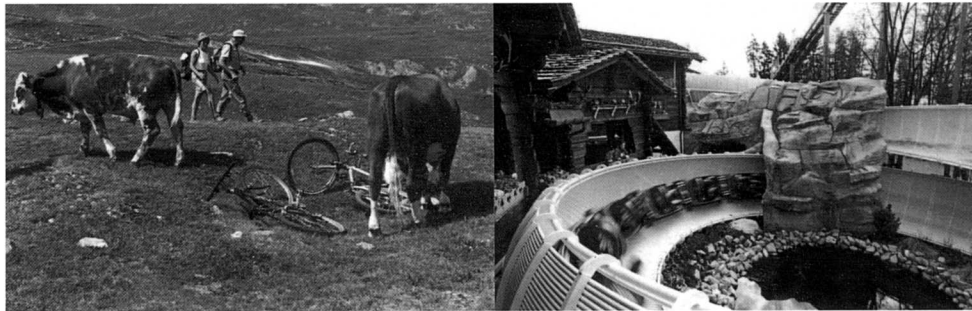


ER  
Ethische  
1990



UND KULTURELLER WANDEL WALLIS 1950-1990



# TOURISMUS UND KULTURELLER WANDEL

WALLIS 1950-1990

NB  
1795  
3









Kantonales Museum für Geschichte und Ethnographie Valère  
Forschungsstelle für regionale Gegenwartsethnologie  
Ethnologische Reihe 3

Umschlag: Grand-Raid-Cristalp, 1993  
«Walliser Dorf», Rust (D), 1993

Redaktion: Thomas Antonietti

Bei den Beiträgen von Stéphane Andereggen, Francine Évéquoz  
und Pascale Roulet, Flora Madic, Marie Claude Morand,  
Isabelle Raboud und Hassan Sidi Maamar handelt es sich  
um Übersetzungen aus dem Französischen.

Übersetzungen: Stéphane Andereggen, Thomas Antonietti,  
Klemens Arnold, Anne-Rose Augsburg-Minnig, Francine Évéquoz

Grafisches Konzept: Yan Duyvendak

Gestaltung: Roland Dubuis, Marie Claude Morand

Fotolithos: Imprimerie Pillet SA, Martigny

Druck: Imprimerie Pillet SA, Martigny

Buchbinder: Mayer et Soutter SA, Renens

ISSN 1017-0731

ISBN 2-88426-006-4

© Walliser Kantonsmuseen, Sitten 1993

# TOURISMUS UND KULTURELLER WANDEL

WALLIS 1950-1990

Herausgegeben von Thomas Antoniotti und Marie Claude Morand

*1'765'070*

Walliser Kantonsmuseen Sitten 1993

*NB 1795/3*

Don



93/4987

## Inhalt

Thomas Antonietti und Marie Claude Morand: Tourismus und Gesellschaft – Einführung	9
Marie Claude Morand: Neue Freizeitwelten für neue Ferienmenschen	19
Stéphane Anderegg: Nihil solidum nisi solum – Landwirtschaft, Immobilienhandel und öffentliche Verwaltung im Spannungsfeld des touristischen Bauens	41
Thomas Antonietti: Zur Ästhetik des Tourismus – Manifestationen der Freizeitindustrie in Crans-Montana und Zermatt	63
Francine Evéquo und Pascale Roulet: Tourismus und Raumplanung – Das Beispiel Verbier und Riederalp	93
Flora Madic: Von der Tracht zur Eintracht eines Naturreservates – Der Ferienprospekt am Beispiel Riederalp und Verbier	111
Isabelle Raboud-Schüle: Ferien und Wein im Wallis	131
Hassan Sidi Maamar: Notizen zur touristischen Esskultur	151
Thomas Antonietti: Die Tradition frisst ihre eigenen Kinder – Das «Walliser Dorf» im Europapark in Rust (Deutschland)	165





# Tourismus und Gesellschaft

## Einführung

Thomas Antoniotti und Marie Claude Morand

Der Einfluss des Tourismus auf das Wallis der Nachkriegszeit ist unübersehbar. Spürbar in Raum und Zeit – konkret etwa in der Veränderung von Landschaft und Siedlung oder in der Strukturierung des Jahreslaufs durch die Feriensaisons – betrifft dieser Einfluss nicht nur die eigentlichen Tourismusorte, sondern Wirtschaft und Gesellschaft als Ganzes. Der Tourismus hat neue Verhaltensweisen entstehen lassen und neue physische Welten geschaffen, deren Wirksamkeit weit über den Freizeitbereich hinausgeht. Im Zusammenhang mit dem Wertewandel Richtung Freizeitgesellschaft ist die Ferienkultur überdies zu einem zentralen Bestandteil der Gesamtkultur geworden. Dabei ist insbesondere in der Ethnologie ein zunehmendes Interesse feststellbar, das Phänomen Tourismus konkret über die Reisenden selber in ihrem tatsächlichen Freizeitverhalten zu verstehen.<sup>1</sup>

Das Thema der vorliegenden Publikation ist die Wechselbeziehung zwischen Tourismus und Kultur, wobei der Begriff Kultur hier sehr weit gefasst wird. Das Hauptinteresse gilt dabei dem touristischen Angebot, welches für einmal unter einem sozialwissenschaftlichen Blickwinkel betrachtet werden soll. Das besondere Interesse an Fragen rund um Architektur und Planung, wie es in mehreren Beiträgen zum Ausdruck kommt, widerspiegelt zudem die grosse Bedeutung des Bauwesens für die touristische Entwicklung im Wallis. Dieser Überblick erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Zu viele Gesichtspunkte konnten nicht behandelt werden, insbesondere eine Analyse der Strategien, derer sich die Dachorganisationen des Walliser Tourismus bedienen, oder Studien über das Reiseverhalten, über das Marketing im allgemeinen oder

die Situation des Wallis im Tourismusmarkt im In- und Ausland. Es bleibt deshalb zu wünschen, dass dieser ersten Annäherung ans Thema bald etwas Umfassenderes folgt.

### Tourismus, Entwicklung, Gesellschaft: Widerstände

Die Tourismusindustrie stösst nicht immer auf Einstimmigkeit, so wichtig sie für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung einer Region auch sein kann. Die Tourismusgeschichte kannte und kennt immer noch verschiedene Formen des Widerstandes, deren ideologische Grundlagen es an den Tag zu legen gilt. Die Debatte rund um die «Grenzen des Wachstums» hat eine Reihe von Fragen aufgeworfen, mit denen heute gerechnet werden muss – nicht zuletzt auch im Tourismus. Wie dieser mit seinem Angebot auf das neue Umfeld reagiert, wird im Beitrag «Neue Freizeitwelten für neue Ferienmenschen» eingehender erläutert.

In ihrer frühesten Phase war Tourismuskritik eine Kritik von privilegierten Schichten, die angesichts der allmählichen Demokratisierung des Reisens die Exklusivität ihrer Freizeitbeschäftigung bedroht sahen. So kritisierte der Genfer Professor Emil Yung um 1895 die neue Eisenbahn von Visp nach Zermatt unter anderem mit folgendem Argument: «Ihr [der Eisenbahn] grösster Nachteil aber besteht in der Menschenmenge, welche sie herbeiführt, denn diese blasierten, für die Gebirgswelt oft so verständnisarmen Menschen entweihen die hehre Natur weit mehr als die Eisenbahn mit ihren Rauchwolken und ihrem Getöse.» In ähnlich elitärer Weise

äussert sich Yung über die immer zahlreicher werdenden Matterhornbesteiger, die er als «Skaven ihrer Führer» bezeichnet: «Nach diesem Besuche des geweihten Ortes [gemeint ist das Matterhorn] steigen die Touristen wieder hinab [...] und sind mit sich selbst zufrieden, denn sie haben aufs gewissenhafteste die Aufgabe gelöst, die ihnen ihr Bädeker vorschreibt.»<sup>2</sup> Diese Art von elitärer Tourismuskritik setzt sich bis heute fort und hat angesichts des Massentourismus seit den sechziger Jahren ihre schichtspezifische Komponente verloren. Sie sieht im Tourismus eher eine Wallfahrt denn ein Freizeitvergnügen, indem das Ferienmotiv der persönliche Bereicherung in den Vordergrund gestellt wird.

Die heutige Tourismuskritik ist demgegenüber stärker ökologisch begründet. Doch gibt es nach wie vor auch eine Kritik, die das soziokulturelle Umfeld des Tourismus im Auge hat. Operiert wird dabei in der Regel mit einem statischen, rückwärtsorientierten Kulturbegriff, der unterscheidet zwischen «echt» und «unecht», «gelebt» und «vorgespielt», «Eigenem» und «Fremdem». Einer «traditionellen dörflichen Gemeinschaft» wird eine «Tourismus-Unkultur» gegenübergestellt.<sup>3</sup> Zunehmend ins Spiel gebracht wird dabei der Begriff der Identität: «Die touristische Entfaltung marginalisiert [...] die einheimische Bevölkerung und zerstört deren soziale und wirtschaftliche Identität,» schreibt Aurel Schmid 1990 in seinem vielbeachteten Buch «Die Alpen – schleichende Zerstörung eines Mythos»<sup>4</sup> und bei den vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit BIGA 1991 herausgegebenen «Perspektiven des Schweizer Tourismus» lautet eine Kapitelüberschrift: «Identitätsverlust durch ausländische Arbeitskräfte»<sup>5</sup>.

Noch immer scheint die Tourismuskritik implizit davon auszugehen, dass die alpine Lebens- und Wirtschaftsform quasi von Natur aus eine bäuerliche zu sein hätte. Zudem bedient sie sich bei der Bewertung der Entwicklung Kriterien, wie sie etwa in einem städtischen Umfeld nicht zur Anwendung kommen. So wird zum Beispiel die

der kapitalistischen Weltwirtschaft eigene Tendenz zur wirtschaftlichen Fremdbestimmung als spezifische Bedrohung des Alpenraums angesehen. Und die Frage nach der angepassten Entwicklung wird zu einer Auseinandersetzung über das Eigene und das Fremde: «Nur wenige Einheimische können sich im Tourismusgeschäft behaupten, die übrigen sinken auf das Niveau von Angestellten und Hilfskräften hinab oder müssen als «Heimatvertriebene» ihre Heimatgemeinde verlassen, während neuzugezogene Fremde oft Schlüsselpositionen übernehmen.»<sup>6</sup> Eine Kritik, welche die Einheimischen in die Opferrolle drängt und für die alpinen Regionen gesonderte Massstäbe anlegt, riskiert aber, einem konservativen Kulturpessimismus zu verfallen oder dann zu einem Marketingkonzept zu verkommen, welches das Berggebiet einem Beharrungszwang unterwerfen will, um seine touristische Attraktivität zu erhalten.<sup>7</sup> Spürbar wird hier eine ökologisch bestimmte Sichtweise auf die Kultur bzw. eine Gleichsetzung von Naturschutz und Kulturschutz: Wenn das alpine Ökosystem ein sehr sensibles Gebilde ist, dann muss auch die dortige Kultur dergestalt sein. Die Folge ist eine oftmals undifferenzierte und ahistorische Tourismuskritik, wie sie etwa bei Manfred Spöttl zum Ausdruck kommt: «Wo Almmatten erodieren und Schutzwälder krepieren, erodieren auch Psyche und Kultur. Der Seppl-Barock in der alpinen Architektur, Dorfkirchen, die Raketenabschussrampen gleichen, und Bonanza im Trachtenlook beim schuhplattlenden Heimatabend sind sinnfällige Symptome der sozialen Krankheit zum Tode.»<sup>8</sup>

Allerdings war Tourismuskritik von allem Anfang an auch eine Kritik der Einheimischen am Tourismus. Im Gegensatz zur Kritik von aussen ging es dabei weniger um den Schutz der einheimischen Kultur als vielmehr um politische und wirtschaftliche Interessen. «Es kann aber nicht von gutem sein, dass heute sich zu viele dem Fremdenverkehre oder dem Bergführerberufe zuwenden und zu wenige der Landwirtschaft oder einem anderen Berufe sich widmen wollen. Man muss leider fürchten, dass die Folgen nicht



Mit einem «Alpufzug» in der Stadt Zürich machte die Umweltkommission der ETH-Studentenschaft am 24. April 1993 auf die Gefährdung des Alpenraums aufmerksam. Die bergbäuerliche Kultur ist nicht nur dem Tourismus, sondern auch der Ökologiebewegung zum Inbegriff des Alpinen geworden.

ausbleiben werden. Es wäre gewiss eine dankbare Aufgabe für Elternhaus und Schule, die Jugend immer mehr darauf hinzuweisen, dass das Handwerk in Zermatt goldenen Boden hat,» schreibt 1927 Stanislaus Kronig über den Einfluss des Tourismus auf seine Gemeinde.<sup>9</sup>

Nicht selten manifestiert sich die Tourismuskritik der Einheimischen auch in offenen oder versteckten Formen des Widerstandes. Das vielleicht spektakulärste Beispiel ist diesbezüglich die Weigerung der Zermatter im Jahre 1871, den zugezogenen Hotelier Alexander Seiler in ihre Burgerschaft aufzunehmen.<sup>10</sup> Ein analoges Beispiel wäre der Streit zwischen der Alpgenossenschaft Riederalp und den ebenfalls von auswärts kommenden Hoteliers Cathrein und Tichelli, der 1951 vor dem Walliser Kantonsgericht mit einer Niederlage der Hoteliers endete. Letztere hatten das neue Reglement der Alpgenossenschaft mit der Begründung angefochten,

dieses benachteilige sie als Genossenschaftler ohne eigenen Viehbesitz (was es in Tat und Wahrheit auch tat). Widerstand gab es aber auch im Bereich des religiösen Brauchtums: Als die Bern-Lötschberg-Simplon-Bahn (BLS) 1916 erstmals den Besuch der Segensontagsprozession in Kippel im Lötschental propagiert und mit dem Morgenzug 300 Schaulustige nach Goppenstein gebracht hatte, reagierte die Pfarrei ein Jahr später mit öffentlich angeschlagenen Verboten und Prozessionsordnungen.<sup>11</sup> Beispiele über Formen des Widerstandes in der Nachkriegszeit sind in den Beiträgen von Stéphane Andereggen und Isabelle Raboud-Schüle nachzulesen.

Dieser Widerstand der Einheimischen richtet sich in der Regel nicht gegen den Tourismus an sich, sondern gegen die mit ihm verbundenen Risiken wie Fremdbestimmung und unkontrollierte Entwicklung. Sichtbar wurde diese Einstel-



Informationsstelle der Autobahnraststätte Relais du Saint-Bernard bei Martigny, 1992.

lung in jüngster Zeit zum Beispiel im Goms, wo seit der Eröffnung des Furkatunnels im Jahre 1982 eine intensive öffentliche Diskussion über Form und Stellenwert des Tourismus eingesetzt hat; mit der Folge, dass im Obergoms nach einer Reihe von Gemeindeabstimmungen mit ablehnenden Mehrheiten im Jahre 1988 ein Grossprojekt für die Erschliessung eines alpinen Skigebiets sistiert wurde und 1993 die Stimmberechtigten des Goms in einer Konsultativabstimmung eine Kandidatur ihrer Region für die nordischen Skiweltmeisterschaften ablehnten.

### **Tourismus, Volkskultur, Identität: Eine touristifizierte Gesellschaft?**

Der Tourismusforscher Horst Opaschowski bündelt die Ferienmotive der Reisenden zu den drei Gruppen Sonne, Ruhe und Natur; Kontrast, Kontakt und Komfort; Spass, Freiheit und Aktivität.<sup>12</sup> Diese Motivstruktur hat selbstverständlich

Konsequenzen auf das touristische Angebot: Da Elemente wie Natur oder Kontrast immer weniger zu haben sind, müssen sie immer mehr künstlich hergestellt werden. Wie der Soziologe Jean-Olivier Majastre nachweist, entstand der Tourismus aus dem Spannungsverhältnis zwischen dem Städtischen und dem Ländlichen. Je mehr sich aber der Tourismus entwickelt, desto stärker schafft er die Bedingungen seiner eigenen Negation: Aus Land wird Stadt, aus Natur Kultur, aus Exklusivität Banalität. Aus diesem Widerspruch entsteht der Zwang, immer schneller neue Symbole und Praktiken zu schaffen. Dabei ändert der Tourismus laut Majastre ständig und immer schneller die symbolische und tätige Aneignung des Gebirges: «Der Tourismus ist eine Art Wiederverwertungsunternehmen von Bedeutungen, welches laufend und mit zunehmender Geschwindigkeit natürliche Gegebenheiten des Gebirges in kulturelle Muster umdeutet.»<sup>13</sup>



Besichtigung des Dorfbackofens für Touristen (Praz:jean, Sommer 1988).

Die dadurch entstandenen künstlichen Welten sind inzwischen zu einer neuen Wirklichkeit geworden; was als Kulisse gedacht war, ist zur realen Welt geworden. Besonders deutlich wird dieser Sachverhalt im Bereich der Folklore. Die Vorführung von Volkskultur zu Schauzwecken ist allerdings nicht etwa ein Phänomen, das erst der Massentourismus hervorgebracht hat. Entsprechende Belege finden sich schon im 18. Jahrhundert; so unter anderem in einem Reise-führer von 1796, der unter dem Titel «Freuden-feste in der Schweiz und merkwürdige Zusammen-künfte» eine ganze Reihe von Anlässen wie Landsgemeinden, Schwingtage oder Kirchweih-feste aufführt, die den Reisenden zum Besuch empfohlen werden.<sup>14</sup> Und bei Edmund von Fel-lenberg lesen wir in seinem 1882 erschienenen «Itinerarium» über das Lötschental: «Bittgänge und pittoreske Processionen, woran die zahl-reichen Bruderschaften in eigenthümlicher Tracht theilnehmen, gewähren dem Fremden oft Bilder

von eigenthümlichem historischem oder ethno-graphischem Reiz.»<sup>15</sup>

Dabei muss der Kontext dieser Verfügbar-machung von Elementen der Volkskultur zu Schau-zwecken keineswegs ein touristischer sein. Ein nichttouristisches Beispiel wäre etwa der Fas-nachtsumzug in Sitten im Jahre 1879, an dem bäuerliche Arbeiten und Geräte vorgeführt wur-den.<sup>16</sup> Und auch im Zeitalter des Massentouris-mus kann der Anstoss für die Revitalisierung traditioneller Volkskultur durchaus von nichttour-istischen Kreisen kommen: «Es waren die Musikanten der «Sonnenberg», die die Idee und Initiative zum bereits zur Tradition gewordenen Älplerfest hatten. 1967 fand es erstmals statt, und seither geht es alljährlich am letzten Son-nntag Juli über die Bühne.»<sup>17</sup> Trotzdem vollzog sich die Revitalisierung herkömmlichen Brauchtums vor allem unter dem Einfluss des Tourismus.<sup>18</sup> Zudem spielte und spielt dieser bei der Indienst-



nahme von Elementen der bäuerlichen Welt von früher eine – wenn nicht die – zentrale Rolle. Dieses Bedürfnis nach Ländlichkeit kann so weit gehen, dass der Tourismus nicht nur zum neuen Träger einer bäuerlichen Folklore wird, sondern zum Träger der Landwirtschaft überhaupt, wie das Beispiel Saas-Fee zeigt.

Die touristische Entwicklung setzte in Saas-Fee bereits im 19. Jahrhundert ein. Ab 1881 entstanden mehrere Hotels, die jedoch ausschliesslich dem Sommertourismus dienten. Den endgültigen Umschwung Richtung Tourismus brachte erst der Bau der Strasse von Saas-Grund nach Saas-Fee im Jahre 1951 und die damit verbundene rasante Entwicklung des Wintertourismus. Gab es 1955 noch 68 landwirtschaftliche Betriebe – davon 20 im Vollerwerb bewirtschaftet – zählte das Dorf 1965 keinen einzigen landwirtschaftlichen Vollerwerbsbetrieb mehr. 1980 wies die Statistik für Saas-Fee noch sechs Kühe aus, jedoch 765 698 touristische Übernachtungen. 1984 gründeten deshalb 24 Einheimische – vorab junge Hoteliers – den «Interessenverein Landwirtschaft Saas-Fee». Zweck des Vereins ist «die langfristige Sicherstellung der landwirtschaftlichen Nutzung des Gebietes von Saas-Fee, die Verhinderung der Vergandung, die Pflege der Kulturlandschaft und damit indirekt die Förderung der touristischen Attraktivität des Kurortes.»<sup>19</sup> Zur Erreichung dieses Ziels wird seit 1984 jährlich Vieh zur Sömmerung eingeführt und Personal eingestellt; seit 1990 wird zudem der Betrieb an einen Landwirt aus dem Kanton Freiburg verpachtet. Der Verein zählt heute rund 240 Mitglieder.

In Saas-Fee steht also die Landwirtschaft im Dienst des Tourismus, wird aber von diesem getragen und angemessen entschädigt. Ähnlich klare Verhältnisse – diesmal zwischen Tourismus und Folklore – wurden in der Station Anzère ob Sitten geschaffen. 1985 schlossen der Verkehrsverein von Anzère und die Folkloregruppe *Les Zachéos* aus Siders einen mehrjährigen Vertrag ab. Die Folkloregruppe verpflichtete sich dabei, «zur Verbreiterung der Bekanntheit der Station

Anzère beizutragen.» Konkret heisst das, dass die Gruppe bei ihren Auftritten im In- und Ausland für die Station Werbung macht sowie am Ort selbst bestimmte Aufgaben im Bereich Animation übernimmt. Die Verpflichtungen des Verkehrsvereins bestehen in erster Linie in finanziellen Leistungen an die Gruppe. Die 1962 gegründete Tanzgruppe *Les Zachéos* versuchte als eine der wenigen Folkloregruppen von allem Anfang an, Volkstanz und Volksmusik kreativ weiterzuentwickeln. «Bräuche, die am Verschwinden sind, auf einer künstlerischen Ebene weiterentwickeln»: so umschreibt Jean Daetwyler, Komponist der Gruppe, die Zielsetzung seiner Arbeit mit den *Zachéos*.<sup>20</sup> Ein ähnliches Ziel verfolgte auch die Zusammenarbeit mit dem Kunstmaler Albert Chavaz, von dem der Entwurf des ersten Kostüms stammt. Dieser kreative Umgang mit der Tradition wird zwar vom Verkehrsverein von Anzère verkannt, wenn er schreibt: «Wir wollen unsere regionalen Bräuche und Traditionen mit dieser echten Folkloregruppe lebendig erhalten, indem wir die Gruppe in unser modernes Ferienkonzept einbeziehen.»<sup>21</sup> Tatsache bleibt aber, dass hier die Folklore für den Tourismus zum gleichwertigen Partner geworden ist.

Die Beispiele «Landwirtschaft in Saas-Fee» und «Folklore in Anzère» sind Anzeichen einer beginnenden Klärung des Verhältnisses zwischen dem Tourismus und seinem soziokulturellen Umfeld. Letzteres wird um eine gewisse Professionalisierung nicht herumkommen, um der schleichenden Vereinnahmung durch den Tourismus zu entgehen.

Die Verfügbarmachung von Elementen der Volkskultur durch den Tourismus – sei es in Form von Brauchtum, Architektur oder bäuerlicher Sachkultur – ist dabei Bestandteil eines allgemeineren Phänomens, das man als Touristifizierung der Kultur bezeichnen könnte. Diese Verfügbarmachung der Kultur und des öffentlichen Lebens überhaupt durch den Tourismus zeigt sich besonders markant an den kulturellen Grossveranstaltungen, wie sie sich im Wallis in jüngster Zeit

gehäuft haben: 1986 fand in Sitten das Eidgenössische Schwing- und Älperfest statt, 1987 in Brig das Eidgenössische Jodlerfest, im gleichen Jahr in Martigny das eidgenössische Volksmusiktreffen und 1990 in Naters das Eidgenössische Tambouren- und Pfeiferfest. Treibende Kraft dieser mit sehr viel Aufwand verbundenen Feste ist ganz offensichtlich die touristische Werbung. So überschreibt der *Nouvelliste* seinen Bericht über das eidgenössische Volksmusiktreffen in Martigny mit «Au-delà des chiffres, un formidable coup de publicité»<sup>22</sup>. Und als am 11. Januar 1992 die Volksmusiksendung «Wie die Alten singen», eine Gemeinschaftsproduktion grosser Fernsehanstalten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, direkt aus Fiesch ausgestrahlt wurde, schreibt der *Walliser Bote*: «Eine grosse Wirkung verspricht man sich vom Film [...], der zu Beginn der Sendung ausgestrahlt wird. Rund 600 000 Franken würde der Beitrag in Werbeminuten zu stehen kommen, haben sich die Verantwortlichen ausgerechnet.»<sup>23</sup> Gemeinde und touristische Institutionen leisteten denn auch einen Beitrag von 85 000 Franken an die Sendung. Das Gegengeschäft bestand laut dem Direktor der Luftseilbahn Fiesch-Eggishorn darin, «dass bei den Filmaufnahmen ein Mitspracherecht bestand [...] und das Schwergewicht auf Familientourismus gelegt werden konnte.»<sup>24</sup>

Die genannten Beispiele sind Ausdruck eines Ausgreifens des Tourismus auf immer mehr Lebensbereiche. Wenn deshalb der Walliser Verkehrsverband 1991 unter dem Titel «Tourismus geht uns alle an» eine Sensibilisierungskampagne lanciert hat, rennt er damit offene Türen ein. Zu fordern wäre demgegenüber, die bereits vorhandene Sensibilisierung in eine umfassende Tourismuspolitik umzusetzen bzw. eine Tourismuspolitik zu entwickeln, die mehr sein will als bloss eine Tourismusförderungs politik.<sup>25</sup>

## Anmerkungen

- 1 Ueli GYR, «Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung», in *Zeitschrift für Volkskunde* 1988/84, S. 224-239.
- 2 Emil YUNG, *Zermatt und das Vispatal*. Lausanne ca. 1895, S. 13f und 90f.
- 3 Jost KRIPPENDORF, *Alpsegen - Alptraum. Für eine Tourismus-Entwicklung im Einklang mit Mensch und Natur*. Bern 1986, S. 44f. – Vgl. diesbezüglich auch: Beratende Kommission für Fremdenverkehr des Bundesrates, *Das Schweizerische Tourismuskonzept. Grundlagen für die Tourismuspolitik*. Bern 1979, bes. S. 45ff und S. 85ff.
- 4 Aurel SCHMID, *Die Alpen – schleichende Zerstörung eines Mythos*. Zürich 1990, S. 247.
- 5 Claude KASPAR et al., *Perspektiven des Schweizer Tourismus*. BIGA (Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit), Bern 1991, S. 33.
- 6 Werner BÄTZING, *Die Alpen – Entstehung und Gefährdung einer europäischen Kulturlandschaft*, München 1991, S. 159.
- 7 Vgl. Helmut Paul FIELHAUER, *Volkskunde als demokratische Kulturgeschichtsschreibung*. Wien 1987, S. 336.
- 8 Manfred SPÖTL, «Die Blumen des Bösen: Tatort Alpen.» In: Claus Euler (Hrsg.), «Eingeboren» – ausgebuht: ökologische Zerstörung durch Tourismus, Giessen 1989, S. 71-80, S. 71.
- 9 Stansilau KRONIG, *Familien-Statistik und Geschichtliches über Zermatt*. Ingenbohl 1927, S. 206.
- 10 Werner KÄMPFEN, *Ein Bürgerrechtsstreit im Wallis, rechtlich und geschichtlich betrachtet*. Zürich 1942.
- 11 Werner BELLWALD, *Zur Geschichte des Tourismus in Lötschen*, Basel 1986, S. 74. – Thomas ANTONIETTI und Marcus SEEBERGER, *Die Herrgottsgrenadiere. Ursprung und Phänomen eines Brauchtums*, Brig 1988, S. 39f.
- 12 Horst W. OPASCHOWSKI, *Tourismusforschung*. Opladen 1989, S. 87-94.
- 13 Jean-Olivier MAJASTRE, «Le touriste», in Daniele Jalla (Hrsg.), *Gli uomini e le Alpi - Les hommes et les Alpes. Atti del convegno Torino 6-7 ottobre 1989*. Turin 1991, S. 265-274, S. 274, Übersetzung.
- 14 «Nachrichten für Reisende in der Schweiz», Bern 1796, S. 80f, zitiert bei Hans TRÜMPY, «Ein eidgenössischer Festkalender in einem Reiseführer von 1796», in *Schweizer Volkskunde*, 41. Jg. 1951, S. 83f. – Weitere Beispiele aus dem gleichen Zeitraum siehe: Hans TRÜMPY, «Folklorismus in der Schweiz», in *Zeitschrift für Volkskunde*, 65. Jg. 1965, S. 40-46.
- 15 Edmund von FELLEBERG, *Itinerarium für das Exkursionsgebiet des S.A.C. für die Jahre 1882 und 1883*. Bern 1882, S. 134.

- 16 Danielle ALLET-ZWISSIG, «Fragments pour le portrait d'une absente. La condition féminine en Valais à travers la presse et les publications officielles du canton 1870-1880. Deuxième partie: Les activités professionnelles», in *Annales valaisannes 1988*, S. 120-237, S. 145 und 147.
- 17 Peter SEEMATTER, «Aus dem Vereinswesen von Törbel», in *1. Heimattagung Törbel*, o.O. 1980, S. 45.
- 18 Zur Frage der Beziehung zwischen Tourismus, Volkskultur und Identität im Wallis, siehe Marie Claude MORAND, «Notre beau Valais. Le rôle de la production artistique «étrangère» dans la construction de l'identité valaisanne», in *Groupe valaisan de Sciences Humaines* (Hrsg.): *Le Valais et les étrangers, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup>*, Sion 1992, pp. 193-202 et 226-238.
- 19 Interessenverein Landwirtschaft Saas-Fee, Saas-Fee: *Natur – Landschaft – Landwirtschaft*. Saas-Fee 1993, S. 22f. In dieser Publikation finden sich auch weitere Angaben über den Verein.
- 20 Jean DAETWYLER in *Les Zachéos*. Siders 1985, S. 16, Übersetzung.
- 21 Dokumentation Anzère-Zachéos, präsentiert anlässlich der «Conférence internationale folklore et tourisme» 1987 in Fribourg.
- 22 *Nouvelliste*, 9. September 1987.
- 23 *Walliser Bote*, 16. Dezember 1991.
- 24 Wie Anm. 23.
- 25 Vgl. Dieter KRAMER, *Tourismus-Politik: Aufsätze aus 12 Jahren Tourismus-Diskussion*, Münster 1990.







# Neue Freizeitwelten für neue Ferienmenschen

Marie Claude Morand

Seit rund 15 Jahren lässt sich im Walliser Tourismus eine gegenläufige Tendenz feststellen was die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Hotelgäste angeht: während diese in den klassischen Stationen laufend abnimmt, bleibt sie in den grossen Talzentren stabil oder nimmt sogar leicht zu. Wie ist diese Entwicklung zu erklären? Verliert der Aufenthalt in den Bergen an Attraktivität? Oder ist er zu teuer geworden? Wohl kaum; denn im gleichen Zeitraum konnte der Walliser Fremdenverkehr eine Zunahme von 400 000 Hotelgästen verbuchen, wobei der Löwenanteil des Wachstums auf das Konto höher gelegener Orte geht.<sup>1</sup> Geändert hat sich also in den letzten 15 Jahren nicht die Anziehungskraft der Bergregionen, sondern das Ferienverhalten der Gäste. Es scheint, dass eine Verschiebung oder mindestens eine Diversifizierung der Interessen auf der Nachfrageseite eingesetzt hat. So registriert man seit kurzem neue Gästekategorien, wie sie bisher im Wallis eher selten waren: Geschäftsleute, Kongressteilnehmer, Museums- oder Ausstellungsbesucher, Liebhaber der Gastronomie, Extremsportler, Umweltbewusste, Nutzer unterschiedlichster Kursangebote. Wenn diese neuen Kategorien, etwa im Vergleich zu Chaletmietern<sup>2</sup>, Tagesausflüglern oder Teilnehmern organisierter Programme, zahlenmässig auch noch kaum ins Gewicht fallen – abgesehen davon, dass ihr Aufenthalt von den gängigen Statistiken oft gar nicht erfasst wird –, sind sie doch Anzeichen einer neuen Entwicklung, die zu Hoffnungen und Fragen Anlass gibt.

Sind also im Wallis neue Formen des Freizeitverhaltens im Entstehen? Und wenn ja, wie und seit wann vollzieht sich dieser Wandel? Wie mani-

festiert er sich nach aussen? Wird er gar die bisherige touristische Landschaft des Wallis mit den klassischen Stationen verändern oder bleibt er eine Randerscheinung? Lässt er sich nur im Wallis beobachten? Und: Wie geht die «Ferienschatzkammer» mit diesem Wandel um, der ihre bisherigen Leitbilder in Frage stellen könnte? Mit andern Worten: Wie reagiert das touristische Wallis auf die manchmal widersprüchlichen Erwartungen und Vorstellungen dieser neuen Gästeklassen? Ist man in einem Kanton, der bisher vor allem in den Familien- und Aufenthaltstourismus investiert und zu diesem Zweck eine starke Bautätigkeit entfaltet hat, bereit, auf die individuellen Bedürfnisse von Kurzaufenthaltern einzugehen? Und wie verträgt sich schliesslich die ökologische und multikulturelle Komponente dieses neuen Tourismus mit einer Tradition, die solchen Tendenzen bisher skeptisch bis ablehnend gegenüberstand?

## Die neue Version der «Ferienschatzkammer»

«Juli-August: Aktivferien – Kurse in Holzmalerei, Seidenmalerei, Fotografie, Holzbearbeitung und Theater: Hotel Alpage Ambassador, *Champoussin*. *Champex-Lac*: eine neue Umgebung für Naturliebhaber. *Champex-Lac*, die Station Ihrer Form! Aktivferien.»<sup>3</sup> «*Obergoms*: Wanderparadies, Rafting, Veloparcours (Naturstrassen), Überquerung des Rhonegletschers. *Fiesch*: Spaziergänge, Fitness. *Ovronnaz*: die 'natürliche' Walliser Station, Animationsprogramm: geführte Wanderungen, botanische Exkursionen mit Raclette, Weinfest usw., Vitaparcours, Thermalzentrum. *Bellwald*: Wanderwege, Ab-

wechslungen, Gastronomie, kulturelle Anlässe. *Lötschental*: authentische Natur. *Zermatt*: autofreies Zermatt. *Visperterminen*: typisches Walliser Dorf, Ausflüge und Entspannung. *Crans-Montana*: Residenz 'Le Hameau': Neubau, ab sofort bezugsbereit. *Täsch*: typisches Walliser Dorf, Ausgangspunkt für Hochtouren, Ruhe. *Unterbäch*: idyllischer Familienort, 60 km Mountain-Bike-Parcours. *Grimenz*: blumengeschmückte Holzhäuser, Hotels in Holzbau, Natur, reine Luft, Wanderwege, Mountain-Bike, Bergtouren, Minigolf, Reiten, Fischen, Gleitschirmfliegen. *Veysonnaz*: entlang der zahlreichen 'Suonen', Sport, Entspannung, Kultur für die ganze Familie. *Riederalp*: Golf, Naturschutzzentrum, Kinder- und Familienprogramme, autofrei.»<sup>4</sup>

Der neue Walliser Sommer ist da! Die Anhänger des traditionellen Angebots werden sich an einen Tourismus gewöhnen müssen, der gleichzeitig landschaftliche Schönheiten, lebhaftes Folklore und eine Vielfalt an hypermodernen Transportanlagen anpreist.

### Ökologisches Marketing

Das in den sechziger und siebziger Jahren gegenüber den neuen Sporteinrichtungen klar ins Hintertreffen geratene Ferienargument 'Natur' ist in jüngster Zeit – in neuer Form und im Zuge eines allgemeinen Öko-Trends – zu neuer Aktualität gelangt. Vorbei sind die grandiosen Panoramen, die freie Sicht auf die Bergwelt, die einzigartigen Landschaften, die Picknick-Ausflüge und mit ihnen ein Marketing, das seit Beginn des Jahrhunderts – mit Varianten – auf die stets gleiche Strategie eines allgemeingültigen, passiv-kontemplativen Landschaftserlebnisses gesetzt hat.<sup>5</sup> Vom kleinen Ferienort mit Familientourismus bis zur grossen Station mit internationalem Ruf haben Angebot und Werbung einen grünen Anstrich erhalten: autofrei, Naturschutzzentrum, themenspezifische Exkursionen mit wissenschaftlicher Begleitung, Entdeckungen und neue Sportarten, makrobioti-

sche, vegetarische oder Diätküche, Fitness- und andere Gesundheitseinrichtungen.

In diesem Zusammenhang hat das Adjektiv 'natürlich' dem Begriff 'Natur' bereits den Rang abgelaufen, der offenbar zu vage, zu physisch und heute wohl auch zu abgegriffen wirkt. Das Prädikat 'natürlich', das ein matt gewordenes Naturkonzept auffrischen soll, verleiht im heutigen Verständnis einem Gegenstand so etwas wie Ursprünglichkeit und schreibt ihm Eigenschaften wie Vitalität und Gesundheit zu. Der Begriff eignet sich zudem zur Charakterisierung menschlicher Tätigkeiten, die über den Bereich des rein Biologischen hinausgehen, wie z. B. Ernährung, Medikamente, Kosmetik, Kunsthandwerk, regionales Bauen, Tracht oder «Naturstrassen». Und als Alternative zum Pleonasmus 'natürliche Natur' bietet sich «authentische Natur» an, wie dies bei der oben zitierten Werbung für das Lötschental der Fall ist.

Bemerkbar macht sich der ökologische Trend vereinzelt auch in der Hotellerie, wo mit Angeboten wie «einfacher» Lebensstil, «im Einklang mit der Natur» oder neuen Gruppenerlebnissen an die reisende, seinerzeit noch nicht sehr zahlungskräftige Bob-Dylan-Generation der späten sechziger Jahre angeknüpft wird. Neben dem bereits erwähnten *Alpage Ambassador* wären in diesem Zusammenhang im Wallis etwa noch zu erwähnen: das Hotel *La Balance aux Granges* in Salvan, das erste makrobiotische Hotel in der Schweiz, das seit 1984 Kochkurse, Yoga oder Shiatsu anbietet; nicht weit davon entfernt das Hotel *Beausite* in Chemin-Dessus (Martigny), «der Ruhepunkt in Ihrem aktiven Leben»<sup>6</sup> mit einem Meditationssaal, das in seinen holzgetäfelten Räumen seit 1982 «alternative» Kurse und Seminare durchführt. Die Zimmer verfügen weder über Fernsehen noch Radio noch Telefon und werden jeweils erst am Ende des Aufenthalts gereinigt. An die Zeit der *Belle Epoque* erinnern auch – allerdings in etwas rustikalerer Form – die Zimmer des Hotels *Furkablick* mit ihren schweren Daunendecken und den alten Waschgarnituren. Mit seinen Ausstellungen zeit-



Tai-Tschi-Kurs in den Räumen des Hotels Beausite in Chemin-Dessus (Juli 1993).

genössischer Kunst ist das Hotel auf dem Furkpass zum Sommertreffpunkt einer internationalen Kunstszene geworden.

