten werden, könnte die allgemeine Tourismus-Branche mit Fug und Recht neidisch werden, denn die Ideenvielfalt der Klöster scheint schier unerschöpflich. Es gibt nichts, was es nicht gibt, und jeder Marketing-Berater kann sich vor dieser Agilität, Kreativität und schwerelos natürlich anmutenden Geschäftstüchtigkeit nur anerkennend verbeugen. Die gute Nachricht ist: Es ist nicht notwendig, ein religiöser, gläubiger oder gar spirituell interessierter Mensch zu sein, um Urlaub im Kloster zu machen. Die meisten Stifte und Abteien stehen jedem offen, der dort etwas zu finden hofft. Dies gilt ebenso für Mitglieder anderer Religionsgemeinschaften und für Agnostiker oder Atheisten.

Klosterleben light: Kloster-Hotels mit dem gewissen Plus

Kloster-Urlaub muss keineswegs bedeuten, dass der Gast in einer feuchten kalten und spartanisch eingerichteten Zelle auf einer unbequemen Holz- oder Steinbank unter einer kratzigen Jute-Bettdecke seinen Aufenthalt verbringt.

Tatsächlich bieten die meisten Häuser ein gehobenes Ambiente und einen mit guten Hotels vergleichbaren Komfort. In einigen Klöstern sind die

Gästeräume in getrennten Gebäudeflügeln untergebracht, was zum einen den Austausch unter den Gästen fördern soll, wenn dieser gewünscht wird, zum anderen eine gewisse Freiheit gewährleistet, ohne dass der Lebensrhythmus der Kleriker gestört wird und der Urlauber seinerseits etwa zum Frühaufsteher mutieren muss, wenn ihm dies nicht liegt.

In diesem Fall geben die gemeinsamen Mahlzeiten mit Mönchen oder Nonnen, individuell verabredete Spaziergänge, Meditationsangebote, Kurse oder zufällige Begegnungen unter den Arkaden des Kreuzgangs oder im Innenhof die Gelegenheit zu fruchtbaren Gesprächen.

In einigen Orten kann das Kloster als Vollpension verstanden werden und als Ausgangspunkt für die Erkundung der historischen Umgebung und der Landschaften der Region dienen. Besonders weibliche Gäste, die alleine reisen und eine sichere Unterkunft in einer geschützten Umgebung suchen, finden daran Gefallen.

Ruhe und Sinn für die Zeit eines Urlaubs

Die häufigste Form des Kloster-Urlaubs verbindet die Suche nach Digital Detox und das Bedürfnis, sich neu zu orientieren, Dinge zu überdenken und zu bewerten, oder Kraft für neue Entscheidungen zu finden.

Neben dem Abgeben von Handy, Notebook oder Tablet, die sicher im Safe verwahrt werden, und der Abwesenheit von Fernsehern in den Zimmern führen viele Wege dorthin.

Der Gast kann sich entscheiden, teilweise am Klosterleben teilzunehmen und das zu nutzen, was ihm gut tut und hilft. Er kann einmalig oder regelmäßig das Gespräch suchen oder außer bei den gemeinsamen Mahlzeiten ganz für sich bleiben.

In vielen Klöstern ist eine Mitarbeit in Wäldern, Gemüse-, Kräuter- oder Zier-Gärten, oder kleinere Beschäftigungen in den Werkstätten und Manufakturen oder der Klosterwäscherei möglich. Diese körperliche und praktische Arbeit über einige wenige Stunden am Tag, die auf Wunsch von Gesprächen begleitet oder in Stille ausgeübt werden kann, soll den Geist entspannen und helfen, die Gedanken zu ordnen, die eigenen Werte und Prioritäten zu gewichten, sich selbst (wieder) zu finden. Die Beteiligung an den klösterlichen Tätigkeiten wird gern gesehen, gerade weil sie als Teil des Wertes des Aufenthalts betrachtet wird, ist aber niemals Pflicht, und jeder kann ihnen im Rahmen seiner körperlichen und gesundheitlichen Möglichkeiten, seiner Interessen, Fähigkeiten und Neigungen nachgehen.

Andere Häuser wiederum setzen auf Entspannung und Einkehr durch Kreativität und veranstalten Mal- und Kalligraphie-Stunden oder gemeinsames Musizieren, Chorgebete oder Orgel-Kurse.

Weinlese-Urlaub im Kloster ist ebenfalls eine Option.

