

# **Schneizldreuth statt Ballermann – Wie sehen Urlaub und Freizeit in Zukunft aus?**

Vortrag

von Prof. Peter Wippermann,

Trendforscher, Hamburg,

bei den Benediktbeurer Gesprächen der Allianz Umweltstiftung 2002.

Wie Sie wissen, wird die öffentliche Meinung durch die Massenmedien geprägt, die uns sehr viel über den Wertewandel in unserem Land erzählen. Meinen Vortrag möchte ich daher mit einem aufschlussreichen Zitat aus der Presse beginnen: „Ich bin stinksauer. Ich würde sehr gern zehn Euro Ökosteuer zahlen, wenn die Mallorquiner ihre Insel verlassen würden.“ Das sagte Klaus K., 62, aus Wuppertal der Bild-Zeitung. Seit gestern wird die verhasste Ökoabgabe auf den Balearen kassiert.

Ich glaube, das ist im Jahr des Ökotourismus ein gutes Beispiel für die Frage, wo wir eigentlich stehen. Und zur Frage, ob der nächste Urlaub zum Ballermann oder in einen netten, kleinen, verschlafenen bayerischen Ort führt, würde ich sagen: Ballermann wird auch Bayern erreichen. Warum wird das so sein? Das Zitat hat es deutlich gemacht: Es geht darum, dass wir unser Leben ökonomisch überprüfen. Wir zahlen zehn Euro pro Tag, wenn die Mallorquiner uns Deutschen ihre Insel überlassen und wir damit erreichen, dass wir unter uns sind – das heißt, dass wir zurückholen, was wir in den letzten Jahren verloren haben: nämlich unsere sozialen Beziehungen, die in der Familie anfangen und mit der Religion, mit den Parteien, mit der Wirtschaft und mit den Gewerkschaften weitergehen.

## **Thesen**

Ich habe Ihnen drei Thesen mitgebracht. Die erste betrifft die Ängste und Sehnsüchte der Ich-AG – der Begriff beschreibt das Selbstverständnis des modernen Individuums. Warum gibt es bestimmte Veränderungen, und wie sehen diese ganz konkret im Tourismus aus? Dann würde ich gerne einen Rückblick von der Protestbewegung zum Common Sense machen. Es gibt heute niemanden mehr – außer vielleicht einen Herrn K. aus Wuppertal –, der so radikal den Sinn ökologischer Überlegungen in Frage stellt. Abschließend würde ich gerne einen kleinen Ausblick darauf geben, wie Urlaubsformen morgen aussehen

könnten. Ich möchte daran anknüpfen, dass es das Recht jeden Urlaubers ist, im Sommer im Ruhrgebiet Ski fahren zu können.

## **Sehnsüchte und Ängste**

Sehnsüchte und Ängste – damit geht es los. Das eigene Ego steht heute im Mittelpunkt – das war nicht immer so. Als ich selber in die jugendliche Rebellionsphase gekommen bin, habe ich das eigene Ego ziemlich stark zurückgenommen. Andere haben das auch getan, Stichwort 68er. Sie wissen, dass diese Generation mittlerweile ziemlich in die Jahre gekommen ist.

Der Showdown zwischen Alice Schwarzer und Verona Feldbusch voriges Jahr bei der Kerner-Show zeigte das deutlich. Alice Schwarzer klagte die Moral für die Gemeinschaft ein, während Verona lässig ihr Jäckchen auszog, sich nochmals in den Ausschnitt griff und sagte: „Liebe Frau Schwarzer, Sie sind auch nur eine Frau, warum reden Sie immer für andere Frauen, ich bin eine Frau, ich rede nur für mich.“

Ich glaube, hieran wird deutlich: Es geht nicht mehr um die Straße, es geht nicht mehr um Protest. Wir leben in einer Mediengesellschaft, und dort gelten andere Gesetze. Wenn wir jetzt noch mal zu Verona schauen, die sich gerade in Hamburg verlobt hat und verkündet, demnächst den Bund fürs Leben einzugehen, dann mutet das einerseits sehr bürgerlich an. Andererseits aber hat sie die exklusiven Bildrechte an die Bunte und an RTL verkauft. Das Private, das Normale wird das Besondere und man kann es vermarkten und viel Geld damit machen. Nun werden Sie sagen: Was habe ich mit Verona Feldbusch zu tun? Damit haben Sie natürlich vollkommen recht.