Die genannten Beispiele gehören einerseits zu den letzten Knospen eines einst blühenden Zweiges; gehörte doch der Kuraufenthalt seit Bestehen des Tourismus zu dessen tragenden Säulen. Seit der Antike haben warme Wasserquellen Reisende in die Alpen gelockt und der Aufschwung des Thermalwesens im 19. Jahrhundert leitete das Aufkommen der Luftkurorte und der Höhensanatorien zu Beginn des 20. Jahrhunderts ein. Andererseits stellen die erwähnten Hotels auch einen frischen Trieb dar, der eine darbenende Pflanze zu neuer Blüte bringen könnte: lange Zeit befürchteten gewisse Stationen, ihr Ruf als «Kurort» könnte das neue Publikum der Sporttreibenden und der neuen kaufkräftigen Klassen davon abhalten, die Ferien bei ihnen zu verbringen. Die Angst vor Ansteckung hatte denn auch ganz konkrete Aus-

wirkungen auf die Entwicklung einzelner Kurorte, wie dies das Beispiel des Getrenntgehens von Montana (Sanatorien) und Crans (Sportanlagen) seit Beginn des Jahrhunderts zeigt. Nachdem er wegen der Fortschritte der Medizin in der Nachkriegszeit etwas in Vergessenheit geraten war, macht der Kurtourismus in jüngster Zeit auch im Wallis wieder vermehrt von sich reden: im September 1983 werden die Bäder von Sillon eröffnet, anfangs 1985 diejenigen von Val d'Illicz und am 22. September 1990 nimmt Ovronnaz ein ultramodernes Thermalzentrum in Betrieb. Die seit dem Mittelalter bekannten Thermalbäder von Leukerbad werden einer umfassenden Erneuerung unterzogen<sup>7</sup> und in Sitten plant man ein grosses Thermalprojekt. Doch in diesen neuen «Bädern» sucht man vergebens nach dem durchdringenden und morbiden Zauber, der von den Pflegeeinrichtungen der strengstens organisierten Sanatorien ausging, wie sie von Thomas Mann beschrieben wurden. Die heutigen Angebote erinnern mit ihren Slogans

wie «Wohlbefinden», «Abnehmen», «Schönheit», «Anti-Stress» sowie ausgeklügelten und individuell zugeschnittenen Pflegekuren eher an das mondäne Leben der Bäder des 16. Jahrhunderts mit ihren Vergnügungen und Gesellschaftsspielen.

Einen ganz andern touristischen Niederschlag findet das gesteigerte Umweltbewusstsein im heutigen Golfboom. Wenn Spezialisten auch von einer «ökologischen Verarmung» der Landschaft sprechen, gilt Golf in weiten Kreisen doch als «grün»; dies ist auch den Förderern dieses Sports nicht entgangen. «Als beste Visitenkarte unserer Region haben wir den Golfsport zusammen mit Skifahren und Kongresstourismus in unser Werbekonzept aufgenommen und alles um eine grüne Note angereichert. [...] Die Touristen, die zu uns Golf spielen kommen – zu 80% Italiener und sehr viele Franzosen – gehören zu einer kaufkräftigen Schicht. Sie kommen zudem meist mit der Familie angereist und stellen eine sehr treue Kundschaft dar. Im übrigen lassen die Golfer mehr Geld in der Station als die Leute, welche um 6 Uhr in der Frühe aufbrechen, um einen Gipfel zu besteigen oder eine Wanderung zu unternehmen.»<sup>8</sup> Das Argument wirkt überzeugend. Und der bereits 1906 eröffnete Golfplatz von Crans findet heute im ganzen Kanton Nachfolger: Verbier, eine Station, die bisher voll auf Massensport gesetzt hat, eröffnete im Juli 1992 einen 18-Loch-Kurs. Zusammen mit dem nahen, 1991 fertiggestellten rustikalen «Weiler» von Pierre Dorsaz, Architekt und Promotor, verleiht er der Sportstation die heute unverzichtbaren Prädikate des «sanften Tourismus» und des «typischen Dorfes». Weitere Golfprojekte sind geplant bei Sitten, St-Maurice, Zermatt, Champéry und Grächen, die Riederalp kann schon seit 1986 mit einem Golfplatz werben und 1994 wird in Granges im Mittelwallis der Golfplatz *La Brèche* eröffnet werden, der bisher einzige, der nach ökologischen Richtlinien und in Zusammenarbeit mit dem WWF erstellt worden ist.

Wenn sich die Ökologie im Marketing der Walliser Verkehrsdirektoren auch zunehmender

Beliebtheit erfreut, sind andererseits konkrete technische Umsetzungen dieses Bewusstseins (umweltschonende Einrichtungen, Energiesparprogramme) hierzulande selten geblieben. Im schweizerischen Berggebiet<sup>9</sup> nimmt diesbezüglich Graubünden eine führende Stellung ein. Auf den ökologischen Trend bereits seit Beginn der achtziger Jahre aufmerksam geworden, hat der Verkehrsverein Graubünden vor zwei Jahren eine Umwelt-Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. Und anlässlich einer Versammlung in Landquart im Juni 1992 haben die Bündner Tourismusverantwortlichen eine Ideenbörse erarbeitet. An Vorschlägen fehlte es dabei nicht: Bau und Erneuerung von Luftseilbahnen vom Tal zu den Ferienorten (z. B. Flims - Laax), um den Privatverkehr einzuschränken, Sonnenenergieanlagen für die Eisenbahn in Disentis, Aufbau eines Netzes von lokalen Verteilern biologischer Produkte für die Hotels, um die Berglandwirtschaft zu unterstützen usw.<sup>10</sup> In eine ähnliche Richtung ging der Schweizerische Hotelierverein, indem er ein Handbuch mit 400 praktischen Ratschlägen zum Thema Umwelt in Schweizer Hotels und Restaurants publizierte, welches anlässlich einer Tagung über «Tourismus und Umwelt» an der Universität Lausanne vom 16. Dezember 1992 vorgestellt wurde.

### ***Fungeneration und Extremsport***

Der Sport, vor allem der Wintersport, entwickelte sich seit seinem erstmaligen Erscheinen im Angebot der Hotels von Davos Ende der 1870er Jahre<sup>11</sup> zur grossen Antriebskraft der touristischen Entwicklung im Alpenraum. Indem sie jeweils die Kapazitätsleistungen der Transportanlagen, die Ausdehnung des Skigebiets sowie den Ausbaugrad der Pisten in den Vordergrund rückte, hatte die Werbung bis in jüngster Zeit den Massentourismus im Auge. Das Marketing setzte in erster Linie auf den Winter, während der Sommertourismus praktisch auf das Wanderangebot reduziert blieb, welches weniger Rendite abwirft, bei den Jungen kaum auf Resonanz stösst und gegen die Ferien am Meer



«Hameau de Verbier»: Die Verbindung von neuer Technologie und rustikalem Look als heutige Version des «Typischen».

einen schweren Stand hat. Die neue Auffassung des Sports als Unterhaltung – in der Form von *fun* und Extremsport, wie sie zu Beginn der achtziger Jahre von der amerikanischen Westküste nach Europa kam – verleiht heute dem touristischen Markt in den Alpen ein vollständig neues Gesicht und der Sommersaison eine neue Attraktivität. Mountain-bike, Rafting, Kanufahren, Trottinette und Rasenschlitten, Freiklettern, Deltasegeln, Gleitschirmfliegen im Sommer, Skiakrobatik, Snow-board, Extremskifahren<sup>12</sup> im Winter – ein Angebot, in dem jeder das finden sollte, was ihm zusagt. «Sich von der Anstrengung und der reinen Luft berauschen», «ausbrechen»<sup>13</sup>: so und ähnlich lauten die neuen Schlagwörter. Und als Kennzeichen dieser neuen Kategorie von – dem Individualismus huldigenden – Touristen gelten fluoreszierende Farben und Ausrüstungen im High-Tech-Stil.

Im Wallis ist es vor allem Verbier «im Herzen des alpinen Sportparadieses»<sup>14</sup>, das sich diese neue

Strategie zu eigen gemacht hat. Die Station ist sozusagen zum *must* der Sommersaison geworden. Doch wird ihr diese Position zunehmend streitig gemacht: Veysonnaz wirbt inzwischen mit «100 km signalisiertem Mountain-Bike-Parcours, geführten Mountain-Bike-Touren, Einführungskurs in Gleitschirmfliegen», Thyon-Les Colons mit Gleitschirmfliegen, Mountain-Bike, Reiten, La Tzoumaz mit Mountain-Bike, Grimenz mit Gleitschirmfliegen, Mountain-Bike... Das Mountain-Bike-Wegnetz gehört heute zum Grundangebot einer Station, ebenso wie die Schule für Gleitschirmfliegen oder die künstliche Kletterwand, wie sie im Schwimmbad von Sitten installiert ist. Ein bisschen *fun* und ein Schuss Adrenalin, wobei das alles nicht ganz ohne negative Folgen über die Bühne geht; denn selbst klassische Ausdauersportarten wie das Bergsteigen blieben von der neuen Welle nicht verschont. Im Sommer 1992 begaben sich täglich um die 12 000 Leute in die Wände des Mont Blanc, viele von ihnen ohne entspre-



chende Vorbereitung und Ausrüstung. Das Resultat: Rettungswesen und Sicherheitsdienst sind überfordert, die Anzahl tödlich Verunglückter steigt ständig an. 1993 ist es vor allem das River-Rafting, welches die Zeitungsspalten mit Unglücksmeldungen füllt.

Der ausserordentliche Aufschwung von *fun* und Extremsport steht zweifellos in einem Zusammenhang mit der zunehmenden Beliebtheit von «Abenteuer-Ferien», wie sie seit den siebziger Jahren in Mode gekommen sind und von spezialisierten europäischen Reisebüros angeboten werden: *Raids*, Wüsten- oder Himalayatrekking, Bootsfahrten auf dem Amazonas, Besteigungen des Kilimandscharo, Vulkanbesichtigungen in Lateinamerika, Kanufahrten in Costa Rica usw. Ebenso wichtig für diese Entwicklung dürfte jedoch ein anderes Phänomen sein, nämlich der Spitzensport. Dank der Medien werden sportliche Grossveranstaltungen für die organisierenden Orte zu Markenzeichen. Der Werbeeffekt läuft dabei in der Regel in zwei Phasen ab: zuerst zeitgleich mit dem Ereignis selbst, indem die Emotion des direkten Miterlebens einer Entscheidung betont wird, dann aber auch langfristig, indem dem Publikum die Möglichkeit geboten wird, durch das Aufsuchen des Schauplatzes etwas von der Aura der siegreichen Champions mitzubekommen, ähnlich den organisierten mittelalterlichen Pilgerfahrten zu den Reliquien der Heiligen. Die vierte Auflage des *Grand Raid Cristalp*, eines 131 km langen Mountain-Bike-Rennens von Verbier nach Grimentz vom 22. August 1993 kündigt sich an als «das extremste und längste Rennen der Welt». Die von neun Ferienorten getragene Veranstaltung mit 3000 Teilnehmern verspricht «Nervenkitzel und ein atemberaubendes Spektakel»<sup>15</sup>. Hier zählt also noch das unmittelbare Dabeisein. Im Gegensatz dazu verspricht das Verkehrsbüro von Veysonnaz während des ganzen Winters Abfahrten «auf der berühmten Bärenpiste, auf der die besten Skifahrer der Welt sich gemessen haben» und wirbt zudem mit der Organisation des *Swiss Snowboard Cup*, des *Alpin Challenge* und «der berühmten

Mountain-Bike-Abfahrt im Sommer auf der Bärenpiste»<sup>16</sup>. Die Instrumentalisierung von Sportwettkämpfen zu touristischen Zwecken nimmt aber manchmal auch direktere Wege. Die Weltmeisterschaften im Gleitschirmfliegen, welche vom 2.-16. August 1993 in Verbier durchgeführt wurden, wurden am Radio der französischen Schweiz am ersten Tag nicht in der Sportberichterstattung angekündigt, sondern im touristischen Veranstaltungskalender, wobei speziell auf einen Star-Gleitschirmflieger aufmerksam gemacht wurde, der akrobatische Einlagen bot. In das gleiche Kapitel gehört die Demonstration der traditionellen Käseherstellung für das wartende Publikum im Zielraum der Weltcup-Skirennen auf der Bärenpiste von Veysonnaz. Wohl am ungeschminktesten kommt aber die Werbung bei den Stationen des Val d'Héremence als Mitorganisatoren des *Raid Cristalp* daher:

«Km 47. Die Kette springt auf verschiedene Übersetzungen und mit grosser Geschwindigkeit fahren Sie in den Sektor von Héremence ein. Höchste Konzentration. Die schwierige Abfahrt lässt Ihnen kaum das Vergnügen, die junge, aufstrebende Station mit dem Namen *Les Masses* zu bewundern. Doch steht Ihnen diese mit ihren Chalets, Ferienwohnungen und ihrem Restaurant am Fuss bekannter Skipisten für Ihre nächsten Ferien oder für Ihr nächstes Training zur Verfügung. Kaum sind diese paar Zeilen geschrieben, tauchen schon die ersten Dächer von Héremence auf, das Dorf, in dem sich Holz und Stein harmonisch verbinden und in dem das Museum als Hort unserer alten Traditionen einer der modernsten Kirchen gegenübersteht.

Nehmen Sie sich ausgangs des Dorfes, beim Zwischenhalt oder beim Start, Zeit, um links unten das charmante Dorf Euseigne zu bewundern, bekannt für seine natürlichen Pyramiden. Der Verlauf des Parcours bietet Ihnen die Möglichkeit, Prolin, Cerise, Mâche, Riód zu entdecken und in Richtung Pralong werden Sie auf dem Pfad der zehn Diebe wandeln, jenen sagenumwobenen Personen, denen unser Tal seinen Namen verdankt.



Ein letzter Aufstieg führt Sie nach Mandelon und ermöglicht Ihnen einen Blick auf die Staumauer der Grande Dixence, die höchste Staumauer Europas mit einem Fassungsvermögen von 400 Millionen Kubikmetern Wasser.

Nach einer letzten Verpflegung auf unserer Teilstrecke und einem letzten Panoramablick auf unser prächtiges Tal hoffen wir, dass die heute fehlende Zeit Sie animiere, zurückzukehren, sei es zum Wettkampf oder zum Vergnügen.»<sup>17</sup>

Erfahrungen mit internationalen Sportveranstaltungen und deren touristischem Wert<sup>18</sup> hat vor allem Crans-Montana als Durchführungsort der alpinen Skiweltmeisterschaften 1987. Die Werbewirkung dieses Grossanlasses animierte die Doppelstation gleich zu einer weiteren – wenn auch gescheiterten – Kandidatur, und zwar für eine Etappenankunft der Tour de France 1993. So oder so liegt die Trumpfkarte von Crans-Montana anderswo: Seit 1939 wird in Crans das Golf Swiss Open – seit 1983 unter der Bezeichnung European Masters Golf – durchgeführt. Diese vor allem unter Promotor Gaston Barras vorangetriebene Veranstaltung kostete Station und Sponsoren 1992 vier Millionen Franken, die direkten und indirekten Einnahmen werden jedoch auf über acht Millionen Franken geschätzt. Zahlen, welche nicht nur auf Verkehrsdirektoren anziehend wirken. Doch nicht überall wird so gerechnet. Im Goms lehnte eine Mehrheit der Bevölkerung 1993 mittels Volksabstimmung die Durchführung der nordischen Skiweltmeisterschaften ab. Erste Anzeichen unterschiedlicher Entwicklungsvorstellungen? Oder wird der neue Sporttourismus als Widerspruch zum nicht minder neuen grünen Tourismus erlebt?

### **Der Kulturtourismus**

Von den drei neuen Tourismusformen ist der Kulturtourismus im Wallis zur Zeit zweifellos der am wenigsten entwickelte. Der Begriff tauchte bereits in der traditionellen Werbung der Ferienorte nur sehr selten auf<sup>19</sup> und im genannten Kollektivinserat erwähnen ihn nur gerade Bellwald

und Veysonnaz, obwohl das Inserat unter dem Titel «Un tour et des détours dans la culture valaisanne» die Vorzüge dieses neuen Angebots für den Sommer 1992 anpreisen sollte.<sup>20</sup> Ist das Thema zu städtisch? Jedenfalls ist es bezeichnend, dass die Mehrheit der teilnehmenden Orte mit Slogans zu Ökologie, *fun* oder Folklore werben, wobei für letzteres vor allem auf die Bautradition (typisches Dorf, Holzhäuser) sowie altes Brauchtum Bezug genommen wird, wie dies für den Sommertourismus in den Alpen bereits seit Beginn des Jahrhunderts der Fall ist.<sup>21</sup> Das vorgeschlagene Jahresthema muss mehr als ein Verkehrsbüro überrascht haben, so dass sogar Crans-Montana als Station, die auf Weltläufigkeit und internationalen Kongresstourismus setzt, nichts anderes einfiel als für einen «neuen und sofort bezugsbereiten» Weiler zu werben und damit die Tradition eines volkstümlichen Kulturbegriffs weiterzuführen; wobei diese einseitige Kulturauffassung auch andernorts weiterhin mit Erfolg angewandt wird: 1991 stellt Pierre Dorsaz seinen «Hameau de Verbier» fertig, einen Weiler in moderner Bauweise, verschalt mit altem Holz, der u.a. auch ein Kulturzentrum und ein Museum beherbergt. In Zermatt muss die alte Steinarchitektur der Belle Epoque neuen Überbauungen im Chaletstil Platz machen, die sich offenbar besser ins Dorfbild integrieren sollen. In Champéry soll ein Dorfplatz entstehen, wie er in dieser Strassensiedlung nie existiert hat. Und ganz allgemein ist eine Zunahme folkloristischer Grossanlässe zu verzeichnen.<sup>22</sup> Die umgekehrte Version dieser Tendenz wären die Bemühungen der neuen Station Champoussin, lokale Verwurzelung und Internationalität zu verbinden, etwa in der Bezeichnung des Hotels «Alpage Ambassador».

Trotzdem ist der Aufschwung dieser neuen Form von Tourismus unverkennbar, zuerst auf europäischer Ebene, dann auch in den Städten des schweizerischen Mittellandes.<sup>23</sup> Diese Tendenz, verbunden mit analogen Entwicklungen innerhalb des Kantons – der spektakuläre Erfolg der Fondation Pierre-Gianadda in Martigny (2,5 Millionen Besucher in 15 Jahren), die Existenz



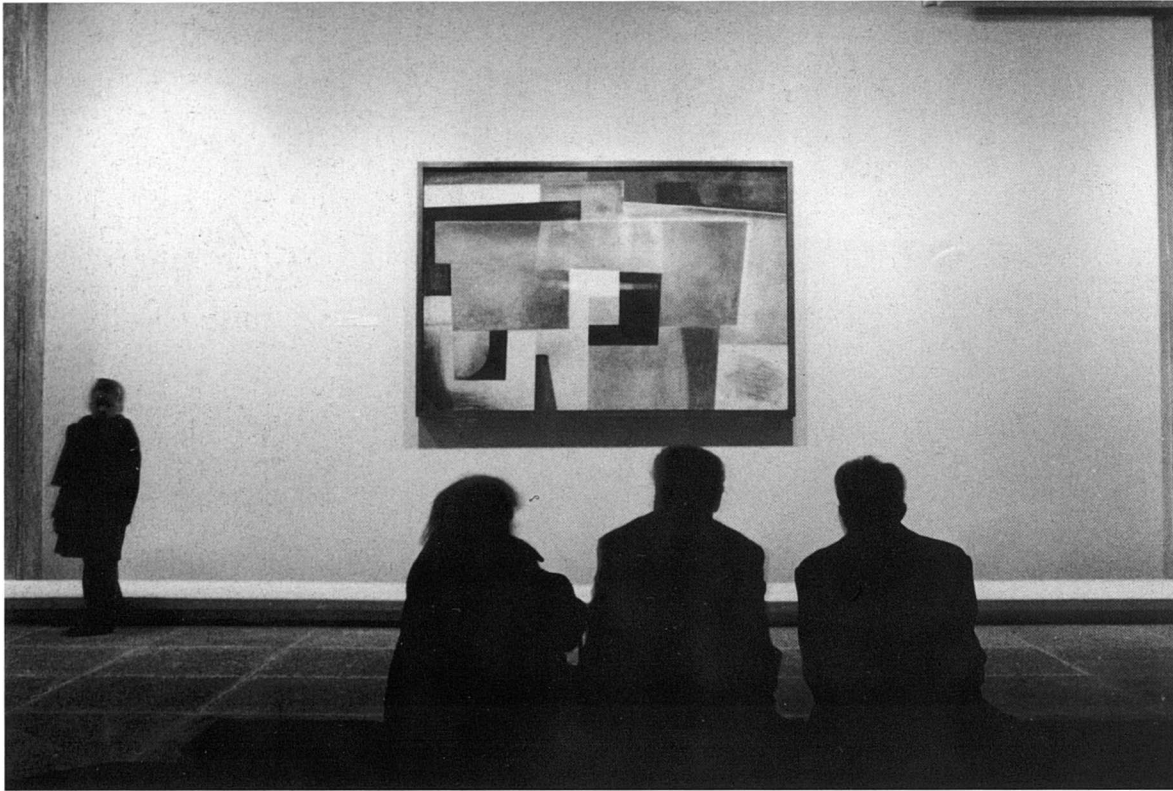
«Grand-Raid-Cristalp», 22. August 1993.





Die Instrumentalisierung des Wettkampfsports.





Ausstellung Ben Nicholson in der Fondation Gianadda, Martigny 1992.

grosser Festivals im Wallis (Tibor Varga und Valeria-Orgel in Sitten, Comics in Siders), die neue Ausstellungspolitik der Kantonsmuseen, die Aufwertung von Archäologie und Denkmalpflege, die Zunahme kultureller Initiativen in Berggemeinden wie z. B. die Musikkurse und Sommerkonzerte in Ernen, die Ausstellungen in der *Tour d'Anniviers in Vissoie* und im Lötschentaler Museum in Kippel, die seit 1989 stattfindenden *Rencontres théâtrales* in Chandolin oder das *Manuscrit de Vercorin*, ein Drehbuchwettbewerb und Filmfestival, um die letzte Veranstaltung dieser Art zu nennen – haben die Tourismusverantwortlichen animiert, das kulturelle Potential des Kantons besser auszuschöpfen. So stellte im Dezember 1991 die Gesellschaft *Valais Incoming* mit Unterstützung des Walliser Verkehrsverbandes ein Programm mit dem Titel «Kulturpass im Wallis» auf die Beine: auf die Region Brig konzentriert und zu wenig zugespitzt sowie Folklore, Badevergnügen und Weinfreuden durcheinandermischend, fand das

Programm kaum Nachfolger. Folgenreicher war dann schon das Programm des Jahres 1992, welches schweizerisch unter dem Motto Kulturtourismus lief. Unter dem Titel «Natur und Kultur – den Walliser Wanderwegen entlang» wurde eine Serie von Faltführern zu verschiedenen Themen herausgegeben, wobei erstmals offiziell mit kantonalen Kulturinstitutionen zusammengearbeitet wurde. Ebenso wurden ein Kulturpass mit reduzierten Eintrittspreisen lanciert und zwei Prospekte zu den Themen Kultur- und Städtetourismus erarbeitet; eine Premiere in der Walliser Tourismuswerbung, welche bisher voll aufs Gebirge gesetzt hatte.

Die Botschaft wurde auch andernorts gehört. 1991 bildet sich in Evolène die Vereinigung *Evolèn'Art*, die u.a. jährliche Sommerausstellungen sowie Dorfführungen und informative Rundgänge anbietet. Troistorrens wirbt heute auf all seinen Prospekten mit der *Auberge bourgeoise* aus dem 18. Jahrhundert, nachdem dieses





Konzert von Theresa Berganza in der Fondation Gianadda, Martigny 1992.

Gebäude – ein grosser Mauerbau inmitten des an Holzarchitektur reichen Dorfes – vor noch nicht allzu langer Zeit abgerissen werden sollte. Hérémence, Vercorin und Savièse führen Ausstellungen mit moderner Malerei durch. Die Eröffnung des universitären Instituts Kurt Bösch zeitigt auch touristische Auswirkungen. Zusammen mit dem Kongresszentrum von Crans-Montana und dem seit 1988 durchgeführten Zermatter Symposium bringt es eine neue Gästekategorie ins Wallis, die auf Neuerungen und auf das kulturelle Umfeld aufmerksamer reagiert. Eine Erweiterung des Angebots ist aber auch im Bereich von Gastronomie und Wein spürbar, der sich nicht mehr auf die Formel Trockenfleisch – Roggenbrot – Fendant reduzieren lässt. Das Wallis zählt inzwischen rund 20 gastronomische Restaurants, deren Kundschaft aus der ganzen Westschweiz kommt, und die neuen AOC-Weine lassen Einkellerer bereits daran denken, sich nach französischem Vorbild zu organisieren.<sup>24</sup>

### Vieux pays und neue Tourismusformen

#### *Die neuen Ferienwelten: Diversifizierung des Angebots oder radikaler Wandel des Leitbildes?*

«Die Erfindung des Ferienortes beginnt mit der Veränderung der traditionellen Nutzung des Territoriums und dessen gleichzeitiger Umwertung. [...] In der Folge kann die Erfindung des Ferienortes umgesetzt werden durch die Integration neuer Territorien in den Ort, die bisher vernachlässigt oder wenig genutzt wurden und deshalb im Alltag der lokalen Bevölkerung kaum eine Rolle spielten. [...] Es ist offensichtlich, dass die plötzliche Zuschreibung eines Wertes, den ein Ort vorher nicht hatte, eine Spannung bewirken kann zwischen der lokalen Bevölkerung einerseits, welche den neuen Wert erst allmählich zur Kenntnis nimmt, [...] und der auswärtigen Bevölkerung andererseits, welche diesen Wert bereits internalisiert hat.»<sup>25</sup>



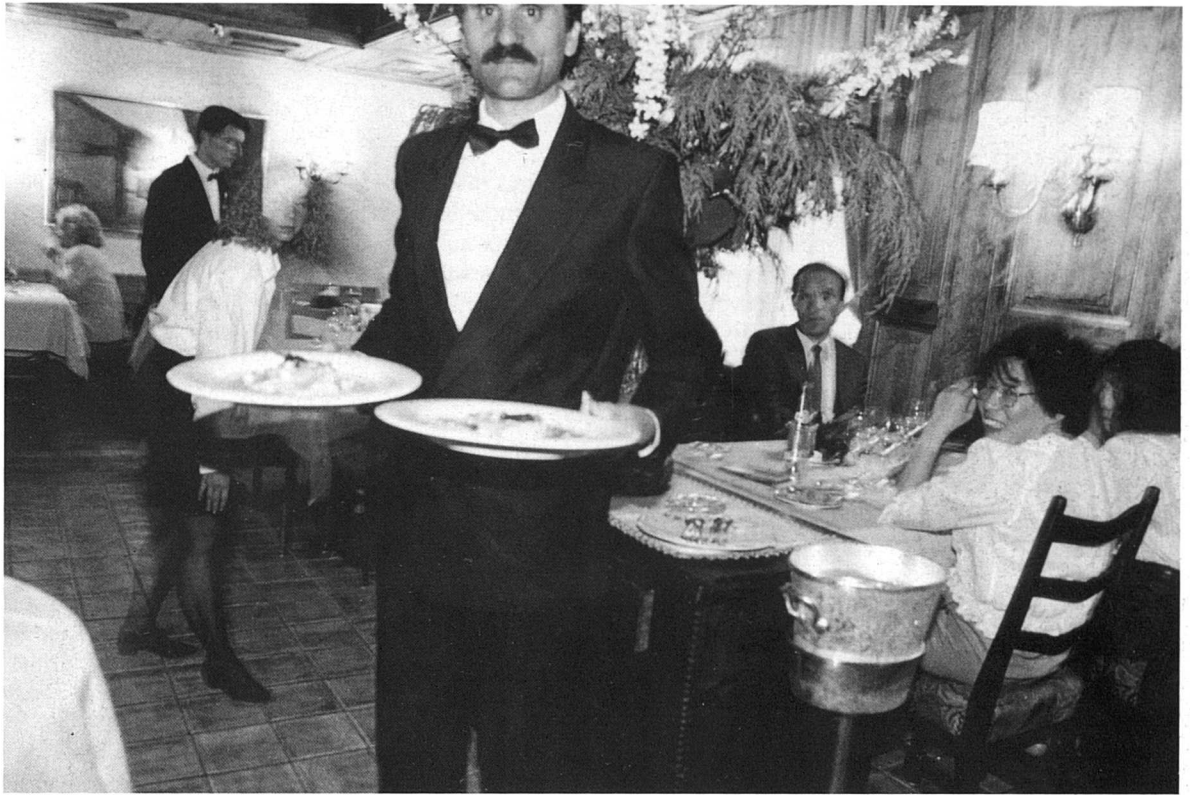
Vom Institut Kurt Bösch organisierte Tagung in der Aula François-Xavier-Bagnoud in Sitten.

Das heisst, dass die touristische Entwicklung zum Beispiel die landwirtschaftliche Bedeutung der Gebirgsgegenden in ästhetische, sportliche und industrielle Bedeutungen umgewertet hat, wobei der Geltungsbereich dieser neuen Bedeutungen ständig um bisher unproduktive Gebiete erweitert wurde (Gletscher, Hochgebirge).

Der Tourismus nutzt also das Gebirge als Grundlage für immer neue Sportarten und Vergnügen. Die Folge ist der Bau zahlreicher technischer Anlagen, welche den Transport und die Freizeitaktivitäten der Touristen erleichtern sollen: Hotels, Chalets, Wege, Eisenbahnen, Seilbahnen, Strassen, Geschäfte usw., welche eine Verstärkung des Gebirges bewirken und damit den Stadt-Land-Unterschied als einst wesentliche Voraussetzung des Tourismus auflösen. Wie wird die Entwicklung angesichts der neuen Tourismusformen weitergehen? Wird die touristische Nutzung des Gebirges, die inzwischen ebenfalls traditionell geworden ist, eine neuer-

liche Umwertung erfahren, also vollständig neue Bedeutungen erlangen oder handelt es sich ganz einfach um eine Einverleibung neuer Gebiete, um eine Erweiterung und Diversifizierung des Angebots?

Für den traditionellen Gebirgstourismus stellte die Volkskultur die einzig relevante Kulturform dar. Die Zeugen der Elitekultur wurden als den Reisenden kaum interessierend betrachtet, da sie zu wenig Kontrast und Exotik boten und als Produkte einer peripheren Kultur galten. Was blieb, waren also Sitte und Brauch der Bergbevölkerung, die sogenannten Traditionen, als wichtiger Bestandteil des Aufschwungs des alpinen Tourismus in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Als perfekte Gegenwelt zum städtischen Lebensstil bot die Volkskultur um die Jahrhundertwende reichlich Stoff für schwärmerische Beschreibungen in Reiseberichten: «Merkwürdige Dörfer, diese drei Weiler mit ihren schwarzgebrannten Häusern, harmonisch auf-



Im Restaurant Rosalp von Roland Pierroz in Verbier.

gelockert von der weissen Kirche, auf 1400 Metern Höhe an einem grünen Hang gelegen, wo die Leute ihre früheren Tugenden und Vorstellungen bewahrt haben, den Ahnenglauben und die Bräuche der Vorfahren, wo alle zum Gebet gehen und dabei das Haus sich selbst überlassen, wo die Tatze des Bären, der vor zwei oder drei Jahrhunderten getötet worden war, noch immer als Trophäe an die Haustür genagelt ist, wo es noch die Bienenhäuschen von früher gibt, Fenster mit bleigefasstem Glas, wo man ein- oder zweimal im Jahr das Brot backt, wo der Friedhof sich unter das Vordach der Kirche zurückzieht und wo dem Pfarrer wie einem Orakel zugehört wird. Altes Land, das so angenehm zu besuchen ist, man fühlt sich so richtig in der Schweiz, wo die Seele Stärkung findet und das Herz dauerhafte Eindrücke...»<sup>26</sup>

Was zuerst als Schrulle von Touristen abgetan wurde – die Bewunderung der alpinen Folklore – fand bald einmal Eingang in die touristische

Werbung. Im Wallis inspirieren sich bereits die Plakate des frühen 20. Jahrhunderts daran. In der Folge nimmt diese Entwicklung schlagartig zu, indem nun die Walliser selber die vom Tourismus «erfundene» Volkskultur zum Kennzeichen ihrer Identität hochstilisieren. Die kantonale Ausstellung in Siders im Jahre 1928, welche zum ersten Mal eine folkloristische Selbstdarstellung der Walliser Gesellschaft zeigt, besiegelt endgültig den Bund zwischen Identität, Folklore und Tourismus.<sup>27</sup> Seit dieser Zeit erlebt die Produktion von allem, was in irgendeinem Bezug zur Tradition steht, in sämtlichen Bereichen – Architektur, Veranstaltungen, Tracht, Gegenstände – einen ungeahnten Aufschwung. Der Marktzwang, «Typisches» zu produzieren, konnte dabei kaum auf subtile lokale Unterschiede Rücksicht nehmen. Vielmehr bediente man sich eines umfassenden Repertoires an allgemeinen, pittoresken Gebirgsmotiven. Als Resultat entstanden das «Walliser Dorf», der «Walliser Käse», die «Walliser Tracht», der «Walliser Wein».

Demgegenüber setzt der Kulturtourismus auf differenziertere Kenntnisse bzw. eben gerade nicht auf die Typisierung von Kultur. Er zieht das kunsthandwerklich hergestellte Objekt dem massenproduzierten Souvenir vor und interessiert sich zunehmend für das alte Kulturgut, um die Kenntnisse über ein Land zu vertiefen; also quasi die alpine Version der Abwendung vom «Sonnen-Sand-See»-Tourismus. Gleichzeitig bleibt aber dieser neue Gast ein Anhänger internationaler und städtischer Werte, einer, der sich für grosse Medienereignisse, Tagungen, Modernes interessiert. Er ist eine Art Nomade, der sich nur schwer durch ein touristisches Angebot kategorisieren lässt. Dieses «anders reisen», um den Titel eines Reiseführers aufzunehmen, fördert den Austausch von Ideen, die Beziehungen zwischen Berg und Stadt, das Eindringen universeller Werte in den lokalen Raum. Das heisst, dass dadurch gewisse lokale Werte, wie sie vom Tourismus allzu sehr übernommen wurden, in Frage gestellt werden. Geht es also um eine umfassende Veränderung der traditionellen Nutzung des Territoriums oder nur um eine Vereinbarung neuer Räume?

Beide, Folklore-Tourismus und Kulturtourismus, schöpfen aus der gleichen Quelle: der Neugier am anderen. So gesehen unterscheiden sie sich lediglich im Ausmass des Bereichs, den sie abdecken, wobei dieser beim Kulturtourismus zweifellos umfassender ist. Bezüglich des Verhaltens sind die Unterschiede jedoch offensichtlich. Ist der Liebhaber des «Typischen nach Mass» eher ein Bergtourist bzw. ein «Klient» des Ländlichen, steigt der Kulturtourist lieber in der Stadt ab. Als junges Phänomen im Alpenraum<sup>28</sup> wird diese Art des Reisens auch die touristische Landkarte umgestalten. Mit den alpinen Städten und Talorten eröffnet sich dem touristischen Markt ein neues Feld. Von hier dürfte die nächste touristische Revolution bzw. die nächste Umwertung der traditionellen Bedeutung des Territoriums ausgehen.

Von den herkömmlichen alpinen Sportarten wie Bergsteigen, Wandern, Skifahren, Schlitteln und

Eislaufen unterscheiden sich die neuen Freizeitpraktiken (*fun* und Extremsport) durch einen modebewussten Look, der über die eigentliche Kleidung hinausgeht. Der rapide Wechsel an Techniken, ihre zunehmende Raffinesse, die ständige Suche nach neuen Materialien und neuen Schwierigkeiten geben dem ganzen den Charakter eines Experimentierfeldes. Ausgehend von einem klassischen Bereich wie zum Beispiel dem Skifahren wurde eine ganze Reihe von Varianten entwickelt, die sich während einer verhältnismässig kurzen Zeit kommerzialisieren liessen: *Hot-Dog*, Skibob, Monoski, Skiakrobatik, *Snowboard*, Tiefschneefahren, Extremskifahren. Die Angebotspalette wird also erweitert, neue Möglichkeiten werden ausgelotet, doch die Bewertung des Territoriums bleibt sich gleich: der Schnee als Grundlage des Skivergnügens.

Bereits seit mehreren Jahren tut sich jedoch eine Art «ideologischer» Graben auf, etwa zwischen Alpinisten und Freikletterern oder ganz allgemein zwischen der klassischen Vorstellung des alpinen Sports als Ausdauerleistung und Kennenlernen des Gebirges einerseits (Wandern, Bergsteigen, Skitouren, Skilanglauf) und andererseits einer Auffassung, die vor allem Schnelligkeit, Vergnügen und *fun*, Extremleistung und Rekord in den Vordergrund stellt. Die Grundidee des klassischen Alpinismus, sich mit dem Berg zu messen, um dadurch die «edlen Qualitäten unserer Natur, den Mut, die Geduld, die Alterskraft»<sup>29</sup> zu schulen, wird von den Anhängern der «neuen Schule» nicht mehr gleich interpretiert. Für sie besteht die Herausforderung in der Kühnheit einer Neuerung und nicht mehr im Erwerb von moralischen Tugenden. Im übrigen haben auch die Traditionsträger des klassischen Alpinismus inzwischen ihren Diskurs den neuen Umständen angepasst und sprechen vom ökologischen Charakter ihres Sports, womit sie die symbolisch-ästhetische Dimension ihres Feldes in eine eher funktionale umdeuten. Auch hier ist also die Umwertung des Territoriums in greifbare Nähe gerückt.



Gegenüber dem Massentourismus verlangt das ökologische Marketing nach einer grundlegenden Neubewertung des Territoriums «Berg». Dabei geht es nicht mehr allein um dessen Freizeitfunktion, sondern um eine umfassende Sichtweise, die neben der wirtschaftlichen und touristischen auch die historische Dimension in Betracht zieht: «[...] es geht nicht darum, aus den Alpen ein riesiges Naturschutzgebiet zu machen. Zwischen der Errichtung von heiligen Stätten und der Verbetonierung der Landschaft gibt es zweifellos einen dritten Weg, der wirtschaftliche und Umweltsorgen in gleicher Weise berücksichtigt. Um diesen zu finden, braucht es die Zusammenarbeit zwischen Bergbevölkerung, Behörden, Wirtschaft und Umweltspezialisten.»<sup>30</sup> Diese Lösung, auch wenn man sie «ausgeglichene Verwaltung» oder «nachhaltige Entwicklung» nennt, beharrt noch einmal auf der funktionalen Bedeutung des Gebirges vor dessen Umwertung durch den klassischen Tourismus. So wird als mögliche Rettung vor der – in den Augen von Alp Action – tödlichen Bedrohung der Alpen durch den Massentourismus<sup>31</sup> auch eine Reagrarisierung der betreffenden Gebiete vorgeschlagen. Eine solche Reagrarisierung wird – etwa über die Programme von Alp Action – auch tatkräftig unterstützt und in der Alpenkonvention wörtlich gefordert: «Erhaltung, Unterhalt und Förderung traditioneller ländlicher Gebiete sowie angepasster und umweltgerechter Landnutzungstechniken.»<sup>32</sup>

Offensichtlich geht es hierbei um einen Versuch, die Auswirkungen des Tourismus auf die Landschaft rückgängig zu machen und eine Art «Urzustand» des Gebirges wiederherzustellen. Forderungen wie «Wiederherstellung der natürlichen Qualitäten» oder «von Natur und Landschaft»<sup>33</sup> unterstreichen diese Absicht. Gewisse engagierte Texte gehen gar soweit, die frühere Landwirtschaft als ideales Modell eines Gleichgewichts zwischen Mensch und Natur darzustellen, dem sie das Bild eines dekadenten Massentourismus entgegenhalten,<sup>34</sup> eine Haltung, die den Grünen den manchmal berechtigten Vorwurf einträgt, gegen jede Entwicklung einge-

stellt zu sein. Realistischere Theoretiker schlagen heute – im Verbund mit Tourismusverantwortlichen, die den von der Stadt kommenden Ökotrend unverzüglich aufgenommen haben – einen Weg ein, den man als ökologischen Tourismus oder «sanften Tourismus» bezeichnet. Mit ihrer Forderung nach einem besseren Gleichgewicht zwischen wirtschaftlicher Entwicklung und Umweltsorgen wurden die Umweltschützer übrigens zu unfreiwilligen Wegbereitern eines neuen touristischen Marktes. Und umgekehrt scheinen jene Promotoren, welche die einzig mögliche Entwicklung in der Optimierung des Komforts für die Touristen und in der Überwindung aller natürlichen Hindernisse durch technische Anlagen sahen, heute angesichts der Nachfrage nach weniger «möblierten» Landschaften ins Leere zu laufen.