Ein Aufenthalt in einem Kloster im Ausland kann übrigens die Gelegenheit sein, ohne Lerndruck und in einer geschützten Umgebung in die Sprache und Kultur des Landes einzutauchen und ist daher für Jugendliche und Erwachsene gleichermaßen eine zu erwägende Alternative. Italien, Kroatien und Frankreich gehören hierbei zu den beliebtesten Reisezielen.

Kloster-Urlaub als Therapie ohne Klinik

Die seelsorgerische Ausbildung und Praxis in allen Orden macht die Gastgeber zum idealen Ansprechpartner für Probleme aller Art. Für Familien mit kleinen Kindern ist Kloster-Urlaub zwar nicht geeignet, aber mittlerweile öffnen sich einige Klöster dem Paarurlaub, insbesondere für Paare, die ihre Beziehung vertiefen und verbessern wollen oder wegen bestehender Schwierigkeiten nach einer anleitenden und wohlwollenden Stimme suchen.

Auch Trauernde, Menschen mit psychischen Erkrankungen und emotionalen Behinderungen, Burn-out-Patienten finden hier die Unterstützung, die Einsicht und zugleich die Ruhe, die sie brauchen, um ihren Problemen zu begegnen und um zu heilen. Gesonderte Programme wenden sich an jugendliche Straftäter.

Bachblüten-, Aromatherapien, Kneippsche Anwendungen, aktive Stressbewältigung, asiatische Kampfsportarten, sowie Yoga, Qigong und Tai-Chi sind weitere der unzähligen Modelle.

Nicht zuletzt unter solchen Aspekten wird Kloster-Urlaub auch von Gesundheitsträgern empfohlen.

Spiritualität und Gebet – Klosterleben auf Zeit

Für Menschen, die nach religiösen Antworten suchen, gibt es tatsächlich die Möglichkeit, vollständig am normalen Leben des Klosters teilzunehmen. Der Urlauber wird in den Zeitplan einbezogen, steht mit den Mönchen oder Nonnen auf, beteiligt sich an Gebets-, Meditationsstunden und Arbeiten, und beachtet die Regeln, die für alle gelten – gegebenenfalls etwa, auch wenn dies selten der Fall ist, das Schweigegelübde. Dieses Modell eignet sich eher für Menschen, die schon in ihrem Alltag der Kirche zugewandt sind und wünschen, ihren Glauben zu vertiefen, zu befragen oder

intensiver auszuleben, und kann sogar als „Schnupper-Angebot“ die Vorstufe zu einem Noviziat bilden.

Wer die Ruhe, die Entspannung, die Kraft und die Bereicherung einmal erlebt hat, die ein Urlaub im Kloster schenken kann, sehnt sich bald wieder danach zurück. So bilden sich einige Klöster, wie Hotels es in der allgemeinen Tourismus-Branche tun, eine Art Stammkundschaft, die sie regelmäßig wieder begrüßen dürfen und die durch Empfehlung weitere Gäste bringt und damit das wirtschaftliche Überleben mancher Gemeinschaften erheblich erleichtert. Das Geschäftsmodell ist also äußerst erfolgreich. Der Kloster-Urlaub hat zudem Suchtpotential: Der Drang ist groß, ein Haus nach dem anderen auszuprobieren und die verschiedenen Atmosphären kennenzulernen, zu vergleichen, und an jedem Ort etwas Neues zu finden. Angesichts eines immer komplizierteren Alltags und wachsender Sorgen in allen Bevölkerungsschichten dürfte dies ein Wachstumsfaktor fast unbegrenzten Ausmaßes darstellen.

Eishotels – Welten aus Schlaf und Licht

Kurzurlaub als Städtetrip ist nichts Originelles mehr. Übernachten im Iglu dagegen schon.
Über die magische Schönheit eiskalter Nächte.

Es gibt Menschen, die bei dem Wort Urlaub an malerische tropische Strände denken. Andere ziehen Wochenendtrips in pulsierende Metropolen vor. Andere wiederum nutzen ihre Freizeit, um sich sportlich zu verausgaben oder suchen im Gegenteil die Ruhe eines Meditationsangebots in einem offenen Kloster. Eine Abwechslung und Herausforderung ganz anderer Art bieten in Skandinavien, Alaska, Kanada und mittlerweile Österreich Träume aus Eis und Schnee: die Eishotels.