Um Erkenntnisse über die Allgemeinheit zu gewinnen, dafür gibt es seriöse Meinungsforschung. Die Firma Allensbach zum Beispiel fragt regelmäßig: Was gibt uns Sinn und Orientierung im Leben? In der Grafik sehen Sie eine Gegenüberstellung der Antworten des Jahres 1974 und des Jahres 2002. Wie Sie sehen, hat die Bedeutung der Familie abgenommen. Erstaunlicherweise hat aber auch die Selbstachtung als Quelle der Sinnorientierung abgenommen.

Die Gesellschaft, und damit auch die Politik, hat dramatisch an Gewicht verloren, und zwar um annähernd 10 Prozent. Wenn es um die Mitwirkung bei der Schaffung einer besseren Gesellschaft geht, dann finden zwar alle den Gedanken ganz toll, möchten aber eigentlich, dass es die anderen tun. Das bildet sich in dem Anteil derer ab, die bereit sind, anderen zu helfen. Das sind gerade noch 19 Prozent unserer Gesellschaft.

Gott und die Angebote der Religionsgemeinschaften haben stark an Bedeutung verloren. Gerade noch 15 Prozent sehen in der Religion, die einmal unser Denken und unser Leben sehr stark geprägt hat, Sinn und Orientierung. Halt bietet nicht mehr Gott oder die Familie, sondern das eigene Ich. Schaut man sich an, wie stark die Scheidungsraten ansteigen, kommt man zu dem nüchternen Befund, wie austauschbar letzten Endes Beziehungen sind. Ein weiteres Ergebnis ist, dass die Anerkennung durch andere wichtiger geworden ist als die Selbstachtung. Auch das ist überraschend für viele etwas älter gewordene radikale Denker der 68er-Generation. Damals ging es vor allem darum, dass man vor sich selber bestehen kann. Heute will man vor den anderen eine gute Figur machen. Außerdem hat der Lebensgenuss als Bezugspunkt für Sinn und Orientierung dramatisch zugenommen, im letzten Jahr noch mal um 3 Prozent.

### **Management des Selbst**

Wo stehen wir? Wir stehen vor dem Ende einer extremen Individualisierungsphase. Wir haben es geschafft, unser Leben allein in die Hand zu nehmen, und ergänzen unsere sozialen Kontakte durch moderne Technologie. Viele von Ihnen, konnte ich beobachten, rufen kurz an oder versenden eine SMS, um sich zu vergewissern, dass ihre sozialen Beziehungen noch intakt sind. Das Management des Selbst und das Selbstmarketing kann man sehr gut von Verona Feldbusch lernen. Auch die Kirche hat dazugelernt, natürlich die protestantische, die etwas gefährdeter ist als die römisch-katholische. Sie führte im letzten Sommer SMS-Gottesdienste für Jugendliche ein, und zwar mit überraschendem Erfolg. 19 Prozent der Deutschen sind sogar bereit, Heiratsanträge über SMS in Empfang zu nehmen. Ich glaube, das macht deutlich: Wir haben eine veränderte Situation.

Wie sah es früher aus? Eine ganze Zeit haben gerade wir Männer uns damit beschäftigt, die weiblichen Seiten in uns zu entdecken. Frauen durften und mussten sich emanzipieren. Die Idee, dass man als Frau nicht mehr Kinder, Küche, Kirche anpeilt, sondern Gene, Glück und Geld, ist Realität geworden. Die Softies, die es mal gab, sind mittlerweile die leisen Weisen geworden. Sie haben sich in die innere Emigration zurückgezogen. In einer Hamburger Frauenzeitschrift konnte man zuletzt einen Mann klagen hören: „Erst haben sie uns zu Sitzpinklern erzogen und dann sind sie mit den Stehpinklern ins Bett gegangen.“

Ich glaube, das macht deutlich, dass nach 30 Jahren Emanzipation die Männer jetzt anfangen müssen, über sich selber und ihre Rolle in der Gesellschaft nachzudenken. Und wie kann man das besser tun als mit einem Blick in die Celebrity-Szene? Und da war Boris Becker im Jahr 2001 der meistgedruckte Titelheld aller

Zeitschriften- und Zeitungsgattungen, von der Wirtschaftspresse bis hin zum Spiegel. Dabei ging es natürlich darum: Wie meistert er sein Leben?