Ein dialektisches Verhältnis, wie es sich in der Geschichte des Tourismus noch kaum gezeigt hat. Denn der ökologische Tourismus ist die einzige der zahlreichen Neubewertungen des Territoriums durch den Tourismus, welche dessen eigene Entwicklung in Frage stellt. Und er ist der einzige, der «die subversive Macht des Tourismus»<sup>35</sup> brechen, das heisst die Umwandlung des Berggebiets in einen Freizeitpark verhindern kann. Andererseits vermag nur der ökologische Tourismus eine ganzheitliche touristische Entwicklung zu garantieren, welche sämtliche potentiellen Bedeutungsebenen des Territoriums berücksichtigt.

### *Der Umgang mit den neuen Tourismusformen im Wallis*

Kehren wir zu unserem Ausgangspunkt zurück. Der Walliser Fremdenverkehr erlebt heute nicht seine erste «Revolution». Wie andere Bergregionen machte das Wallis seit dem 18. Jahrhundert verschiedene Tourismusphasen durch,<sup>36</sup> wenn auch mit gewissen zeitlichen Verschiebungen, die nicht ohne Folgen blieben. Obwohl im Gefolge von Albrecht von Haller und Jean-Jacques Rousseau die Suche nach der ursprüngli-

chen Landschaft und dem einfachen Leben der Bergler zahlreiche Reisende auch ins Wallis gelockt hatte, setzte hier die touristische Entwicklung vergleichsweise spät ein. So übernachteten die Touristen, welche Ende des 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts das Wallis besuchen, in der Regel in den grossen Talzentren wie z. B. Martigny, das sich offenbar grosser Beliebtheit erfreute.<sup>37</sup> Doch sobald sie sich ins Gebirge begeben oder in die Dörfer am Talhang, müssen sie bei besseren Leuten oder beim Dorfpfarrer anknöpfen. Szenenwechsel: Die Engländerin Elisabeth Strutt und ihr Mann – beide leidenschaftliche Zeichner von Ruinen aus der Feudalzeit – sind in Saillon Gäste beim dortigen Gemeindepräsidenten, wo sie «die Greuel eines Walliser Betts» kennenlernen:<sup>38</sup> eine im Speisesaal eingerichtete Matratze, hart wie Holzläden, auf der man neben Hund und Ratten schläft; ein spartanisches Frühstück (ein Radieschen und ein Ei). Zur gleichen Zeit hatten Regionen wie die Umgebung von Chamonix, das Berner Oberland oder das Gebiet um den Vierwaldstättersee bereits eine touristische Infrastruktur mit Gasthöfen und vereinzelten Hotels aufgebaut. Der dort entstandene Elitetourismus mit seinem kosmopolitischen und städtischen Charakter wirkte noch lange Zeit prägend auf die dortige Fremdenverkehrsindustrie.

Ähnlich wie Graubünden ging das Wallis erst ab 1850-1860 systematisch an die Ausschöpfung seines touristischen Potentials; zu einer Zeit also, als durch Alpinismus und neue Hygienevorstellungen die Höhenstationen in Mode kamen. Die Matterhornbegeisterung, angestachelt durch die tragischen Ereignisse der Erstbesteigung von 1865, brachte das Wallis endgültig auf die internationale touristische Bühne. Der exklusive Elitetourismus von Aristokratie und internationalem Grossbürgertum, wie man ihn etwa in Interlaken oder Chamonix schon seit Jahrzehnten kannte, entwickelte sich deshalb im Wallis erst ab ca. 1870 so richtig. Nun schätzten die Reisenden auch einen längeren Aufenthalt in Zermatt oder Champéry, in einem der neuen Luxushotels mit allem städtischen Komfort

für Alpinisten und Erholungssuchende. Kunst- und Hobbymaler, Fotografen, Volkskundler und Literaten finden ihre Sujets im lokalen Brauchtum, die Eisenbahn löst allmählich die Postkutschen ab und der Wintersport erfreut sich in besseren Kreisen zunehmender Beliebtheit. Von nun an verläuft die touristische Entwicklung des Wallis im Gleichschritt mit den übrigen Alpenregionen. Zwischen dem Ende des Ersten Weltkriegs und den sechziger Jahren stammen dabei die Gäste hauptsächlich aus dem Inland und aus der Mittelklasse. Die grösste Nachfrage besteht nach Pauschalangeboten mit mittlerer Aufenthaltsdauer in kleinen Hotels oder Familienpensionen. Der Wintersport wird allgemein erschwinglich und der sommerliche Wandertourismus wird durch folkloristische Anlässe aufgelockert. Der Bahn erwächst allmählich ernsthafte Konkurrenz durch Bus und Privatauto. Ab 1960 findet eine Verlagerung hin zum Chalet statt, das als Zweitwohnung für immer kürzere Aufenthalte dient. Der Immobilienhandel profitiert von einem ständig wachsenden Massentourismus, der das Freizeitangebot immer stärker durchorganisiert. Das Verhältnis zwischen ausländischer und inländischer Kundschaft gleicht sich aus, nicht aber dasjenige zwischen Sommer und Winter, bei dem letzterer auf Kosten des ersteren zunimmt. Bei den Verkehrsmitteln setzt sich das Privatfahrzeug endgültig durch.

Auf den ersten Blick hat also der «Spätstart» des Walliser Tourismus dessen Entwicklung zur Fremdenindustrie nicht gehemmt. Doch hat diese Entwicklung dadurch gewisse Eigenheiten erfahren. Indem die Startphase, in der sich besonders Talorte zu entwickeln vermochten,<sup>39</sup> zum grossen Teil verpasst wurde, musste sich die touristische Entwicklung zwangsweise auf die Höhenstationen abstützen. Diese Tatsache sowie die Überzeugung, dass die Menschen des Gebirges diejenigen der Ebene an Tugend, Mut und Schlauheit übertreffen,<sup>40</sup> bestärkte die Vorstellung, dass sich nur das Berggebiet für den Tourismus eignen würde. Ins gleiche Horn bliesen die pseudowissenschaftlichen Untersuchungen von Schreibern des späten 19. Jahr-



Auch kleine Orte warten heute mit vielfältigen Animationsprogrammen auf (Mühlebach 1993).

hundreds, nach denen die Tradition des Gebirges ursprünglicher und deshalb von grösserem Interesse sei, weil sie am Rand «der grossen Ströme der Zivilisation» geblieben sei.<sup>41</sup> Auch die technische Entwicklung und der Ausbau der Strassen vollzog sich im Wallis – bis heute – mit einem besonderen Augenmerk fürs Gebirge und die dortigen Stationen.

Die neue Welle des Kulturtourismus erzeugt deshalb im Wallis insofern ein besonderes Spannungsfeld, als zum ersten Mal Gebirgs- und Talorte in gleicher Weise betroffen sind. Dabei scheinen das Tal und die Städte für einmal in der besseren Position zu sein. Ihr kulturelles Angebot ist breiter, der Anschluss ans überregionale Verkehrsnetz direkter; sie verfügen über die geeigneteren Infrastrukturen für Grossveranstaltungen und können dank ihrer zentralen Lage dem Gast erst noch einen Abstecher ins Gebirge anbieten. Wenn wir noch einmal auf die eingangs erwähnte Statistik zur durchschnitt-

lichen Aufenthaltsdauer im Wallis zurückkommen<sup>42</sup> stellen wir denn auch fest, dass einzig Crans den konstatierten Rückgang in den Bergorten zu vermeiden vermochte; es ist anzunehmen, dass dies auf den städtischen Charakter der Station zurückzuführen ist.

Wer jedoch ja zum Kulturtourismus sagt, sagt auch ja zu einer potentiellen Zunahme von Werten, die mit Kontakten, mit Austausch von Ideen, Modeerscheinungen und Gegenständen zu tun haben, kurz: zu einem Multikulturalismus. Und hier sehen sich Tal- wie Gebirgsorte in gleicher Weise vor die Schwierigkeit einer Walliser Identität gestellt, die sich dem Neuen und Fremden nicht so ohne weiteres öffnen dürfte. Entsprechende Erfahrungen musste Martigny machen, wo es lange Zeit dauerte, bis die Einheimischen die Fondation Gianadda mit ihrem internationalen Programm als etwas eigenes akzeptierten. Ein anderes Beispiel wäre die Ausstellung «Merkzeichen», die 1986 in sie-

ben Walliser Talorten Werke zeitgenössischer Schweizer Künstler präsentierte und dabei bei der Bevölkerung nicht nur auf Gegenliebe stiess. An dieser skeptischen Grundhaltung dürfte sich inzwischen kaum etwas geändert haben. Immerhin gibt es heute im Wallis mehrere Zentren für zeitgenössische Kunst; in Kleintheatern gibt es auch etwa Vorstellungen auswärtiger Gruppen; und vereinzelt kommt es auch zu Aufführungen zeitgenössischer Musik. Entsteht nun dank des Drucks, einen Tourismus entwickeln zu müssen, der andernorts bereits bestens läuft,<sup>43</sup> doch noch ein Dialog zwischen Kultur und Bevölkerung?

Auf eine bessere Akzeptanz dürften im Wallis Werte wie Individualismus und Freude an der persönlichen Leistung stossen, wie sie von *fun* und Extremsport verkörpert werden. Sie vertragen sich besser mit einer Mentalität, die von der Vorstellung ausgeht, der Kampf gegen die Naturgewalten gehöre quasi zum kantonalen Traditionsgut. Ebenso hoch im Kurs stehend wie in Amerika, wird der *self made man* zum schnell integrierten Markenzeichen eines Internationalismus der Härte und des Extremsports: «Mt. Fort Mountain Bike Trophy, Nendaz-Schweiz» steht auf den Plakaten des «Neige Adventure Surf and Bike pro Shop, Nendaz». Die Illustration, die an die New Yorker Graffiti im Stil eines Keith Haring erinnert, zeigt einen Walliser Berg, der in die Wüste von Arizona mit den obligaten Kaktuspflanzen übergeht.

Am stärksten erregt die Gemüter im Wallis natürlich die Diskussion rund um den ökologischen Tourismus. Trotz offizieller Verlautbarungen des kantonalen Bau- und Umweltschutzdepartementes, wonach die touristische Entwicklung ganzheitlichen Überlegungen Rechnung zu tragen habe,<sup>44</sup> bewerten die Tourismuskreise in ihrer Mehrheit den revolutionären Charakter des neuen Tourismus anhand der Vorgaben des bisherigen Bautourismus. Hinter beschwichtigenden Verlautbarungen verbirgt sich eine tiefliegende Skepsis. Wenn auch niemand mehr die – gerade auch touristisch begründete – Not-

wendigkeit des Umweltschutzes öffentlich zu bestreiten wagt, scheiden sich die Geister doch bei der Frage nach dem Gleichgewicht zwischen den Erfordernissen des wirtschaftlichen Wachstums und den Bedürfnissen der Umwelt. Unter den Zielsetzungen, wie sie von einer Arbeitsgruppe für Marketingstrategie formuliert worden sind, figuriert an erster Stelle die «ständige Anpassung der touristischen Infrastrukturen an die Nachfragebedürfnisse, wobei den Anliegen der Umwelt Rechnung zu tragen ist.»<sup>45</sup> Die Unbestimmtheit der offiziellen Verlautbarungen lässt alle Interpretationen zu. «Das qualitative Wachstum ist in einem gemässigten und angepassten Rhythmus zu entwickeln.»<sup>46</sup> Eine solche Aussage wird im Wallis gemeinhin als Aufforderung verstanden, gegen die restriktiven Verordnungen des Bundes bezüglich Schutzzonen Widerstand zu leisten. Als Argument gegen die zunehmende Zerstörung des Naturraumes malen die Promotoren das Szenario der Entvölkerung an die Wand. Und mit dem Christdemokraten Simon Epiney ist es bezeichnenderweise ein Walliser Nationalrat, der in Bern mit einer Motion die Abschaffung des Rekursrechts für Umweltverbände fordert. Durch das Einspracheverfahren haben Umweltschutzorganisationen die Möglichkeit, die Realisierung umweltschädigender Projekte zu verzögern. Die dadurch entstehende Spannung entlud sich auch schon in Aktionen krimineller Art. Durch den Schock des Attentats auf den Walliser WWF-Sekretär Pascal Ruedin im Februar 1991 scheint nun allmählich wieder die Vernunft eingekehrt zu sein. Ein Dialog ist wieder möglich. Vielleicht hofft man, durch ein wachsendes Angebot im Bereich des Ökotourismus den Konflikt zwischen zwei Gesellschaftsmodellen, die sich mit dem Rucksack einerseits und der Schneekanone andererseits symbolisieren liessen, über den Markt lösen zu können.

**NEIGE AVENTURE**  
*Surf and Bike pro Shop*  
 NENDAZ / SION

Samedi 28 et Dimanche 29 août 1993



**M<sup>t</sup> Fort Mountain Bike Trophy**  
 Fr. 4000.- Nendaz - Switzerland

**EN CASH A GAGNER ET DE NOMBREUX PRIX ! INSCRIPTION : NEIGE AVENTURE**

TEL . 88 31 31



**NENDAZ**



**cannondale**

Plakat für die Mont-Fort Mountain-Bike-Trophy (Nendaz 1993).



## Anmerkungen

1 Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in einzelnen grossen Gebirgsorten und in den wichtigsten Walliser Talorten:

	1975	1981	1982	1989	1991	1992
Verbier:	6,0	5,4	5,3	4,3	4,3	4,1
Crans:	6,8	6,1	5,9	5,8	6,2	6,2
Zermatt:	5,1	5,0	4,7	3,6	3,8	3,7

Martigny:	1,4	1,6	1,5	1,9	1,9	1,9
Sitten:	1,6	1,6	1,6	1,8	1,7	1,6
Siders:	1,9	2,1	1,9	1,8	1,9	2,0
Brig:	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9	1,8

Statistisch erfasste Ankünfte in der Walliser Hotellerie:

1975:	777 537
1980:	872 563
1985:	979 934
1990:	1 191 696
1991:	1 184 198
1992:	1 184 984

Quellen: *Statistisches Jahrbuch des Kantons Wallis*, 1982, 1990, 1992; Mitteilung von Alexander Schmid und Jacques Glassey, kantonale Dienststelle für Information und Statistik, Sitten.

2 Die Übernachtungszahlen der Parahotellerie (Chalets, Wohnungen, Camping, Jugendherbergen) übertreffen im Wallis diejenigen der Hotellerie jeweils um das Doppelte oder gar um das Zweieinhalbfache. So standen 1979 7 853 000 Übernachtungen in der Parahotellerie 3 077 000 in der Hotellerie gegenüber, zehn Jahre später betrug das Verhältnis 9 222 000 zu 3 990 000 (*Statistisches Jahrbuch des Kantons Wallis*, Sitten 1982 und 1990), 1992 9 872 411 (Parahotellerie) zu 4 261 214 (Hotellerie) (Mitteilung der kantonalen Dienststelle für Information und Statistik, Sitten).

3 *Le Nouveau Quotidien*, 11. Juni 1992, Teilzitat aus einem Inserat (Übersetzung).

4 *Le Nouveau Quotidien*, 7. Juni 1993, Gruppeninserat unter dem Titel: «Un tour et des détours dans la culture valaisanne». Teilzitat (weggelassen wurden gängige Slogans wie preiswert, Anzahl Betten, Schwimmbad, Tennis usw.).

5 Siehe Flora MADIC «Le folklore au secours de la nature. Les stations touristiques valaisannes à travers leurs dépliants», in *L'homme et les Alpes*, Grenoble 1992, S. 174-177.

6 Text auf dem Briefkopf des Hotels, Übersetzung.

7 Siehe Stephan ANDEREGGEN, *Leukerbad. Thermen, Themen und Tourismus*. Visp 1992.

8 Gérard BONVIN, Verkehrsdirektor von Crans, in *Le Nouveau Quotidien*, 3. September 1992, Übersetzung.

9 In Frankreich, Italien und Deutschland ist ein Ökotourismus vor allem wegen der Ferien auf (ehemaligen) Bauernhöfen bekannter. Was den Alpenraum angeht, ist die Situation jedoch in etwa derjenigen in der Schweiz vergleichbar: ein Interesse, das relativ

neu ist (anfangs oder Mitte achtziger Jahre), sowie Einzelprojekte mit einem überproportionalen Medienecho. Ein Beispiel eines ökologischen Marketings findet sich beschrieben bei Marie Christine FOURNY, «Stratégies d'aménagement et perception de l'isolement: le cas de Vallorcine (Haute Savoie, France)», in *Revue de Géographie alpine*, Nr. 1, 1992, S. 37-51.

10 «Bündner Tourismus beschreitet ökologische Wege», in *Neue Zürcher Zeitung*, 6. August 1992, S. 45.

11 Zur Entwicklung des Tourismus in den Alpen siehe Paul P. BERNARD, *Rush to the Alps. The evolution of vacationing in Switzerland*. New York 1978.

12 Das in den amerikanischen Rocky Mountains sehr populäre Extremskifahren hat sich zu einem eigenlichen Markt entwickelt, der in Europa noch seine angepasste Form sucht. Das Tief-schneefahren und die Skitour werden trotz zunehmender Beliebtheit von den Stationen aus Sicherheitsgründen bekämpft. Zum Extremskifahren in den Vereinigten Staaten siehe Artikel von Patrick PACHOD in *Le Nouveau Quotidien*, 28. Februar 1993, S. 33.

13 Werbung für den «Grand Raid Cristalp», Beilage zum *Nouveliste*, 5. März 1993, S. 1, Übersetzung.

14 Wie Anm. 13, S. 2.

15 Wie Anm. 13, S. 1.

16 Wie Anm. 13, S. 1.

17 Wie Anm. 13, S. 2.

18 Eine Ausnahme stellt diesbezüglich das Bergrennen Siders-Zinal dar. Dieser Berglauf wurde bereits 1973 ins Leben gerufen, also zu einer Zeit, als der Extremsport noch kaum publizistisch genutzt wurde. Eine Rolle spielt zudem die Tatsache, dass das Rennen nicht von einem Verkehrsbüro mitorganisiert wird.

19 Siehe Flora MADIC, wie Anm. 5.

20 Wie Anm. 4.

21 Siehe Marie Claude MORAND, «Alpes à vendre, pour une géographie iconographique de l'affiche touristique», in *Gli uomini e le Alpi / Les Hommes et les Alpes*. Actes du colloque de Turin 6-7 octobre 1989, Torino 1991, S. 283-294. - Flora MADIC, wie Anm. 5.

22 Siehe Beiträge von Thomas ANTONIETTI in dieser Publikation sowie Luc CONSTANTIN, «Architecture: l'espace du typ(ort-res)que», in *L'homme et les Alpes*, wie Anm. 5, S. 199-202.

23 Das sprechendste Beispiel des Erfolgs des Kulturtourismus ist das Büro Voyages à Thèmes Artou, welches Kulturreisen à la carte mit wissenschaftlicher Begleitung anbietet. In der Schweiz registriert man diesbezüglich seit rund zehn Jahren eine zunehmende Nachfrage nach Pauschalangeboten für Städteweekends in europäischen Haupt- oder Kulturstädten, wobei die Reisebüros Imholz (bereits seit 25 Jahren), Railtour, Frantour-Eurotour die grössten Marktanteile besitzen.

- 24 Siehe Beiträge von Isabelle RABOUD und Hassan SIDI MAAMAR in dieser Publikation.
- 25 Rémy KNAFOU, «L'invention du lieu touristique: la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire», in *Homo turisticus. Du tourisme ordinaire en montagne, Revue de Géographie Alpine*, Nr. 4, Band LXXIX, 1991, S. 16-17, Übersetzung.
- 26 Henri CORREVEON, Botaniker und Geisteswissenschaftler, Wahlgänger: *Par Monts et par Vaux*, o.O. 1904. Das Zitat ist übersetzt und betrifft Evolène.
- 27 Zur Beziehung zwischen diesen drei Bereichen siehe Marie Claude MORAND, «Notre beau Valais: le rôle de la production artistique «étrangère» dans la construction de l'identité culturelle valaisanne», in *Groupe valaisan de sciences humaines* (Hg.), *Le Valais et les étrangers XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup>*, Sitten 1992, bes. S. 193-202 und 226-238.
- 28 In europäischen Ländern wie Italien oder Frankreich stellt der Kultourismus seit Jahrzehnten ein wichtiges Segment dar.
- 29 Edward WHYMPER, Erstbesteiger des Matterhorns, zit. bei Jean-Olivier MAJASTRE, «Le touriste», in *Gli uomini e le Alpi*, wie Anm. 21, S. 269, Übersetzung.
- 30 Sadruddin AGA KHAN, Präsident von Alp Action, «Le développement peut-il rimer avec l'environnement?», in *Une stratégie européenne pour les Alpes?*, Basel 1993, S. 3, Übersetzung.
- 31 Einige Zahlen zum Alpenraum: 240 000 Quadratmeter Boden, jährlich 100 Millionen Touristen auf eine Bevölkerung von 12 Millionen; Umsatz: 70 Milliarden Schweizer Franken im Jahr, was einem Viertel des Tourismus-Weltmarktes entspricht. Zur Wiederherstellung des Gleichgewichts zwischen Tourismus und Landwirtschaft gibt es heute im ganzen Alpenraum zahlreiche Initiativen und Gruppen.
- 32 Zusammenfassung des Protokolls Landwirtschaft der Alpenkonvention, in *Une stratégie européenne pour les Alpes?*, wie Anm. 30, S. 5, Übersetzung.
- 33 Wie Anm. 32.
- 34 Siehe bibliographische Angaben in der Einführung.
- 35 Rémy KNAFOU, wie Anm. 25, S. 16.
- 36 Die Tourismusgeschichte des Wallis bleibt noch zu schreiben. Trotz der wichtigen Rolle, welche der Tourismus in der modernen Entwicklung des Wallis gespielt hat, fehlt bisher ein zusammenfassender Überblick, wenn man vom sehr allgemein gehaltenen Werk von Peter ARNOLD absieht: *2000 Jahre Pass- und Fremdenverkehr im Wallis*. Brig 1979. – Für den Ablauf der einzelnen grossen Phasen siehe Marie Claude MORAND, «L'industrie touristique et ses conséquences sur l'image et la culture des montagnards», in *L'homme et les Alpes*. Grenoble 1992, S. 147-158.
- 37 In seinen *Mémoires et voyages* (Paris 1830) rühmt CUSTINE die Gastfreundlichkeit und den angenehmen Aufenthalt in Martigny. Wie er berichtet, wurde er «in Martigny bei einer Frau einquartiert, welche ihn erstaunte. Als sie ihn empfing, sprach sie französisch, einen Augenblick später sprach sie mit ihrem Mann deutsch. Als er ihr für ihre Zweisprachigkeit gratulieren wollte, trat ein italienischer Reisender ein und sogleich sprach sie mit diesem sehr gut italienisch. Custine bemerkte ein Cembalo und bat die Frau, darauf zu spielen, während er auf das Essen wartete. Sie stimmte zu und begleitete sich mit einer italienischen Arie, welche sie sehr gefühlvoll sang.» zit. bei Pierre GRELLET, *La Suisse des diligences*. Lausanne 1921, S. 73, Übersetzung.
- 38 Zit. bei GRELLET, wie Anm. 37.
- 39 Zu beachten gilt, dass im Wallis die Sumpflandschaft der Rhoneebene bis gegen Ende des 19. Jahrhunderts den Verkehr sehr erschwerte. Für einen Tourismus, der es den Reisenden erlaubte, die wilde Gebirgswelt aus sicherer Distanz und mit allem Komfort zu erleben, gab es da nur wenig Möglichkeiten.
- 40 Siehe Marie Claude MORAND, «Notre beau Valais», wie Anm. 27, S. 196-199.
- 41 Wie Anm. 40, S. 199, übersetztes Zitat von Lilette de Loës, 1899.
- 42 Vgl. Anm. 1.
- 43 Bereits seit Jahren setzt der Tessiner Tourismus kontinuierlich auf die Kombination «Natura e cultura». In Frankreich registriert man seit 1990 eine Stagnation der Badeorte und Gebirgsstationen auf Kosten der Kulturstädte. Lausanne hofft auf das Olympische Museum, um seine Hotels zu füllen.
- 44 Bernard BORNET, *La gestion de l'espace*, Tagung über ländlichen Tourismus in Europa, organisiert von der Kommission für Umwelt, Raumplanung und Lokalpolitik, Europarat, Strassburg 1990.
- 45 Zitiert von Melchior Kalbermatten, Direktor des Walliser Verkehrsverbandes, in einer Spezialausgabe zur Walliser Wirtschaft vom September 1992 der Zeitungen *Le Confédéré* und *Le Journal du Haut Lac*, S. 13, Übersetzung.
- 46 Bernard BORNET, wie Anm. 44, Übersetzung.





# Nihil solidum nisi solum?

## Landwirtschaft, Immobilienhandel und öffentliche Verwaltung im Spannungsfeld des touristischen Bauens

Stéphane Anderegg

Im Alpenkanton Wallis setzten Grundstückmakler und Immobilienhändler in den fünfziger Jahren bei den Bodenversteigerungen in den Bauerdörfern neue Massstäbe. Damals begann der Bautourismus flächendeckend wirksam zu werden; etwas, das im Wallis zum Inbegriff des Wohlstands wurde. Dieser Wohlstand hatte aber auch seine Grenzen. Einen Beweis dafür lieferte kürzlich etwa jene Witwe eines Immobilienkönigs, die eine Erbschaft, bestehend aus 97 verschiedenen Grundstücken und Immobilien in sieben Oberwalliser Gemeinden, ausschlug.<sup>1</sup>

Im folgenden soll die touristische Hochrüstung des Wallis im Bezug zur traditionellen Gesellschaft und zur Berglandwirtschaft unter die Lupe genommen werden. Die historische Entwicklung liesse sich am ehesten mit einem Theaterstück ohne Einheit der Handlung, des Ortes und der Zeit vergleichen: Die Einheit der Bergdörfer löste sich in verschiedene Bauzonen auf und rund um die Alpstallungen entstanden Ferien-siedlungen. Die Dorfbewohner wussten nicht mehr, ob sie in einem Dorf oder in einer Tourismusstation wohnten.<sup>2</sup> Die Zeit eilte plötzlich, es galt zum richtigen Zeitpunkt den richtigen Bodenverkauf zu tätigen. Torschlusspanik herrschte jeweils vor neuen Gesetzeserlassen aus Bern. Auch Rollenwechsel kamen vor: der Bauer, der sein Gut an einen Unternehmer verkauft hatte, erwarb später eine Ferienwohnung, die auf seinem verkauften Gut entstanden war. Oder dessen Sohn erwarb aus der Konkursmasse eines Maklers die von seinem Vater veräusserte Alphütte mit Umschwung. Es gab auch Architekten, die auf sanften Druck der Einheimischen den Ort verliessen. Staat und Verwaltung schauten diesem Treiben wie betäubt zu und es

gelang ihnen nicht, die Rolle von vermittelnden und beruhigenden Regisseuren zu spielen.

Der Tourismus erschütterte das alte Wertsystem so stark, dass die Zeit nicht reichte, neue Spielregeln aufzustellen. Der Kanton lebt heute noch mit einem Baugesetz aus dem Jahre 1924; und auch dieses wurde kürzlich durch das Parlament noch abgeschwächt: Die kantonale Baukommission wurde weitgehend ihrer Kompetenzen beraubt.<sup>3</sup> Im Jahre 1992 geben die Berufsverbände der Walliser Architekten und Bauingenieure öffentlich zu, dass weder sie selbst noch die Kantonsbeamten den Überblick über die geltende Baugesetzgebung und die Baubewilligungsverfahren haben. Sie beurteilen diesen Sachverhalt in einem offenen Brief an das Kantonsparlament folgendermassen: «Dem Stellenwert des Bauens in Gesellschaft und Umwelt wird man mit einer laschen, ungenauen, ausufernden Gesetzgebung nicht gerecht, die keiner wirklich kennt und daher zu allerhand Verwirrung, zu Betrügereien und willkürlichen Machenschaften Anlass gibt.»<sup>4</sup> Diese direkte Sprache der unmittelbar am Tourismus- und Baugeschäft Beteiligten überrascht und erstaunt. Der Text scheint aber auch gängige Vorurteile zu bestätigen. Haben die Spekulanten in dieser Gesellschaft tatsächlich die Macht ergriffen? Sind sie zu den unbestrittenen Herren des aus der wirtschaftlichen Hochkonjunktur entstandenen Wallis geworden?

Faktisch geht es wohl um folgendes: Die Tourismusanbieter und ihre städtische Kundschaft haben es verstanden, von der Tatsache zu profitieren, dass der Ertragswert des Bodens in der Berglandwirtschaft nahezu auf Null gesunken

war. Plötzlich zählte nur mehr dessen Verkehrs- oder Hypothekarwert. Die traditionelle Landwirtschaft entwickelte sich zu einem Nebenerwerb; die «Marktkultur» hatte auch das bäuerliche Grundeigentum erfasst.<sup>5</sup> Und diese Marktkultur kann gut und gerne ohne Gesetze und staatliche Kontrollen leben. Gesellschaftliche Planung und Normenfindung empfindet sie nicht als ihre Aufgabe. Diese Haltung ist im Wallis noch heute deutlich spürbar. In *L'Hebdo* stand kürzlich unter dem Titel «Die Lira findet Zuflucht im Wallis» zu lesen: «Dank der italienischen Wirtschaftskrise (der Staat bricht unter einem Defizit von 150 Milliarden Franken zusammen) verkaufen die Walliser Immobilienhändler teuer und gut. Dies ohne sich um die Gründe der Käufer und die Herkunft der Gelder zu kümmern. 'Das ist nicht unsere Sache,' meint etwa André Guinard aus Verbier lakonisch. 'Es liegt an den italienischen Steuerbehörden, Polizei zu spielen,' bestätigt ein Unternehmer aus Zermatt, der nicht genannt sein will. 'Die Justiz soll ihre Arbeit machen,' meint schliesslich Patrick Messeiller aus Verbier.»<sup>6</sup>

Drei Fragen sollen uns im folgenden beschäftigen: Erstens richten wir unser Augenmerk auf die Protagonisten und Hauptbetroffenen des durch den Bautourismus eingeleiteten Wandels: die Bauern, deren Söhne und Töchter, die Makler und Immobilienkreise, den Staat und seine Verwaltung. Zweitens wollen wir eine kurze Mentalitätsgeschichte versuchen, das heisst die Geisteshaltungen und deren Wandel unter die Lupe nehmen, die das wirtschaftliche Geschehen begleitet haben. Was schmerzte die konservativen Herren oder die Bauern dabei am meisten? Gab es Gegenbewegungen? blieb ein Gefühl von Verbundenheit mit dem geerbten Boden und der Landschaft zurück oder herrschte allgemeine Gleichgültigkeit gegenüber der Nutzung des Bodens?<sup>7</sup> Im topographisch und kulturell vielfältigen Wallis suchen wir sodann anhand lokaler Beispiele und eines regionalen Vergleichs zwischen dem Saastal und dem Val d'Illeiez, das entstandene Bild abzurunden und zu überprüfen.

## Sieger und Besiegte

Ein «Kantonaler Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte» gewährte zwischen 1933 und 1960 der Berglandwirtschaft günstige Kredite aus Bundesmitteln. Diese Kredite sollten noch ganz der traditionellen Landwirtschaft dienen, waren also noch weniger im Sinne der kapitalintensiven Marktwirtschaft gedacht. Denn die Wirtschaft einer finanziell relativ unabhängigen Berggemeinde beruhte auf dem Prinzip der ersparten Kosten. Dieses steht im Gegensatz zum Prinzip der auf Rendite angelegten Investitionen, welches die meisten Branchen der industriellen Wirtschaft des 20. Jahrhunderts, darunter auch die Tourismusindustrie, charakterisiert.<sup>8</sup> Für die vom Fonds gewährten Kredite in der Grössenordnung von 2000 bis 4000 Franken wurde ein Prozent Zins verlangt. Das Geld diente dazu, die dringendsten Lieferantenschulden zu tilgen, die Verspätungen bei laufenden Ausgaben zu beheben, notwendige Renovationen an den Betriebsgebäuden auszuführen. Ab und zu dienten sie auch dem Ankauf eines Stücks Vieh.<sup>9</sup> Im Rückblick kann von einer Art künstlicher Ernährung für die kranke Berglandwirtschaft, auf keinen Fall von einer Verjüngungskur derselben, gesprochen werden.

## Die armen Schlucker auf dem Lande

Die Einrichtung des erwähnten Hilfsfonds reicht zurück in eine Zeit, da mehr als die Hälfte der Walliser Bevölkerung in der Landwirtschaft tätig war. 1920 waren 59 Prozent, 1941 noch 48 Prozent in der Landwirtschaft beschäftigt.<sup>10</sup> Anschaulich heisst es etwa im Tätigkeitsbericht des Hilfsfonds für das Jahr 1948: «Es sind fast immer die gleichen Ursachen, die eine Notlage hervorrufen. In den meisten Fällen arbeitet der Sohn (und auch die Tochter) im elterlichen Betrieb ohne Lohn. Er verheiratet sich dann ohne im Besitze irgendwelcher Ersparnisse zu sein. Das junge Ehepaar bereichert sich um ein und dann mehrere Kinder und benötigt eine Woh-

nung. Es wird ein altes Haus gekauft, das man so gut als möglich einrichtet. Heute, wo die Verhältnisse günstiger sind, wird gebaut. Um sich eine Beschäftigung und den Unterhalt der jungen Familie zu verschaffen, kauft man einige Liegenschaften und wartet auf das elterliche Erbe. Dieses ist oft noch mit Schulden belastet, welche die Eltern, trotz ihrer Arbeit, nicht gänzlich tilgen konnten. Die Familie wird zahlreicher, verursacht grosse Ausgaben und die erhoffte Hilfe kommt vielfach nicht. Manchmal wird die Notlage durch Bodenkäufe zu übersetzten Preisen verursacht. In solchen Fällen geht die Kommission streng vor. An Warnungen hat sie es ja nicht fehlen lassen!; wer sie nicht beachtet, hat die Folgen zu tragen.»<sup>11</sup> Diesem Bericht wäre bloss noch beizufügen, dass im Jahre 1930 die natürliche Wachstumsrate der Walliser Bevölkerung bei 10,7 Promillen lag, während das schweizerische Mittel 4,6 Promille betrug. Zudem betrafen zwei Drittel der von der Walliser Kantonalbank behandelten Geschäfte im Jahre 1940 die Landwirtschaft.

Schulden, Bürgschaften und Betriebsaufgaben kennzeichneten in all diesen Jahren die Berglandwirtschaft. Der Präsident des erwähnten Hilfsfonds und alt Ständerat Joseph Moulin aus Vollèges schildert die Lage in den dreissiger Jahren so: «Damals beugten sich zahlreiche Bauern vor der schweren Bürde der Zinsen, namentlich derjenigen, die für die alle drei Monate fälligen Darlehen entrichtet werden mussten. Wenn der Schuldner nicht zahlungsfähig war, schleppte er oft eine ganze Anzahl Bürgschaften mit ins Elend.»<sup>12</sup> Im Jahre 1938 bemühte sich der spätere Bundesrat Alfred Escher um die Gründung der Oberwalliser Sektion der Schweizerischen Winterhilfe, ein Hilfswerk, das noch im Jahre 1954 sein Sekretariat im Martinach ausbauen musste. Ein Auszug aus dem 20. Jahresbericht dieser Organisation soll hier den Geist der Aktion und der damaligen Epoche illustrieren: «So hat einmal ein Vertreter eines Gebirgskantons der Schweizerischen Winterhilfe seinen Notruf wie folgt formuliert: 'Ihr könnt im Unterland Maschinen exportieren und wir nur

unsere Leute. Was machen wir aber mit denen, die droben bleiben?'»<sup>13</sup> Der Verantwortliche der Unterwalliser Winterhilfe erwähnt in seinem Bericht des Jahres 1955 neben den Bergbauern auch die Saisonarbeiter aus den Bergdörfern als Hauptempfänger der geschätzten Hilfe.<sup>14</sup>

Mit der Gründung der «Walliser Vereinigung für wirtschaftliche und soziale Forschung» (SVRES) im Jahre 1951 sollte die Industrialisierung gefördert werden. Sie stellte sich die Aufgabe, für die jährlich 1500 bis 2000 neuen Walliser Erdenbewohner Existenzmöglichkeiten zu schaffen. Ihr Vorschlag an die Gemeinden bestand unter anderem darin, Gratisboden für die Industrie zur Verfügung zu stellen. Und sie hatte mit dieser radikalen Umwertung des Eigentumsbegriffs mancherorts auch Erfolg.<sup>15</sup>

Die goldenen Zeiten der Bodenspekulation beginnen, gemäss Einschätzung eines beteiligten Maklers aus Glis, Mitte der sechziger Jahre und erreichen in den siebziger Jahren ihren Höhepunkt.<sup>16</sup> Die Bodenbedürfnisse des Tourismus beginnen mit den Bedürfnissen der Bergbauern zu wetteifern. Dem Staatsrat meldet etwa die Kommission des Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte bereits im Jahre 1960: «Der Aufschwung unserer Fremdenstationen kommt schon dadurch zum Ausdruck, dass die Neubauten sich in unerhörter Weise vermehren und die Bodenpreise einen geradezu schwindelerregenden Aufstieg erfahren. Dieser letztere Umstand kommt an erster Stelle den Spekulanten zugute, obwohl hin und wieder ein Landwirt durch den Verkauf eines Teils seiner Güter die Lage einigermaßen sanieren kann. Andererseits hat es aber auch zur unangenehmen Folge, dass junge Leute, die sich der Landwirtschaft widmen möchten, dies wegen der übersetzten Bodenpreise nicht tun können.»<sup>17</sup>

Auch der Wald bekommt die neuen Entwicklungen zu spüren. Alois Kempf beschreibt sie folgendermassen: «In der Rhoneebene bildeten bis in die 1950er Jahre landwirtschaftliche Urbar-

machung und Landnahme das wichtigste Motiv für ein Zurückdrängen bestockter Areale. In Hanglagen dagegen wurde der Wald zunehmend von der Konkurrenzsituation mit der viehwirtschaftlichen Nutzung entlastet. Die Bedürfnisse des industriellen Sektors machten sich in der Rhoneebene vereinzelt schon nach 1900 in Rodungen bemerkbar, in stärkerer Masse dann ab 1955. Ein grundlegender Einschnitt fand um 1960 statt, als sich der Rodungsdruck zwecks Erschliessung, Wintersport und Infrastrukturanlagen für das Berggebiet in höher gelegene Zonen verlagerte.»<sup>18</sup>

### Der Immobilienhandel diktiert den Rhythmus

Die kantonale Verwaltung, in erster Linie die Steuerverwaltung, reagierte auf die im Grundstückmarkt erfolgenden Umwälzungen auf ihre Art. Zweimal setzt sie zur aufreibenden Arbeit der Neueinschätzung des Katasterwertes aller Walliser Parzellen an: Mitte der fünfziger und Mitte der siebziger Jahre. Jede Gemeinde bekam einen durchschnittlichen Schätzungswert ihres Bodens zugeteilt. Genügte bis 1975 globale Nachschätzungen der gehandelten Bodenparzellen im Zehnjahresrhythmus, musste ab diesem Datum eine schnellere Gangart eingeschaltet werden. Von nun an erfolgte die Nachschätzung der Wertsteigerung unmittelbar auf jede einzelne Handänderung.<sup>19</sup>

Bei der Schätzung des landwirtschaftlichen Bodenertrags ignorierten die Walliser Beamten die Berechnungstabellen des Schweizerischen Bauernsekretariats in Brugg und setzten diesen jeweils mit einem Nullwert ein. Nach dem Zweiten Weltkrieg stützten sie sich einzig und allein auf den Verkehrswert der Böden, um deren Steuerwert zu bemessen. Dadurch sollte verhindert werden, dass die kleinen Eigentümer durch eine allzu hohe Einschätzung bei den eidgenössischen Sozialversicherungen oder den kantonalen Ausbildungshilfen für ihre Kinder benachteiligt würden.