Es begann mit einem Event

Einen Plan, eines Tages ein Hotel aus Eis zu bauen, gab es in dieser Form nicht. 1989 hatte sich die nordschwedische Stadt Jukkasjärvi lediglich vorgenommen, zur Belebung des lokalen Tourismus' im Rahmen einer mehrwöchigen Veranstaltung Skulpturen berühmter japanischer Eiskünstler vorzustellen. Der Erfolg war geradezu überwältigend, und so ging ein Jahr später Jannot Derid einen Schritt weiter und errichtete einen gigantischen Iglu als Ausstellungshalle. Womit niemand gerechnet hatte, waren die Begeisterung und der Einfallsreichtum der Besucher, die sich spontan dort mit Rentierfellen und Schlafsäcken ausgestattet in den Gängen und Sälen zum Übernachten niederließen. Die Idee wurde aufgegriffen, und 1991 wurde erstmals gezielt ein Eishotel gebaut, das im Laufe der kommenden Jahre um eine Bar, eine Lounge, ein Theater, eine kleine Kirche, in der übrigens geheiratet werden kann, Restaurants und ein Kino erweitert wurde. Das Konzept fand inzwischen an immer mehr Orten und auf allen Kontinenten Nachahmer, jedoch bleibt Jukkasjärvi hier unbestritten das Maß aller Dinge.

Ökologisches Bewusstsein – aus traditionellen Werten geboren

Für die Veranstalter ist der finanzielle Aspekt sicher nicht unwichtig, aber für die lokalen Gemeinschaften, die die Vorbereitungen für den Bau der Gebäude übernehmen, geht es um weit mehr.

Bereits wenn die ersten Elemente der Bauten im Frühjahr zu schmelzen beginnen, muss für die kommende Saison vorgearbeitet werden, und dies ist kein leichtes Unterfangen.

Um ein ästhetisches Ergebnis zu bekommen, das mit blickdichten und durchsichtigen Eisblöcken spielt, und das angestrebte makellos reine Oberflächenbild zu erreichen, genügt es nicht, an beliebiger Stelle aus einer gefrorenen Wasserschicht das erforderliche „Baumaterial“ herauszufräsen. Nur an bestimmten Windungen eines Flusses oder eines Sees, in einem bestimmten Teil einer Landschaft bringt das Wasser die nötige Reinheit mit, und aus diesem Grund können Eishotels nicht überall, wo es ausreichend kalt wäre, eröffnet werden. Für die örtliche Bevölkerung ist es deshalb Verpflichtung und Berufung zugleich, die Wasserqualität unablässig zu überwachen und zu schützen. Ebenso darf nicht das gesamte Schmelzwasser des „gebrauchten“ Hotels wieder in die Natur gelangen, denn es ist nach dem Besucherandrang von Monaten dafür zu verschmutzt. Mit fast religiöser Hingabe und einem geradezu meditativen Respekt, der aus vergangenen Zeiten zu entstammen scheint, pflegen die Einheimischen hier Umwelt und Wasser und überführen hiermit die Traditionen ihrer Vorfahren in das mittlerweile über 20 Jahre alte Geschäftsmodell. Unter diesem Aspekt können Eishotels als eine der ersten Formen des sanften, ökologischen Tourismus' betrachtet werden.

Klare Regeln für die Besucher

Bei Temperaturen zwischen -5° bis -8°C in den Räumen und -30°C außen sind nicht nur die zur Verfügung gestellten Overalls, Tierfelle und Schlafsäcke von lebenswichtiger Bedeutung. Auch wenn die ursprünglichen Kojen der Anfangsjahre durch breitere Eisbetten ersetzt wurden, raffiniert eingerichtete Suiten durchaus Komfort bieten und ausreichend Angebote es ermöglichen, zeitweise etwas Wärme zu tanken, wäre das Abenteuer nicht für jeden ungefährlich. Die Übernachtung ist deshalb in vielen Eishotels nur Erwachsenen mit einem entsprechenden Gesundheitszeugnis gestattet. Zudem wird der Aufenthalt auf 1 bis maximal 2 Nächte beschränkt. Es ist jedoch möglich, einige Nächte in benachbarten beheizten

Räumen zu verbringen. Ebenso wird durch Benutzungs- und Entsorgungsprotokolle auf eine möglichst geringe Verschmutzung von Schnee und Umgebung strengstens geachtet.