Wie geht er damit um, dass seine Frau herausbekommen hat, dass man eine höhere Abfindung erhält, wenn man vorübergehend in die USA geht? Wie regelt man das Ende einer Ehe? Man merkt, dass Boris uns Entlastung versprochen und gegeben hat. Was wir mitnehmen können, ist, dass der Verlust der Familie im klassischen Sinne eher Stress als Erleichterung bedeutet.

## **Urlaub in der Kuschelgruppe**

Was heißt das nun für den Urlaub? Wir wollen in erster Linie etwas zurückgewinnen, was wir bewusst aufgegeben haben – die Kuschelgruppe. Das Ballermann-Syndrom im Urlaub bei pubertierenden Jugendlichen folgt der gleichen Sehnsucht wie die Mitgliedschaft im Golfclub. Es geht darum, in Gemeinschaft zu leben. Was hat sich verändert? Der Freizeitstress hat zugenommen. 71 Prozent der 14- bis 49-Jährigen sind häufig mit Freunden zusammen, 1973 waren es nur 48 Prozent. Das Freundesnetzwerk zu organisieren ist relativ kompliziert. Je mehr Freunde zusammenkommen, desto schwieriger wird es.

Wie reagiert die Tourismusbranche darauf? Es gibt Pre-Club-Cocktails und Pre-Club-Chillouts im Hotel, man mietet sich eine Reihe von Zimmern auf einem Korridor und macht Korridorpartys. Sozusagen wie im eigenen Heim, aber man sourct es aus ins Hotel. Die Öffentlichkeit wird ausgeschlossen, trotzdem ist man in der Halb-Öffentlichkeit. Convenience steht als Angebot dahinter. Gemeinschaft leben als touristisches Angebot, das wird zunehmen. Und wer Gemeinschaft durch ein Haustier befriedigt sieht, kann mittlerweile auch in Hotels Katzen und Hunde mieten, um nicht allein schlafen zu müssen. Wer mehr auf Goldfische steht, kann auch diese ausleihen. Das ist noch ein wenig befremdlich, aber wenn Sie aufmerksam die Bild-Zeitung vom 2. Mai gelesen haben, ist Ihnen vielleicht der große Artikel über das Schicksal des Trennungshundes aufgefallen. Die Frage, wer wie viele Tage den Hund mitnehmen darf, war Deutschlands Volkszeitung einen großen Bericht wert.

Dass wir soziale Beziehungen heute anders leben, haben uns Boris und Babs deutlich vor Augen geführt. Jetzt schauen wir mal in die Statistik der Bundesländer Hamburg und Berlin. In Hamburg sind annähernd die Hälfte schon allein lebende Menschen, zumindest mit einem Wohnsitz. Das darf man nicht genau 1:1 übertragen, bei vielen Paaren hat jeder eine eigene Wohnung und man zieht abwechselnd in die eine und die andere Wohnung, bis die Haushalte irgendwann zusammengelegt werden. Was dramatischer anmutet, ist der Blick nach Berlin.

Nur in 25 Prozent der Haushalte leben heute noch Kinder, die restlichen 75 Prozent sind kinderlos. Das ist wirklich sehr ernst. Kinder sind der Luxus von heute. Ich hatte das Vergnügen und den Fehler begangen, das bei einer Vorstandssitzung von VW zu sagen. Sie wissen vielleicht, dass Herr Piëch 13 Kinder hat. Das war wohl nicht angebracht, das zu betonen.

Schauen wir mal die Kinder an. Wie sehen die heute aus? Sie haben den gleichen Stress wie die Erwachsenen. Den meisten geht es um eine Professionalisierung ihrer Jugend. Das heißt, möglichst schnell erwachsen werden. Dass gerade der Tourismus hiervon profitiert, ist verständlich. Kinder sind die Erwachsenen von morgen. Das mag trivial klingen, aber Kinder haben im Alter von zwei bis fünf Jahren schon alle Tricks der interaktiven Medien im Kinderzimmer gelernt. Die Kinder sind diejenigen, die die meisten Online-Reisen buchen. Kinder zu beobachten, wie sie aufwachsen, gibt uns relativ viel Aufschluss über den Tourismus der Zukunft.