Mitten in der Hochkonjunktur der siebziger Jahre «entdeckt» die Verwaltung die sogenannten Konsortien, jene Zusammenschlüsse von zwei, drei Geschäftspartnern, die mit einem kleinen Startkapital und unter Beizug eines Architekten oder Hochbauzeichners mit Hilfe der Banken ins Tourismusbaugeschäft einsteigen. Deren Gewinne gelten von nun an nicht mehr als Nebenverdienst der Steuerpflichtigen, sondern als Berufseinkommen. Das kantonale Verwaltungsgericht unterstützt die Steuerverwaltung bei diesem Vorgehen und die Erben von Bauerngütern, die weniger als 25 Jahre lang in deren Besitz stehen, müssen bei der Veräusserung ihres Guts rund zehn Prozent des Gewinns an den Fiskus abliefern.

Von der Grosszügigkeit der Banken im Hypothekengeschäft profitierten nicht nur die erwähnten Konsortien sondern auch die Baubranche. Die Geschichte der Wirtschaftskriminalität in diesem Bereich bliebe noch zu schreiben. Wir geben hier nur kurz der Historikerin Myriam Évéquoz das Wort, die dazu schreibt: «In jenen Jahren des Wirtschaftsfiebers (1960-65) machten sich viele Handwerker selbständig. Das Geld war billig und die Preise stiegen stetig. Wie überall in der Schweiz, bildete die Bauwirtschaft den wichtigsten Konjunkturfaktor bei der anhaltenden Preissteigerung des Bodens und der Baukosten.»<sup>20</sup> Hinzu kommt, dass Staats- und Bankangestellte privat mitspekulieren. Es kam deswegen zu Entlassungen aus dem Staatsdienst und die Katasterinspektoren hatten wiederholt Registerhalter der Gemeinden auf die Unvereinbarkeit von öffentlichem Amt und Maklertätigkeit hinzuweisen. Noch heute versteckt sich oft ein lokaler Strohhalm in den Gemeindeverwaltungen.<sup>21</sup>

### Vom Sinneswandel zweier Grossgrundbesitzer

Wir kommen nun zum Herzstück unserer Untersuchung: In welchen geistigen Kategorien dachten die Verantwortlichen und Betroffenen des

geschilderten Wirtschaftswandels? Wie beurteilen sie die Umbewertung des Bodenbesitzes im Zusammenhang mit den neuen Bedürfnissen des Fremdenverkehrs? Wir nehmen die Reaktionen eines Hoteliers, eines Grossgrundbesitzers, der Bauernvereinigungen und der Regierung unter die Lupe und suchen auch nach den Widerständen in der Bevölkerung.

Christian Seiler, Nachfahre und Erbe der Zermatter Hotelierdynastie, die bereits im Jahre 1909 eine Aktiengesellschaft gründete,<sup>22</sup> formuliert seine Einschätzung der stattgefundenen Entwicklung recht salopp mit den Worten: «Um konkurrenzfähig zu sein, mussten unsere Kurorte ihre Infrastrukturen in bezug auf Hotels, Wohnungen, Chalets und Bergbahnen erweitern. Hie und da hat dies zu Missbräuchen geführt, die jedoch der Vergangenheit angehören, denn was die Raumplanung oder den Immobilienverkauf an Ausländer anbelangt, ist die Gesetzgebung angepasst worden.» Der Grossgrundbesitzer, der heute den Bau einer Golfanlage auf dem ehemaligen landwirtschaftlichen Gut der Zermatter Hotelbetriebe plant, ortet sodann im Wallis eine «harmonische wirtschaftliche Entwicklung, wo die Menschen, meistens Besitzer ihres Grundstücks, mehreren Beschäftigungen gleichzeitig nachgehen können.»<sup>23</sup> Diese Sprache, die den kleinen und grossen Bodeneigentümer in einer Art Ökumene vereinigt, mag als typisch für den offiziellen Diskurs im Kanton gelten. Er verschweigt, wie spekulativ die Hortung landwirtschaftlichen Bodens sein konnte. So eigneten sich die Seilers im Verlauf der Jahre im Ort «Schali» bei Randa ganze 220 000 Quadratmeter besten landwirtschaftlichen Bodens an. Kaufakte aus dem Jahre 1913 geben dort Bodenpreise von 17 bis 23 Rappen pro Quadratmeter an. Im Jahre 1963 wechselt derselbe Boden für 40 Rappen pro Quadratmeter die Hand, im Jahre 1979 für sieben Franken und zwei Jahre später bereits für 20 Franken. 1992 steigt dann der von einem Baukonsortium bezahlte Bodenpreis auf 64 Franken. Besitzer, Planer und die Bevölkerung schwanken zur Zeit zwischen Plänen für ein Golfprojekt und einer

Feriensiedlung. Dies auf einem Grundgut, dessen Wert sich seit der Jahrhundertwende um das 35fache und in der Hochkonjunktur um das Neunfache gesteigert hat.<sup>24</sup>

Das zweite Fallbeispiel stammt aus dem Kreis jener bäuerlichen Grossgrundbesitzer, die den touristischen Aufschwung gleichzeitig mit dem Niedergang der Berglandwirtschaft erlebten. Es handelt sich um eine Familie aus Mühlebach im Goms, die einen kauf- und tauschfreudigen Vorfahren hatte. Besagter Bauer lebte von 1876 bis 1961. Im Jahre 1905 besass und bebaute er 42 Parzellen, bis zum Jahre 1934 erwarb er im Schnitt jährlich eine neue Parzelle hinzu. Die am Rande des Gemeindegebiets und an Steilhängen liegenden Güter verkaufte er. Er betrieb zusehends private Bodenzusammenlegung, so dass an seinem Todestag die Erben ein schönes Dutzend zentral gelegener, zusammenhängender Wiesen ihr Eigen nennen konnten.<sup>25</sup> Was geschah damit? In einer ersten Phase, die noch voll von der Landwirtschaft geprägt ist, kommen neu 1690 Quadratmeter Wiesen und Weiden hinzu; zudem findet ein Landtausch mit einem Dorfbewohner statt, der sich ein Eigenhaus bauen will. Der letzte Bodenkauf findet 1983 statt. Doch in den siebziger Jahren setzt auch hier der Bautourismus ein und die Bauernfamilie wird von einem Tag auf den andern zur Aktieninhaberin, nachdem sie im Jahre 1970 Aktien eines regionalen Konsortiums als Teilzahlung für den Verkauf von 3000 Quadratmetern Boden entgegennimmt. Der Verkaufspreis liegt bei vier bis 20 Franken pro Quadratmeter. Vier Jahre später finden in der Familie die ersten Bodenverkäufe an Auswärtige statt. Ein Holländer und ein Tessiner Chaletbauer erstehen sich ihren Baugrund für 25 Franken pro Quadratmeter. Im Jahre 1987 schliesslich wird ein Haus mit Umschwung an Leute aus Brig verkauft.<sup>26</sup> In den neunziger Jahren bietet die dritte Generation Hand dazu, dass auf einem Hügel, der während mehr als einem Jahrhundert in Familienbesitz war, eine touristische Überbauung entsteht. Ortsansässige Architekten und Handwerker verfassen das Projekt und den entsprechenden Prospekt.<sup>27</sup>



Und was geschieht mit dem letzten Bauern der Familie? Nachdem er mit Hilfe seines Onkels den Landwirtschaftsbetrieb mechanisiert hat, gibt er ihn 1992 vollends auf, wird Handlanger und verpachtet das übriggebliebene Land an junge Bio-Bauern. Seine Mutter drückt ihren stummen Protest dadurch aus, dass sie – 82-jährig – das hölzerne, heruntergekommene Wegkreuz am Rande der ehemaligen Familiengüter durch ein neues ersetzen lässt.

### Die öffentlichen Versteigerungen als Bruchstelle

Die Grossen dieses Landes, angeführt von Kaspar Jodok Stockalper, haben vor langer Zeit die Devise geprägt, die den Boden als letzte Zuflucht des Beständigen preist: «Nihil solidum nisi solum.» (Nichts hat Bestand ausser der Boden.) Dieser Spruch bewahrheitete sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts im Wallis insofern, als durch die Bodenspekulation die harte Arbeit auf dem Feld endgültig ihren existenzsichernden Wert verlor. Diese Tatsache wurde insbesondere bei den öffentlichen Versteigerungen in Berg und Tal allen bewusst. Für die Notablen wurde dabei das schnelle Geld, das sich da manch ein Bäuerlein durch Bodenverkauf in die Tasche stecken konnte, zum moralischen Problem. Das heisst, sie sahen die bürgerliche Tugend des Fleisses und die Arbeitsmoral gefährdet und die soziale Hierarchie durch die Neureichen in Frage gestellt. Mit dem Soziologen Emile Durkheim könnte hier von einer «Anomie» gesprochen werden. Damit bezeichnet er das Fehlen allgemein akzeptierter moralischer und rechtlicher Normen und die Schwächung anerkannter Vermittler wie Familie, Kirche und Korporationen. Handlungsziele und Mittel werden vom Einzelnen auf Kosten der gesellschaftlichen Harmonie bestimmt.<sup>28</sup>

Im Jahre 1961 schildern die Verwalter des «Kantonalen Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte» ihre Gefühle angesichts der neuen, unge-

ahnte Höhen erreichenden Bodenpreise so: «Vor kurzem haben wir in einer Weinbaugegend des Rhonetales einer öffentlichen Versteigerung beigewohnt. Die Preise stiegen rasch und die Zuerkennung erfolgte für ca. Fr. 20.– den m<sup>2</sup>. Und wer trieb die Preise in die Höhe? Es waren nicht etwa die Weinbauern selbst, sondern solche, die anderweitig Boden zu Spekulationspreisen verkauft hatten. Als wir einem von diesen bemerkten, wie unlogisch es sei, für einen Weinberg doppelt soviel als den Ertragswert zu bezahlen, erhielten wir folgende Antwort: 'Wenn man in V. Sümpfe zu Fr. 80.– bis 100.– den m<sup>2</sup> verkauft, kann man doch wohl für ein Rebgelände Fr. 20.– bieten!'»<sup>29</sup> Im gleichen Jahresbericht wird der Fall eines Bergbauern erwähnt, der eine Bergwiese, die keine 3000 Franken Wert gehabt haben soll, für satte 200 000 Franken an einen Ausländer verkauft hat. Der Kommentar dazu: «Der Verkäufer, ein einfacher Bergbauer, konnte sich nicht sattsehen an dem Haufen grosser Banknoten, die nun ihm gehörten! Wenn wir auch das Staunen eines armen Kerls verstehen, der sich vielleicht sein ganzes Leben lang hat kümmerlich durchschlagen müssen und wie durch ein Wunder plötzlich zum reichen Mann wird, so kann man sich doch die Frage stellen, welche Folgen eine derartige Spekulation in moralischer Hinsicht nach sich zieht. Wie kann man der Jugend Liebe zur Arbeit und Sinn der Beharrlichkeit beibringen, wenn sie erfährt, dass man bisweilen mit einem einzigen Geschäft mehr verdient als ein Arbeiter sein ganzes Leben lang voll Mühe und Anstrengung je erreichen kann.»<sup>30</sup>

Dieses Bedauern um den Niedergang der Arbeitsmoral wird noch lange in den Köpfen herumspuken. So unterscheidet eine junge Studiengruppe aus Champéry noch im Jahre 1982 zwischen den Pionieren früherer Generationen, die im harten Kampf mit der Wirklichkeit solide menschliche Werte errang und den verwehlichten Nachkommen, die – in gesicherten Verhältnissen lebend – keinen Sinn mehr besässen für den Lebenskampf.<sup>31</sup>



Das Ende der traditionellen Landwirtschaft: Der ehemalige Landwirt Otto Imhof aus Ernen vor seinem Stall in Mühlebach.



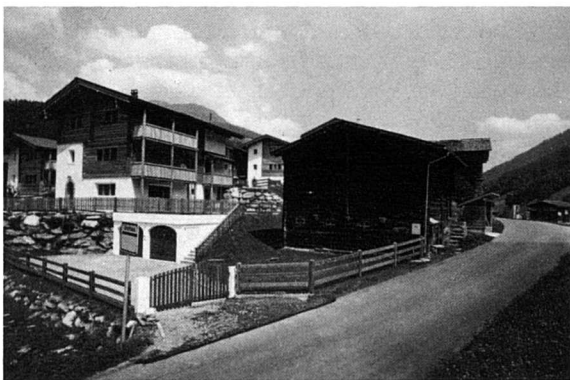
Zum Zeitpunkt der Aufnahme, 1992, gab Imhof seinen Bauernbetrieb auf und begann, als Hilfsarbeiter auf dem Bau zu arbeiten.



Zu Beginn der neunziger Jahre entstand auf dem Boden, der zuvor von Otto Imhof genutzt wurde, die Ferienhaussiedlung Hanfbiel. Die Tafel weist auf den geplanten Weiterausbau hin.



Der Dorfplatz im Zentrum der Überbauung Hanfbiel in Mühlebach.



Durch die Umgestaltung des landwirtschaftlichen Bodens in einen Ziergarten wird der früher von Imhof genutzte Stall zum Fremdkörper.



Die künstliche «Renaturierung» des Bodens mit Natursteinen und Rasen. (Die vier unteren Aufnahmen entstanden 1993.)

Bei der Vereinigung der Oberwalliser Bergbauern wird das Thema Versteigerungen und Bodenspekulation aus der Opferperspektive erläutert. Unter dem Titel «Die Bodenfrage» heisst es in ihrem Jahresbericht 1955/1956: «Die Bodenfrage bildet bei uns im Oberwallis für eine bäuerliche Organisation stets ein schwerer Brocken. Sie ist dermassen kompliziert, dass es schwerhalten (*sic*) wird, ihr massgebend auf den Leib zu rücken. Tatsache ist, dass der Boden in unseren Gebieten meistens auf öffentlichen Versteigerungen überzahlt wird. Während der normale Übernahmepreis den Ertragswert, der in unseren Gegenden höchstens die um ein Viertel erhöhte Schätzung ausmacht, betragen sollte, werden nicht selten Preise bezahlt, die das Vier- und Fünffache dieses Wertes darstellen. Was Wunder, wenn solche Betriebe nachher nicht mehr rentieren! Der Boden bildet ja die Grundlage; ist er überzahlt, so helfen alle Rationalisierungsmassnahmen keinen Deut. Vielfach bildet er in der Nähe von Ortschaften und anderen entwicklungsfähigen Gebieten noch Spekulationsobjekt, das von allen möglichen Personen begehrt ist.»<sup>32</sup> Die Preise geraten also ausser Kontrolle. Sie werden nicht mehr innerhalb der Dorfgemeinschaft festgelegt, sondern Auswärtige und Leute ausserhalb der Landwirtschaft kontrollieren den Bodenmarkt.<sup>33</sup>

Gleichzeitig wird aber nach Naturkatastrophen, etwa nach den wolkenbruchartigen Niederschlägen des Jahres 1955, die zahlreiche Reb- und Flurmauern besonders im Berggebiet niederrissen, die alte Tugend des Landarbeiters betont. Und sie wird gar direkt dem berechnenden Geist der Wirtschaftswissenschaftler entgegengesetzt. Als Zeugen seien hier wiederum die Herren des Hilfsfonds zitiert: «Viele Eigentümer standen vor der Alternative, entweder die eingestürzten Mauern mit erheblichen Kosten wieder aufzustellen oder die Parzellen in Terrassen und die zerstückelten Felder brachliegen zu lassen. Der Economist hätte sich ohne weiteres für die zweite Lösung entschieden. Winzer und Landwirt dagegen fanden eine solche Verstümme-

lung ihres Erbgutes unannehmbar, ja überhaupt nicht denkbar. Sie machten sich mutig ans Werk, nahmen die Arbeit ihrer Ahnen von neuem auf, erstellten die eingestürzten Mauern, brachten die weggeschwemmte Erde wieder an Ort und Stelle und räumten Schutt und Steine weg. Ein schönes Beispiel zäher Ausharrung.»<sup>34</sup> Im Rückblick auf die dreissigjährige Arbeit des Hilfsfonds rechnet dessen Präsident mit der internationalen Organisation für Ernährung und Landwirtschaft, FAO, von ihm als FAG bezeichnet, ab und nutzt die Gelegenheit zu einer harschen Kritik am Tourismus aus der Warte der Berglandwirtschaft: «Man kann sich kaum auf die internationalen Organisationen verlassen, um die Interessen unserer Berglandwirtschaft zu wahren. Konnte man doch in einem Bericht der FAG, datiert von 1962, folgenden Schluss lesen: 'Die Berggegenden, so u. a. die Schweiz, müssen die Aufhebung ihrer Berglandwirtschaft ins Auge fassen. Die FAG ist der Ansicht, dass ein Teil der randvermerkten Betriebe dieser Gegenden eventuell in Park- oder Campingplätze verwandelt werden könnten, anstatt mit Subventionen erhalten zu werden.' – So, das wäre eine geeignete Lösung. Sie reiht sich an das Ideal gewisser neuerungssüchtiger Menschen, welche die Zukunft unseres Landes nur im Ausbau des Fremdenverkehrs sehen.»<sup>35</sup> Heutzutage sind vermutlich nicht mehr die Campingplätze und Parks der Dorn im Fleisch des Bauern, sondern die rund zwanzig im Wallis projektierten Golfplätze.

## Das Erwachen der Bevölkerung

Wenden wir uns nun den Spannungen zu, die es unweigerlich geben musste zwischen den Wachstumspropheten mit ihrer utilitaristischen Haltung gegenüber dem Baugrund einerseits und jenen Teilen der Bevölkerung, die sich ihrer Umwelt und ihrer Landschaft verbunden fühlen, andererseits. Die Fronten zwischen diesen beiden Lagern sind dabei nicht immer klar. So beklagt sich etwa die bereits erwähnte Studiengruppe aus Champéry in ihrer Broschüre unter dem viel-



sagenden Titel «Champéry, Dorf oder Kurort?» über folgenden Sachverhalt: «Die Haltung gewisser Kreise, die als erste ihren Grund und Boden gegen klingende Münze veräussert haben und nun gegenüber einer weiteren Entwicklung des Bautourismus kritisch eingestellt sind, erscheint wenig glaubwürdig.»<sup>36</sup> Dieser Vorwurf passt ins Schema der üblicherweise von den Vertretern der traditionellen Landwirtschaft gegenüber der Marktwirtschaft geäusserten Kritik. Deren Stossrichtung lässt sich folgendermassen zusammenfassen: «Der Eigentumsbegriff der traditionellen Landwirtschaft nimmt Bezug auf eine tief verwurzelte Aneignung von Haus und Gut und er verträgt sich schlecht mit der allgegenwärtigen Veräusserbarkeit des Besitzes in der freien Marktwirtschaft. Dieser wird deshalb vorgeworfen, durch ihre Gewinnorientiertheit die alten Vertrauensverhältnisse zu zerstören und die traditionellen Familien- und Freundschaftsbande sowie die eingeübte Zusammenarbeit zu stören.»<sup>37</sup> Auch die ganze Raumplanungsdiskussion leidet unter dem genannten Konflikt. So musste zum Beispiel in Champéry die Neugestaltung des Bahnhofquartiers aus diesem Grunde auf die lange Bank geschoben werden, sehr zum Leidwesen der neuen Generation von Urbanisten und Dorfpräsidenten. Der in Soziologie bewanderte Gemeindepräsident beklagt heute den merkantilen Individualismus seiner Mitbürger.<sup>38</sup>

Kein Informant äusserte uns gegenüber eine grundsätzliche Kritik am Recht jedes Einzelnen, aus geerbtem Gut persönliche Vorteile zu ziehen. Kontroversen gab es dagegen im Zusammenhang mit der Veräusserung von Pfarrgütern an touristische Aktiengesellschaften. Als in Ernen eine solche Transaktion anstand, stieg die Bewohnerschaft auf die Barrikaden und verlangte, dass zuerst die Bedürfnisse der Einheimischen berücksichtigt würden. Fiesch und Saas-Fee sind zwei weitere Beispiele, wo sich die Ortsansässigen gegen eine uferlose touristische Überbauung wehrten – stets mit dem Hinweis auf die Erhaltung von gutem Bauland für die jungen Einheimischen. Ein Mitglied der Bürger-

initiative «Pro Saas-Fee», seines Zeichens Treuhänder, äussert sich positiv zu strengen Bauvorschriften und der Festlegung eines Anteils an Privatnutzung neuer Bauten. Die Rückzonung von noch unbebautem Bauland empfindet er jedoch als eine ethisch nicht vertretbare Bestrafung derjenigen Mitbürger, die sich mit ihren Bauplänen Zeit genommen haben.<sup>39</sup>

Vereinzelt boten sich auch konkrete Gelegenheiten der Wiedergutmachung früherer «Fehler». Als an Spekulanten verkaufte Güter zum Rückkauf angeboten wurden, schlossen sich einige ortsverbundene Bürger von Champéry zusammen, um Alpgebiete zurückzukaufen. Einem von ihnen gelang es dabei gar, das von seinem Vater veräusserte Alpwesen samt Hütte zurückzuerwerben.<sup>40</sup> In dieses Kapitel gehört auch der Fall, bei dem eine Gemeindebehörde mit auswärtigen Feriengästen über eine Einschränkung der Bauzone verhandelte und dabei auf deren neu entstandene Ortsverbundenheit setzte.<sup>41</sup> Andererseits fand sich in Saas-Fee niemand, um das Angebot eines auswärtigen Grundbesitzers anzunehmen, der eine Parzelle zum Selbstkostenpreis abzugeben bereit war, unter der Bedingung, dass sie unbebaut bliebe. Sein Angebot richtete er an die Interessengemeinschaft Pro Saas-Fee, die den Kampf gegen die Spekulation auf ihre Fahne geschrieben hatte. Die Mitglieder der Vereinigung wiesen aber das Angebot mit der Begründung zurück, das betreffende Grundstück sei vom vormaligen Käufer überbezahlt worden.<sup>42</sup>

## Die Zurückhaltung der Regierung

Wenden wir uns nun der Haltung der Walliser Regierung zu, wie sie etwa in Verwaltungsberichten des Justiz- und des Finanzdepartementes zum Ausdruck kommt. Dort finden wir keine hochfliegenden Zukunftspläne für die Berglandwirtschaft und den Tourismus, sondern wiederholt das Eingeständnis, dass man dem Bau- und Tourismusboom hinterherhinke. Zu beachten ist dabei, dass der Staat Wallis in den ersten

Nachkriegsjahren noch über keinen mit den heutigen Verhältnissen vergleichbaren Beamtenstab verfügte. Gerade im uns interessierenden Bereich waren Geometer und Grundbuchbeamte Mangelware. Symptomatisch für die fünfziger Jahre ist etwa das von Staatsrat Henri Gard 1954 an den Tag gelegte Verständnis gegenüber den Geometern, die eine Arbeit im Privatsektor, gemeint ist damit vorab im Kraftwerkbau, dem Staatsdienst vorzogen. Tatsächlich konnte der Kanton in diesem Jahr keinen Geometer anstellen.<sup>43</sup>

Gleichzeitig windet sich aber die Regierung selber recht gerne Kränze. So wird etwa die Arbeit der kantonalen Baukommission unter der Leitung des Schriftstellers Maurice Zermatten in allen Tönen gelobt. Staatsrat Karl Anthamatten gibt dazu 1954 zu Protokoll: «Die Ergebnisse der Tätigkeit der kantonalen Baukommission sind befriedigend. Die Anwendung der Staatsratsverordnung vom 28. April 1944 betreffend den Schutz des Landschafts- und Dorfbildes ist zweckmässig, und deren Wirksamkeit zeigt sich in dem seit zehn Jahren in architektonischer und baulicher Hinsicht stattgefundenen Fortschritt im Wallis.»<sup>44</sup>

Bei den Grundbuchämtern herrschte in den sechziger Jahren Hochbetrieb. Man musste sich deshalb auf die laufenden Büroarbeiten beschränken und hängige Inspektionen der Kataster zurückstellen. Der im Jahre 1961 ernannte Grundbuchverwalter von Brig, Hans Bieler, gibt denn auch offen zu, dass er bei all der Arbeitslast nie Zeit gehabt habe, sich einen Überblick und eine Meinung über das hektische Treiben verschaffen zu können. Er sei nur dank Überstunden immer «à jour» gewesen. Seine Vorgänger hatten im Jahre 1957 zum Beispiel 5895 Akten zu erledigen, das macht 18 Einschreibungen und Transkriptionen pro Tag. In Leuk waren im gleichen Jahr 3213 Akten fällig, in Sitten 9399, in Martinach 8143 und in Monthey 4461. Diese Zahlen vermitteln uns einen Eindruck vom Ausmass der Entwicklung in den einzelnen Regionen. Zu erwähnen wäre jedoch

noch die Tatsache, dass diese Grundbuchämter über keinerlei Rechtsdienst oder Rechtsschutz verfügten, der es ihnen erlaubt hätte, Missbräuche, die bei Kontrollen auftauchten, zu ahnden. Es hing vom Mut des einzelnen Beamten ab, ob er einen Fall vor die Justiz bringen wollte. Mit Stolz erinnert sich Hans Bieler an den einzigen Fall, den er durch alle Instanzen durchzog und bei dem ihm das Bundesgericht Recht gegeben hatte.<sup>45</sup>

Die kantonalen Steuerbehörden ihrerseits hatten einen regelrechten Kulturkrieg mit den Gemeinden auszufechten. Letztere waren lange Zeit der Ansicht, nur Immobilien bildeten die wahre Steuersubstanz. Der Vorsteher des Departements des Inneren, Marius Lampert, sprach in diesem Zusammenhang 1957 von «Phantasie» und hielt fest: «Die Rekurse, die gegen die Gemeinerechnungen hinterlegt wurden, haben einmal mehr die in Bezug auf Erwerbseinkommen vorherrschende Phantasie an den Tag gelegt.[...] Der Gedanke, dass das Vermögen, und ganz besonders das unbewegliche Vermögen, die einzige rechtsgültige Steuersubstanz bilde, besteht immer noch.[...] Eine Gemeinde hatte sogar, um sich die Aufgaben zu erleichtern, auf ein Einziehen der Steuern auf das Einkommen verzichtet, und den Steuerpflichtigen die an der Quelle eingezogenen Arbeitersteuern zurückvergütet.»<sup>46</sup> Ohne Ironie, aber auch ohne Kommentar schildert Staatsrat Marcel Gard im Jahre 1959 das Unvermögen der Verwaltung, die wirklichen Vermögensgewinne der Bodenspekulation zu besteuern: «Das Missverhältnis zwischen dem Verkehrswert und der Katasterschätzung der Liegenschaften erlaubt es nicht, die wirkliche Vermögenszunahme aus dem Steuertrag abzulesen.»<sup>47</sup>

Die kämpferische und kurzlebige Vereinigung der Oberwalliser Bergbauern (1952-1956) weist in einem ihrer Berichte auf einen wunden Punkt der Regierungspolitik in der Bodenfrage hin, um dessen Lösung sich die Regierung zum Teil bis heute gedrückt hat. Die Kritik stammt aus dem Jahre 1956: «Die einen wünschen die

Zusammenlegung des Bodens und die Gruppierung in lebensfähige Bauernbetriebe; die anderen sind für die Realteilung und für die Zuweisung dieser 'Plätze' an die sogenannten Arbeiterbauern, die neben der industriellen Betätigung noch ein Stück Boden unter den Füßen haben sollten, um nicht total zu entwurzeln. Diese Meinungsverschiedenheit erstreckt sich von unten nach oben und von oben nach unten. Mit Pilatus müsste man auch hier fragen: 'Was ist die Wahrheit?' Solange die Gelehrten (lies Politiker) sich hier nicht einig sind, wird es wohl wenig fruchten, die Bodenfrage einer Lösung näher zu bringen.»<sup>48</sup>

Im gleichen Text wird eine vernichtende Kritik an der Passivität des Kantons in Sachen eidgenössisches Bodenrecht geäußert und der Personalmangel beim Meliorationsamt gegeißelt. «Stellen wir noch fest,» schreiben die Oberwalliser Bergbauern, «dass das Eidgenössische Bodenrecht zum Teil versagt hat und einer Revision bedarf. Wesentliche Aufgaben sind auch hier den Kantonen überlassen worden, die sich diesbezüglich aber nicht sonderlich rührten. Tatsache bleibt aber, dass wir infolge unserer hundertprozentigen Zerstückelung von gewissen Vorteilen des Landwirtschaftsgesetzes nicht profitieren können, wie: Stallsanierungen und Beiträge an Musterbetriebe. Es geht eben auch hier manches nach dem wohlbekannten Sprichwort: 'Wer viel hat, dem wird noch mehr gegeben werden', so dass sich der Bergbauer hier doppelt benachteiligt sieht.»<sup>49</sup> Auch die Subventionierung des privaten Wohnungsbaus kam in erster Linie dem Mittelstand zugute, vereinzelt flossen die Gelder gar in Spekulationsobjekte. Die Historikerin Myriam Evéquoz kommt zum Schluss, dass das Fehlen kommunaler und kantonaler Raumplanungskonzepte der Bauwirtschaft und den Anbietern von Zweitwohnungen zugute kam.<sup>50</sup>

Die praktische Umsetzung der eidgenössischen Gesetzgebung zur Erhaltung des bäuerlichen Bodens aus dem Jahre 1951 ging zudem nur schleppend voran. Es dauerte ganze sieben Jahre, bis in der Walliser Kantonsverwaltung ein

für diesen Bereich zuständiger Beamter eingestellt wurde. Im Zusammenhang mit der gesetzlichen Kontrolle der Liegenschaftsvermittlung rafft sich die Regierung immerhin zu einer Formulierung des Bedauerns auf. Im Verwaltungsbericht 1961 schreibt sie folgendes zum Beruf des Grundstückmaklers: «Wir bedauern, dass diese Berufsart nicht besser geschützt ist, da einzig die Vermittlung landwirtschaftlicher Güter geregelt ist.»<sup>51</sup> Das mit Kantonsgesetz vom 23. Juni 1971 eingeführte Berufsregister für Vermittler erfasst schliesslich alle Geschäfte des Liegenschaftsverkehrs, doch schlägt der Walliser Grosse Rat im Jahre 1987 dessen ersatzlose Abschaffung vor, was im Juni desselben Jahres vom Volk auch angenommen wird. Steueramnestie heisst das Lösungswort der Regierung. Diejenige des Jahres 1969 fand im Umfeld der Einführung der Liegenschaftsgewinnsteuer statt und eine neue bundesweite Steueramnestie wird auch heute von den Walliser Ständeräten und der Kantonsregierung unterstützt.

### Lokale Auswirkungen im Vergleich: Saastal und Val d'Illicz

Zwei Nahaufnahmen sollen unsere Untersuchung des Bodenhungers des Tourismus vor dem Hintergrund der existenzbedrohten Berglandwirtschaft abrunden. Wie wurde und wie wird der wirtschaftliche Wandel vor Ort erlebt? Zwei traditionsreiche Tourismusgebiete, an denen der Tourismus nicht spurlos vorbeigegangen ist, stehen hier für zwei Varianten des Umgangs mit Grund und Boden. Wie veränderte sich der Lebensraum im Val d'Illicz und wie im Saastal? Gewiss wären andere Beispiele ebenfalls aufschlussreich, doch erlaubt ein Vergleich dieser beiden Gegenden gleichzeitig einen Einblick in die unterschiedlichen Kulturen des Ober- und des Unterwallis.

Beinahe biblisch mutet die Schilderung der Entwicklungsgeschichte von Saas-Fee in der Informationsbroschüre des Initiativkomitees «Pro Saas-Fee» aus dem Jahre 1989 an. Immerhin

4.11.75 + ~~meter~~ Preis Verzeichnis der Walliser Gemeinden + ~~meter~~ Preis

GOMS	Preis	Fl. m <sup>2</sup>	BRIG	Preis	Fl. m <sup>2</sup>	westl. RARON	Preis	Fl. m <sup>2</sup>
3981 1. Ausserbinn	600	25-35	3901 32. Birgisch	1000	30	3901 63. Ausserberg	4800	35-40
3981 2. Bellwald	3400	80-120	3900 33. Brig	1000	600	3903 64. Blatten	10000	70-70
3981 3. Biel	1500	25-30	3931 34. (Brigerbad)	1000	100	3931 65. Bürchen	10000	35-40
3981 4. Binn	4000	25-20	3901 35. Eggerberg	1000	25	3941 66. Eischoll	5000	35-35
3981 5. Blitzingen	2800	25-30	3902 36. (Gils)	7000	300	3903 67. Ferden	3500	70-80
3981 6. Ernen	4000	40-40	3901 37. Mund	4500	40	3901 68. Hochtenn	2250	30-40
3984 7. Fleisch	2500	90-90	3904 38. Naters	8000	350	3903 69. Kippel	3500	70-110
3984 8. Fieschertal	1800	60-40	3901 39. Ried-Brig	3800	60	3942 70. Niedergesteln	5000	30-25
3981 9. Geschinen	2000	35-40	3901 40. Simplon	2000	40	3942 71. Raron	5000	50-60
3981 10. Glurigen	4500	45-50	3901 41. Termen	3000	40	3945 72. Steg	2800	70-70
3981 11. Lax	700	50-50	3901 42. Zwischbergen	120	70	3941 73. Unterbäch	7500	25-60
3981 12. Mühlebach	1100	40-40	VISP 3531	32 420	40	3903 74. Wiler	3600	70-150
3985 13. Münster	9000	60-40	43. Baltschieder	3000	40	LEUK 3941	62 950	26-30
3981 14. Niederwald	1100	25-25	3901 44. Elsten	2500	15	3941 75. Agarn	2100	30-30
3981 15. Obergesteln	4000	30-30	3921 45. Emd	1500	6	3941 76. Albinen	4600	30-30
3981 16. Oberwald	3400	25-30	3931 46. (Eyholz)	5500	150	3941 77. Bratsch	5000	30-50
3981 17. Reckingen	4500	60-70	3925 47. Grächen	5500	150	3941 78. Ergisch	3000	20-15
3981 18. Ritzingen	1700	45-30	3931 48. Lalden	2500	50	3941 79. Erschmatt	3800	25-50
3981 19. Selkingen	1700	25-30	3921 49. Randa	4200	70	3941 80. Feschel	1500	30-35
3981 20. Steinhaus	1200	30-28	3905 50. S.-Almagell	4500	100	3945 81. Gampel	8000	80-80
3988 21. Ulrichen	5500	40-45	3901 51. Saas-Balen	4000	50	3941 82. Guttet	2500	30-30
westl. RARON	61.000	22-2	3906 52. Saas-Fee	4000	180	3941 83. Inden	1550	25-35
3981 22. Betten	4500	80-80	3901 53. Saas-Grund	3000	120	3953 84. Leuk	7200	25-45
3983 23. Bister	300	30-30	3924 54. St-Niklaus	7000	60	3954 85. Leukerbad	5000	250-250
3981 24. Bitech	1000	20-80	3922 55. Stalden	4500	55	3941 86. Oberems	2200	20-15
3983 25. Filet	600	40-50	3921 56. Staldenried	4200	40	3956 87. Salgesch	7000	60-60
3981 26. Gopplesberg	700	70-80	3921 57. Täsch	4500	110	3948 88. Turtmann	3800	30-55
3983 27. Grölch	1000	90-100	3921 58. Törsel	3000	15	3941 89. Unterems	1000	20-20
3981 28. Grenchols	4000	25-25	3930 59. Visp/Eyholz	2500	300	3941 90. Varen	5000	45-45
3981 29. Martisberg	600	20-20	3901 60. Vterminen	10400	50	GOMS 63'250	61'000	11'000
3983 30. Mörel	600	130-110	3931 61. Zeneggen	2200	30	westl. RARON 16'300	32'420	76'000
3981 31. Ried-Mörel	3000	70-90	3920 62. Zermatt	2200	30	BRIG 32'420	76'000	62'950
	16 300			16 000		LEUK 63'250	311'920	320'000

Anzahl Pärzellen und geschätzte Katasterwerte des Bodens in sämtlichen Walliser Gemeinden im Jahre 1975.

A. M. 75

Nombre de parcelles sur chaque commune pour la révision des taxes cadastrales  
 Liste des communes valaisannes + Prix au m<sup>2</sup> Bas Valais

SIERRE			SION			ENTREMONT			
Parcelles	Prix au m <sup>2</sup>	Parcelles	Prix au m <sup>2</sup>	Parcelles	Prix au m <sup>2</sup>	Parcelles	Prix au m <sup>2</sup>	Parcelles	
3981 91. Ayer	6000	65	1961 121. Arbaz	2000	60	100	1934 143. Bagnes	40000	180
3988 92. Chalais 30-4	4000	40	1961 122. Grimisuat	9000	55	100	1931 144. Bg-St-Pierre	2000	35
3981 93. Chandolin	6000	60	1961 123. Salins	4000	40	60	1931 145. Liddes	14000	45
3981 94. Chermignon	12000	500	1965 124. Savièse	30000	70	100	1937 146. Orsières	18000	50
3985 95. Chippis	1314	80	1930 125. Sion	14000	100	3400	1933 147. Sembrancher	4800	40
3987 96. (Granges)	—	—	1961 126. Veysonnaz	2000	30	60	1931 148. Vollèges	4100	35
3981 97. Grimenz	1100	85	<b>CONTHEY</b>			<b>ST-MAURICE</b>			
3941 98. Grône	6000	40	1917 127. Ardon	5000	50	80	1903 149. Collonges	1000	8
3941 99. Icoigne	2000	40	1915 128. Chamoson	14000	40	70	1905 150. Dorénav	900	15
3941 100. Lens 16-18	18000	500	1964 129. Conthey	50000	55	80	1902 151. Evionnaz	2300	30
3961 101. Miège	3000	70	1961 130. Nendaz	25000	120	150	1925 152. Finhaut	6000	35
3961 102. Mollens	3000	50	1963 131. Vétroz	7000	30	60	1961 153. Massongex	1500	30
3962 103. Montana	13000	500	<b>MARTIGNY</b>			<b>MONTHEY</b>			
3961 104. Randogne	6000	300	1931 132. Bovernier	11000	15	30	1922 154. Mex	700	18
3961 105. St-Jean	4000	30	1906 133. Charrat	2700	20	30	1961 155. St-Maurice	2400	100
3958 106. St-Léonard	10000	80	1928 134. Fully 20-30	30000	30	200	1961 156. Salvan	14000	40
3961 107. St-Luc	8000	90	1914 135. Isérables	11000	70	30	1904 157. Vernayaz	2000	36
3960 108. Sierre	12500	70	1912 136. Leytron	12000	20	150	1961 158. Vérossaz	2800	35
3961 109. Venthône	1500	60	1920 137. Martigny-C.	13000	?	120	1974 159. Champéry	1350	110
3964 110. Veyras	4000	120	1920 138. Martigny	7000	100	500	1968 160. Collombey	2900	45
3961 111. Vissoie	2000	40	1908 139. Riddes	7338	20	150	1970 161. Monthey	5800	300
<b>HERENS</b>			1913 140. Saillon	4000	30	100	1961 162. Port-Valais	2300	60
1961 112. Agettes	4000	30	1907 141. Saxon	6500	60	100	1968 163. St-Gingolph	4000	40
1966 113. Ayent	30000	50	1921 142. Trient	1200	8	20	1972 164. Troistorrents	3238	60
1968 114. Evolène	25000	80	<b>RECAPITULATION</b>			<b>25'688</b>			
1961 115. Hérémece	13000	30	SIERRE	159'400	MARTIGNY	120'800	ENTREMONT	82'900	
1961 116. Mase	4500	25	HERENS	115'000	ST-MAURICE	21'000	MONTHEY	25'700	
1961 117. Nax	1500	40	SION	61'000					
1961 118. St-Martin 20	25000	20	CONTHEY	102'000					
1961 119. Vernamlège	6000	20							
1961 120. Vex	6000	50							
<b>115'000</b>									

-4 NOV. 1975

687'800





Vom bäuerlichen zum touristischen Bauen: Umgebaute und durch einen Neubau erweiterte Stallscheune in Fiesch, 1993.

gelang es aber diesem Komitee, mit seiner Argumentation den Spekulationsbau im etablierten Kurort einzuschränken. Es schreibt: «Am Anfang war die Landschaft. Eine herrliche Naturlandschaft mit majestätischen Gipfeln, gewaltigen Gletschern, herabstürzenden Bächen, saftigen Bergwiesen, schneebedeckten Firnen, zerklüfteten Felsen, ausgedehnten Wäldern und einer vielfältigen Tierwelt. Ein Naturraum von wilder Schönheit und rauhem Klima. [...] Aber die Arbeitsbedingungen waren hart. Der karge Boden, die steilen Hänge, das rauhe Klima brachten nur magere Erträge. Existenzsorgen quälten. [...] Angesichts dieser Situation ist es durchaus verständlich, dass die Bevölkerung von Saas-Fee den aufkommenden Tourismus als wirtschaftlichen Lebensretter betrachtete und alle Hoffnungen auf ihn setzte.»<sup>52</sup>

Saas-Fee war insofern ein typisches Bergdorf, als es lange auf eine moderne Verkehrserschlies-

sung warten musste. Von 1929 bis 1951 plante und baute man an der Strasse von Stalden hinauf auf das Hochplateau. In den dreissiger Jahren betrieb man aber im 400-Seelendorf im Sommer bereits fünf Gasthäuser. In der Landwirtschaft zählte man damals 150 Kühe, Rinder und Kälber, 150 Schafe und 50 Ziegen. Und gewerblich beschäftigte man sich hauptsächlich mit Holzbearbeitung, Maurerei und Nagelschmieden. Wie vollzog sich nun der Schritt zur touristischen Monokultur, oder genauer gefragt, wie kam der Boden hier zu seinem «Fremdenverkehrswert»?