Magie aus Vergänglichkeit und Licht

Neben der Reinheit des Eises und des Schnees, die diesen Orten ein fast unwirkliches Erscheinungsbild verleiht, gehört ein dezidiertes und kunstvolles Beleuchtungskonzept zum Zauber der Eishotels und ihrer Nebengebäude. Was fasziniert, sind sowohl die Rätsel dieser technischen Meisterleistung als auch der Eintritt in eine märchenhafte Winterwelt, in der jeder wieder ein wenig zum staunenden Kind mit glänzenden Augen wird. Aber auch die Vorstellung und das Wissen, wie flüchtig diese Naturpaläste sind, wie sehr sie in dieser Hinsicht unserem eigenen Leben ähneln, stimmt ehrfürchtig, nachdenklich und wehmütig. Dem gesellt sich das erhabene Gefühl und die Gewissheit der Einmaligkeit und Unwiederbringlichkeit des Erlebnisses zu: Da jedes Jahr ein anderer Architekt und mehrere internationale Künsterteams – nach einem übrigens sehr aufwändigen Bewerbungsverfahren mit sehr hohen künstlerischen Ansprüchen – mit der Ausarbeitung des folgenden Projekts betraut werden, werden auch wiederkommende Gäste immer wieder aufs Neue überrascht.

Eishotels ist in vielerlei Hinsicht ein Spagat gelungen: Sie sprechen Romantiker und Junggebliebene, ökologisches Bewusstsein und Leidenschaft für Design und Kunst, mutige Abenteurer und stille Träumer gleichermaßen an. Auch wirtschaftlich haben sie die Quadratur des Kreises gefunden: Aus einer temporären Struktur, die Elementen und Saison ausgeliefert ist, ist tatsächlich ein dauerhaftes Geschäftsmodell erwachsen, das sich zunehmender Beliebtheit erfreut. Sie zeigen, dass Tourismus wortwörtlich keine Grenzen kennt und weit über das Vorstellbare hinaus wachsen kann.

INFO

Eishotels sind für gewöhnlich von Dezember bis (spätestens) April geöffnet, die Bauzeit beginnt im Oktober. Familien mit Kindern können an vielen

Orten eine wärmere Unterkunft entweder in unmittelbarer Nähe des Eishotels buchen oder dank Shuttle-Service zu den nächsten Ortschaften die Bauten als Tagesbesucher besichtigen. Skulpturen und Ausstellungen sind auch für Gäste zugänglich, die nicht im Eishotel übernachten. Einige Eishotels bieten auch neben den Design-Ausstellungen zusätzliche Attraktionen wie Rentierschlitten-Fahrten, Elch-Schlitten-Safari, Eisfischen-Erfahrungen und vieles mehr.

Eselfest in Malbun – wie Brauchtum dem Tourismus hilft

Die Geschichte ist so reizend, wie die Ortschaft selbst. Malbun, das einst eine Maiensäähütten-Siedlung war und mit der Friedenskapelle das höchstgelegene Gotteshaus Liechtensteins beheimatet, lebt nach wie vor und trotz des Klimawandels im Wechsel von Winter und Sommer. Als Wintersport-Gebiet wurde die Region in den 1980er Jahren erschlossen und erlangte dank prominenter Gäste unter anderem aus königlichen Häusern einige Berühmtheit. Im Sommer ist das Hochtal ein beliebtes Reiseziel für Wanderer. Dennoch wusste sich der kleine Ort seine Bräuche und traditionelle Lebensart zu bewahren, und es scheint zuweilen, als sei die Zeit hier stehen geblieben. Kochkultur und Lebensweise zeugen noch von einer lebendigen und mit Freude und Humor gepflegten Vergangenheit.

Eine langjährige Liebe zum Esel

Auf diesen nur bedingt wegsamen Hängen war es nicht einfach, größere Lasten zu transportieren. Den Apfel- und Weinmost, der auf höhere Stellen der Alm gebracht werden musste, beförderten Esel, die alle in diesem Gelände wichtigen Eigenschaften vereinten: Trittsicherheit und Belastbarkeit. Sie waren für viele Arbeiten unentbehrlich, und so entstand eine tiefe Verbundenheit zwischen diesem besonderen Tier und den Bewohnern von Malbun, die sich dessen bewusst waren, was sie ihm schuldeten.