Bei den künftigen touristischen Angeboten für den Nachwuchs geht es nicht so sehr um die Erholung der Kinder, sondern um die Erholung der Eltern. Sie werden Angebote finden, bei denen Hotelangestellte die Eltern ersetzen, freistellen sozusagen vom Stress bis 21 Uhr. Damit man in Ruhe seinen Latte Macchiato trinken und seinen Lifestyle beibehalten kann – dieser Luxus, der früher nur in Fürstenthäusern üblich war, erobert nun als Massenangebot einen großen Teil der Gesellschaft.

### **Fitnessurlaub für die neuen Alten**

Schauen wir in das nächste Segment: die neuen Alten. Davon sind Sie hier alle nicht betroffen, aber es gibt tatsächlich welche.

Bestimmt erinnern Sie sich an die Zeit, als es angemessen war, mit 50 seine Midlife-Crisis zu bekommen. Heute bekommt man die zweite Pubertät und teilt es auch noch öffentlich mit. Wer die dritte Freundin oder Ehefrau verlassen hat, wendet sich getrost dem Marathon zu, um fit zu bleiben für die nächste Beziehung. Ich glaube, dieser Anspruch, länger jung zu bleiben, nie wieder alt zu werden, ist wirklich die große Herausforderung für unsere Gesellschaft.

Wir werden in Deutschland über die Jahre weniger werden. Die unter 40-Jährigen stellen heute noch die Hälfte der Bevölkerung, die andere Hälfte ist über 40. In 13 Jahren wird es 50 Millionen Deutsche geben, die

über 40 sind, und 30 Millionen Deutsche, die unter 40 sind. Wir werden also mehr ältere Menschen haben. Und was hassen ältere Menschen? Ich kann das bestätigen: Sie hassen es, dass sie älter sind.

Wir können heute schon die Folgen dieser Veränderungen feststellen. Sie wissen, im Jahr des Ökotourismus ist Wandern und Fahrradfahren angesagt. Das hat sich bereits in den Statistiken der Fahrradhersteller niedergeschlagen. Der Mountainbike-Look hat einen Zuwachs von 19 Prozent, die Betonung liegt auf Look. Das sind diese Mountainbike-ähnlichen Softbikes, die man auf den Gepäckträger stellt, um andere Leute in der Siedlung oder im Urlaub zu beeindrucken, ohne sie wirklich zu nutzen. Die Mountainbikes selbst sind um 15 Prozent eingebrochen, Hollandräder um 27 Prozent, Jugendräder um 29 Prozent und Kinderräder um 32 Prozent. Ich glaube, das macht deutlich, dass sich die Gesellschaft auf die neuen Alten einstellen muss.

Keine Zeit für Enkel – das ist eine andere Folge dieser Entwicklung. Eine Untersuchung aus Holland hat deutlich gemacht, dass diejenigen, die mit 50 oder 60 Jahren noch ein aktives Leben führen wollen, sich nicht mehr zum Babysitter der Enkel hergeben. Die Älteren wollen das Vergnügen haben, jünger zu leben. Das kann man heute schon in Las Vegas sehen. Dort können Sie ins Hardrock-Hotel gehen und werden erleben, wie man Ihnen ein gefühltes Alter vermittelt, das 15 Jahre jünger ist als das eigentliche Alter. Sie erleben Ihre Jugend technisch neu inszeniert. Sie erleben Menschen, die es sich nicht anmerken lassen, dass sie den dort inszenierten Jugendfantasien im Grunde schon längst entwachsen sind.