Ein Blick in die Grundbücher belehrt uns, dass zwischen 1967 und 1985 der Wert der landwirtschaftlichen Güter bei drei bis fünf Franken pro Quadratmeter geblieben ist und der Kaufwert der landwirtschaftlichen Gebäulichkeiten sich in diesen 20 Jahren nicht gesteigert hat: Ställe wurden stets zu 30 000 bis 40 000 Fran-



Die neue Freizeitlandschaft: Die Wirtschaftsform des Tourismus hat nicht nur die einst bäuerlich geprägten Dörfer verändert, sondern die Kulturlandschaft als ganze (Fiesch 1993).

ken versteigert. In der gleichen Zeitspanne verdreifachten sich die Preise für das Bauland. In den sechziger Jahren bezahlte man zwar im Dorf an Versteigerungen manchmal noch 20 Franken, doch zwei Deutschschweizer Ärzte bezahlten bereits damals 90 Franken pro Quadratmeter für ihren Baugrund und in zentraler Lage, neben dem Grandhotel, kostete der Quadratmeter Boden aktenkundig 112 Franken. Eine Generation später, im Jahre 1985, wird der Baugrund am Dorfrand zwischen 110 und 280 Franken gehandelt. Wir treffen erneut einen Arzt, der seinen Boden in der Peripherie von Saas-Fee 250 Franken pro Quadratmeter bezahlt.

Neben diesen allgemeinen Angaben ist aber auch der folgende Einzelfall aufschlussreich in Bezug auf das spekulative Bauen. Er löste im Kurort einige Reaktionen aus und führte mit zur Gründung der Pro Saas-Fee, einer überpartei-

chen Bürgerbewegung, die offen gegen den Spekulationsbau vorging. Im Jahre 1988 forderte sie mit 320 Unterschriften eine Gemeindeabstimmung über ein 13 Monate langes Moratorium für alle Bewilligungen von Neubauten, die mit dem Ergebnis von 470 Ja- zu 72 Neinstimmen ausging.<sup>53</sup>

Im erwähnten Fall erwarb ein Architekt und Immobilienhändler im Jahre 1984 an einer Versteigerung in Saas-Fee in der Nähe des Dorfes zwei Grundstücke und dies zum stolzen Preis von 730 Franken pro Quadratmeter. Der eingetragene Katasterwert von 130 Franken pro Quadratmeter wurde damit in einem mehr als üblichen Ausmass überschritten. In der Regel gilt nämlich höchstens eine Verdreifachung des Schätzungswertes als angebracht. Doch mit Hilfe der Banken war es dem Unternehmer ein leichtes, die Hypothekarmittel zu finden, die er für die geplante Überbauung

brauchte. Sein Bauvorhaben fiel in eine Zeit, als zum Beispiel die Walliser Kantonalbank erstmals in ihrer Geschichte mehr Hypothekarwerte aufwies als Spar- und Kassaeinlagen. Die heute mit drei stattlichen Appartmenthäusern im Stockwerkeigentum bestückte Wiese hat eine «beispielhafte» Preisentwicklung durchgemacht. In der ersten Jahrhunderthälfte wurde ihr Quadratmeterwert in Rappen gemessen, in Jahre 1962 betrug er rund hundert Franken und ab 1984 die erwähnten 730 Franken. Für die letzte, touristische Phase ergibt dies eine Zunahme um das 7,3-fache. Der gesamtschweizerisch als Referenzwert betrachtete Zürcher Baukostenindex stieg in der betreffenden Zeit aber bloss um das 2,2-fache.<sup>54</sup> Blicke hinzuzufügen, dass der erwähnte Architekt sein Büro nach Zürich verlegte, nachdem er in Saas-Fee den Spekulationsbau auf die Spitze getrieben und dadurch im Kurort ein neues Bewusstsein in Bezug auf den Bautourismus hervorgerufen hatte.

Wenden wir uns nun der Lage im untersten Walliser Seitental der Rhone zu. Im Gegensatz zum Saastal stehen hier nicht die wilde Natur und eine harte Berglandwirtschaft im Vordergrund des Selbstverständnisses der Einheimischen. Das Val d'Illeiez gilt etwa Clovis Seppey, dem Präsidenten der christlichdemokratischen Ortspartei, als grünes Tal mit grossen Viehherden: «Das Dorf Val-d'Illeiez liegt im Herzen eines grünen Tales, grün nicht nur, weil es vom Himmel grosszügig bewässert wird, sondern auch weil es gut gepflegt wird. Gemähte Wiesen und eine bedeutende Rindviehherde prägen das freundliche Landschaftsbild. Mit diesen Trümpfen fühlt sich das Dorf zum Tourismus berufen und es ist auch bereits an die touristischen Anlagen der Region 'Portes du Soleil' angeschlossen. Den angenehmen, dörflichen Charakter hat es dabei nicht verloren, wenn auch die Bevölkerung in stetem Wachstum begriffen ist. Von 894 Einwohnern im Jahre 1960 stieg deren Zahl auf 1350 im Jahre 1992.»<sup>55</sup> Dieses Porträt wurde nicht etwa für einen Werbeprospekt geschrieben, sondern für eine Regionalbeilage der Parteizeitung.

Um die Entwicklungsgeschichte dieser Region zu beleuchten, befragten wir zwei ehemalige Gemeindepräsidenten, Marcel Mariétan aus Champéry und Alphonse Défago aus Val-d'Illeiez. Auf dem Gebiet der letzteren Gemeinde entstanden in Voralpenhöhe die Reissbrettüberbauungen Torgon und Champoussin. Doch auch hier finden wir wieder die Anfänge der Konsortien. Alphonse Défago berichtet: «Die ersten Bodenverkäufe zum Ferienhausbau wurden von den Bauern in den Jahren 1955 bis 1960 getätigt. Die Käufer kamen in erster Linie aus dem Mittelwallis. Darunter waren Privatpersonen und Unternehmer, die sich – nach dem Vorbild von Crans-Montana – zu Konsortien zusammengeschlossen hatten. Sie hatten viel Gespür und wussten, woher der Wind blies. Schöne zusammenhängende Parzellen von drei bis vier Hektaren wechselten für hunderttausend Franken den Besitzer. Zuerst kamen die sumpfigen Gebiete an die Reihe, dann der Rest. Die Preise stiegen von 70 bis 80 Rappen auf fünf Franken pro Quadratmeter. Manch ein Zwischenhändler fiel dabei auf die Nase. Es war oft zum Lachen! Der Hauptinitiant von Champoussin wurde zum Beispiel Opfer der Schwankungen des Dollarkurses und riss seine belgische Bank mit in den Konkurs. Es kam auch vor, dass ein Unternehmer sich zum Kreditgeber für die Gemeinde entwickelte. Die Gemeindeverwaltung hatte oft Mühe, Kredite zu finden. So nahm Val-d'Illeiez ein privates Angebot an, das der Gemeinde drei Millionen Franken Kredit zusicherte, einen Teil davon à fonds perdu. Als Gegenleistung musste sie sich für den Bau einer Forststrasse in das vom Privatmann bestimmte Gebiet einsetzen. Unser Gemeinderat stimmte dem Abkommen zu, obwohl wir der Ansicht waren, das Überbauprojekt sei verfrüht. Wir stellten deshalb auch klar, dass es nicht Aufgabe der Gemeinde sein würde, weitere Erschliessungs- und Infrastrukturarbeiten zugunsten des Unternehmers auszuführen. Wir waren da sehr hart, denn jeder Private, der solche Ausgaben alleine bestreiten muss, bricht sich das Genick. Doch scheiterten die Initianten im ersten Anlauf nicht nur deswegen. Sie steckten auch



allzuviel Geld in die Werbung und verkauften Häuser, die noch nicht gebaut waren.»<sup>56</sup> Im Falle eines anderen Grossprojekts auf dem selben Gemeindeterritorium, in Torgon, standen allzu grosszügige Bankdirektoren später vor Gericht, wurden aber wegen Verjährung in den meisten Punkten freigesprochen.

Auch die Nachbargemeinde Champéry erlebte gescheiterte Projekte und Konkurrenz von Spekulanten. Ihr langjähriger Präsident, Marcel Mariétan, empfand dies als heilsamen Schock für die Bevölkerung. Dadurch wurde auch allen die Notwendigkeit eines Baureglements bewusst. Marcel Mariétan berichtet: «Als ich im Jahre 1968 die Präsidentschaft der Gemeinde übernahm, lag ein Projekt eines Architekten aus Monthey auf dem Tisch, das viel zu reden gab. Unweit des Dorfzentrums sollte ein elfstöckiger Turm mit 500 Fremdenbetten errichtet werden. Wir schalteten die kantonale Baukommission ein und es gab lange Verhandlungen mit dem Initianten, der übrigens juristisch durch einen nachmaligen Grossratspräsidenten vertreten wurde. Am Schluss war er bereit, auf das Projekt zu verzichten, forderte aber zweihunderttausend Franken Schadenersatz. Dies lag für unsere kleine Berggemeinde finanziell überhaupt nicht drin; wir mussten passen. Doch rettete uns der Konkurs des Initianten. Nach dieser Erfahrung gingen wir sofort an die Ausarbeitung eines Baureglements.»<sup>57</sup>

Ein weiteres Beispiel, wie im Chablais mit der grossen Kelle angerichtet wurde, ist das Projekt Planachaux oberhalb Champéry. Dort sollten auf einer Alp 2500 Ferienbetten entstehen. Hinter dem Vorhaben standen ein Waadtländer Pastor, ein Schwager von Bundesrat Roger Bonvin und der Schweizerische Bankverein. Das Konsortium erwarb neben der Endstation der dortigen Seilbahn 1,5 Millionen Quadratmeter Boden. Doch konnte es nicht den ganzen Boden nutzen und bot deshalb im Jahre 1986 einen Teil der aufgekauften Alp für rund eine halbe Million wieder an. Unter den Kaufinteressenten fanden sich auch Deutschschweizer Grossbauern aus dem Mittelland, die durch den

Erwerb ihr gesetzlich beschränktes Milchkontingent erweitern wollten. Im Dorf selbst herrschte etliche Aufregung. Vier Bürger schlossen sich zusammen, um die Alp zurückzukaufen. Sie argumentierten mit der nötigen Erhaltung der Landschaft für die Einheimischen, wollten aber auch potentielle Skipisten nicht überbauen lassen. Ihrer vorwiegend ideellen Motivation sind sie bisher treu geblieben.

### **Das stolze Nein des Wallis zum bäuerlichen Bodenrecht**

Am 27. September 1992 hatten die Schweizer Stimmberechtigten Gelegenheit, sich zur Neugestaltung des eidgenössischen Bodenrechts zu äussern. Es ging darum, den landwirtschaftlich genutzten Boden rechtlich besser zu schützen und dessen Weiterverkauf an Nichtlandwirte einzuschränken. Das neue Gesetz sollte die Stellung und die Existenz der Selbstbewirtschafter und der Familienbetriebe verbessern, indem es diesen beim Landerwerb Vorrechte einräumte. Gleichzeitig sollte es die weitere Parzellierung des Bodens sowie die Spekulation mit landwirtschaftlichem Boden verhindern. Die Walliser Landwirtschaftskammer liess im Vorfeld der Abstimmung folgendes verlauten: «Bei der Beurteilung der Lage ging die Walliser Landwirtschaftskammer vom heutigen Stand des Bodenrechts aus. Sie stellte fest, dass unser Kanton keine Norm besitzt, die es ihm erlauben würde, gegen die Spekulation, die Hortung oder die Zerstückelung von Grundbesitz rechtlich vorzugehen.»<sup>58</sup> Die Ja-Parole empfahl sie mit den Worten: «Die Walliser Landwirtschaftskammer wünscht sich, dass der landwirtschaftliche Boden nicht zum Tummelplatz der Spekulanten wird. Der Boden soll zur Erhaltung einer lebensfähigen und leistungsstarken Landwirtschaft beitragen.»<sup>59</sup>

Dessenungeachtet verwarfen die Walliser Stimmbürgerinnen und Stimmbürger das vorgeschlagene neue Bodenrecht massiv mit 46 136 Nein gegen 16 461 Ja-Stimmen. Der Kanton

Wallis zeichnete sich mit einem Anteil von 26,3 Prozent Ja-Stimmen durch die tiefste Annahmquote aller Kantone aus und liess alle andern weit hinter sich zurück. Als nächster Stand folgte Appenzell-Innerrhoden mit 41,3 Prozent Ja-Stimmen. Gesamtschweizerisch wurde die Vorlage mit einem Ja-Anteil von 53,6 Prozent angenommen.

Die Voxanalyse des Forschungszentrums für schweizerische Politik führte diese unterdurchschnittliche Zustimmung auf die spezifische bodenrechtliche Situation in der Südwestschweiz zurück und hielt fest: «Das bäuerliche Bodenrecht stiess im Kanton Wallis, der eine breite Streuung des Landeigentums kennt, und in Teilen der föderalistisch gesinnten Westschweiz auf den stärksten Widerstand.»<sup>60</sup> Die Studie erwähnt weiter, dass die Konfliktlinie zwischen den Sprachgrenzen bei dieser Abstimmung wenig ausgeprägt war, obwohl das vorausgegangene Referendum in der Westschweiz proportional mehr Unterschriften gefunden hatte. Die Walliser Resultate bezeugen dennoch deutlich einen Unterschied zwischen dem welschen Kantonsteil mit bloss 22,6 Prozent Ja-Stimmen und dem deutschsprachigen Oberwallis mit 34,79 Prozent Ja-Stimmen. Von den Gemeinden mit einer positiven Mehrheit lagen sieben im Oberwallis (Biel, Binn, Geschinen, Martisberg, Bratsch, Inden und Unterems) und nur eine im Unterwallis (Icogne).

In den Walliser Abstimmungskommentaren ist vom Ja der Walliser Landwirtschaftsorganisationen nicht mehr die Rede. Guy Voide, Präsident der regierenden christlichdemokratischen Volkspartei, forderte sogleich eine Relativierung der neuen eidgenössischen Verordnungen: «Die Annahme des neuen bäuerlichen Bodenrechts wird schwere Folgen haben für das Eigentumsrecht. Wenn es ein Gebiet gibt, auf dem man einen zunehmenden Einfluss des Staates feststellt, so ist es sicher dasjenige der Bodenpolitik. Wir haben, leider, einen neuen Schritt in Richtung Sozialisierung des Bodens getan. Ich hoffe, dass die Anwendung dieses Rechts, die

den Kantonen überlassen wird, dem von den Wallisern ausgedrückten Willen Rechnung getragen wird.»<sup>61</sup> Noch pathetischer verfasst der Sekretär der freisinnig-demokratischen Partei, Adolphe Ribordy, seinen Kommentar. Er schreibt: «Die Schweizer Bauern haben hier ihr letztes Geschenk erhalten. Ihr Ja, das mit Hilfe der städtischen Agglomerationen zustande kam, presst sie in das traditionelle Schweizer Schema von Familienbetrieben, die nicht zu gross und nicht zu klein sein dürfen. Sie werden ihre Existenz bloss den Reglementen verdanken. Und zusätzliche Kosten wird diese Idylle auch noch bringen. Man kann sagen, dass die Schweizer Landwirtschaft am 27. September museumsreif wurde.»<sup>62</sup> Für den Sozialisten Alfred Rey ist das Resultat keine Überraschung. Er versucht zudem eine Erklärung des unterschiedlichen Stimmverhaltens in den zwei Kantonsteilen zu geben: «Die Oberwalliser haben die Vorlage stärker angenommen, weil sich dort die bäuerlichen Vereinigungen stärker dafür einsetzten und weil dort die Abstimmungsdebatte offener war. Es überrascht nicht, dass das Oberwalliser Abstimmungsergebnis demjenigen der Innerschweizer Bauern näher kam. Die Oberwalliser Landwirtschaft unterscheidet sich von derjenigen im Unterwallis. Im oberen Kantonsteil hängt man stärker am landwirtschaftlichen Familienbetrieb, und das Misstrauen gegenüber auswärtigen Käufern ist dort ausgeprägter.»<sup>63</sup>

Was lässt sich neben diesen ideologisch gefärbten Kommentaren zum Abstimmungsergebnis sagen? Machen wir erneut einen Vergleich zwischen Champéry und Saas-Fee: In der Unterwalliser Gemeinde fanden sich 23,65 Prozent Ja-Stimmende, in der Oberwalliser Gemeinde deren 37,2 Prozent. Das ganze Val d'Illeiez kam auf 26,03 Prozent Ja-Stimmen, das Saastal auf deren 30,59. Erste Feststellung: Im Val d'Illeiez spielt die Landwirtschaft mit 2,9 Prozent des Steuereinkommens eine weit bedeutendere Rolle als in den vier Saaser Gemeinden, wo die Landwirtschaft mit nur 0,9 Prozent zum Gesamtsteuereinkommen beiträgt. Zweite Feststellung: Die Steuerabgaben der Bauwirtschaft

sind im Val d'Illeiez mit 10,2 Prozent Spitzenreiter in der Steuerstatistik, während im Saastal die Abgaben der touristischen Berufe mit 26 Prozent die Spitzenposition einnehmen, wobei das Baugewerbe auch hier für 8 Prozent der Steuereinnahmen sorgt. Drittens gibt es auch bei den absoluten Zahlen einen deutlichen Unterschied zwischen den beiden Regionen. Bei den Steuern aus dem Baugewerbe standen in der letzten Steuerperiode 11,6 Millionen im Val d'Illeiez den nur 6 Millionen Franken aus dem Saastal gegenüber. Noch aufschlussreicher ist die Tatsache, dass zwischen 1987 und 1992 der Katasterwert der Bausubstanz, ohne öffentliche und industrielle Bauten, im ersten Fall um 169,6 Millionen Franken anwuchs und im zweiten Fall um 73,1 Millionen Franken.<sup>64</sup>

Anhand dieser Zahlen lässt sich leicht begreifen, warum Baugewerbe, Stimmbürger und politische Behörden im Unterwallis das spekulationshemmende neue bäuerliche Bodenrecht stärker verwarfen. Zudem erhärtet sich der Verdacht, dass eine zahlenmässig stärkere Bauernschaft im Unterwalliser Seitental immer noch auf eine touristische Verwertung ihres Bodens hofft. Auch klingt noch die Klage des Regionalplanungsverbandes am westlichen Kantonsende nach, die er formulierte, als der Bund 1981 ein neues touristisches Erschliessungsprojekt in der Region wegen allzugrossen Waldrodungen verhinderte: «Es geht darum, die Lebensbedingungen dort zu verbessern, wo die Menschen leben wollen, und nicht dort, wo die Wirtschaft es haben will. Sonst verschlechtern wir nur die Lebensqualität in den Städten, während die ländlichen Gebiete verwahrlosen. Die Finanzplätze würden weiter aufgewertet und die Naturräume vernachlässigt. Letztendlich geht es hier nämlich um die Erhaltung der wahren Natur des Menschen.»<sup>65</sup>

Wie ernst man es mit der Erhaltung der Berglandwirtschaft während rund einem halben Jahrhundert meinte, haben wir in unserer Untersuchung gesehen. Als vorläufiger Höhepunkt der ideologisch verbrämten, bloss verbalen Ret-

tungsversuche der Berglandwirtschaft sei hier zum Schluss Jean-Marie Fournier, Immobilienkönig von Veysonnaz im Mittelwallis und stolzer Besitzer von dreissig Eringerkühen, zitiert, der sich folgendermassen definiert: «Die Viehzucht, die Berglandwirtschaft, die traditionelle Architektur sind ein Teil unseres Erbes. Warum sollten wir das alles opfern? Ich bin ein Immobilienhändler, zugegeben, doch bin ich auch stolzer Besitzer von dreissig Kühen. Wir müssen uns der Vergangenheit verbunden fühlen, doch sie gleichzeitig als Marketingprodukt verkaufen. Sie können sich nicht vorstellen, wieviel Touristen ich in meinem Stall im Zielgelände der Bärenpiste empfangen! Sie sind jedesmal begeistert. Dank des Tourismus können wir die Tradition erhalten. Die Oberwalliser haben das begriffen, darum sind sie so stark.»<sup>66</sup>

Die letzte Behauptung steht etwas quer in der Landschaft, denn in Saas-Fee zum Beispiel würde Jean-Marie Fournier wohl etliche Mühe haben, die «traditionsbewussten» Vertreter der Interessengemeinschaft Pro Saas-Fee von ihrem Anti-Spekulationskurs abzubringen. Mit ihren politischen Vorstössen beabsichtigen sie nämlich, «den Spekulanten möglichst viele Hindernisse in den Weg zu stellen»<sup>67</sup> und dies erst noch mit der Unterstützung des örtlichen Hoteliersvereins. Einen Verbündeten würde er dagegen vielleicht in der Person des Feer Unternehmers Waldemar Kalbermatten finden, der an die Adresse der Interessengemeinschaft Pro Saas-Fee schrieb: «Die IG Saas-Fee würde besser tun, ihren vielen Ja-Stimmen der Saas-Feer Bevölkerung, die sie damals mit zwei, drei überzeugenden Argumenten überrumpelt hat, die Wahrheit zu sagen, ihnen mitzuteilen, dass man alles versucht hat, um die Spekulation einzudämmen, dass es aber keine Eindämmung gibt, die nicht auch der Bürger und Ortsansässige in gleicher Art und Weise ebenfalls einzuhalten hat.»<sup>68</sup> Ob da wirklich alle in derselben Art und Weise betroffen wären, lässt sich aufgrund unserer Untersuchung ebenso bezweifeln wie die Behauptung, dass im Wallis alles unternommen worden sei, um die Spekulation einzudämmen.

## Anmerkungen

- 1 *Amtsblatt des Kantons Valais*, 1992, Nr. 6, S. 161.
- 2 C. DEFAGO, F. MARIETAN, *Champéry, village ou station?* Champéry 1984.
- 3 Grossratssession vom 27. bis 31. Januar 1992.
- 4 Bund freier Architekten u.a., *Arbeitsdokument für ein neues Baugesetz*. Sitten 1992, Manuskript S. 7.
- 5 Siehe L. BOLTANSKI, I. TEVENOT, *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris 1991.
- 6 E. ECKERT, «La lire prend refuge en Valais», in *L'Hebdo*, Nr. 42, Lausanne, 1992, S. 30 ff, Übersetzung.
- 7 Siehe G. DI MEO, *L'homme, la société, l'espace*. Paris 1991.
- 8 R. ALBONICO, «Zu zwei Dritteln Berggebiet», in R. GERSTER (Hrsg.), *Die Entdeckung der Schweiz*. Basel 1980, S. 53.
- 9 Kantonaler Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte, Jahresberichte, Manuskripte und Drucke, 1933-1962, Kantonsbibliothek Sitten.
- 10 S. DAYER (Hrsg.), *Aspects de l'économie valaisanne*. Sitten 1992, S. 33.
- 11 Kantonaler Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte, *Jahresbericht* 1948, Sitten, S. 4-5.
- 12 idem, *Jahresbericht* 1962, S. 22.
- 13 Schweizerische Winterhilfe, *Jahresbericht* 1955/56, Zürich, S. 9.
- 14 *Secours suisse d'hiver du Valais romand*, Sion, *Rapport d'activité* 1955/56, S. 2.
- 15 Société valaisanne de recherches économiques et sociales, *Une étape nouvelle pour le Valais*. Sitten 1953, S. 10.
- 16 Konrad SCHMID, Immobilienhändler, Gemeindegemeinschaftler von Glis und Mitglied der kantonalen Katasterschätzungskommission.
- 17 Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte, *Jahresbericht* 1960, Sitten, S. 15.
- 18 A. KEMPF, *Waldveränderungen als Kulturlandschaftswandel, Walliser Rhonetal*. Basel 1985, S. 208.
- 19 Richard ANDEREGGEN, Katasterschätzungsinspektor für das Oberwallis, mündliche Angaben, Naters 1992.
- 20 M. EVEQUOZ, «L'évolution de l'économie valaisanne de 1850 à 1985», in S. DAYER, wie Anm. 10, S. 59, Übersetzung.
- 21 Richard ANDEREGGEN, mündliche Auskunft, 1992.
- 22 Der Gründer der Dynastie, Alexander Seiler, lebte von 1819 bis 1891. Die 1908 gegründete Hotel Seiler Aktiengesellschaft umfasste 1200 Betten und beschäftigte 750 Angestellte.
- 23 C. SEILER, «Lebensqualität als Grundlage für eine qualitative wirtschaftliche Entwicklung», in *CHD Wirtschaft*, Nr. 9, Zürich 1991, S. 19.
- 24 Grundbuchamt Brig, Akten der Gemeinde Randa.
- 25 H. HELLER, *Die Flur von Ernen, Struktur und Entwicklung*. Bern 1965, Plan 17: Grundeigentum der Familie Niggeli, 1905-1961.
- 26 Grundbuchamt Brig, Akten der Gemeinde Mühlebach.
- 27 Konsortium «Hanfbiel», Prospekt, Ernen 1992.
- 28 Siehe J. DUMONT, P. VANDOOREN (Hrsg.), *La Sociologie, Dictionnaire du Savoir moderne*. Paris 1972, S. 11-12. – E. DURKHEIM, *De la division du travail social*. Paris 1893.
- 29 Kantonaler Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte, *Jahresbericht* 1961, S. 8.
- 30 Wie Anm. 29, S. 9.
- 31 C. DEFAGO, F. MARIETAN, wie Anm. 2, S. 22.
- 32 Vereinigung Oberwalliser Bergbauern, *3. Jahresbericht*, Ernen 1956, S. 19.
- 33 Ernest ROTEN gibt heute an, dass der Verkaufswert landwirtschaftlichen Bodens dessen Ertragswert um das 26fache übersteige. *Walliser Bote* 9.9.1992.
- 34 Kantonaler Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte, *Jahresbericht* 1955, S. 1.
- 35 Kantonaler Hilfsfonds zugunsten notleidender Landwirte, *Jahresbericht* 1962, S. 24.
- 36 C. DEFAGO, F. MARIETAN, wie Anm. 2, S. 26, Übersetzung.
- 37 L. BOLTANSKI, I. TEVENOT, wie Anm. 5, S. 300, Übersetzung.
- 38 Georges MARIETAN, Gemeindepräsident von Champéry, und François KUONEN, Stadtarchitekt von Monthey, mündliche Angaben, Sommer 1992.
- 39 Oskar SUPERSAXO, Saas-Fee, mündliche Angaben, Herbst 1991.
- 40 Marcel MARIETAN, Champéry, Interview, Januar 1991.
- 41 Georges MARIETAN, mündliche Aussagen zur Rückzonung des Gebietes «Fenelliers» in Champéry, Sommer 1992.
- 42 Archiv der «Pro Saas-Fee» bei Oskar SUPERSAXO, Saas-Fee.
- 43 Staatsrat des Kantons Wallis, *Verwaltungsbericht des Finanzdepartements* 1954, Sitten, S. 23.

- 44 Staatsrat des Kantons Wallis, *Verwaltungsbericht des Bau- und Forstdepartements 1954*, Sitten, S. 46.
- 45 Hans BIELER, ehemaliger Grundbuchverwalter von Brig, mündliche Angaben, Sommer 1991.
- 46 Staatsrat des Kantons Wallis, *Verwaltungsbericht des Departements des Inneren 1957*, Sitten, S. 34.
- 47 Staatsrat des Kantons Wallis, *Verwaltungsbericht des Finanzdepartements 1959*, Sitten, S. 23.
- 48 Vereinigung Oberwalliser Bergbauern, *3. Jahresbericht*, Ernen 1956, S. 19-20.
- 49 Wie Anm. 48.
- 50 M. EVEQUOZ, wie Anm. 20, S. 65.
- 51 Staatsrat des Kantons Wallis, *Jahresbericht des Finanzdepartements 1961*, Sitten, S. 38.
- 52 Initiativkomitee Pro Saas-Fee, *Informationsbroschüre*, Saas-Fee 1989, S. 2.
- 53 Walliser Bote, 6. Februar 1989, «Demonstration gegen die Spekulation!», S. 7.
- 54 Grundbuchamt Brig, Akten der Gemeinde Saas-Fee.
- 55 C. SEPPEY, «Val d'Illicz - une commune où il fait bon vivre», in *Valais demain*. Sitten, 24. Oktober 1992, S. 5, Übersetzung.
- 56 Alphonse DEFAGO, Alt-Gemeindepräsident von Val-d'Illicz, Interview im Dezember 1991, Übersetzung.
- 57 Marcel MARIETAN, Alt-Gemeindepräsident von Champéry, Interview im Dezember 1991, Übersetzung.
- 58 Chambre valaisanne d'agriculture, «Le sol, outil de production», in *Nouvelliste et Feuille d'Avis du Valais*. Sitten, 22. September 1992, S. 8, Übersetzung.
- 59 Wie Anm. 58.
- 60 Gfs-Forschungsinstitut, *VOX-Analysen eidgenössischer Urnergänge*, Bern 1992, S. 1 und 43.
- 61 Guy VOIDE, «La satisfaction ne peut être complète», in *Valais demain*, Sitten 1992, Nr. 35, S. 1, Übersetzung.
- 62 Adophe RYBORDY, Leitartikel, *Le Confédéré*, Siders 1992, Nr. 69, S. 3, Übersetzung.
- 63 Alfred REY, «Des résultats attendus», in *Le peuple valaisan*, Sitten 2. Oktober 1992, S. 4, Übersetzung.
- 64 *Amtsblatt des Kantons Wallis*, Sitten, 9. Oktober 1992. Kantonales Amt für Statistik und Angaben der kantonalen Steuerverwaltung.
- 65 M. MARIETAN, P. MAYOR, CRAMS, *Programme de développement. Région Aigle-Monthey-St.Maurice. Objectifs et mesures*. 1981, S. 420, Übersetzung.
- 66 Jean-Marie FOURNIER, «Une station, c'est comme une marque de chips: il faut la vendre!», Interview Thierry OTT, in *Journal de Sierre*, Siders, 8. Januar 1993., S. 16, Übersetzung.
- 67 *Saas-Fee News*, Saas-Fee, September 1989, S. 14.
- 68 Waldemar KALBERMATTEN, in *Saas-Fee News*, Saas-Fee, September 1989, S. 16.



# Zur Ästhetik des Tourismus

## Manifestationen der Freizeitindustrie in Crans-Montana und Zermatt

Thomas Antonietti

Der folgende Beitrag fragt nach Ausdrucksformen, über welche sich der heutige Tourismus darstellt, mitteilt und legitimiert. Der Begriff Ästhetik wird also bewusst sehr weit gefasst und umschreibt ganz allgemein das Bemühen eines Systems, sich über konkrete Äusserungen Gestalt zu verleihen. Die vier gewählten Fallbeispiele stammen dabei aus den Bereichen Architektur, politische Kultur, Bergführerberuf und Festwesen.<sup>1</sup>

### Die Stadt in den Bergen muss ein Dorf bleiben

#### *Zur touristischen Entwicklung von Zermatt und Crans-Montana*

Als Wirtschaftsfaktor eine Rolle zu spielen begann der Tourismus in Zermatt gegen 1850. Die Publizität rund um die Erstbesteigung des Matterhorns im Jahre 1865 bewirkte einen ersten touristischen Entwicklungsschub, die Inbetriebnahme der Eisenbahn Visp - Zermatt 1891 einen zweiten. Zur gleichen Zeit, als in Crans-Montana das erste Hotel gebaut wurde (1892), fand in Zermatt bereits die erste Absatzbewegung eines exklusiven Grossbürgertums von der allmählich einsetzenden Demokratisierung des Reisens statt. Die verzögerte Entwicklung zwischen 1914 und 1945 vermochte auch die vergleichsweise späte Einführung des Winterbetriebes (1927/28) nicht zu beschleunigen. Die eigentliche Homogenisierungsphase in Richtung touristischer Monokultur setzte deshalb in Zermatt erst nach dem Zweiten Weltkrieg voll ein: 1941 arbeiteten noch 27,4% der aktiven Bevöl-

kerung in der Landwirtschaft, 1950 waren es 16,7% und 1960 5,6%. Zwischen 1957 (Luftseilbahn Zermatt - Schwarzsee) und 1980 (Erschliessung des grössten Sommerskigebietes der Alpen durch die Luftseilbahn auf das Kleine Matterhorn sowie Bau der Alpenmetro Zermatt - Sunnegga mit einer Transportkapazität von 2600 Personen pro Stunde) fand ein Ausbau der touristischen Infrastrukturen und Transportanlagen statt, der den Tourismus von Zermatt auch qualitativ stark veränderte. 1968/69 überschritt die Zahl der jährlichen Logiernächte erstmals die Millionengrenze, 1989/90 erreichte sie 1,7 Millionen.

Heute stammen über 90% der erzielten Einkommen in Zermatt aus Tourismus und Dienstleistungen. Das Fiskaleinkommen pro Kopf gehört zu den höchsten im Kanton. Zur touristischen Infrastruktur gehören 112 Hotels, 19 000 Gästebetten, 40 Transportanlagen sowie weit über 100 Beschneiungsanlagen. Die Nutzungsplanung von 1990 lässt einen Ausbau auf insgesamt 38 000 Betten zu. Von den 4751 EinwohnerInnen (Stand 1991) sind 27% AusländerInnen mit Aufenthalts- oder Niederlassungsbewilligung; nicht mitgerechnet sind dabei die schätzungsweise 2700, vor allem aus Portugal kommenden Saisonangestellten. 1990 kamen 65% der Gäste aus dem Ausland, und zwar – in dieser Reihenfolge – aus Deutschland, USA, England, Japan, Frankreich, Italien usw. Die vom Zermatter Kurdirektor 1991 lancierte Werbeidee «Best of the Alps», ein Zusammenschluss von elf «Traditionskurorten» im Alpenraum, zielt auf die oberen Kaufkraftklassen in eben diesen Ländern ab: in Zukunft soll die *Unique Selling Proposition* «Tradition und Atmosphäre» gegenüber neuen





Inneres einer Bankschalterhalle an der Bahnhofstrasse von Zermatt (Aufnahme 1991).

Stationen – amerikanische Skiorte sowie Retortenorte im Alpenraum – vermehrt ausgespielt werden.

Ganz anders verlief demgegenüber die touristische Entwicklung von Crans-Montana. Vor der Zeit des Tourismus war das Plateau von Crans-Montana die Maiensässzone der Gemeinden Chermignon und Montana. Die touristische Entwicklung setzte zuerst in Montana ein, mit dem ersten Hotel im Jahre 1892 und dem ersten Sanatorium 1899. Für den Alpinismus wenig geeignet, setzte die Station auf Sportarten wie Bob, Skijöring oder Eislauf sowie Tennis, Baden oder Wind-Surfing. Einen Wintertourismus kannte sie schon zu Beginn des Jahrhunderts. Zum eigentlichen Entwicklungsfaktor wurde indessen der 1906 eingeführte Golfsport.

Kennzeichnend für Crans war ein Sporttourismus, umgeben vom Hauch eines Nobelkuror-

tes. In Montana entwickelte sich demgegenüber ein stark von Zugezogenen bestimmter Kurtourismus mit Sanatorien. Einen ersten Boom erlebte die Station in den Jahren 1911 bis 1914 und auch die krisenhaften zwanziger und dreissiger Jahre überstand sie dank Sportanlässen und Kuraufenthalten besser als andere Fremdenstationen. Nach dem Zweiten Weltkrieg avancierte Crans zum internationalen Modeort, während Montana dank einer steten Steigerung der Kuraufenthalte bis 1956 zahlenmässig bedeutender blieb. Vor allem nach 1960 geriet die Station in eine Entwicklung, welche stark von Spekulation und Fremdkapital bestimmt war. Der Bauboom der sechziger und siebziger Jahre veränderte das Gesicht der Station vollständig. 1969 entstand zudem in Aminona eine retortenartige Nebenstation. Bereits seit dem Ende der fünfziger Jahre geriet die Hotellerie gegenüber der Parahotellerie kontinuierlich ins Hintertreffen. Ab 1975 folgte dann eine Reihe schlechter Tou-



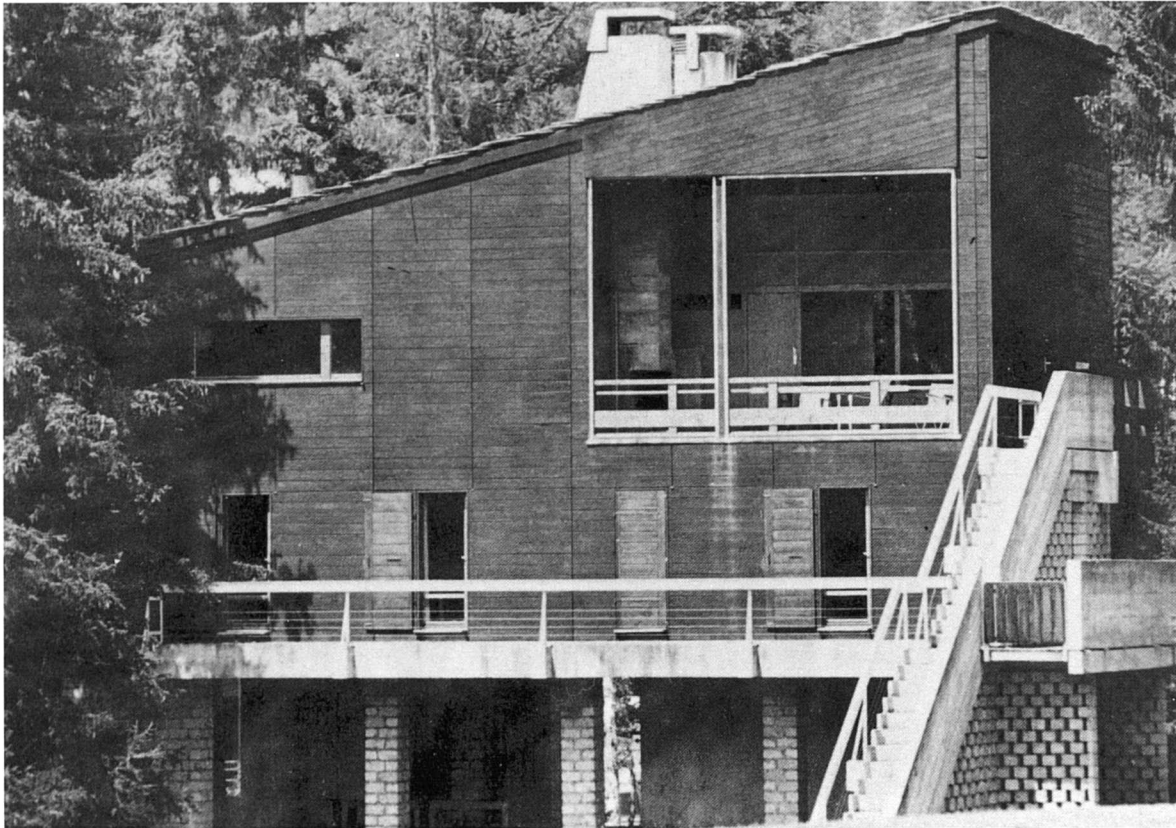
Neubau in Crans-Montana (Aufnahme 1992).

rismusjahre, was die Station in einen gewissen Zugzwang brachte.