Ein ganz besonderes Wesen

Dass der Esel seinen eigenen Kopf hat und nicht notwendigerweise gerade das tun möchte, was von ihm gewünscht wird, wurde hier nie als Ärgernis oder Charakterschwäche betrachtet. Vielmehr verstärkte dieser Eigensinn die Liebe zu diesem intelligenten Vierbeiner, der das Prinzip „Slow life“ gar nicht erst lernen muss. Tatsächlich ist ihm das Wort „Eile“ fremd, er bevorzugt seinen eigenen Rhythmus, weiß Gefahren zu erkennen, lange bevor sie dem Menschen auffallen, gilt als bedacht und vorsichtig, und ist unendlich treu – der perfekte Begleiter und Arbeitspartner also.

Aus Einsicht wird Spaß

Bis zu einem gewissen Grad hat der tägliche Umgang mit dem Esel die Lebensart in Malbun sicher ein wenig mitgeprägt – bis in die Gegenwart. Trotz der wirtschaftlich notwendigen Öffnung zum Tourismus geht es in dem kleinen Ort und seiner Umgebung unkompliziert, gelassen und bodenständig zu, und dass die Natur das Tempo vorgibt, ist deutlich zu spüren.

Es verwundert daher wenig, wenn die einheimische Bevölkerung sich an dem Eigensinn des Esels erfreute und den saisonalen Transport des Mosts nutzte, um einen kleinen Wettbewerb unter den beteiligten Landwirten zu veranstalten. Wer seinen Esel am schnellsten zu überzeugen wusste, die Alm hochzuklettern, hatte gewonnen.

Die Arbeit geht, der Spaß bleibt, Europa kommt hinzu

Nachdem motorisierte Fahrzeuge die Arbeiten übernahmen, die in früheren Zeiten dem Tier zugedacht waren, wurde das kleine Wettrennen aber beibehalten und wurde zum Brauch, und dieser wiederum sprach sich herum.

Nicht nur aus benachbarten Orten kamen nach und nach immer mehr Teilnehmer mit ihren eigenen Tieren hinzu, sondern bald sogar aus ganz Europa. Ein Verein wurde gegründet, der nun seit 1996 alljährlich im August das Eselfest veranstaltet. Anstatt Lasten zu tragen, müssen die Esel nun – an der Leine oder durch gutes Zureden geführt und artgerecht oder sozusagen standesgemäß durch die Aussicht auf Möhren; Äpfel und Zucker motiviert – einen Hindernisparcours bewältigen oder auf Zuruf ihres Besitzers ein bestimmtes Ziel erreichen. Neuerdings gibt es auch einen Eselritt.

Das Eselfest von Malbun ist als Touristenattraktion ein erfreuliches Beispiel für die gelungene Überführung einer alten Lebensart zu neuer wirtschaftlicher Relevanz und Internationalität – und sie beweist jedes Jahr aufs Neue, wie wenig es doch bedarf, um Völkerverständigung auf ganz natürliche Weise entstehen zu lassen: Ein malerischer Berghang und ein paar herzerweichende und lustige Vierbeiner genügen.

Albergo Diffuso – wie touristische Konzepte neue Lifestyles erschaffen

Wie ein Slow Tourism-Experiment aus Italien in sterbenden japanischen Dörfern neue wirtschaftliche und demographische Perspektiven schafft.

Wie wollen wir in Zukunft leben? Wie wollen und könnten wir wohnen? Wie sollen unsere Städte morgen aussehen? Wie sollen sie funktionieren? Welche Lebensart können uns Orte bieten? Wie werden wir arbeiten? Diese Fragen sind längst nicht mehr nur ein Gedankenspiel unterbeschäftigter Urbanisten oder Soziologen. Aktuelle und brennende Themen wie Pandemie, Energie- und Versorgungskrisen sowie Klimawandel und Nachhaltigkeit machen sie zu einem Hauptanliegen unserer Zeit. Antworten, die den Weg zu neuen Lebensstilen und eine wiedergefundene Lebensqualität eröffnen, gibt es bereits. Eine von ihnen nahm ihren Anfang in Italien.

Albergo Diffuso: wie der Tourismus aussterbende Ortschaften rettete

Leere Häuser, Gebäude, die niemand mehr nutzt, verwaiste Straßen ... Die Landflucht, die in den west- und südeuropäischen Ländern in den 1970er Jahren eingesetzt hatte, und die Überalterung der Bevölkerung insbesondere in ländlichen und Agrarregionen führten dazu, dass ganze Dörfer und Regionen Italiens nach und nach verfielen.