### **Ego-Tuning im Urlaub**

Entscheidend ist, dass wir mehr Stress haben, auch wenn wir scheinbar mehr Freizeit haben. Lifestyle-Gesundheit ist das große Stichwort, jünger bleiben und sich besser fühlen. Wir sind alle daran interessiert, besser auszusehen – die meisten von uns tun es natürlich schon. Die Tatsache, dass wir in bestimmten Altersgruppen besonders eitel sind, macht uns besonders anfällig für bestimmte Angebote: Bis 30 versuchen wir schöner zu werden, dann kommt meistens der Familienschock, man hat anderes zu tun, als vor dem Spiegel zu stehen. Ab 45 nimmt die Eitelkeit wieder zu, 50 ist ein kritisches Alter, mit 60 resigniert man ein wenig, um anschließend wieder an seiner Schönheit zu arbeiten.

Das ist für die Tourismusindustrie sehr interessant. Es geht darum, die Jugend künstlich nachzurüsten und das möglichst unter Ausschluss des Freundeskreises. Chirurgische Eingriffe plus Verwöhnaroma im Kombipack, das zieht. Die Medien zeigen uns erfreulicherweise, wie das geht. Auf dem Bild sehen Sie Ornella Muti, eine sehr attraktive 46-Jährige zusammen mit ihrer 20 Jahre jüngeren Tochter. Es ist schwer zu

sagen, wer von den beiden Tochter und Mutter ist. Man kann also wunderbar frisch bleiben, wenn man etwas für sich tut. Work-Life-Balance ist ein anderes Stichwort. Karriereplanung, New Work, was bedeutet das für uns tatsächlich? Überfordern wir uns? Wir machen mehr als früher. Es gibt einen Freizeit-Stress. Das war früher anders, da war man eher gelangweilt. Wir essen schneller. Viele von Ihnen werden das schon beobachtet haben: Es gibt tatsächlich Menschen, die gehen in ein Restaurant und nehmen sich etwas mit und essen es auf der Straße. Einige Jugendliche können ihren Kaffee nur noch in einem Pappbecher mit einem Deckel drauf trinken, wenn sie mit dem Fahrrad unterwegs sind oder wenn sie gerade im Fahrstuhl hochkommen. Food-to-go oder, um einen anderen Begriff zu verwenden, Roadfood ist das schnellstwachsende Segment im Lebensmittelmarkt.

Wir schlafen schneller, und zwar eine Stunde weniger als vor 15 Jahren. Was viele begeistern wird: Wir duschen sogar schneller, weil wir herausgefunden haben, dass wir die meisten Mittelchen nur noch kurz auftragen müssen und schnell wieder abspülen können. Damit lässt sich das lästige Einwirken von Shampoo und Seife abkürzen. Dieses schnellere Leben ruft natürlich nach Kompensation. So bieten viele Firmen Entschleunigung an, zum Beispiel die Firma Fa mit ihrem Wellness-Shampoo. Entspannung gibt es gleich beim Einschäumen. Wem das zu trivial ist, der trinkt Wellness-Wasser. Wellness ist auch im Tourismusmarkt eine attraktive Wachstumsnische.

## **Komplettangebote**

Was kann man daraus lernen? Es geht darum, sich selbst zu tunen – das würde man unter Motorleuten sagen. Die Firma Hero bietet zum Beispiel zwei Fruchtsäfte namens „On“ und „Off“ an. Der eine beschleunigt, der andere entschleunigt. Früher musste man grünen Tee trinken und Espresso draufkippen, um wieder in eine Balance zu kommen. Heute macht der Markt Komplettangebote. Dem Konsumenten wird die Mühsal, sich selber um seinen emotionalen Haushalt zu kümmern, abgenommen. Diese Entwicklung zeigt sich ebenso im Tourismusmarkt.

Last-Minute-Reisen haben extrem zugenommen, allein zehn Prozent plus bei L-TUR, dem Resteverwerter der großen Anbieter. Attraktiv dabei ist: Man kann schnell entscheiden, schnell Urlaub machen und auch schnell wieder arbeiten. Der größte Traum, den wir dabei haben: einfach mal richtig entspannen, einfach mal richtig ausschlafen können. Wir brauchen nicht mehr Erlebnis wie früher, das haben wir in unserem Alltag schon genug. Heute geht es um Faulenzen. Um dieses neue Bedürfnis zu bedienen, entsteht in der Gastronomie-Industrie das Fooding – ein wunderbares Wort aus Food und Feeling. Es beschreibt Essen in privater,

familiärer Atmosphäre, zum Beispiel im Bett. Das können Sie in Los Angeles in dem Restaurant B.E.D. machen. Sie werden nebenbei noch massiert und betüttelt, Sie bekommen das, was Sie früher in der Familie bekommen haben.