Heute muss sich Crans-Montana auf eine geänderte Gästestruktur einstellen. Das Image setzt auf Sport, Shopping, Unterhaltung und Kongress. Zur touristischen Infrastruktur gehören gegen 50 Transportanlagen sowie zahlreiche Sporteinrichtungen. Das Verhältnis zwischen Niedergelassenen und Feriengästen beträgt in Spitzenzeiten 3000 zu 40 000. Die Übernachtungszahlen erreichten 1991 mit 1,7 Millionen eine neue Rekordhöhe, allerdings bei – gegenüber Zermatt – klar geringeren Auslastungsziffern. Ein kennzeichnendes Merkmal ist das markante Ungleichgewicht der Kapazitäten von Hotellerie und Parahotellerie, die in einem Verhältnis von 1:9 stehen. Zu den wichtigsten Märkten von Crans-Montana gehören – neben der Schweiz – Frankreich, Italien und Deutschland.<sup>2</sup>

### *Das Lavieren zwischen Dorf und Stadt*

Von Anfang an war die Entwicklung der Doppelstation Crans-Montana von Gegensätzen geprägt. Bereits zur Zeit des Ersten Weltkriegs kam es zu ersten Abspaltungen, und ab 1928 organisierten sich beide Seiten in eigenen Verkehrsvereinen. Dieser für Crans-Montana charakteristische Antagonismus äussert sich auf den verschiedensten Ebenen, zum Beispiel in unterschiedlichen Strukturen zwischen den Dörfern und der Station. Für den Tourismus relevanter sind jedoch die Konkurrenzlagen zwischen den sechs am Hochplateau beteiligten Gemeinden, deren Einbindung in die touristische Entwicklung im übrigen recht unterschiedlich verlief. Als trennende Faktoren wirken zudem die innerdörfliche Konkurrenz zwischen Clangruppen sowie der Umstand, dass der Grad der wirtschaftlichen Abhängigkeit der betroffenen Gemeinden vom Tourismus zwar hoch, jedoch bei weitem nicht



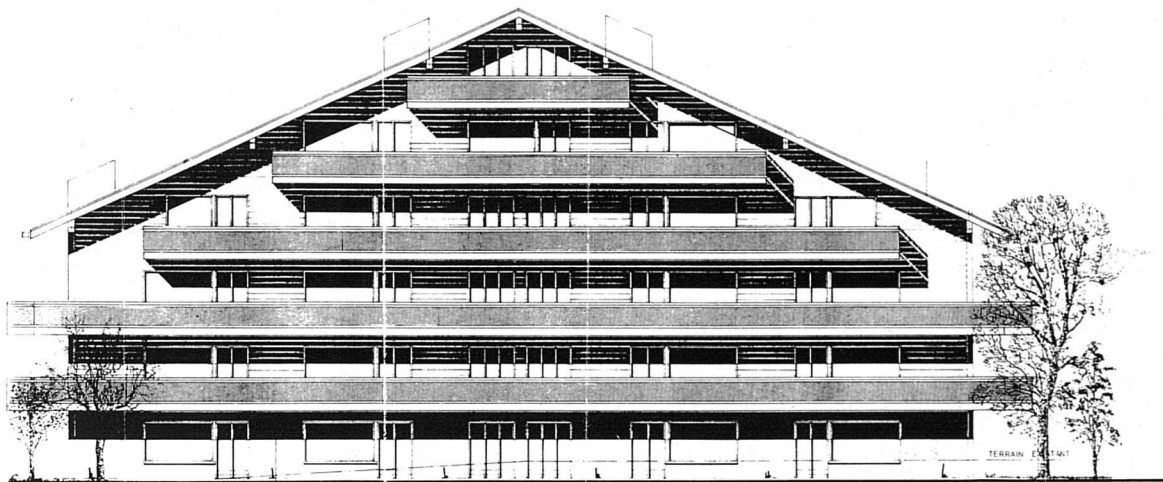
Das 1958 fertiggestellte Haus «Le Framar» in Crans, Ansicht von Süden.

so hoch ist wie beispielsweise derjenige von Zermatt.

Trotz zunehmender Forderungen aus Wirtschaftskreisen nach einem engeren Zusammengehen hat sich an der Doppelspurigkeit der touristischen Organisationen von Crans-Montana bis heute konkret nichts geändert. Der Hauptgrund dafür liegt in einem Gegensatz zwischen der politischen und mentalitätsmässigen Ebene, die eher ans Dorf gebunden blieb, und den wirtschaftlichen Interessen, die eher mit der Station verknüpft sind.<sup>3</sup> In Zermatt gründen demgegenüber die innerdörflichen Rivalitäten eher im Antagonismus zwischen Bürger- und Municipalgemeinde, wobei sich die Burgerschaft dank einem frühen Einstieg ins Tourismusgeschäft eine wirtschaftlich sehr starke Position zu sichern vermochte. Vom starken sozialen Wandel der Gemeinde blieb das politische System bisher äusserlich unberührt: noch immer sitzen im

Gemeinderat von Zermatt ausschliesslich Vertreter der traditionellen Familienparteien mit Christdemokraten und Christlichsozialen. Ganz allgemein ist in Zermatt wie in Crans und – etwas weniger – in Montana die Herkunft bei der Partizipation an lokalen Entscheidungsprozessen noch immer ein wichtiges Kriterium.

Unter der Oberfläche bleiben also traditionelle Muster wirksam, die der ökonomischen Entwicklung zuwider oder hinterher laufen. Die Folge ist ein Verharren in dörflichen Strategien innerhalb einer städtischen Situation. Doch das Verharren im Alten ist ein Verhalten, das den Stationen auch von aussen aufgezwungen wird. Die Bedürfnisse und Erwartungen des Publikums lassen in den Bergen nur einen Siedlungstyp zu: das Dorf als Ausdruck einer vermeintlich geschlossenen Gemeinschaft. Aus diesen gegenläufigen Tendenzen entsteht eine Spannung, die sich nicht zuletzt auch visuell entlädt.



Nicht bewilligtes Neubauprojekt, das am Ort des abgerissenen «Le Framar» hätte gebaut werden sollen.  
Ansicht von Süden, Planzeichnung 1976.



Neubau am Standort des ehemaligen «Le Framar», Ansicht von Süden, Aufnahme 1992.



## Die verpasste Chance: Ferienarchitektur

### *Das Ereignis: Ein modernes Chalet in den Bergen*

1957/58 erstellt Jacques Favre, Professor für Architektur an der Technischen Hochschule in Lausanne (EPUL), in unmittelbarer Nähe des Golfplatzes von Crans-Montana das Ferienhaus «Le Framar».<sup>4</sup> Als einer, der wenig baut, realisiert Favre im Framar all das, was zu seinen architektonischen Überzeugungen gehört. Favres Bau bricht mit der Standardbauweise des alpinen Chalets und findet in Architekturkreisen weit über die Westschweiz hinaus Beachtung. «Favre hat mit einem einzigen Haus gezeigt, dass in den Bergen bauen erst dann zur Architektur wird, wenn wir von der Sentimentalität der Bergbauernverkleidung, genannt Chalet, wegkommen,» schreibt der Architekturkritiker Benedikt Loderer noch dreissig Jahre nach dem Bau des Framar.<sup>5</sup>

Nach dem Tod von Jacques Favre geht das Gebäude in den Besitz von dessen Bruder über, der das Gelände an einen Bauinteressenten weiterverkaufen will. Ein erstes Baugesuch wird jedoch 1976 von allen Instanzen abgelehnt, ein zweites, eingereicht 1979, wird von der Gemeinde Lens akzeptiert, von der kantonalen Baukommission jedoch wegen formalen Mängeln sistiert. Die Projekte von 1976 und 1979 stellen dabei geradezu den Prototyp des alpinen Jumbo-Chalets dar: 21 Wohnungen in einem Beton- und Zementbau mit Holzverkleideten und weissverputzten Fassaden, Balkonbändern vorne, und hinten und eternitgedecktem Giebeldach.

Durch die zwei Baugesuche hellhörig geworden, intervenieren 1978 und 1979 verschiedene Fachverbände bei den zuständigen kantonalen Instanzen. Gleichzeitig wird eine Petition eingereicht, die unter Hinweis auf die «nationale Bedeutung» des Gebäudes dessen Abbruch zu verhindern versucht. Nach einer Ortsschau im Juni 1979 ergeht vom Kanton ein Auftrag an die Eidgenössische Technische

Hochschule in Lausanne, einen Bericht über das Gebäude zu verfassen. Dieser trifft am 15. November beim Staatsrat ein. Kurz zuvor geht das Framar endgültig an den neuen Besitzer über, der ohne entsprechende Bewilligung des Kantons den Abbruch verfügt. In der Nacht vom 28. auf den 29. November 1979 wird das Framar dem Erdboden gleichgemacht, tags darauf, um 14.40 Uhr, verfügt die Kantonspolizei auf Geheiss der kantonalen Baukommission die Einstellung der Abbrucharbeiten. Der von der kantonalen Baukommission verlangte Wiederaufbau bleibt im Rekursverfahren hängen. Das im selben Verfahren nicht bewilligte Neubauprojekt wird Ende der achtziger Jahre doch noch realisiert.

### *Was ist ein Chalet?*

Das Framar hätte für die Walliser Architektur zur Herausforderung werden können. Doch statt dessen stiess es auf Verständnislosigkeit und Abwehr. Darauf verweist nicht nur der Abbruch, sondern auch die Banalität des geplanten Neubaus – und das Verhalten der kantonalen Baukommission. Diese erteilte seinerzeit die Bewilligung erst nach langem Zögern – sie hätte anstelle des Pultdaches lieber ein Satteldach gesehen – und mit der Auflage, das Gebäude mit Bäumen zu umgeben. Und in der entscheidenden Phase versäumte sie es, den neuen Besitzer vom architektonischen Wert des Gebäudes in Kenntnis zu setzen.

Der damals zuständige Präsident der kantonalen Baukommission, Maurice Zermatten, erinnert sich 35 Jahre nach dem Bau des Framar und 13 Jahre nach dessen Abriss:<sup>6</sup> «Ich glaube, dass im Fall Favre auch die grosse Überheblichkeit des Architekturprofessors der Universität Lausanne eine Rolle gespielt hat, der zu diesen armen, rückständigen Wallisern kommt, die nichts wissen und nichts verstehen, und der sagt: 'Ich werde denen zeigen, wie man das macht.' Für mich war das der absolute Verrat. [...] Das hatte nichts mehr von einem Chalet

bau, weder von der Idee noch von der Form her.» Und auf die Frage nach den Definitionskriterien eines Chalets antwortet Zermatten: «Es gibt ein Kriterium, welches ich zu definieren versucht habe, das ist dasjenige des Hauses. In einem Haus will man sich zuerst einmal ein wenig wohl fühlen. Man will Licht haben, man will vor Kälte und Hitze geschützt sein, es gibt eine Reihe von Kriterien, die in Richtung Schutz des Lebens gehen. Es gab damals eine Polemik, deren Details ich inzwischen vergessen habe. Aber ich erinnere mich noch sehr gut, als ich dort [ins Chalet Framar] eingetreten war, sagte ich: das ist eine geistige Verirrung. An was werden sich diese Leute halten? Gut, da ist das Esszimmer. Aber das Esszimmer sehen Sie von oben, Sie sehen es rechts, Sie sehen es links, das ist kein Esszimmer. Es gab keinen einzigen Raum, der seine menschliche Bestimmung gehabt hätte.»

### *Von der Geistigen Landesverteidigung zur postmodernen Beliebigkeit*

Der vor allem in den zwanziger und dreissiger Jahren praktizierte Rückzug auf ein bäuerliches Erbe<sup>7</sup> wirkte im Bauwesen auch nach dem Zweiten Weltkrieg weiter. Eine Entwicklung, die insofern nicht zwingend war, als gerade in den zwanziger und dreissiger Jahren in der Schweiz neue Architekturformen entwickelt wurden, die internationale Beachtung fanden.<sup>8</sup> Die ideologisch gefärbten Vorstellungen von Heimatschutz und Wissenschaft<sup>9</sup> fanden nun ihren Niederschlag in staatlichen Bauverordnungen. Im Wallis war dies eine staatsrätliche Verordnung aus dem Jahre 1944<sup>10</sup>, die sämtliche Um- und Neubauten im Kanton der Bewilligung durch die neu geschaffene kantonale Baukommission unterstellte und deren Ziel es war, «zu vermeiden, dass in unserem Kanton zunehmend Gebäude mit fremden Formen und von schlechtem Geschmack entstehen».

Doch wirksamer als die juristische Verankerung des neu definierten regionalen Baustils war des-

sen Propagierung durch kantonale und eidgenössische Wortführer des Heimatschutzes wie Edmond Giroud, Walliser Grossrat und Gemeindepräsident von Chamoson, Ernst Laur, Geschäftsleiter des Schweizer Heimatschutzes,<sup>11</sup> und später Maurice Zermatten, Schriftsteller und Präsident der kantonalen Baukommission seit deren Bestehen bis zum Jahr 1981. Deren Vorstellungen von guter Architektur entsprachen eher gesellschaftlichen Wertvorstellungen denn baulichen Kriterien. Das zentrale Anliegen war der Wohnraum der Familie, die zu schützende Heimat bestand in einem bäuerlichen Erbe, auf das auch die Zukunft zu bauen war. Das konkrete Resultat dieser Politik war ein Baustil, der dem bürgerlichen Wohnen im Rhonetal wie dem touristischen Bauen in den Bergen das Bauernhaus als Orientierungsmuster zugrunde legte.

Wie sehr es sich dabei um eine neugeschaffene, von oben verordnete Bautradition handelte, zeigt sich in Edmond Girouds Vortrag «La défense du village et des sites», gehalten anlässlich der Jahresversammlung 1942 des Landwirtschaftlichen Vereins des Wallis in Sitten.<sup>12</sup> Inspiriert von den Ideen der damaligen Geistigen Landesverteidigung, wirkt dieser Text wie ein Katechismus für die spätere Durchsetzung der Chalet-Architektur im Alpenraum: Das bäuerliche Dorf mit den Materialien Holz und Stein wird zur «Bastion», mit der das Eigene gegen das Fremde – verkörpert von den Materialien Beton und Blech – verteidigt werden soll. Und mit der Formel «ein Haus, ein Haushalt» wird eine Architektur postuliert, welche weder dem früheren bäuerlichen Wohnen, auf das sie sich beruft, entsprach, noch dem künftigen touristischen Baubedarf gerecht zu werden vermochte.

Andererseits war es gerade das touristische Bauen, bei dem die Heimatschützer ihre Massstäbe mit besonderer Strenge angewandt sehen wollten. Um 1950 schreibt etwa Ernst Laur:<sup>13</sup> «Unserer Zeit blieb es vorbehalten, die freie Landschaft zu verderben. Wir wollen aber nicht mit denen klagen, denen die dicht umbauten Ufer des Zürichsees nicht gefallen. Zu viele



Inneres eines Restaurants der Seiler-Hotels an der Bahnhofstrasse von Zermatt (Aufnahme 1991).



Schaufenster an der Bahnhofstrasse von Zermatt (Aufnahme 1991).

Menschen haben in den einstigen Wein- und Baumgärten eine glückliche Wohnstätte gefunden. Die Versündigung an der Landschaft beginnt da, wo der Mensch sie missbraucht, um mit ihr Geschäfte zu machen. Hier öffnet sich das Schuldenbuch der Fremdenindustrie.»

Der Kampf gegen die als «fremd» und «städtisch» diskreditierten Neuerungen endete schliesslich in der Monokultur des alpinen Chalets. Sie fand im Wallis ihren vielleicht exemplarischsten Ausdruck im Ortsbild der in der zweiten Hälfte der sechziger Jahre entstandenen Station Anzère, wo ein Baureglement den Chaletstil zum allein zulässigen Baustil erklärte.<sup>14</sup> Von der Geistigen Landesverteidigung Edmond Girouds führt so ein direkter Weg zu den meisten Ortsbildern des touristischen Wallis von heute.

Doch der «helvetische Mythos» Dorf<sup>15</sup> scheint damit seine Apotheose noch nicht erreicht zu haben. Während Projekte wie «Tell Paradise» 1989 und «Village valaisan» 1991 in St-Maurice an kommerziellen Vorgaben scheiterten, findet die Herstellung des Dorfes zu Beginn der neunziger Jahre im «Hameau de Verbier» eine neue, gewinnbringende Interpretation von Authentizität: Mit Abbruchholz von Wohnhäusern eines benachbarten Tals mit einer völlig anderen Bautradition sowie zeitlich und geografisch durcheinandergemischten Stilelementen werden Blockbauten zu einem neuen Haus- und Siedlungstyp zusammengestellt.<sup>16</sup> Bei einem Tourismus, dessen zentrales Schlagwort «Erlebnisswelt» heisst, kann jedoch nur mehr Disneyland wirklich authentisch sein: Das 1993 mit Unterstützung des Walliser Verkehrsverbandes eröff-





Auslage eines Souvenirladens an der Bahnhofstrasse von Zermatt, 1991.

nete «Walliser Dorf» im Europa-Park Rust (Deutschland) dient mit seinen in Grimnitz und Ayer (Val d'Anniviers) kopierten Versatzstücken noch gerade als emotionale Hülle für eine Achterbahn, ein Geschäft mit Weihnachtsartikeln, eine Ausstellung und ein Selbstbedienungsrestaurant.

Mit diesem Eklektizismus entspricht das touristische Bauen dem Neohistorismus der postmodernen Architektur; es wird zum Heimatstil der Postmoderne, wobei hier der Begriff Postmoderne in seiner negativen Bedeutung – also im Sinne von konsumorientierter Beliebigkeit – verstanden wird.

Der beschriebene Verdörflichungsprozess fand seinen Niederschlag selbstverständlich auch in den kommunalen Baureglementen von Zermatt und Crans-Montana.<sup>17</sup> Wie äussert sich nun aber die das ganze 20. Jahrhundert durchzie-

hende Auseinandersetzung zwischen Tradition und Moderne konkret in der Bauentwicklung der beiden Orte?

### *Zum Ortsbild von Zermatt*

Prägend für das Ortsbild von Zermatt zwischen 1855 und 1950 war der starke Kontrast zwischen den bäuerlichen Blockbauten einerseits und den voluminösen Steinbauten der Hotellerie andererseits. Architektonisch dominierten dabei die Steinbauten entlang der Bahnhofstrasse den bäuerlichen Siedlungsbestand klar. Doch gerade in dieser deutlichen Abgrenzung belies das touristische Bauen dem alten Baubestand – wenn auch in klarer Unterordnung – seine Eigenständigkeit. Das typische Gebäude des Zermatter Frühtourismus war der sich am Palast orientierende Mauerbau, umgeben von parkähnlichen Gärten. Chaletbauten blieben in Zermatt bis



Die Entwicklung zur Stadt hin: Bausubstanz der fünfziger / sechziger Jahre in Montana-Vermala (Aufnahme 1992).

zum Zweiten Weltkrieg sehr selten. Zu den wenigen Ausnahmen gehörten etwa das Bahnhofsgebäude von 1891 im Stil eines Doppelchalets sowie Souvenirläden und Basare mit Laubsäge-Ornamenten entlang der Bahnhofstrasse. Bauliche Zeugen eines schwach einsetzenden Ferienwohnungsmarktes waren einzig wenige Balkone, welche alten Wohnhäusern vorgebaut wurden.

Die touristische Bautradition des 19. und frühen 20. Jahrhunderts, der Zermatt die markante Achse der Bahnhofstrasse verdankt, ging mit dem Einsetzen des Baubooms nach dem Zweiten Weltkrieg schlagartig verloren. Die in den fünfziger Jahren einsetzende Bauphase mit zahlreichen Chalets verlieh dem Ort ein neues Gesicht. Diese Entwicklung setzte sich schliesslich in den siebziger Jahren in der Form des Riesenchalets endgültig durch, auch im Bereich der Bahnhofstrasse und in der Hotelarchitektur. Geradezu exemplarisch veranschaulichen dies

die Neugestaltung des Bahnhofplatzes im Chaletstil und die Innenausstattung – mit Blockbauelementen, Naturstein und Cheminée – des McDonald's Restaurants, beide 1992 fertiggestellt.

Heute zeigt Zermatt das Bild eines verstäderteten Dorfes. Einzelne alte Dorfkerne sowie fast museal erhaltene Aussensiedlungen zeigen zwar weiterhin erstaunlich homogene Dorfpartien, doch sind es die voluminösen Appartmentshäuser im Jumbo-Chalet-Stil, die das äussere, und die urban wirkende Bahnhofstrasse, die das innere Ortsbild bestimmen. Und während die frühen Chaletbauten des Ortes verschwinden und neuen Überbauungen Platz machen müssen, wird die moderne Hotelarchitektur des 19. Jahrhunderts mehr und mehr durch Neubauten im rustikalen Stil ersetzt. Angeknüpft wird also nicht an die touristische Baukultur, welche im 19. und frühen 20. Jahrhundert der Bahnhofstrasse das Gepräge gab, sondern an die bäuerliche Architektur der vortouristischen Zeit.



Der Rückgriff auf das Ländliche: Festumzug zum 100-Jahr-Jubiläum der Station Crans-Montana am 1. August 1993.

### *Zum Ortsbild von Crans-Montana*

Gegenüber Zermatt völlig verschiedene topografische Gegebenheiten mit weit geringeren naturlandschaftlichen Einschränkungen haben in Crans-Montana andere Voraussetzungen für die bauliche Entwicklung geschaffen. In einer ersten touristischen Bauphase entstanden dabei neben Gebäuden in einem verspielt-ländlichen Stil auch mehrere Hotels und Sanatorien in einem modernen, funktionalen Stil. Diese Entwicklung setzte sich auch nach 1930 fort: Mit den in einem modernen, internationalen Stil gehaltenen Sanatorien nahm das Hochplateau allmählich städtischen Charakter an; gleichzeitig dominierte bei den Individualbauten weiterhin ein ländlicher Stil, allerdings eher in der Form vorfabrizierter Chaletbauten und weniger in einer Übernahme regionaler Stilelemente.<sup>18</sup> Mit dem Bau der Strasse Sitten - Lens - Crans begann 1956 auf dem Plateau der eigenliche Bautourismus. Bereits 1957, dem Jahr der Entstehung

des Framar, entstand das erste Apartmenthaus und gab das Startzeichen zu einer nachhaltigen Entwicklung Richtung Parahotellerie.

Zur vollständigen Abkehr von urbanen Tendenzen kam es indessen erst nach 1970: Das 1974 ausgearbeitete und noch heute gültige interkommunale Baureglement trägt klar die Handschrift der Ortsplanung von 1972.<sup>19</sup> Der von Vorbildern wie Verbier und Zermatt inspirierte Planungs-Bericht des Zürcher Architekten Carl Fingerhuth steht dabei für eine Trendwende Richtung Chalet-Architektur. Das städtische Gepräge der Station wurde nun zunehmend von Versatzstücken kopierter alpiner Stilelemente durchsetzt, das Ortsbild verlor ein Stück seiner Identität.

Inwiefern diese Trendwende eine Folge des planerischen Eingriffs von oben oder der touristischen Nachfrage von unten war, muss offen bleiben. Der Immobilienmarkt zeigte sich jeden-



Gästeinformation in Crans (Aufnahme 1992).

falls anpassungsfähig, stellte auf Riesen-Chalets um und erreichte damit offensichtlich eine erhöhte öffentliche Akzeptanz für sein Produkt. «Architekten und Promotoren setzen von nun an auf Qualität, indem sie vermehrt Gross-Chalets bauen, die sich in die Landschaft einfügen,» schreiben etwa die Verkehrsdirektoren von Crans und Montana zu den Folgen des Ortsplanes und definieren damit Qualitätstourismus mit Chalet-Stil.<sup>20</sup> Und die Zeitschrift des grössten Immobilienhändlers am Ort bekennt 1991 reumütig: «Nach den tristen Jahren des Betons und der Flachdächer, die glücklicherweise vorbei sind, ist nun die Zeit der Chalets mit dem hellen Holz gekommen.»<sup>21</sup>

Die Wiederaufnahme eines als ländlich interpretierten Baustils – der eigentlich ein städtischer Neo-Heimatstil ist – wird als Korrektur, als Versöhnung mit früheren Bausünden verstanden. Fünfzig Jahre nach den Heimatschützern wird Beton auch den Fortschrittsgläubigen zum – weil

nur schlecht kommerzialisierbaren – Symbol der Lebensfeindlichkeit und Heimatlosigkeit.<sup>22</sup> Die seit Jahrzehnten geschulten Sehgewohnheiten eines breiten Publikums haben sich durchgesetzt. Wobei anzumerken wäre, dass es bei der ganzen Diskussion weniger um die Baumaterialien an sich geht, als vielmehr um ein *design*, das Ländlichkeit bzw. Anpassung an die Landschaft suggerieren soll.

Wurde also in den achtziger Jahren (oder schon früher?) die Stadt in den Bergen zum Tabu? Oder liess sich das Produkt Freizeit in städtischer Verpackung ganz einfach nicht verkaufen? Tatsache ist, dass in Crans-Montana eine Entwicklung, die sich bewusst an einer internationalen und städtischen Architektur orientierte, plötzlich gestoppt wurde; eine Entwicklung, welche ihren markantesten Ausdruck in der 1964-68 erstellten, 18 Stockwerke hohen «Tour de Super-Crans» in Randogne-Vermales fand. Das heutige Ortsbild verrät demgegenüber





Inneres der Pizzeria «Le Raccard» in Crans mit einem 1986 gemalten Bild eines Ringkuhkampfs (Aufnahme 1992).



Schaufenster einer Immobilienagentur in Crans (Aufnahme 1992).

einen Bruch mit der Moderne, die Identität des Ortes wirkt wie gespalten.

### **Anmerkungen zur touristischen Baukultur**

Im Gegensatz zu Crans-Montana hat die «städtische» Phase des touristischen Bauens in Zermatt bereits im 19. und frühen 20. Jahrhundert stattgefunden. In der Zeit zwischen 1850 und 1950 stand dabei der touristisch bedingten Verstädterung ein Bauerndorf in seinem Selbstverständnis gegenüber. Erst mit dem Verschwinden des Dorfes musste dieses neu inszeniert werden. Doch indem die Inszenierung der Dörflichkeit überall mit den gleichen standardisierten Folkloreanleihen arbeitet, verkehrt sich der Kampf gegen die Austauschbarkeit des Ortes zunehmend in sein Gegenteil. Denn der rustikale Stil des regionalistischen Bauens stellt selten eine Interpretation eines lokal vorhandenen Baustils dar, sondern meist einen aus vielerlei Stilelementen zusammengesetzten, «internationalen» Normbaustil, der sich – etwa im Gegensatz zu den Hotelpalästen des 19. Jahrhunderts – an die regionale Architektur anbietet und diese damit auflöst.

Durch ständig wechselnde Baustile, vor allem aber durch die Rustikalisierung des Neuen und die oberflächliche Imitation des Alten geht die Lesbarkeit als wesentliche Qualität eines Ortsbildes verloren. Der produktive Umgang mit dem Alten fehlt ebenso wie die freie Entfaltung eines innovativen Bauens. Und der traditionellen ländlichen Architektur, auf die sie sich so gerne beruft, entspricht die Chaletarchitektur nur mehr gerade im Kriterium, eine «Architektur ohne Architekten» zu sein.

Die versuchte Wahrung einer Dörflichkeit angesichts städtischer Entwicklungen und das Ignorieren der Moderne angesichts einer Architektur, die längst nicht mehr orts- und traditionsgebunden ist, bewirken Irritationen und eine Musealisierung der alpinen Hauslandschaft. Der Konflikt liegt also nicht nur in der Zersiedelung der Land-

schaft und in der Zerstörung gewachsener Strukturen durch die Freizeitarchitektur, sondern im Wesen dieser Architektur selbst. Nicht nur unabhängig vom geografischen Raum, sondern auch unabhängig vom Bautyp dominiert der stets gleiche Holzstil, vom Apartmenthaus bis zum Viersternhotel, vom Freizeitzentrum bis zum Containner-Unterstand.

Diese Monotonie ist unter anderem eine Folge von Besitzverhältnissen und Mentalitäten. Eine biedere Bauweise garantiert Diskretion und Akzeptanz. Das Chalet wird so zum Vehikel einer Wachstumsstrategie. Hinzu kommen Gegebenheiten wie ein stark parzelliertes Bodeneigentum und Marktkräfte wie Bodenpreise, die sich in Zermatt zwischen 2000 und 5000 Franken pro Quadratmeter bewegen, oder eine starke Bauwirtschaft, wie sie Crans-Montana kennt: 1992 zählten die sechs Gemeinden des Plateaus 188 Betriebe, die im Bauwesen tätig sind.<sup>23</sup>

Das entscheidende Kriterium der Bauästhetik bleibt indessen die Nachfrage. In der «Tour de Super-Crans» wurden auch noch 1992, ein Vierteljahrhundert nach ihrem Bau, Wohnungen zum Verkauf angeboten; dem Anbieter ist der dort praktizierte Baustil zum Lernprozess geworden: «Wenn ich nochmals beginnen würde, würde ich es anders machen. Ich würde nicht mehr Grossbauten städtischer Art machen, sondern kleinere Gebäude im Chalet-Stil.»<sup>24</sup> Und zur Begründung seines Umdenkens meint derselbe Immobilienhändler: «Was die Leute mehr und mehr bevorzugen, das sind diese Chalets mit Erdgeschoss, zwei bis drei Stockwerken und Dachwohnung, alles in Holz. [...] Denn für den Fremden ist die Schweiz der Traum vom Chalet.»<sup>25</sup>

Zum Ausdruck kommt hier jene Doppelstrategie, wie sie Stéphane Decoutère beim Tourismuspromotor ganz allgemein festmacht: «Man kann sich fragen, ob der Promotor nicht umso mehr Einfluss auf die Raumgestaltung nimmt, als er es versteht, systematisch eine Doppelstrategie zu verfolgen, die darin besteht, gleichzeitig lokal

und international zu agieren.»<sup>26</sup> Zum Ausdruck kommt hier aber auch jene auf die einheimische Identität regressiv wirkende Tendenz des Tourismus, die Erwartungen der Fremden unter allen Umständen bestätigen zu wollen.

Die Dominanz des Chaletstils hat zur Folge, dass eine Architektur mit Qualitätsansprüchen sich vom regionalen Stil abgewendet hat und sich ihre Impulse anderswo holt. Andererseits finden sich unter der neueren Walliser Architektur, die auch ausserhalb des Kantons Beachtung findet, fast keine touristischen Bauten.<sup>27</sup> Zu den wenigen Ausnahmen gehören Jean Suter sowie Jean-Marie Ellenberger und Gilbert Strobino mit Realisationen in Crans-Montana (um 1960), Heidi und Peter Wenger mit dem Chalet Ryffel in Ernen (1965), Intera SA Lausanne mit Thyon 2000 (1971/72), Joseph, Leo und Hans Imhof mit dem Feriendorf Zillwald bei Lax (1972-74), Paul Anthamatten mit dem Ferienhaus in Jeizinen/Gampel (1980), Jean-Gérard Giorla mit dem Bergrestaurant Tignousa ob St-Luc (1985-87) oder einzelne Architekten, die mit Umbauten im Goms (70er, 80er, 90er Jahre) beachtenswerte Beiträge geliefert haben. Damit ist ausgerechnet jener Bausektor, der quantitativ am stärksten ins Gewicht fällt – jede dritte Wohnung im Wallis ist eine Zweitwohnung – und der wie kein zweiter das Bild des Wallis nach aussen prägt, bei der zeitgenössischen Architekturdebatte nicht präsent. Unbeantwortet bleiben so wichtige Fragen wie: Was heisst Bauen in den Bergen, was Bauen für die Freizeit? Oder: Wie kann das Berggebiet seinen Anspruch auf Moderne auch im Bauwesen einlösen? Und: Inwiefern soll für ein zunehmend verstädtertes Berggebiet eine andere Bauästhetik gelten als für den urbanen Raum?

Überzeugende Antworten auf diese Fragen haben bisher nur wenige ArchitektInnen geliefert. Einer von ihnen ist der Turiner Carlo Mollino (1905-1973) mit touristischen Bauten vor allem im Piemont und im Aostatal. Gegen die «als Bergdorf getarnten Hotels» argumentiert Mollino etwa folgendermassen<sup>28</sup>: «Das Nachahmen von

Formen und Konstruktionen alter Bauten, welche sich aus gegebenem Material und besonderer Bestimmung – heutzutage verschwunden oder nicht mehr üblich – ergeben hatten, kommt der Inszenierung einer Scheinrealität gleich; bedeutet nicht, sich in die Tradition einzufügen, sondern vielmehr, von ihr abzukommen.»

## Vom Umgang mit dem Anderen

### *Das Ereignis: Eine umstrittene Waldrodung*

1983 erhält Crans-Montana die Ski-Weltmeisterschaften 1987 zugesprochen. Die Durchführung dieses Grossereignisses bedingt die Rodung von 4,9 Hektaren Wald für Bau und Verbreiterung von Skipisten. Trotz negativer Stellungnahme der eidgenössischen Natur- und Heimatschutzkommission erteilt das Eidgenössische Departement des Innern die Rodungsbewilligung. Beschwerden des Schweizerischen Bundes für Naturschutz und des WWF Schweiz werden vom Bundesgericht abgewiesen.

Vor Abschluss des kantonalen Bewilligungsverfahrens beginnen Ende Mai 1986 die Pistenarbeiten. Aus Protest ketten sich am 11. Juni 1986 neun AktivistInnen der Umweltorganisation Greenpeace im Rodungsgebiet an Bäume und erzwingen die vorübergehende Einstellung der Arbeiten. Wegen fehlender Unterstützung bzw. massiver Bedrohung durch die lokale Bevölkerung bricht Greenpeace die Aktion gleichentags ab. Zu den Druckmitteln der Einheimischen gehören unter anderem die Androhung von Jauche und ein Flugblatt mit dem Text: «Hängen wir die Umweltschützer auf, solange es noch Bäume hat.»

Die Aktion von Greenpeace löst ein ausserordentlich starkes Medienecho aus. Während die deutschsprachige Presse mit Verständnis und teilweiser Sympathie reagiert, streichen die meisten Westschweizer Zeitungen vor allem die fremde Herkunft der AktivistInnen heraus. Einzelne Kommentatoren übernehmen dabei den politischen Diskurs des Bildes von der alten bäuerli-



chen Schicksalsgemeinschaft, die die Gefahren des Gebirges besser kennt als die auswärtigen Warner vor den Gefahren der Risikogesellschaft. Die Unterwalliser Tageszeitung *Le Nouvelliste* ihrerseits zieht in einem Kommentar den Vergleich zum Attentat des französischen Geheimdienstes auf das Greenpeace-Schiff *Rainbow-Warrior*, bei dem ein Greenpeace-Aktivist ums Leben kam:<sup>29</sup> «Frankreich hatte wohl ebenso gute Gründe, gegen das Greenpeace-Schiff vorzugehen, wie wir sie haben könnten!»

### *Um was es unter anderem ging*

Nach den gescheiterten Olympia-Kandidaturen von Sitten 1963 und 1971 hinterlegte Crans-Montana bereits im Jahre 1978 eine erste, erfolglose Kandidatur für die Durchführung der Ski-Weltmeisterschaften 1982. Das Bedürfnis nach der Durchführung einer Grossveranstaltung war offensichtlich, das Motiv in etwa das gleiche wie überall: Werbeeffekt, Ausbau des touristischen Angebotes, Verbesserung der Infrastrukturen.<sup>30</sup> Ein wichtiger Grund der Kandidatur für 1987 lag zweifellos auch in der Aussicht auf eine Teilfinanzierung des Tourismus durch öffentliche Mittel. Für Crans-Montana hiess das unter anderem: Defizitgarantien des Bundes (zwei Millionen Franken), der Gemeinden (1,2 Millionen) und des Kantons (800 000 Franken), 680 Soldaten, 300 MitarbeiterInnen der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG, Investitionen der PTT (4 Millionen Franken) und der Gemeinden.<sup>31</sup> Im Fall von Crans-Montana dürften zudem noch folgende Überlegungen eine Rolle gespielt haben: Erhöhung der internen Kooperationsbereitschaft, Imagepflege in Richtung Ski- und Sportstation sowie Behebung lokaler Krisenerscheinungen ökonomischer und sozialer Art.

### *Umwelt und Gegenwart*

«Unberührte Natur», «intakte Landschaft» und «unverfälschte Traditionen»: so oder ähnlich

heissen drei klassische «Produkte» des Tourismus in den Alpen. Diese Produkte ständig im Angebot zu halten, ohne dass sie Abnützungerscheinungen zeigen, stellt für die Tourismusindustrie einen ständigen Balanceakt dar. Mit welchen Strategien wird dabei das Gleichgewicht herzustellen versucht? Betrachten wir dazu das Beispiel Zermatt. Bis 1945 waren hier die dem Tourismus vorbehaltenen Räume und Zeiten klar begrenzt. Trotz räumlicher Nähe und wechselseitigen Abhängigkeiten gab es zwei klar voneinander geschiedene Welten. Deren gegenseitiges Verhältnis gestaltete sich indessen keineswegs harmonisch, weder im gesellschaftlichen noch im ökologischen Bereich. So stellten etwa der Bau von Hotels, der Gornergratbahn oder des Kraftwerks Findelnbach im 19. Jahrhundert siedlungs- und landschaftsverändernde Eingriffe dar, deren Ausmasse – inmitten einer damals noch bäuerlich geprägten Kulturlandschaft – heute kaum mehr erfasst werden können.

Die Gegenbewegungen liessen nicht lange auf sich warten. Bereits 1907 sammelte der Schweizer Heimatschutz 68 000 Unterschriften, um ein Projekt für eine Zahnradbahn und einen Lift auf das Matterhorn zu verhindern. Doch die Entdeckung der Landschaft als touristisches Kapital liess allmählich auch Reaktionen von innen entstehen. 1948 schreibt der Gemeinderat von Zermatt im Zusammenhang mit den Verhandlungen zwischen der Gemeinde und der EOS (Westschweizerische Kraftwerke in Lausanne) über den Wasserrechtsvertrag für Dixence II:<sup>32</sup> «Die Erhaltung der Landschaft ist [...] für den Kurort von ausserordentlicher Wichtigkeit. In den Bergbächen muss daher während der Sommersaison eine genügende Restwassermenge festgesetzt werden, die zusammen mit den Abflüssen aus den gemeindeeigenen Kraftwerken Triftbach und Matteredvispe durch das Dorf Zermatt Gletscherbäche als Schönheiten erhalten soll.»