Doch Heimatliebe kann Berge versetzen. So kam die Idee auf, diese Orte dadurch (wieder) zu erschließen, dass sie in ihrer Gesamtheit als Hotel betrachtet werden: Einzelne Häuser sind die Hotelzimmer, die Sträßchen und Gassen die Hotelflure, andere Häuser bilden das Frühstückszimmer, weitere, eigentlich private Wohnstätten sind zugleich Restaurants, Internetcafés und dergleichen. Das Hotel, das die Gäste empfängt, ist also nicht nur ein Gebäude in einem Ort, sondern der ganze Ort selbst. Hotelpersonal gibt es nicht, es ist die gesamte Bevölkerung, die örtliche Gemeinschaft. Auf diese Weise fühlen sich die Besucher auch eingebunden

und erleben die Dörfer als ein Zuhause, als Lebensort und nicht nur als eine geliehene, anonyme Kulisse.

Aus Italien nach Japan ... und weit darüber hinaus

Dieses Konzept faszinierte insbesondere japanische Besucher, deren ländliche Ortschaften sich mit denselben Problemen wie verfallenden Dörfern und aussterbender Bevölkerung konfrontiert sahen. Die Umsetzung ähnlicher Konzepte begann bald ... und ist bis heute ein voller Erfolg.

Die Idee wuchs aber schnell darüber hinaus, und aus dem touristisch geprägten und aus gleichermaßen Not und Leidenschaft geborenen Wiederbelebungsversuch wurde bald ein städtebaulicher Ansatz, der sich als hoffnungsvoll zukunftssträchtig erweist, und aus dem sich Fragen und Antworten auch auf größere und belebte Städte, ja sogar Metropolen übertragen lassen.

Die Vorteile dieser Art der touristischen Erschließung sind zahlreich. Zum einen entscheidet die lokale Gemeinschaft darüber, wie weit sie gehen soll, was zu einem besonneneren und nachhaltigeren Tourismus führt.

Das „Personal“ aus Gastgebern und Führern ist zudem nicht blass routiniert austauschbar, wie es Hotellerie-Fachangestellte oder professionelle Reisebegleiter sein könnten, sondern es besteht aus den tatsächlichen Einwohnern, die dem Besucher nicht nur einen tiefgründigeren lebensechteren Einblick in ihre Region ermöglichen, sondern auch eine differenzierte und dadurch wirksamere Ansprache des Gastes pflegen. Touristen lernen den Ort von innen heraus kennen und schätzen, und ihr Wunsch, was sie umgibt mit Respekt zu behandeln und es zu erhalten, wird durch die persönliche Begegnung mit den Menschen und ihrer Leidenschaft und die so natürlich entstehende emotionale Bindung gefördert. Die angebotenen Mahlzeiten werden außerdem nach dem Field-to-Table-Prinzip gestaltet, das von den Ortsansässigen seit jeher als selbstverständliche Lebensweise nach der Natur und den Jahreszeiten praktiziert wird. Nachhaltigkeit begegnet hier also Authentizität und ganzheitlichem, sanftem Tourismus.

Schließlich ist die Motivation, die einzelnen Projekte auch wirtschaftlich erfolgreich zu gestalten, sowohl von der eigenen Begeisterung der Ortsgemeinschaft als auch von der Notwendigkeit einer finanziellen Zukunftsfähigkeit getragen, was zu einem höheren Maß an Kreativität und immer interessanteren, frischen Ideen führt.

Städte lebenswert und nachhaltig gestalten – Area Restoration Projects

Die Beobachtung war einfach: Wird die örtliche Bevölkerung darin mit einbezogen, einem Dorf oder einer Region neues Leben einzuhauchen und einem sinnvollen aber auch maßvollen Zweck zuzuführen, entstehen deutlich nachhaltigere und standfähigere Konzepte, als wenn diese durch Behörden und Theoretiker vorgegeben würden.

Es lag also nahe, dies auch in anderen Kontexten auszuprobieren, unter anderem zur Wiederherstellung lebenswerten Wohnens etwa in benachteiligten oder vernachlässigten Vierteln von größeren Städten. So schlossen sich in Japan eine erst kleine Gruppe von Designern, Architekten, Landschafts- und Stadtplanern zusammen und regten entsprechende Versuche an.