Slowfood ist auch ein großes Stichwort in der Tourismusbranche. Hier sind die professionellen Anbieter alle dabei. Was uns dabei interessiert, ist, dass es im Moment kostbarer ist, sich zu entschleunigen, und das in einer künstlichen Natur, in einem kontrollierten Raum, den wir kurzfristig besuchen und schnell wieder verlassen können.

### **Ökologie als Lifestyle-Angebot**

Kurzer Rückblick: Wo kommen wir her, wo stehen wir und wo gehen wir hin? Es gab mal eine Phase, da hat man viel Wert darauf gelegt, anders zu sein als die anderen. Als es darum ging, Hierarchien aufzubrechen, die bürgerliche Familie in Frage zu stellen, Karriere weiträumig zu umfahren, vielleicht Hippie zu werden oder auszusteigen. Die Politik, das war der eigentliche Erlebnispark. Hier konnte man die Gesellschaft wirklich erschrecken, Alternativen zum Bestehenden suchen. Das war nach einer Phase des Wohlstands das Spannende. In den 80er Jahren kam alles in Bewegung. Die Idee, dass unsere Welt unterginge, war überall zu lesen. Wie hatte der Spiegel 1983 gesagt: Fünf Jahre wird es den deutschen Wald noch geben und dann werden die Bäume aus unserer Umgebung verschwinden. Das war dann doch etwas zu pessimistisch.

Vielleicht wäre es ja so gekommen, wenn der Club of Rome nicht solch eine apokalyptische Warnung in die Welt gebracht hätte. 1970 hat die Volkswagen-Stiftung eine Studie ermöglicht, die unter dem Titel „Die Grenzen des Wachstums“ deutlich gemacht hat, dass man die Erde nicht beliebig ausbeuten kann. Daraufhin kam ein Denkprozess in Gang, Ökologie wurde zum wichtigen Thema. Es hat immerhin noch einige Jahre gedauert, bis es in der Bevölkerung präsent war. Und es hat noch viele Jahre gedauert, um von einer Minderheitenmeinung aus der Ökobewegung Eingang in Wirtschaft und Politik zu finden.

Schauen wir in die nächste Generation. Die zwischen 1965 und 1980 Geborenen waren diejenigen, die festgestellt haben, dass es nicht mehr um die Forderung ging: „Samstags gehört Papi mir!“, sondern eher um die Frage „Wo ist Papi?“ Die Familien hatten sich aufgelöst, Freunde ersetzen die Familie, Umwelt, Moral und Ethik waren plötzlich kostbar geworden. Die Sinnsuche begann, die Selbstreflexion der Soft-Individualisten war eine große Bewegung, die in den 90er Jahren ihren Höhepunkt erreichte. Ökorumantik,

Purismus in der Mode, Recycling-Wellen, die Gutmenschen, die mit Sicherheit heute hier alle versammelt sind, waren damals prägend. Verzicht und Enthaltung waren das Entscheidende.

## **Ich-AG**

Die Generation ab 1980 schließlich, die mit dem Selbstverständnis der Ich-AG lebt, muss sich eine Infrastruktur nun wieder aufbauen. Angeschlossen oder ausgeschlossen sein – darum geht es bei ihnen. Wir rutschen jetzt in eine Welt, in der Neugier, Technik und Mobilität im Vordergrund stehen. Das Interesse an umweltfreundlichen Produkten und Verpackungen betrug 1982 noch 49 Prozent, erreichte 1990 den Höhepunkt und ist mittlerweile wieder runtergerutscht auf 36 Prozent. Ökologie, Konsum und Lifestyle sind auch keine Gegensätze mehr. Sie kennen vielleicht den einen oder anderen Jugendlichen, der mit einer Freitag-Tasche herumläuft. Das sind Lkw-Planen, die umgearbeitet sind. Die Idee, dass man nichts mehr wegschmeißt und vorher überprüft, ob es vielleicht einen Kultwert hat, ob man Umweltschutz nicht ganz anders leben kann, ist mittlerweile Common Sense geworden. Ökologie und Umwelt werden heute anders erfahren, nicht als Bereiche, in denen man Buße tut, sondern Freude und Entspannung findet.