Beispiele solcher früher Bemühungen in Richtung Erhaltung oder Wiederherstellung des Ländlichen – im Landschafts- wie im Kulturbereich –

wären noch mehrere zu nennen. Eine eigentliche Welle von Gegenbewegungen löste jedoch erst die Entwicklungsspirale der sechziger und siebziger Jahre aus, die mit dem Bau der Seilbahn aufs 3820 Meter hohe Kleine Matterhorn ihren vorläufigen Höhepunkt fand. Eine kleine Auswahl mag die Art solcher Manifestationen während jener Phase veranschaulichen:

1979 verlangte der Hotelierverein von Zermatt einen Baustopp; 1982 forderte die Volksinitiative «Erhaltenswertes Dorfbild» eine «dem Dorfbild Rechnung tragende Ausnutzungsziffer in der Dorfzone»; 1986 erschien das «Wörterbuch der Zermatter Mundart»; im gleichen Jahr kam es zur Neugründung des Tambouren- und Pfeifervereins und zur Gründung der Vereinigung «Kulturschaffendes Zermatt»; 1987 erwarb die Gemeinde für 900 000 Franken eine Wiese im Quartier Winkelmaten, um die Umgebung der dortigen Kapelle vor einer Überbauung zu schützen; 1988 übernahm die Gemeinde von einem Hobbybauern aus Zürich die Bearbeitung der Roggenäcker von Findeln, der «höchstgelegenen Roggenfelder Europas»; 1989 stiess der geplante Abriss des ehemaligen Postgebäudes am Bahnhofplatz, eines Baus im Stil des Berner Chalets, auf den Widerstand einer lokalen Opposition; 1990 wurde mit einem Kapital von 1,3 Millionen Franken eine Stiftung, bestehend aus Gemeinde, Burgerschaft und Pfarrei, gegründet mit dem Ziel, Boden zu erwerben und so schutzwürdige Zonen rund um die Kapellen von Zermatt vor weiteren Überbauungen frei zu halten; 1991 rief die Einrichtung eines Mc Donald's-Restaurants an der Bahnhofstrasse den Widerstand von Wirte- und Verkehrsverein hervor. Zu erwähnen wären überdies jährliche Aufwendungen der Gemeinde für die Erhaltung von nicht mehr genutzten Landwirtschaftsgebäuden (jeweils rund 130 000 Franken) oder der jeweils Mitte August stattfindende Folkloreumzug mit einem Budget von rund 70 000 Franken.

Die entsprechenden Bemühungen finden sich selbstverständlich auch in Crans-Montana, und

zwar in zunehmendem Masse ebenfalls seit Beginn der achtziger Jahre. Sie schlugen sich nieder in einem Veranstaltungsprogramm, das sich auffallend volkstümlich gibt, vor allem aber in einer Neo-Rustikalisierung der Innen- und Außenarchitektur bei gleichzeitiger Zerstörung stilistischer Ensembles der fünfziger, sechziger und siebziger Jahre.

Inzwischen steht jedoch die Forderung nach einem umweltverträglichen Tourismus so zentral im Raum, dass sie sich nicht mehr allein in Inszenierungen von Ländlichkeit und Natur befriedigen lässt. Politik und Tourismus haben deshalb das Stichwort «Umwelt» in ihren Diskurs integriert und gewichten es auch in der Praxis stärker; wobei die Aneignung des Ökodiskurses sehr selektiv und touristozentrisch verläuft. Geworben wird mit Elektrobussen wie mit Beschneigungsanlagen, auf Hochglanz- wie auf Recycling-Papier.

Und kritische Realitäten werden gar ostentativ auf die Festbühne gehoben und damit der politischen Diskussion entzogen. Ein sprechendes Beispiel war diesbezüglich der Festumzug des Ehrengastes Zermatt anlässlich der Oberwalliser Gewerbe-Ausstellung in Brig im Jahre 1991: Auf einem Wagen wurden zwei Schneekanonen mitgeführt, versehen mit Aufschriften wie «Technischer Schnee – Helfer in der Not». Und die Portugiesinnen und Portugiesen als das mit Abstand grösste Fremdarbeiterkontingent der Station waren am Umzug durch eine farbenprächtige Trachtentanzgruppe vertreten. Zwei zentrale Problemfelder des heutigen Tourismus – durch den Skisport verursachte Umweltschäden und überdurchschnittlich hoher Anteil ausländischer Arbeitskräfte im Gastgewerbe – werden hier folklorisiert, womit ihr Konfliktgehalt verdeckt wird.

### *Das Eigene und das Fremde*

Die Umweltdiskussion, wie sie sich an der Ski-WM in Crans-Montana entzündet hat, ist symp-

tomatisch für einen der akutesten Konflikte des heutigen Tourismus. Am Umgang mit diesem Konflikt – etwa durch das regionale polit-touristische Milieu – offenbaren sich deshalb bestimmte Charakterzüge dieses Tourismus besonders deutlich.

Die Greenpeace-Aktion fand vor dem Hintergrund eines belasteten Verhältnisses zwischen UmweltschützerInnen einerseits, politischen und wirtschaftlichen InteressenvertreterInnen andererseits statt. Geschaffen wurde dieses Klima durch eine gegen die Umweltverbände und deren Einsprechpraxis gerichtete Kampagne, die in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre einsetzte und im Attentat auf den WWF-Sekretär Pascal Ruedin am 3. Februar 1991 in Vercorin gipfelte. Sie dauert bis heute fort. Die Kritik an den Umweltverbänden bediente sich dabei einer Sprachregelung, die eine klare Grenze zwischen dem Eigenen und dem Fremden bzw. zwischen Selbstbestimmung durch Einheimische und Einmischung von aussen zog. Die UmweltschützerInnen wurden in «echte» (= Leute mit bergbäuerlicher Herkunft) und «unechte» (= intellektuelle Grüne aus der Stadt) geschieden, die gesetzlich garantierte Wahrnehmung des Beschwerde-rechts durch Umweltverbände systematisch als «Missbrauch» bezeichnet.

Zum zentralen Kriterium der Grenzziehung wurde dabei die Schollenverbundenheit. 1990 schrieben die Gemeindepräsidenten des Bezirkes Ering (Hérens) in einem Brief an den Walliser Staatsrat:<sup>33</sup> «Die besten Umweltschützer sind immer noch die Bauern, die ihr Gut unterhalten und die ihr Dorf mit Blumen schmücken. Sie schützen die Umwelt weit besser als die Mitglieder des WWF, deren Fähigkeiten eher im Rekurse-Schreiben liegen als im Umgang mit Schaufel und Sense.» Zum gleichen Sachverhalt schrieb Adolphe Ribordy, Grossrat aus Sembrancher, ein Jahr später:<sup>34</sup> «Seit Jahrhunderten pflegen die Walliser eine besondere Beziehung zum Boden. [...] Die deutsche Schweiz und die städtischen Kantone kennen diese Beziehung nicht.» Und Nicolas Cordonnier, Gemeindeprä-

sident von Chermignon, äusserte 1992 in einem Zeitungsinterview:<sup>35</sup> «Wir sind alle Weinbauern und Landwirte, wir wissen sehr wohl, dass man mit dem Boden sparsam umgehen muss.»

Eine weitere Leitlinie des Diskurses stellt das Bild vom Wallis als dem Armenhaus der Schweiz dar. Mit ihm wird nicht nur quantitatives Wachstum legitimiert, sondern auch eine Föderalisierung der Rechtspraxis. «Kann dieser Kanton – als arme Bergregion mit schwieriger Topographie – uniforme Gesetze anwenden, die seinen Eigenheiten und Befindlichkeiten nicht Rechnung tragen?» fragte Simon Epiney, Gemeindepräsident von Vissoie, kurz vor seiner Wahl zum Nationalrat.<sup>36</sup> Und Herbert Volken, Gemeindepräsident von Fiesch und Grossrat, rechtfertigte die fehlende Bewilligung für Pistenarbeiten und Beschneigungsanlagen auf seinem Gemeindeterritorium mit der Einsprachepraxis der Umweltverbände, welche den Bau solcher Anlagen verzögere:<sup>37</sup> «Das geht soweit, dass man versucht, Existenzen zu untergraben. Die Folge davon ist Verdienstaustausch, das Brot geht vom Tisch, es gibt Abwanderung und Auswanderung.»

Von offizieller Seite wird die Umweltdiskussion im Wallis auffallend stark entlang der Linie innen / aussen geführt; die Debatte gerät so zu einer Auseinandersetzung um das Eigene und das Fremde. Diese Auseinandersetzung hat eine lange Tradition. Und selten war sie frei von Machtinteressen. Gerade das kann aber auf die Herausbildung von Geschichts- und Zukunftsbildern verzerrend wirken. Die Darstellung des Bauernstandes als des besseren Umweltschützers vergisst jedenfalls, dass das Verhältnis zur Natur auch in der traditionellen Berglandwirtschaft keineswegs ein harmonisches war. Und das Insistieren auf einer bergbäuerlichen Identität behindert die Herausbildung eines mit der Realität übereinstimmenden Selbstbildes und liefert damit die mentalitätsmässige Grundlage für die angesprochene Musealisierung der Landschaft. (Siehe Kapitel Tourismus und Baukultur.)

Die beschriebene Art des Umgangs mit dem Anderen steht aber auch für momentan herrschende Kräfteverhältnisse, wie das historische Beispiel des Falls Seiler / Zermatt zeigt. Als die zugezogene Hotelier-Familie 1871 ihren Anspruch geltend machte, in die Bürgergemeinde von Zermatt aufgenommen zu werden, griffen die Zermatter – unter anderem, weil sie befürchteten, der Hotelbesitzer Seiler «könnte die Bürgerwälder und die Allmeinden über Gebühr ausnützen, um seine Gasthäuser mit Brennholz und Milchprodukten zu versorgen»<sup>38</sup> – ebenfalls zum Mittel der Ausgrenzung: sie weigerten sich, wenn auch vergeblich, Seiler in die Bürgerschaft aufzunehmen. Mit der Ausgrenzung jener, welche für ein anderes Wertesystem eintreten, eignet sich also der Tourismus von heute jene Strategie an, mit der er in seiner Frühzeit bekämpft wurde. Vor allem aber stellt er so selber eine seiner wesentlichen Voraussetzungen in Frage: er wird zu einem Fremdenverkehr mit beschränkter Akzeptanz des Fremden.

## Wechselnde Nebenrollen: Die Bergführer

### *Das Ereignis: Zwei Expeditionen in den Himalaya*

1988 führen die Zermatter Bergführer eine Grosse Expedition auf den 8398 Meter hohen Lhotse Shar im Himalaya durch. Offizieller Veranstalter der Expedition ist der Bergführerverein, doch organisiert wird das ganze vom Verkehrsbüro. Nach zwei Jahren Vorbereitung, der Verschiebung von fünf Tonnen Material und einem Kostenaufwand von rund 600 000 Franken gelingt zwei Teilnehmern die Besteigung des Lhotse Shar. Einer von ihnen erleidet dabei durch Erfrierungen bleibende Körperschäden. Eine zweite, ähnliche Expedition gilt 1991 dem 8156 Meter hohen Manaslu. Erneut erreichen zwei Teilnehmer den Gipfel.

Mitfinanziert werden die beiden Grossunternehmen über Sponsoren wie Munizipal- und Bürgergemeinde, Luftfahrtgesellschaften, Medienunternehmen, Bekleidungs- und Sportartikelfirmen. Die Gegenleistung erfolgt in Form von PR-Aktionen, Werbeaufschriften, Teilnahmen an Folklore-Umzügen, Filmen, Radiosendungen, Presseberichten, öffentlichen Auftritten, Vorträgen usw.

### *Ungleiche Interessen*

Das Ziel heutiger Expeditionen ist primär ein sportliches und ein kommerzielles. Allein 1991 wurden in Nepal rund 130 Himalaya-Expeditionen durchgeführt. Die beiden Zermatter Expeditionen bestanden aus Gruppen zu 15 bis 20 Personen, die jeweils gegen 300 einheimische TrägerInnen engagierten. Filme wie «K2 – Das letzte Abenteuer» sowie der Trend zu Trekking-tourismus und Abenteuerferien haben dabei für eine kommerzielle Nutzung des Expeditionswesens ein günstiges Umfeld geschaffen.

Leiter der beiden Expeditionen war Bruno Jelk, Chef des Zermatter Rettungswesens und Bergführer. Seine Motivation: «Für uns geht es eigentlich darum, einmal einen andern Berg zu besteigen, ein anderes Gebiet zu machen, wobei das eben mit grossen Kosten verbunden ist. Gezwungenermassen muss man da natürlich an Organisationen gelangen, um Unterstützung zu bekommen. [...] Wobei der Kurverein natürlich andere Absichten hatte als wir. Für uns ging es einfach um ein Erlebnis, für den Kurverein ging es natürlich darum, die Sache zu propagieren, über die Presse und so weiter. Das war eigentlich innerlich ein wenig gegen uns. [...] Für mich ist so eine Expedition 70 Prozent Erlebnis – die Natur, die Träger, die Einheimischen, all das, das bewundere ich, auch die Umgebung, noch nirgends ein Auto, alles geht noch zu Fuss, man ist auf sich selber angewiesen – und nur 30 Prozent die Erreichung des Gipfels. Die Medien bewerten das natürlich umgekehrt.»<sup>39</sup> Neben den von Jelk erwähnten individuellen Motiven

spielten zweifellos auch kollektive Gründe eine Rolle, wie Förderung der Gruppensolidarität und Festigung des Rufes der Bergführer innerhalb des Dorfes und nach aussen.

Die vom Expeditionsleiter angesprochenen Interessenkonflikte äusserten sich mitunter in scheinbaren Nebensächlichkeiten wie dem Bekleidungsverhalten. Unter dem Druck, unter schwierigsten Bedingungen den Gipfel doch noch zu erreichen, unterliessen es die Besteiger des Lhotse Shar, die mit den Firmenaufschriften versehenen Anzüge zu tragen und versäumten es so, eine der erwarteten «Gegenleistungen» zu erbringen. Entsprechend schwieriger gestaltete sich die Sponsorensuche für die zweite Expedition.

Umso sorgfältiger wurde dafür die PR-Arbeit organisiert. Als Berichterstatlerin begleitete diesmal eine Journalistin die Zermatter. Ihr Diskurs unterscheidet sich dabei in auffallender Weise von demjenigen der Bergführer; so etwa in der Bewertung des Fremden:<sup>40</sup> «Je tiefer wir in dieses Tal [= Buri-Gandaki-Tal] hineinlaufen, je mehr gehen wir zurück in eine für uns unbekannte Vergangenheit. Schulen gibt es keine mehr oder nur solche ohne Lehrer. Dörfer, die auf der Karte eingezeichnet sind, sind meistens nur mehr ein paar Stroh- oder Steinhütten, und die Menschen sind immer schmutziger und ungepflegter.» Und über Samagaon, den letzten Etappenhalt vor dem Basislager, lautet ihr Bericht: «Als wir im Dorf ankamen, verteilten wir vor dem Haus eines Lamas Kinderkleider, die wir extra mitgenommen hatten. Etwa fünfzig Menschen warteten und standen ruhig da, bis der Expeditionsleiter und der Arzt die Fässer öffneten. Dann stürzten sie sich wie Tiere auf die Ware und verdrückten sich gegenseitig und uns fast. [...] Bevor wir am Morgen zum Basislager aufbrachen, fand in der Gompa, einem buddhistischen Kloster, noch eine Zeremonie für uns statt. Verstanden haben wir nichts von diesen Gesängen. Sie sagten uns, dass es für den Berg Glück bringen solle und eigentlich wollten sie von uns nur Geld.»

### *Etappen einer Expansion*

Das Vordringen in Kulturen ohne Reiseindustrie kommt einer räumlichen Expansion des Tourismus gleich, wie sie zwar für den heutigen Tourismus kennzeichnend ist, wie sie aber auch schon in früheren Phasen stattfand, beispielsweise in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Sie fand damals ihren Niederschlag unter anderem in der Herausbildung des Auslandführers. Dieser bildete in Zermatt allerdings lange Zeit eher die Ausnahme: Die meisten dortigen Bergführer blieben auch nach der Erstbesteigung des Matterhorns im Jahre 1865 Lokalführer. Möglicherweise zogen sie Touren vor, die sich besser mit ihrer Grundexistenz als Bergbauern vereinbaren liessen. Denn wenn das Bergführerwesen auch zu den frühesten touristischen Erwerbsarten der Einheimischen gehörte, blieben die Zermatter Führer bis zum Zweiten Weltkrieg doch grossenteils Bauern.

Einer der ersten Zermatter Auslandführer war Rudolf Taugwalder (1867-1953). Zwischen 1893 und 1908 unternahm er im Dienst einer englischen und amerikanischen Kundschaft Kleinexpeditionen im Kaukasus, im Himalaya und in den Anden. Taugwalder ging also nicht von sich aus in diese fernen Gebiete, sondern folgte in Ausübung seines Berufes einer Kundschaft auf ihrer Suche nach unbestiegenen Gipfeln. Er stand im Dienst eines auf Exklusivität bedachten Grossbürgertums, das sich durch Ferntourismus von der quantitativen Ausdehnung des Tourismus abzuheben versuchte. Die Erstbesteigung des 6655 Meter hohen Huascarán in Peru durch eine New-Yorker Alpinistin bezahlte Taugwalder mit schweren Erfrierungen und dem Ende seiner Bergführerkarriere.

Zu einer andern Führergeneration gehörte Alexander Graven (1898-1978), zwischen 1929 und 1947 Teilnehmer an Erstbesteigungen in Europa und an Expeditionen in den Himalaya und nach Nordamerika. Das Interesse des Expeditionswesens jener Zeit war primär ein wissenschaftliches. Doch diente «der Kampf um

die höchsten Berge» auch politischen Zielen: «Die letzte Erforschung und die Besteigung auch der schwersten Gipfel ist eine tatsächlich bestehende Forderung dieser (= unserer) Kultur. Und zum andern sind Abenteuer und Gefahr seelisches Bedürfnis starker Menschen, starker Völker.»<sup>41</sup> Diese Nationalisierung des Expeditionswesens fand seine Entsprechung in der gleichzeitig stattfindenden ideologischen Vereinnahmung des Matterhorns durch die Geistige Landesverteidigung.<sup>42</sup>

Felix Julen (geboren 1921) nahm zwischen 1956 und 1976 an Erstbesteigungen und Expeditionen in den Rocky Mountains, in Alaska, in Afrika und im Hindukusch teil. Die im Alpinstil durchgeführten Kleinexpeditionen bedeuteten für ihn nichts anderes, als die geografische Ausweitung seiner beruflichen Tätigkeit als Bergführer: er absolvierte sie zum Führer-Taglohn mit bezahlter Reise. Die Auftraggeber waren meist Amerikaner, deren Interesse den Erstbesteigungen und dem Bergfilm galt. Auf die grosse Schweizer Himalaya-Expedition von 1956 mit der Zweitbesteigung des Everest und der Erstbesteigung des Lhotse musste Julen deshalb aus finanziellen Gründen verzichten. Trotzdem spielte er für das seit den fünfziger Jahren stark aufkommende Expeditionswesen eine nicht unwichtige Rolle, und zwar als Begleiter des Bergfotografen Dölf Reist; dieser trug mit seinen populären Bildbänden wesentlich zur Verbreitung einer neuen Bergsteigerästhetik und zur Popularisierung der aussereuropäischen Expeditionen bei.<sup>43</sup>

### *Soziale und zeitliche Expansion*

Die touristische Expansion, an der die Zermatter Bergführer beteiligt waren, war aber nicht nur eine räumliche, sondern auch eine soziale, indem sich die lokale Gesellschaft zunehmend ausdifferenzierte. Bis in die sechziger Jahre war der Beruf des Bergführers in Zermatt eine vergleichsweise einträgliche Tätigkeit. Doch bereits nach dem Ersten Weltkrieg setzte allmählich

eine materielle Schlechterstellung ein. Betrag der Matterhorn-Tarif im 19. Jahrhundert 100 Franken, waren es 1953 nur gerade 130. «In vergangenen Zeiten konnte sich ein Bergführer nach einer Matterhornbesteigung ein Stück Land kaufen, um sich darauf sein Chalet zu bauen; heute muss ich 4-5 mal aufs Matterhorn, um nur einen Quadratmeter Land zu erwerben,» macht ein Zermatter Führer die Rechnung.<sup>44</sup> Dieser soziale Abstieg wird heute insofern relativiert, dass Bergführer mehr und mehr zum Nebenberuf wird und damit ein neues Image erhält.

Die Expansion ist aber auch eine zeitliche, indem sich die Entwicklung beschleunigt und zunehmend Gegenbewegungen erzeugt.<sup>45</sup> Die zunehmende Verstädterung, der hektische Alltagsrhythmus, das Fehlen der dörflichen Kontakte sind Verlusterfahrungen, wie sie von alten wie jungen Bergführern immer wieder artikuliert werden. Innerhalb dieses kulturellen Wandlungsprozesses erfuh der Berufsstand des Bergführers einen Bedeutungsschwund, was eine Art Gegenreaktion auslöste. Einer Folklorisierung ähnlich, wurden dabei – das Beispiel der Expeditionen zeigt es deutlich –, die Schau- und Repräsentationselemente verstärkt, wodurch den Bergführern neue Funktionen und neue Bedeutungen zukamen.<sup>46</sup>

Die Expeditionen der Zermatter Bergführer könnten so als Variante einer gelungenen Anpassung an neue Tourismusformen gedeutet werden. Gleichzeitig macht sich aber gerade bei dieser Berufsgruppe ein Unbehagen bemerkbar, das sich paradoxerweise auch am plurikulturellen Charakter des Tourismus festmacht. So charakterisiert Hermann Josef Biner, geboren 1952, Zermatter Bergführer und Präsident des Organisationskomitees für das Jubiläum «125 Jahre Erstbesteigung Matterhorn», den Wandel seines Dorfes folgendermassen:<sup>47</sup> «Vereinzelte Skilehrer und Bergführer, vor allem ältere, halten noch ein paar Stück Vieh und sind auch Jäger. [...] Diese letzten Bauernjäger sind das, was von der alten, reinen Zermatter-Rasse übriggeblieben ist. Es müsste doch gelingen, den alten Zer-





Festumzug anlässlich des Jubiläums 125 Jahre Erstbesteigung des Matterhorns 1990: Zermatter Mädchen als nepalesische Trägerinnen der Himalaya-Expedition der Zermatter Bergführer 1988.

matter-Geist zu bewahren. Viele junge Leute sind aus Zürich und anderen Gegenden der Schweiz hierhergezogen, durch Heirat oder aus beruflichen Gründen. Sie können aber das ursprüngliche Wesen dieses Fleckchens Erde nicht mitempfinden, das so ganz aus dem Gebirge gewachsen ist.»

### Mediatisierung und Joint venture

#### *Das Ereignis: 125 Jahre Matterhorn-Erstbesteigung*

«Bei strahlendem Sommerwetter feierte Zermatt am Wochenende vom 14.-15. Juli 1990 die 125. Wiederkehr des Tages der Erstbesteigung des Matterhorns. Über 100 Ehrengäste, gegen 200 Medienschaffende aus aller Welt und Fernseheteams aus der Schweiz und aus dem Ausland reisten zum Jubiläum der Erstbesteigung nach Zermatt. Viel Prominenz aus Politik, Wirt-

schaft und Tourismus waren im Matterhornort anwesend. Auch die beiden Bundesräte Jean-Pascal Delamuraz und Adolf Ogi sowie der gesamte Staatsrat des Kantons Wallis feierten mit den Zermattern und ihren Gästen den 125. Jahrestag der Matterhorn-Erstbesteigung.»<sup>48</sup>

#### *Das Schlagwort der achtziger Jahre: Die «Unique Selling Proposition»*

Das Jubiläum «125 Jahre Erstbesteigung des Matterhorns» ist als Baustein einer langfristigen Marketingstrategie zu sehen, die ihren spektakulären Anfang 1985 in einer Werbeaktion in den Vereinigten Staaten genommen hatte. Das Motto «100 Jahre Wintersport in der Schweiz» der Schweizerischen Verkehrszentrale veranlasste damals den Verkehrsdirektor von Zermatt, zusammen mit neun Schweizer Wintersportorten eine grossangelegte PR-Aktion in den USA durchzuführen. In Zusammenarbeit mit grossen





Jubiläum 125 Jahre Erstbesteigung des Matterhorns 1990: Festansprache von Bundesrat Jean-Pascal Delamuraz.

Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sollte dabei der Tourismus Image-Werbung für die Schweiz betreiben. Die Aktion beinhaltete unter anderem eine Show über die hundertjährige Geschichte des Skifahrens, angereichert mit Verzatzstücken aus Brauchtum und Folklore der Schweiz. Als medienträchtigstes Element erwies sich indessen die Übergabe eines Geschenks an zwei amerikanische Skistationen in Form von zwei Matterhorn-Felsblöcken von je 200 Kilogramm. Durchgeführt wurde der Steintransport von den Zermatter Bergführern, von der Air Zermatt und von Swissair. Die Übergabe der Steinblöcke wurde im Auftrag der Landesregierung vom Schweizer Botschafter in den Vereinigten Staaten vorgenommen.

Das Wesen der Aktion bestand in einer neuen Art von Verbundwerbung (*joint-promotion*) sowie in deren Mediatisierung. Der Zugang zu den Medien verlief über die Strategie «Ereignisse schaffen». Konkret und in der Erinnerung des

Verkehrsdirektors von Zermatt hiess das:<sup>49</sup> «Wir hatten Schweizer Imageprodukte bei uns wie Käse, Uhren, Schokolade, Banken. Die haben uns unterstützt mit Geld und Leistungen. Und wir mussten eine Gegenleistung erbringen, ins Fernsehen kommen. Also musste man etwas Verrücktes machen. Es hat keinen Wert, wie ein Christbaum auszusehen und alles aufzukleben. Deshalb habe ich diese Ballone produzieren lassen, einen in Form eines Käses, einen in Form einer Toblerone-Schokolade usw., 2,50 Meter hoch, da war jeweils ein Kurdirektor drin, und so sind wir die Piste runtergefahren. Das hat irrsinnig ausgesehen. Deshalb ist das auch bei den amerikanischen Fernsehstationen überall voll gezeigt worden.»

Die Auswertung der Aktion ergab 62 Fernsehsendungen, 43 Radiosendungen und 1185 Zeitungsberichte. In die Statistik des Verkehrsvereins miteinbezogen wurde dabei auch gleich die Berichterstattung über eine Gegenmanifestation

des Künstlers André Bucher, der aus Protest gegen diese «Verschleuderung des nationalen Kulturgutes»<sup>50</sup> eine Bronze-Prothese am Matterhorn anbringen liess. (Die Protestskulptur verschwand übrigens in der Folge spur- und lautlos vom Berg...) Am Unternehmen «Matterhornstein als Geschenk in die USA» beteiligt waren unter anderem neun Tourismusstationen, zwei Luftfahrtgesellschaften, acht grosse Produzentenhersteller aus dem Ernährungs-, Genuss- und Bekleidungssektor, eine Grossbank sowie die Landesregierung (in Vertretung), private und öffentliche Radio- und TV-Anstalten und zahlreiche Printmedien. Eingebunden in eine Marketing-Strategie wurde die Bergwelt zum Produkt, das Matterhorn zur *Unique Selling Proposition*. (*Unique Selling Proposition* = exklusives Verkaufsargument, das einen Ort einmalig und damit touristisch attraktiv macht.)

Der Protest von André Bucher deutete einen Konflikt an, der den Marktwert dieser *Unique Selling Proposition* zu mindern drohte: Nach der Sakralisierung des Berges durch englische Alpinisten im 19. Jahrhundert wurde jeder Eingriff an ihm als Profanisierung begriffen. Doch Buchers Botschaft verfehlte ihre Wirkung nicht: 1986 ordnete die Gemeinde die Demontierung einer Riesen-Nikon-Kamera an, welche zu Werbezwecken am Matterhorn angebracht worden war; 1989 wurde das Angebot einer japanischen Fernsehstation, das Matterhorn anlässlich der 700-Jahrfeier der Eidgenossenschaft zu beleuchten, zurückgewiesen; 1990 lehnte die Gemeindeversammlung eine im Rahmen der 700-Jahrfeier geplante Lasershow am Matterhorn ab.

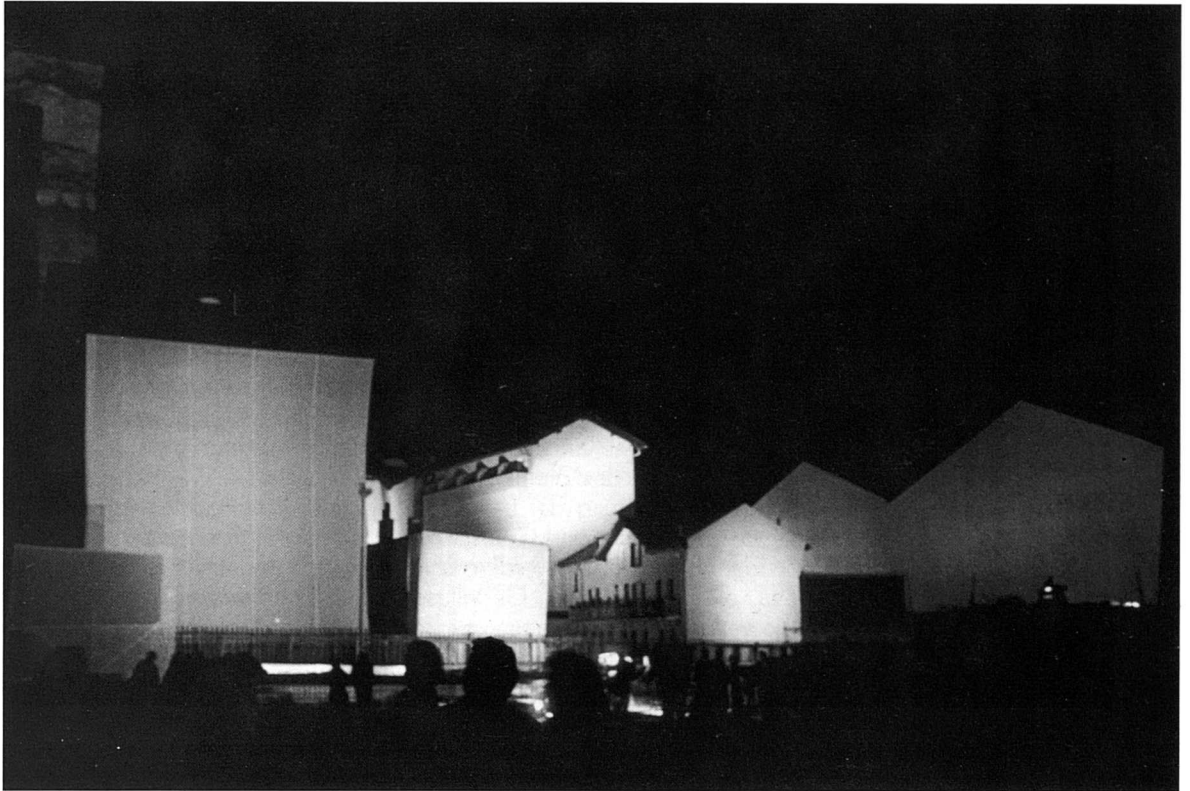
*Joint-Promotion* bedarf einer «sauberen» Kulisse. Bernard Crettaz' Interpretation der Aktion «Matterhornsteine in die USA» dürfte deshalb allgemeinere Gültigkeit haben:<sup>51</sup> «Dies kommt dem Ritus einer Überführung der Natur (wie man früher die Reliquien von Heiligen überführte) in eine Welt gleich, wo die Künstlichkeit der Werbebilder die Natur dermassen verbraucht hat, dass man jetzt auf die eigentliche Wirklichkeit

dieser Natur zurückkommen muss: jene des tatsächlich echten Felsens. Und als Priester dieses Ritus der wahren Natur wirken die Tourismuspromotoren.»

Der gereinigte Berg konnte so seine Aufgabe, «die Botschaft einer unerschöpflichen Kraft» zu sein,<sup>52</sup> weiterhin wahrnehmen; auch 1990, anlässlich des Jubiläums «125 Jahre Erstbesteigung des Matterhorns». Eingebunden in diese gemeinsame PR-Aktion von Zermatt, Schweizerischer Verkehrszentrale und Swissair wurden Bergführer, TouristInnen und Politiker als Werbeträger sowie halbstaatliche und staatliche Betriebe (SRG, PTT) und Medienschaffende als Werbeprofis.

### *Von der Ästhetik zur Ästhetisierung*

Zum Medienereignis wurde dabei die *Unique Selling Proposition* Matterhorn durch die Gleichzeitigkeit von «Matterhorn + Bundesrat + ältester Bergführer der Welt». Anlässlich der zehnstündigen Direktübertragung des Schweizer Fernsehens über die Besteigung des Matterhorns durch vier TouristInnen mit je einem Bergführer erklimmen nämlich auch ein Schweizer Bundesrat sowie der Zermatter Bergführer Ulrich Inderbinen, «der älteste aktive Bergführer der Welt», den Berg. Der Werbewert der Berichterstattung in den Medien wurde vom Zermatter Verkehrsdirektor auf 106 Millionen Franken berechnet. Die geografische Expansion ist einer medialen gewichen. Und als neuer Partner im *Joint venture* tritt die Politik auf: Während Bundesrat Delamuraz in seiner Festansprache die 700-Jahrfeier der Eidgenossenschaft und die europäische Integration propagierte, nutzte Bundesrat Ogi das Ereignis zur persönlichen Profilierung. Die «Gegenleistung»: Bundesrat Delamuraz nahm aktiv am Festumzug des Jubiläumsanlasses teil und verlieh diesem so nationale Bedeutung. Und Bundesrat Ogi zielt den neuen Prospekt des Verkehrsvereins Zermatt, der 1991 unter dem Motto «HAPPY!» lanciert wurde.



Für eine Licht-Show eingehüllte Häuser von Zermatt anlässlich des Werbeanlasses «Swatch-the-World» im September 1992.

Eine neue Qualität erreichte die Entwicklung Richtung *Joint venture* im September 1992, als die Uhrenfirma SMH in Zermatt mit einem Riesenfest den Verkauf von 100 Millionen Swatch-Uhren feierte. Mit den Elementen Matterhorn + Produkt + Prominenz wurde zwar wiederum mit dem gleichen Grundstock gearbeitet. Doch anstatt die Medienöffentlichkeit über ein Ereignis herzustellen, machte sich die Werbung nun gleich selber zum Ereignis. Die Botschaft an die Welt – das Ereignis stand unter dem Motto «Swatch the World» – vertrug sich dabei nur schlecht mit lokalen Eigenheiten; entsprechend wurde die Kulisse Matterhorn von ihnen gereinigt: Die Orts- und Strassennamen von Zermatt wurden in solche von Swatch-Kollektionen umgetauft. Und um genügend Projektionsflächen für eine Licht-Show zu erhalten, wurden mehrere Gebäude mit Stoff eingehüllt.

Die Ästhetisierung des Dorfes geriet damit endgültig zur Verdeckung von dessen eigener Ästhe-

tik. Und das romantische Ideal der menschenlosen Natur erfuhr eine unerwartete Neuauflage: Um die «unerschöpfliche Kraft» des Berges (vgl. Fussnote 52) durch Zeitlosigkeit zu steigern, wurde dessen kulturelles Umfeld neutralisiert.

### Versuch einer Einordnung

Die erwähnten Manifestationen sind zu verschieden als dass sie eine gemeinsame Schlussfolgerung zulassen würden. Die Schlussbemerkungen erfolgen deshalb in Form von Thesen, die an drei zentralen Stichworten dieses Beitrages aufgereiht werden sollen.

#### *Gegenbewegungen*

Gegenbewegungen in der Art der aufgezählten Inszenierungen von Ländlichkeit sind Begleiter-

scheinungen kultureller Wandlungsprozesse, die auch unabhängig von touristischen Entwicklungen auftreten. Mit Begriffen wie Folklorismus oder Historisierung der Kultur sind solche Phänomene zwar benannt, aber noch nicht erklärt. Zu fragen wäre deshalb nach der jeweiligen Funktion dieser stilisierten Übernahme vorindustrieller Kulturzüge in die Fremdenindustrie.

Die ländliche und dörfliche (Gegen-)Welt als wesentliche Voraussetzung des alpinen Tourismus ist durch die Verstädterung der Ferienorte bedroht. Ob Orte wie Zermatt und Crans-Montana als Stadt oder als Land erlebt werden, ist in erster Linie zu einer Frage der Gestaltung geworden. Die verlorene Dörflichkeit muss also ständig neu hergestellt werden. Dies führt zur paradoxen Situation, dass der Tourismus durch Reproduktionen und Inszenierungen eine Musealisierung von Landschaft und Kultur bewirkt, während Landschaftsschutz und Denkmalpflege durch die Erhaltung historisch gewachsener Gebilde gerade die Lebendigkeit und Vielfalt von Kulturlandschaften anstreben.

Der rückwärtsgewandte Kulturbegriff des Tourismus wirkt sich nicht nur auf das Landschaftsbild aus, sondern auch auf das politische und soziale Umfeld: Schlagworte wie «angepasste Bauweise», «Traditionstreue» und «Naturverbundenheit» machen Widersprüche unsichtbar und verhindern die demokratische Auseinandersetzung: Alle sind für Denkmalpflege und Naturschutz, Kontroversen zu diesem Thema sind demnach überflüssig. Die Verfügbarmachung früherer und bäuerlicher Kulturformen durch die Fremdenindustrie stellt eine Form kultureller Hegemonie dar und wird damit zu einem Indikator für den Absolutheitsanspruch des Tourismus.

Der von der eigentlichen Geschichte losgelöste Umgang mit «Traditionen», wie er beispielsweise in der Chaletarchitektur sichtbar wird, ist in seiner Tendenz regressiv und verhindert die Herausbildung eines zeitgemässen Selbstbildes einer Region und ihrer Bevölkerung.

### *Ungleichzeitigkeiten*

Das Dissidente, verkörpert durch den Architekten aus Lausanne oder durch die Organisation Greenpeace, hat bei den heute vorherrschenden Formen des Tourismus offensichtlich keinen Platz. Die Stigmatisierung der Dissidenz als das Fremde – wie in den erwähnten Beispielen geschehen – stellt im Zeitalter des Pluralismus einen Anachronismus dar.

Ungleichzeitigkeiten ganz anderer Art zeigen sich im ungleichen Entwicklungsstand zwischen wirtschaftlichem und sozio-kulturellem Wandel. Dieses Spannungsverhältnis manifestiert sich kulturell in demonstrativ traditionellen Verhaltens- und Verbaläusserungen und politisch in dörflichen Strategien für städtische Probleme.

Seinen Niederschlag findet dieses Spannungsverhältnis aber auch in der Bewertung dessen, was als schützenswert und typisch angesehen wird. Währenddem einerseits – zum Beispiel mittels Chaletbauweise – eine bäuerliche Vergangenheit evoziert wird, zerstört der Tourismus andererseits seine eigenen baulichen Zeugen. Als Beispiele erwähnt seien diesbezüglich – neben dem Chalet Framar in Crans – die Hotel- und Bahnarchitektur des Zermatter Früh Tourismus, bedeutende frühe Hotelbauten in Crans-Montana sowie Innenräume von Gastbetrieben in Zermatt und Crans-Montana. Das Überhandnehmen der Rustikalität verdrängt so die Moderne auch aus dem kollektiven Gedächtnis und der Tourismus verneint Qualitäten, die er selbst geschaffen hat; er wird damit zu einem weitgehend geschichtslosen Unternehmen. Seiner Denkmäler beraubt wird damit ausgerechnet jener Sektor, der in den letzten hundert Jahren für die Entwicklung von Orten wie Zermatt oder Crans-Montana bestimmend war.