Mittlerweile sind nicht nur einige Stadtteile von Kyoto, Tokyo und Osaka nach diesem Modell umgestaltet worden. So entstanden in vielen, bis dahin eher trostlosen Vororten und Schlafstädten neue kleine Lebensmittelgeschäfte, Kindergärten, Seniorenzentren, Parks, Begegnungsstätten und Jugend- und Ärztezentren, die von der örtlichen Bevölkerung getragen und gepflegt werden. Auch Dienstleistungen wie Frisöre und Waschsalons haben sich hier neu oder wieder niedergelassen. Die Finanzierung setzt sich aus Gemeindegeldern und Spenden zusammen. Bewohner und Anlieger berichten von einer erheblichen gefühlten Wertsteigerung des Viertels, einer höheren regionalen Gefühlsbindung und einer Verbesserung ihrer sozialen Kontakte hin zu weniger Einsamkeit und größerem Zusammenhalt, aber auch von positiveren beruflichen Perspektiven und einem wiederentdeckten Lebenssinn.

Neues Wohnen und Arbeiten

Durch die Pandemie erweckte das so erprobte Konzept auch jenseits von Japan großes Interesse.

Lockdowns und Homeoffice in Zeiten von Wohnungsnot in einigen Metropolen machten deutlich, wie wichtig die Grundzüge der Alberghi Diffusi für die Zukunft des Wohnens und des Arbeitens werden könnten. Denn sie lassen sich fast überall übertragen.

Die Wohnung, so die Idee, wäre in einer immer virtueller werdenden Welt auch aufgrund immer kleiner werdender Wohnflächen für den Einzelnen nicht mehr ein alles einschließendes Gesamtuniversum, sondern könnte ebenfalls über ein ganzes Viertel oder eine ganze Stadt „verteilt sein“. Dies würde auch das Problem der Bezahlbarkeit von Wohnraum erheblich reduzieren. Das Apartment könnte wie in den touristischen Konzepten das Hotelzimmer als Schlafraum fungieren, in Fußweite für unterschiedliche berufliche Bedürfnisse eingerichtete Co-Working-Spaces als Arbeitsraum, Koch-WGs oder Cafeterias als (Gemeinschafts-)Küche und soziale Treffpunkte in unmittelbarer Nähe, Lagerräume wiederum als Schrank und Keller.

In den Vereinigten Staaten und in Spanien wurden bereits entsprechende Projekte gestartet, die nicht nur bei den unter 40-jährigen gern angenommen wurden.

Sie zeigen auch auf, wie dies bereits in Japan gelungen ist, dass generationsübergreifendes Zusammenleben, betreutes Wohnen für Senioren und integratives Arbeiten für Behinderte oder Menschen mit seelischen Problemen auf diese Weise sowohl logistisch einfacher als auch kostengünstiger verwirklicht werden können. Zudem könnten gerade in den Großstädten durch den zusätzlichen (Wieder)Aufbau von kleinen Geschäften und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs neue Arbeitsplätze und Teilzeitjobs geschaffen werden, die den digitalisierungsbedingten Wegfall vieler Berufe mühelos auffangen würden. Aus einer Großstadt würde so eine Vielzahl von kleineren örtlichen, sich zu einem Großteil selbst genügenden Gemeinschaften nach dem Vorbild autarker Dörfer werden. Die städtische Infrastruktur müsste lediglich die Grundversorgung mit Energie und die Verbindung zu anderen Stadtteilen über Öffentliche Verkehrsmittel gewährleisten. Das so freigesetzte Budget könnte dann den einzelnen so gebildeten und sich fast selbst tragenden „Communities“ unterstützend für größere Vorhaben zur Verfügung gestellt werden. Langfristig ist auch der Versuch geplant, dort, wo dies möglich ist, klimaneutrale Heizungsenergie innerhalb der Gemeinschaften selbst zu produzieren und zu verwalten.

Was also als touristisches Experiment in Italien begann, in Japan eine neue und faszinierend vielseitige und innovative Umsetzung fand, kommt durch die Krisen unserer Zeit beflügelt nach Europa zurück und erfährt auch auf dem amerikanischen Kontinent eine eigene und kulturell persönliche Interpretation. Für uns alle könnte diese Übersetzung des ursprünglichen Gedankens und Konzepts eine menschlich und wirtschaftlich lebenswertere Zukunft bedeuten. Damit schafft die Reise einer einzigen Idee, durch unterschiedliche Länder und verschiedene Kulturen übermittelt und bereichert, neue Perspektiven, die unsere Lifestyles nachhaltig verändern und prägen könnten.