Das zeigt sich nicht zuletzt in einer Verzehnfachung der Naturreservate. Die Franzosen züchten zum Beispiel Krokodile im heißen Wasser der Atomkraftwerke. Öko-Hightech ist das, was sich in den letzten 30 Jahren entwickelt hat. Herr Piëch hat zum Abschluss seiner Laufbahn noch das 1-Liter-Auto vorgestellt - früher vollkommen undenkbar, würde die Umwelt aber wirklich entlasten. Auch sind wir mittlerweile bereit, Windkraftanlagen in die Landschaft zu stellen und die damit verbundene visuelle Umweltverschmutzung zu ertragen. Selbst die Flugzeuge sind leiser und energiesparender geworden.

Sustainable Development ist das, was interessant ist. Es bringt mehr Geld, wenn man vernünftig agiert. Ressourcenmanagement im Tourismus ist mittlerweile gang und gäbe. Höchstwahrscheinlich haben einige von Ihnen dafür gekämpft. Ein Minimum an Flächenversiegelung und geringe kulturelle Schädigungen in den Urlaubsgebieten sind heute wichtige Voraussetzungen für einen funktionierenden Tourismus.

Machen wir noch mal einen Blick in die Öko-Hardcore-Ecke. 1998 hat Greenpeace zum letzten Mal über Ökotourismus berichtet. Im Jahre 2000 ging es bei dem US-Lifestyle-Abenteurermagazin „Blue“ noch darum, ob man „eco-tourist“ sei, wenn man Bäume schützt. Die Idee, der wir verdanken, dass wir mittlerweile Vollpensionen im Baumhaus haben, hat natürlich ein Werber gehabt. Die Vorstellung, gegen etwas sein zu müssen, hat sich dahingehend verändert, für etwas zu sein.

Umweltschutz ist als Luxus- und Lifestyleangebot attraktiv geworden. Was bedeutet das für unser Urlaubsthema? Es ist interessanterweise so: Je mehr Technologie, je mehr virtuelle Präsenz per Computer, Handy oder SMS, desto stärker schätzen wir wieder Natur und eine ursprüngliche Umgebung. Das ist der wahre Luxus: langsam und natürlich werden.

### **Wohin geht die Reise?**

Zum Abschluss stellt sich die Frage, wohin geht die Reise? Zum einen wächst der Discountbereich. Tchibo bietet mittlerweile Reisen an, die kürzer, näher und günstiger sind, und berücksichtigt dabei, dass unsere Wohlstandsgesellschaft in zwei große Blöcke zerfällt. Auf der einen Seite ist der große Basisblock derjenigen, die weniger Geld haben: 50 Prozent der Haushalte besitzen 4,5 Prozent des gesamten Privatvermögens. Auf der anderen Seite zeichnet sich der andere Block deutlich ab: Hierzu gehören die 10 Prozent der Haushalte, die über 42 Prozent des Vermögens verfügen. Für dieses Luxussegment gilt die Devise: spontaner, intimer, intensiver.

Diejenigen, die in Bayern bleiben wollen und nach Regensburg fahren, können mittlerweile bei Thurn und Taxis eine Theatervorstellung erleben und durch das Schloss geführt werden. Sie können dafür als Gruppe 175 Euro zahlen, um ein Animationsprogramm zu bekommen, das wir früher eher aus den Robinson-Clubs kannten.

Es findet eine Kommerzialisierung der Geschichte statt. Das Goldene Gässchen in Prag ist mittlerweile eintrittspflichtig. 1,30 Euro kostet es, allerdings nur von 9 bis 17 Uhr. Für Frühaufsteher und Zuspätkommer ist es gratis. Insgesamt rechnet man mit 5 Millionen Besuchern, die bereit sind, dieses Geld zu zahlen. Diejenigen, die an diesen Zielen schon waren, können die Umwelt auch schonen, indem sie einfach Abenteuer im Hotel machen. Wirklich kuschelige Bergwerks-Suiten sind in Berlin zu besichtigen. Dort kann man auch in der Gummizelle übernachten oder auf dem doppelt breiten OP-Tisch sein Nickerchen machen.

Die Idee, dass wir in Fantasy-Welten eingebettet sein wollen, um uns zu entspannen, ist das Ergebnis einer Entwicklung, die langsam angefangen hat und in der Schaffung einer künstlichen Natur gipfelt. Kontrolle über Licht, Temperatur und Mitreisende, das ist das Stichwort. Die Japaner haben das schon viel besser gemacht als die Amerikaner. Der Ocean Dome ist eine künstliche Badelandschaft, die 500 Meter vom Meer entfernt gebaut wurde. Warum? Weil man Temperatur und Sonnenschein kontrollieren kann. Ein gigantisches Schiebedach lässt sich bei schönem Wetter öffnen. Ansonsten sorgt eine Vollbespielung mit

unterschiedlichem Licht, unterschiedlichen Temperaturen und Wellengängen für die Illusion eines natürlichen Tages am Meer. Ähnliches wird in Wilhelmshaven gerade im Kleinen nachgebaut.

Dass Natur künstlich inszeniert viel schöner ist, werden Sie überall finden. Zum Beispiel im großen Eden-Park in England: 2 Millionen Besucher gucken sich dort jährlich Pflanzen an und fühlen sich gut, weil sie die Umwelt schützen, indem sie in eine künstliche Umwelt gehen. Vielleicht sind Sie selber aktiver Naturschützer geworden, indem Sie ein Golfspieler sind. Die Idee, dass wir das Paradies auf Erden nicht geschenkt bekommen, sondern inszenieren und landschaftlich-architektonisch wieder instand setzen müssen, kann man daraus ableiten.

### **Zusammenfassung**

Lassen Sie mich zusammenfassen: Wir sind dabei, Sicherheit höher zu stellen als Abenteuer, die Natur wird inszeniert. Was wir wirklich suchen, ist Glück und Genuss. Intensiv und sicher – das sind die Parameter, die meiner Meinung nach den Markt in Zukunft bestimmen werden.

Neue Angebote für intensive Eindrücke gibt es zum Beispiel im Bereich des „War Tourism“. Ground Zero in New York ist hierfür nur ein Beispiel. Die beliebtesten Reiseziele sind die Slums der Entwicklungsländer. Wer Lust hat, die Favelas anzusteuern, kann das ohne große Gefahr tun, weil die Reiseunternehmen der dort aktiven Mafia Geld geben, damit die Touristen sich in Ruhe einen kleinen Schauer über den Rücken laufen lassen können.

In eine ganz andere Richtung zielen Zeitreisen, bei denen historische Schauplätze wie in Disney World nachgebaut werden. Las Vegas setzt hier Standards, wie das Hotel Bellagio zeigt. Es transportiert den Glanz und die Kultiviertheit Italiens in die amerikanische Wüste. Der wunderschöne Eingang vom Hotel Bellagio könnte schöner nicht sein, wenn er in Europa stehen würde. Das Hotel „Venetian“ hat den Canal Grande im ersten Stock. Sie können dort heiraten und sich auf der Seufzerbrücke das Ja-Wort geben.

Sie fahren mit den Gondeln durch die Einkaufspassage und werden dabei gefilmt. Das Video bekommen Sie anschließend mit nach Hause. Diese Entwicklung, die sich als Disneyfication beschreiben lässt, hat auch hierzulande großen Erfolg. 100 Millionen Besucher zählte allein der Euro-Disney-Park nahe Paris seit seiner Eröffnung Anfang der 90er. Disney hat nun 500 Millionen Euro investiert, um einen zweiten Filmpark zu realisieren.

## **Von Las Vegas lernen?**

Geschichte, Natur und Spiritualität werden zum Urlaubsangebot. Sie werden leicht schmunzeln, das sind halt die komischen Amerikaner. Doch fahren Sie einfach mal an die Ostsee und Sie werden sehen, dass Heiligendamm wieder auferstanden ist. Wellness pur in einer grandiosen Geschichtskulisse, das macht wirklich Urlaubslaune.