### *Ästhetik*

Die Standardisierung des touristischen Angebots bedingt dessen zunehmende Ästhetisierung. Die

dabei benutzten Ausdrucksformen scheinen mit Begriffen aus der Postmoderne-Diskussion am treffendsten benannt zu sein.

An die Stelle einer Ästhetik, die zum Verständnis der Welt beiträgt, ist eine an der Oberfläche bleibende Ästhetisierung im Sinne einer Verschönerung (bzw. Verschleierung) der Realität getreten, an die Stelle einer historischen Weiterentwicklung eine Nostalgie, die aus einem Fundus von Rohmaterialien (bergbauerliche Kultur, «Tradition», «Natur») ständig und immer schneller neue synthetische Welten herzustellen versucht. Und anstatt Pluralismus – auch ein Charakterzug der Postmoderne! – wird postmoderne Beliebigkeit demonstriert. Der Ferienort wird als Garant eines unbeschwerten *feelings* angepriesen und zur neuen Leitikone des Werbeprospekts wird der Gleitschirmflieger.

Die Folge dieser Ästhetisierung heisst Wirklichkeitsverlust durch mediale Vermittlung, durch Imitation und Simulation. Das Überhandnehmen dieser Techniken erreicht aber dort seinen kritischen Punkt bzw. wird dort politisch brisant, wo es zum reinen Mittel der Täuschung wird und wo Künstlichkeit anstatt Distanz und Differenz Anbiederung und Monokultur bewirkt. Denn – das zeigt die Geschichte ebenso wie die Gegenwart – Tourismus stösst jeweils dort auf Widerstand, wo er ungeschminkt auftritt.

## Anmerkungen

- 1 Wo nicht speziell vermerkt, beruhen die Angaben auf folgenden Quellen: *Mündliche Quellen*: Bruno Jelk, Felix Julen, Othmar Kronig, Amadé Perrig, Zermatt; Gaston Barras, Roland Grunder, Walter Loser, Crans-Montana; Arthur Mudry, Lens; Maurice Zermatten, Sitten. Für Hinweise danke ich: Bernard Attinger Sitten, Roman Mooser Zermatt, Hans Ritz Naters, Rose-Claire Schüle Crans. – *Archive*: Kantonsarchiv Sitten; Kantonsbibliothek Sitten (Zeitungsarchiv); kantonales Museum für Geschichte und Ethnographie Valère Sitten; Rose-Claire Schüle Crans; Klaus Anderregg Fribourg und Thomas Antonietti Brig. – *Bildquellen*: Foto-sammlung des Kantonsarchivs Sitten; Postkartensammlungen der Kantonsbibliothek Sitten und des kantonalen Museums für Geschichte und Ethnographie Valère Sitten. – *Statistisches Material, Geschäftsberichte, juristische Unterlagen*: Verkehrsvereine Zermatt, Crans, Montana; Gemeinden Zermatt und Lens. – Für die *Literatur* zur Geschichte der beiden Stationen sei – soweit sie nicht einzeln bibliografiert sind – auf die entsprechenden Schlagworte in der Kantonsbibliothek Sitten verwiesen.
- 2 Zu Geschichte und Struktur von Crans-Montana vgl. bes.: Pierrette JEANNERET, «Montana-Crans. Station aux prises avec le morcellement communal», in *Bulletin de la Murithienne* 88/1971, S. 9-67. – Marius BAGNOUD, François A. BAR-RAS, *Crans-sur-Sierre / Montana-Verمالا*, Siders 1980. – Martin STUCKY, *Analyse et planification Crans-Montana - vers un concept marketing*, Crans-Montana 1989.
- 3 Vgl. Uli WINDISCH, *Lutte de clans - lutte de classes. Chermignon la politique au village*. Lausanne 1986. – Vgl. diesbezüglich auch die Arbeiten von Gottlieb GUNTERN über Saas-Fee, besonders: *Changement social et consommation d'alcool dans un village de montagne*. Thèse Uni Lausanne, Zürich 1975.
- 4 Die folgenden Angaben stützen sich auf: Edith BIANCHI et al., *Jacques Favre architecte 1921-1973*, Lausanne 1981. – Kantonsbibliothek Sitten: Zeitungsarchiv. – Archiv der kantonalen Baukommission Sitten.
- 5 Benedikt LODERER, «Ein Holzhaus, aber kein Chalet», in *Züri-Tip* 1. 7. 1988, S. 8-9.
- 6 Interview vom 26. Februar 1992. Tondokumentation Kantonales Museum für Geschichte und Ethnographie Valère (Übersetzung).
- 7 Vgl. Thomas ANTONIETTI, «Das Dorf als Kulisse und Lebensraum: Bedeutungs- und Erscheinungswandel eines Ortsbildes», in *Images de la Suisse / Schauplatz Schweiz*, Reihe *Ethnologica Helvetica* 13-14/1989-1990, S. 35-65. – Marie Claude MORAND, «Notre beau Valais: Le rôle de la production artistique 'étrangère' dans la construction de l'identité culturelle valaisanne», in Groupe valaisan de sciences humaines, *Le Valais et les étrangers XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup>*, Sion 1992, S. 191-246.
- 8 Vgl. Jacques GUBLER, *Nationalisme et Internationalisme dans l'architecture moderne de la Suisse*, Lausanne 1975.
- 9 Vgl. z. B. Ernst WINKLER (Hrsg.): *Das Schweizer Dorf. Beiträge zur Erkenntnis seines Wesens*. Zürich 1941.



- 10 CONSEIL D'ETAT du Valais, *Ordonnance du 28 avril 1944, concernant la protection des sites et des localités*, Übersetzung.
- 11 Geradezu programmatische Artikel finden sich diesbezüglich bei: Edmond GIROUD, «La maison paysanne et le village», in *Heimatschutz* 43/1948 Nr. 4, S. 102-115. – Ernst LAUR, *Der Schweizer Heimatschutz, seine Ziele und sein Werk*, Olten o. J. (ca. 1950).
- 12 Edmond GIROUD, *La défense du village et des sites*, Sitten 1942.
- 13 LAUR, wie Anm. 11, S. 35.
- 14 COMMUNE D'AYENT, *Règlement et police des constructions de la région d'Anzère*, 1968.
- 15 Bernard CRETZAZ, «Un si joli village - Essai sur un mythe helvétique» in *Peuples inanimés, avez-vous donc une âme? Images et identités suisses au XX<sup>e</sup> siècle*, Etudes et mémoires de la section d'histoire de l'Université de Lausanne, publiés sous la direction de H.U. Jost, Lausanne 1987/6, S. 5-18.
- 16 Luc CONSTANTIN, «La maison rurale du Val d'Illeiez», in: Ligue Suisse du Patrimoine National, Section du Valais Romand – Sion, *Rapport d'activité 1989-1990*, S. 11-16.
- 17 COMMISSIONS COMMUNALES des constructions des cinq Communes du Haut-Plateau, *Règlement intercommunal sur les constructions*, homologué le 26 mars 1975. – GEMEINDE ZERMATT, *Bau- und Zonenreglement*, 1977; *Vorentwurf für ein neues Bau- und Zonenreglement*, 1990.
- 18 Vgl. Marie Claude MORAND, «Architectures contemporaines en Valais: 1960-1980», in *Ingénieurs et architectes suisses*, 110/1984 N° 26, S. 430-459.
- 19 Carl FINGERHUTH, *Crans-Montana – Plan d'aménagement*. Rapport 1972, 1/2.
- 20 Gérard BONVIN, Walter LOSER, «Crans-Montana», in *Revue Transport Tourismus*, 1989/9, S. 6-11, S. 9 (Übersetzung).
- 21 *La vie à Crans-Montana* 1991/19, S. 7 (Übersetzung).
- 22 Vgl. diesbezüglich auch: Barbara MICHAL, *Holzwege in Plastikwelten – Holz und seine kulturelle Bewertung als Material für Bauen und Wohnen*, Bamberg 1989. – Thomas ANTONIETTI, «Die Wohnung als Heimat», in *Wohnen – Zur Dialektik von Intimität und Öffentlichkeit*, Studia ethnographica Friburgensia, Fribourg 1990, S. 121-131.
- 23 FORUM de la construction 1992, *Liste des entreprises et bureaux de construction établis sur le territoire des 6 communes* (Mollens, Randogne, Montana, Chermignon, Lens, Icoigne).
- 24 Gaston Barras in *Illustré*, 21.1.1987, S. 45 (Übersetzung).
- 25 Interview mit Gaston Barras vom 7. August 1992. Tondokumentation Kantonales Museum für Geschichte und Ethnographie Valère (Übersetzung).
- 26 Stéphane DECOUTERE, «Le rôle du promoteur touristique dans l'urbanisation des Alpes de 1950 à nos jours», in *Gli uomini e le Alpi - Les hommes et les Alpes. Actes du congrès 1989*, Torino 1991, S. 223-238, S. 232.
- 27 Vgl. Klaus ANDEREGG und Claudia CATTANEO in *Archithese* 3/1981, S. 13-16. – Marie Claude MORAND, wie Anm. 18. – Bernard ATTINGER in *Archithese* 3/1991, S. 14-43. – Nicht in Betracht gezogen werden hier – mehrere beachtliche – Bauten im Zusammenhang mit touristischen Transportanlagen, da diese andere Kriterien und Traditionen folgen.
- 28 Carlo MOLLINO, «Tabù e tradizione nella costruzione montana» Turin 1954, in: Architekturmuseum Basel (Hrsg.), *Carlo Mollino baut in den Bergen*, Basel 1991, S. 9. – Vgl. diesbezüglich auch: Adolf LOOS, «Regeln für den, der in den Bergen baut (1913)» / «Heimatkunst (1914)» in Adolf Loos, *Sämtliche Schriften*, Wien 1962, S. 329-341. – Christoph MAYR FINGERLE (Hrsg.), *Neues Bauen in den Alpen*. Architettura contemporanea alpina. Sexten 1992.
- 29 Gérald RUDAZ, *Nouvelliste*, 17. Juni 1986 (Übersetzung).
- 30 Vgl. Max BRÖNNIMANN, *Die touristische Bedeutung von Wintersport-Grossveranstaltungen*, Bern 1982.
- 31 CHAMPIONNATS du monde de ski alpin 1987 Crans-Montana, *Rapport final*, Lausanne 1988.
- 32 Othmar JULEN, *Der Kampf um die Zermatter Wasserkräfte*, Naters 1989, S. 15.
- 33 *Nouvelliste*, 12. September 1990 (Übersetzung).
- 34 *Nouvelliste* 23. April 1991 (Übersetzung).
- 35 *Journal de Sierre*, 27. Mai 1992 (Übersetzung).
- 36 Simon EPINEY, «Valais je l'aime, moi non plus», in *Valais où vastu? Catalogue de l'exposition «Altitudes», le Valais à l'aube de l'an 2000*, Vissoie 1991, S. 1 (Übersetzung).
- 37 Radio DRS, *Regionaljournal Extra für das Oberwallis*, 26. November 1989 (Transkription aus der Mundart).
- 38 Werner KÄMPFEN, *Ein Bürgerrechtsstreit im Wallis*, Zürich 1942, S. 103.
- 39 Auszüge aus einem Gespräch vom 25. Februar 1992. Tondokumentation Kantonales Museum für Geschichte und Ethnographie Valère.
- 40 Fiammetta DEVECCHI, Radio DRS, Serie in der Sendung *Rendez-vous*, 18., 19., 20. und 21. November 1991 sowie Feature *Hecher geit's nimma!* vom 19. Juni 1992. Berichte der gleichen Autorin erschienen in *Der Bund*, 2. und 5. Dezember 1991, S. 2. Die nachfolgenden Zitate stammen aus der Sendeserie am Radio.
- 41 SCHWEIZERISCHE STIFTUNG für ausseralpine Forschungen, *Schweizer im Himalaja*, Zürich 1939, S. 6 und 25.

- 42 Vgl. z. B. das Vorwort von Bundesrat J. Musy in: François GOS, *Zermatt und sein Tal*, Genf 1925.
- 43 Dölf REIST, *Berge der Heimat – Gipfel der Welt*, Frauenfeld 1965. – Ders., *Traumberge der Welt*, Zürich 1973. – Ders., *Zu den höchsten Gipfeln der Welt*, Lausanne 1978.
- 44 Paul JULEN in: Antonio Carrel (Koord.), *Das Matterhorn und seine Bergführer*, Aosta/Lugano 1987, S. 228.
- 45 Zum Begriff der räumlichen, zeitlichen und sozialen Expansion vgl. Hermann BAUSINGER, *Volkskultur in der technischen Welt*, Frankfurt a. M. 1986 [1961].
- 46 Vgl. Ulrike BODEMANN, «Folklorismus - Ein Modellentwurf», in *Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde*, 28/1983, S. 101-110, S. 101.
- 47 Hermann Josef BINER in: wie Anm. 44, S. 205.
- 48 KUR- UND VERKEHRSVEREIN ZERMATT, *Geschäftsbericht 1990*, S. 51f.
- 49 Interview mit Amadé Perrig vom 22. Oktober 1991. Tondokumentation Kantonales Museum für Geschichte und Ethnographie Valère.
- 50 *Nouvelliste*, 13. August 1991 (Übersetzung).
- 51 Bernard CRETZAZ, «Découverte et manipulation de la Nature. Sciences et pratiques de la Nature et des Alpes du XVIII<sup>e</sup> siècle à nos jours», in: Daniele Jalla (Hrsg.) *Gli uomini e le Alpi - Les hommes et les Alpes. Actes du congrès 1989*, Torino 1991, S. 243-256, S. 254 (Übersetzung).
- 52 Bundesrat Jean-Pascal DELAMURAZ in seiner Festansprache zum Jubiläum 125 Jahre Erstbesteigung des Matterhorns am 15. Juli 1990 in Zermatt.





# Tourismus und Raumplanung

## Das Beispiel Verbier und Riederalp

Francine Evéquo und Pascale Roulet

### Raumplanung: Das Verwalten des Ungleichgewichts

In zahlreichen Tälern des Alpenraums stellten Viehzucht und Ackerbau noch bis in die fünfziger Jahre dieses Jahrhunderts die Haupterwerbsquelle der lokalen Bevölkerung dar, deren Lebensumstände sich weitgehend glichen. Diese Homogenität der Aktivitäten und Bedürfnisse bewirkte einen starken sozialen Zusammenhalt, der sich auf das Territorialsystem insofern auswirkte, als dass dieses ein – wenn auch prekäres – Gleichgewicht zwischen den Bedürfnissen der Menschen, den Landnutzungstechniken und der Topographie gewährleisten musste. Diese tradierte Form der Bodennutzung konnte sich spätestens dann nicht mehr halten, als die besagte Homogenität nicht mehr gegeben war. Heute sind es deshalb Regierung und Verwaltung, welche über Steuerungsmassnahmen wie z. B. die Raumplanung den neuen Gegebenheiten Rechnung zu tragen haben. Gerade die Raumplanung entwickelte sich dabei mehr und mehr zu einem umfassenden Lenkungsbereich. Eine richtig verstandene Raumplanung setzt deshalb voraus, alle Elemente zu berücksichtigen, die einen gegebenen Raum definieren – Wirtschaft, natürliche Umwelt, Geschichte<sup>1</sup> und Gegenwart.

Eines dieser Elemente ist der Tourismus. Wenn dieser auch zu einem tragenden Wirtschaftszweig ökonomischer Randregionen geworden ist, stellt er gleichzeitig einen Destabilisierungsfaktor dar, indem er in den alpinen Tälern zu gänzlich neuen Lebensumständen geführt hat. Gerade der Tourismus bedarf deshalb besonderer planerischer Leitlinien. Die wirtschaftliche

Diversifizierung, die veränderte Beziehung zur natürlichen Umwelt sowie die Aufteilung des Bodens in monofunktionale Zonen (Industriezone, Grünzone, Bauzone) mit den sich daraus ergebenden Ungleichheiten der Bodenwerte haben die Gesellschaft auch bezüglich der Verantwortung für den Lebensraum in verschiedene Interessengruppen gespalten. Da Fragen des materiellen und sozialen Überlebens der Dorfgemeinschaft nicht mehr im Vordergrund stehen, haben häufig private Interessen Vorrang vor den öffentlichen erlangt. Die Raumplanung sollte deshalb die Ziele definieren, die mittel- und langfristig für die Gesamtheit eines bestimmten Territoriums und seiner Einwohnerschaft zu erreichen sind, ohne sich einfach mit einer Politik der vollendeten Tatsachen abzufinden.<sup>2</sup>

Um die heutige Situation der Raumplanung im Bereich des Tourismus exemplarisch darzustellen, haben wir die Riederalp im Oberwallis und Verbier im Unterwallis ausgewählt. Trotz ihrer sehr unterschiedlichen Geschichte haben diese beiden Stationen eine Gemeinsamkeit: beide haben einen kritischen Punkt in ihrer Entwicklung erreicht, Wachstum um jeden Preis scheint nicht mehr möglich, und bei der Raumplanung ist man im Begriff, den Akzent mehr auf Qualität als auf Quantität zu setzen. Die Gemeinden scheinen sich mittlerweile im klaren zu sein, dass Entwicklung kein Ziel an sich ist. Im Vordergrund steht deshalb heute die Frage, in welcher Form Entwicklung noch möglich ist und wo die Grenzen liegen. In Österreich wurde dieses Problem schon 1980 erkannt, weshalb im Tourismus entsprechende Präventivmassnahmen durchgesetzt wurden.<sup>3</sup> Im Wallis gibt es seit 1987 einen kantonalen Richtplan, doch sind

die kommunalen Richtplanungen noch nicht fertiggestellt. Wenn auch Nutzungspläne vorliegen und bereits einige Studien durchgeführt wurden, wie z. B. in Verbier<sup>4</sup>, verfügen die Gemeinden noch nicht über homologierte Unterlagen über ihre Entwicklungsziele. Durch eine kurze Beschreibung der touristischen Entwicklung und der aktuellen Situation von Riederalp und Verbier soll eine erste Bilanz gezogen werden, um anschliessend die Vorgaben der kantonalen Richtpläne zu analysieren und ein paar Gedanken zur Raumplanung an sich und in bezug auf den Tourismus zu formulieren.

## Die Geschichte des Ungleichgewichts

### *Das Beispiel Riederalp*

Die Geschichte des Tourismus auf Riederalp beginnt im 19. Jahrhundert mit einer Alp – oder besser gesagt drei Alpen: der Rieder-, der Greicher- und der Goppisbergeralp. Diese drei Alpen gehörten drei Gemeinden, die sich bis heute das Territorium der Riederalp teilen. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts wagten sich erstmals Naturforscher auf der Suche nach neuen Erkenntnissen auf die Gipfel. Ihnen folgten englische Alpinisten und gegen Ende des Jahrhunderts wohlhabende Touristen: Engländer, Deutsche und Franzosen, die – angezogen von der zauberhaften Landschaft des Aletschgletschers – die Sommerfrische im Wallis suchten. Der Bankier Cassel aus London liess auf der Riederfurka eine Villa bauen, die noch heute seinen Namen trägt, und seine Anwesenheit in den Sommermonaten zog die «feine Gesellschaft» mit auf die Riederalp.

Der Erste Weltkrieg beendete diesen Luxustourismus, von dem die Einheimischen nur sehr indirekt profitierten; denn im Gegensatz zur Nachkriegszeit war dieser Frühtourismus kaum mit einer Verbesserung ihres Lebensstandards verbunden.<sup>5</sup> Die Einheimischen hatten höchstens

die Möglichkeit, sich während der Saison, d. h. von Juni bis September, einen Zusatzlohn als Träger, Maultierführer, Arbeiter, Kellner oder Portier in den Hotels (wofür man aber schon über eine gewisse Ausbildung verfügen musste) zu sichern. Wie in andern Industriezweigen jener Zeit profitierten vom Tourismus vor allem die kapitalkräftigen Familien, wie z. B. die Familie Cathrein mit ihren Hotels auf der Riederalp und dem Hotel Jungfrau-Eggishorn am Fuss des Eggishorns.

In der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen reichten die Naturschönheiten allein nicht mehr aus, um die Reisenden zu locken, die nun – der modernen Welt zugewandt – dem Neuen den Vorzug gaben (Automobil usw.) oder aber ganz einfach nicht mehr über die entsprechenden finanziellen Mittel verfügten (Wirtschaftskrise). Die Riederalp verlor dadurch an Bedeutung, die Touristen wandten sich eher Ferienorten zu, die mit dem Auto zu erreichen waren, mehr Komfort boten (fliessendes Wasser, Heizung, Telefon usw.) und bei denen die Möglichkeit zum Skifahren bestand (St. Moritz, Crans-Montana). Auch wenn auf dem Aletschplateau schon in den dreissiger Jahren Ski gefahren wurde, kamen vor allem Sommergäste auf die Riederalp, da es im Winter schwierig war, das Plateau zu erreichen. Die Dörfer an der Westflanke der Rhone zwischen Fiesch und Naters verfügten nicht über die finanziellen Mittel, um eine Strasse bis zur Alp zu bauen. 1950 verfügte die Riederalp über keine zeitgemässe Verkehrerschliessung und keine den neuen Anforderungen genügende Infrastruktur; der exklusive Hoteltourismus hatte an Bedeutung verloren und das touristische Angebot musste den neuen Erwartungen entsprechen: Ski- und Freizeitangebote, moderne Wohnmöglichkeiten (private Chalets, Apparthotels usw.). Trotz einer langen touristischen Tradition musste Riederalp wieder bei Null anfangen.

Der Bau der Seilbahn 1951 war ein erster Schritt in diese Richtung.<sup>6</sup> Und in den folgenden Jahren bemühte man sich erfolgreich, technische



Riederalp auf einer Ansichtskarte (fünfziger Jahre).



Riederalp 1990.

Einrichtungen wie Skilifte und Sesselbahnen zu installieren. 1975 wurde dann die Grossraumkabine der Seilbahn in Betrieb genommen. Während der sechziger Jahre verlief die Entwicklung der Riederalp eher schleppend, vor allem wegen des Problems der Trinkwasserversorgung. Diese Verzögerung wurde allerdings in den siebziger Jahren aufgeholt: Das Bettenangebot in Chalets und Wohnungen verfünffachte sich zwischen 1960 und 1980, und die Parahotellerie gewann gegenüber der Hotellerie an Bedeutung.<sup>7</sup> Der Bau von neuen Hotels, privaten Chalets, Restaurants und Läden stellte Ried-Mörel, Greich und Goppisberg vor gänzlich neue Probleme: Wasserver- und -entsorgung, Abfallbeseitigung, Lebensmittel- und Materialtransport, durch Bautätigkeit verursachter Lärm. Die Landwirtschaft wurde mehr und mehr aufgegeben, und ein Grossteil der Bevölkerung liess sich wegen der besseren Arbeitsmöglichkeiten und Infrastrukturen auf der Alp nieder.

Heute ist die Riederalp eine moderne Station mit entsprechender Infrastruktur. Die Abwasserentsorgung ist seit 1976 gesichert, die Abfallbeseitigung seit 1978, und das Problem der Trinkwasserversorgung wurde 1989 mit der Fertigstellung des Märjelenstausees, der das ganze Plateau mit Trinkwasser versorgt, endgültig gelöst. Zum Standard einer modernen Station gehören schliesslich heute auch Schneekanonen. Auf dem Aletschplateau hat man es verstanden, aus einem Manko der fünfziger Jahre einen Trumpf der achtziger und neunziger Jahre zu machen: Die Autofreiheit ist zum Qualitätsmerkmal der Riederalp geworden. (Zum Personen- und Gütertransport werden lediglich einige Elektromobile eingesetzt.)

Die erste Raumplanung wurde erst 1977 durchgeführt; zu diesem Zeitpunkt hatte sich die Riederalp in ihrem baulichen Aussehen bereits stark verändert. Doch trotz dieser *laissez-faire*-Politik vollzog sich die Entwicklung in einer Art, die auf den ersten Blick besser integriert wirkt als diejenige der Superstationen: kleine, verstreute Kerne, autofrei, besseres Gleichgewicht zwi-

schen Winter- und Sommersaison. Dennoch sieht sich der Ferienort heute auch mit Raumplanungsproblemen konfrontiert. Die Streuung der bebauten Zonen führte dazu, dass heute das ganze Territorium mehr oder minder überbaut ist, was – zusammen mit dem dichten Wegnetz – zu einem Spannungsverlust zwischen bebauter und unbebauter Landschaft führt. Zudem verursacht die Streubauweise erhöhte Kosten bei der Ver- und Entsorgung. Gemeinsame Lösungen werden dabei durch die Tatsache erschwert, dass die Riederalp auf dem Territorium von drei Gemeinden liegt. Trotzdem ist die Riederalp keine «Stadt in den Bergen», wenn sie auch der Versuchung des Zweitwohnungsbaus nicht widerstehen konnte. Das Hauptproblem liegt jedoch – infolge der erwähnten Streuung – in einem Mangel an Lesbarkeit der Siedlung und an Klarheit bezüglich Raumgestaltung.

### *Das Beispiel Verbier*

Zur Zeit der *Belle Epoque* verfügte das Val de Bagnes nicht über spektakuläre Naturschönheiten im Stil eines Aletschgletschers oder eines Matterhorns, welche die Engländer hätten anziehen können. Nach dem Ersten Weltkrieg hatte Verbier-Village rund 250 Einwohner und auf den Maiensässen von Plan-Pratz gab es ein Dutzend Chalets. Die Einwohner lebten vor allem von der Landwirtschaft und von der Viehzucht und arbeiteten auf Baustellen; der Sommertourismus existierte kaum. Das Skifahren wurde in Verbier relativ früh als Freizeitvergnügen entdeckt, stellte aber damals natürlich nicht jene Einkommensquelle dar, zu der dieser Sport heute geworden ist. 1925 wurde die Berghütte Mont-Fort eröffnet und 1927 die erste Pension in Verbier. Die Strasse, die nach Médières führt, wurde 1936/37 bis Verbier-Village und 1949 bis Mondzeu verlängert.

Von diesem Zeitpunkt an wurde man sich in Verbier sehr schnell der bestimmenden Rolle von Auto und Ski für den Tourismus bewusst. Beide sollten in den siebziger und achtziger Jahren zu





Verbier auf einer Ansichtskarte (fünfziger Jahre).



Verbier 1993.



Motoren des Wachstums werden. Verbier, das Anfang des Jahrhunderts touristisch vielleicht eher benachteiligt war, konnte in den fünfziger Jahren davon profitieren, dass fast das ganze Gemeindegebiet als Bauland zur Verfügung stand und bauliche Erweiterungen ohne «die mit der früheren Raumnutzung verbundenen Zwänge und jahrelang praktisch ohne Planung» durchgeführt werden konnten.<sup>8</sup> Dank des leichten Zugangs und der für den Skisport günstigen Bedingungen («weiter Kessel, bestehend aus Weiden und Wiesen mit sehr wenig Bäumen»)<sup>9</sup> konnte sich Verbier sehr schnell entwickeln und wurde – laut dem jüngsten Werbeprospekt der Station – eines der grössten Skigebiete der Welt.

Seit den fünfziger Jahren nahm die Entwicklung ihren eigenen Lauf: Die Télésiège de Médran SA, heute Téléverbier SA, baute die ersten Anlagen und blieb bis heute eine treibende Kraft. «Von nun an gab es eine Art Schneeballeffekt: neue Kunden, neue Bauten, Erweiterung der Skilifte.»<sup>10</sup> Verbier verfügt heute über vier Seilbahnen, darunter die grösste der Schweiz (Verbier - Mont Fort, 150 Plätze), sieben Gondelbahnen, 19 Sessellifte, 15 Skilifte, 300 km Skipisten und die Möglichkeit, auch im Sommer Ski zu fahren.<sup>11</sup> Verbier setzt vor allem auf die Parahotellerie und auf eine Kundschaft, die lieber ein Chalet oder eine Ferienwohnung besitzt bzw. mietet als ein Hotelzimmer bucht (10% Hotels gegenüber 90% Chalets).

Verbier ist weitgehend konzentriert bebaut, mit einem Zentrum und einer Peripherie. Der Ort kann bei maximaler Auslastung ca. 30 000 Feriengäste beherbergen, was einer Kleinstadt entspricht. So kennt denn Verbier auch alle Probleme eines Ballungszentrums: ungenügende Verkehrsplanung mit Bevorzugung des privaten gegenüber dem öffentlichen Verkehr, Probleme bei der mit hohen Kosten verbundenen Trinkwasserversorgung und Abwasserentsorgung, zu wenig öffentliche Parkplätze und Einrichtungen, durch Bautätigkeit verursachte Behinderungen und Belastungen. Da die Gäste auf der Suche

nach körperlicher und geistiger Erholung sind und deshalb auf Umweltbelastungen viel empfindlicher reagieren als die normale Stadtbevölkerung, überschreiten diese Belastungen oft nicht nur die im Gesetz festgelegten Grenzen<sup>12</sup>, sondern auch die von den Feriengästen tolerierten. Die bauliche Konzentration erschwert zudem die Wahrnehmung des Geländes; so verschwindet die natürliche Topographie allmählich unter Auffahrtsrampen und Planierungen, was eine Banalisierung der Landschaft zur Folge hat. Beide Stationen, Riederalp wie Verbier, kennen überdies das Problem der durch die Skipisten verursachten Schäden wie Absenkungen des Bodens, Rutsche, Abholzungen und mangelnder landwirtschaftlicher Unterhalt.

### Saisonale Disparitäten

In Verbier sind im Winter praktisch alle Betten belegt; im Sommer ist die Station dagegen weit weniger ausgelastet (die Wintersaison zieht momentan 75% der Touristen an). Die Belegungsziffer beträgt 143 Tage pro Jahr (1989/90); das sind 542 169 Übernachtungen im Winter (106 783 in der Hotellerie gegenüber 435 386 in der Parahotellerie) und 139 269 im Sommer (36 211 in der Hotellerie, 103 058 in der Parahotellerie).<sup>13</sup> Auch die Riederalp kennt das Problem der ungleichen Verteilung der Übernachtungen je nach Saison, wenn auch in geringerem Ausmass als Verbier. Für das Vergleichsjahr 1989/90 zählte man im Winter 199 494 Übernachtungen (davon 27 282 in der Hotellerie gegenüber 172 212 in der Parahotellerie) und 101 110 im Sommer – also gut die Hälfte der Übernachtungen der Wintersaison (22 059 in der Hotellerie und 79 057 in der Parahotellerie: das sind 83,6% in der Parahotellerie gegenüber 16,4% in der Hotellerie).<sup>13</sup> Dieses Problem betrifft fast alle alpinen Stationen; ungefähr seit 1970 übersteigt die Zahl der Winter- diejenige der Sommerübernachtungen, was Rentabilitätsprobleme zur Folge hat. Wo bei zu sagen ist, dass praktisch alle europäi-

schen Ferienorte eine Disparität zwischen Hochsaison und ruhigeren Zeiten kennen.

Um mit den Badeorten konkurrieren zu können, musste man sich den neuen Erwartungen der Touristen anpassen oder aber neue Bedürfnisse wecken. Die Tourismusfachleute haben deshalb Strategien entwickelt, um die Gäste auch im Sommer oder in der Zwischensaison in die Berge zu locken; so u.a. durch attraktive Freizeitprogramme, sportliche und kulturelle Aktivitäten usw. Die jüngste Entwicklung ist also vor allem durch die Schaffung von Infrastrukturen Richtung «Aktivurlaub» geprägt, wobei jede Station bemüht ist, ihre Nische zu finden und eine bestimmte Zielgruppe durch originelle und abwechslungsreiche Angebote anzusprechen.

In diesem Sinne bemüht sich Verbier, durch sein Angebot sowohl im Sommer wie im Winter für ein eher sportliches, kaufkräftiges und junges Publikum, das Freizeit in der freien Natur aktiv genießen möchte, attraktiv zu sein. Um dieses Ziel zu verwirklichen, wurden die entsprechenden Anlagen gebaut: ein Sportzentrum, ein überdachtes Eisstadion, drei Curlingbahnen, zwei Hallenbäder, acht Freiluft- und vier Hallentennisplätze, zwei Squashanlagen, mehrere Saunas und Solarien sowie ein Golfplatz. Um die Feriengäste dauerhaft an sich zu binden, wurden neue Veranstaltungen eingeführt, wie z. B. das Gleitschirm-Open, ein Pferdecross, ein europäisches Mountain-Bike-Rennen, Curlingturniere sowie einzelne Veranstaltungen mit lokalem Bezug; Jahrmärkte, Ausstellungen handwerklicher und landwirtschaftlicher Produkte, Ausflüge in die Berge, botanische Wanderungen, Bergwanderungen mit Gemsbeobachtung sind einige der Veranstaltungen, die den Sommerkalender füllen.

Als autofreie Station im deutschsprachigen Raum zielt die Riederalp dagegen eher auf ein naturverbundenes, deutschsprachiges Publikum ab, auf Familien und ältere Leute (vor allem im Sommer und in der Zwischensaison). Die Mehrheit der Besucher kommt aus den Regionen

Zürich, Basel und Bern; ein Drittel der ausländischen Feriengäste stammt aus Deutschland, ein weiteres Drittel aus den Beneluxländern. Wie Verbier bietet auch die Riederalp zahlreiche sportliche Aktivitäten an: Golf, Tennis, Sommerski und Wanderungen auf dem Gletscher, Bergsteigen, Mountain Bike und einen internationalen Drachenfliegerwettbewerb. Doch auch an kulturellen Aktivitäten und Zentren fehlt es nicht: Aus der Villa Cassel wurde 1971 ein Naturschutzzentrum (der Aletschwald ist seit 1933 Naturschutzgebiet), wo Ausstellungen, Konzerte oder Kurse besucht werden können. Ein Alpmuseum entwickelte sich zum kulturellen Zentrum mit einer Ausstellung über die regionale Alpwirtschaft, Kulturpfaden und Aktivitäten folkloristischer Art (Frauen in Trachten stellen Butter nach alter Methode her; Schnupftabakwettbewerbe werden ausgetragen usw.). Heute kooperiert die Riederalp im Rahmen von «Aletsch 2000» mit der Bettmeralp, und seit 1991 veröffentlichen beide Ferienorte ihre Informationsbroschüren gemeinsam.

Diese Tendenz zum regionalen Handeln, wie man sie in Verbier und auf der Riederalp feststellt, ist Ausdruck einer allgemeinen Entwicklung, die auch in vielen Regionen der Europäischen Gemeinschaft stattfindet.<sup>14</sup> So hält die Kommission der Europäischen Gemeinschaft fest: «Es ist offensichtlich, dass eine bessere saisonale und geographische Verteilung des Tourismus nicht nur die Investitions- und Beschäftigungsbedingungen verbessern würde, sondern auch den Schutz der natürlichen und kulturellen Ressourcen.»<sup>15</sup>

## Tourismus und Gemeinde

Seit einigen Jahren wird ein Tourismus mit ungezügelm Wachstum – ob in Verbier oder auf der Riederalp – von den Einheimischen nicht mehr widerspruchslos hingenommen. Wenn der Tourismus auch ein wichtiger Wirtschaftszweig ist, verlangt er andererseits von den Gemeinden

grosse finanzielle Aufwendungen für Infrastrukturen, deren Nutzen nicht allen in gleicher Weise zugute kommt.

Verbier gehört zur Gemeinde Bagnes, der grössten Schweizer Gemeinde, die sich südlich von Sembrancher über das ganze Tal erstreckt und aus 18 Dörfern besteht. Diese territoriale Einheit gibt dem Verkehrsverein einen grossen Handlungsspielraum. Vom Aufschwung der Station profitiert auch die Bevölkerung (Arbeit für die Einheimischen, vor allem im Baugewerbe, und Einnahmen durch die Kurtaxe für die Gemeinde). Die Grösse der Gemeinde bringt aber auch Probleme mit sich, da es kaum möglich ist, die Bedürfnisse aller Dörfer gleichzeitig zu befriedigen. Ein Grossteil der Investitionen konzentriert sich zudem auf die Station, um das dortige touristische Angebot ständig zu verbessern. «Für Verbier wird alles getan», sagt man in den Dörfern, «für uns wird nichts getan», klagt man aber dort oben.»<sup>16</sup> Der Rest der Gemeinde ist nicht mehr bereit, immer nur zu investieren und die negativen Folgen eines solchen Ungleichgewichts zu tragen: «Die funktionale Änderung des Bodens und seine unterschiedliche Bewertung rufen grosse Probleme hervor. Der wachsende und unkontrollierte Mehrwert der Grundstückspreise verursacht Konflikte unter den Besitzern und stellt zunehmend die Frage nach einer gerechteren Verteilung.»<sup>17</sup> «Der Reichtum von einigen wenigen sollte nicht allzu sehr mit dem Mangel der anderen einhergehen.»<sup>18</sup>

Auf der Riederalp profitierte dagegen mehr oder weniger die gesamte Bevölkerung von der Verbesserung der Infrastruktur; um in den Genuss der Annehmlichkeiten des modernen Lebens zu gelangen, verliess ein Grossteil der aktiven Bevölkerung die Dörfer, um sich auf der Alp niederzulassen. Heute sehen sich die Gemeinden vor die Wahl gestellt, ob sie weiterhin auf quantitatives Wachstum setzen wollen oder nicht. Die Skepsis gegenüber einem ungebremsten Wachstum drückte sich auch in der Opposition eines Teils der Bevölkerung gegen

den Bau einer Chaletsiedlung auf dem Gebiet von Oberried aus.<sup>19</sup>

Zweifellos stellt der Tourismus heute einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Er fördert die wirtschaftliche Entwicklung unterprivilegierter Regionen und ermöglicht der Bevölkerung, an Ort und Stelle Beschäftigungsmöglichkeiten zu finden. Der für diese Vorteile zu zahlende Preis ist jedoch oft sehr hoch, und es sind im allgemeinen die Gemeinden – und nicht der Tourismus selber –, welche die negativen Folgen des Tourismus zu tragen haben. So sind zum Beispiel im Falle eines durch die Übernutzung durch Skipisten verursachten Erdbebens die Gemeinden für die Beseitigung des Gerölls und die damit verbundenen Kosten verantwortlich. Die Rentabilität der Tourismusindustrie ist also eine relative, und die Interessen der Gemeinden haben sich ihr nicht selten gar unterzuordnen, wie dies etwa Heinz Blaser anlässlich der Abstimmung über das Gesetz betreffend Immobilienerwerb durch Ausländer beschrieb: «Das Nein der Bürger ist ein Nein gegen den touristischen Gigantismus, gegen die grossen Projekte und gegen die neuen Feriendörfer, die ausschliesslich für den Verkauf an Ausländer bestimmt sind und die nicht oder nur sehr schwer in Einklang mit den lokalen oder regionalen Wirtschaftsinteressen zu bringen sind.»<sup>20</sup> Die touristische Monokultur, ursprünglich oft die einzige Möglichkeit einer wirtschaftlichen Entwicklung, kann so zu einem Hemmfaktor bei der mancherorts angestrebten Diversifizierung der Wirtschaft werden.

Die Behörden sowohl auf lokaler als auch auf kantonaler Ebene sind sich bewusst, dass das Wachstum im touristischen Sektor gebremst bzw. besser ans vorhandene Umfeld angepasst werden sollte und die durch Bauprojekte verursachten Schäden in Grenzen gehalten werden sollten. Um dieses Ziel zu erreichen, stehen den Gemeinden und dem Kanton verschiedene Mittel zur Verfügung, z. B. der kantonale Richtplan und die Umweltverträglichkeitsprüfungen<sup>21</sup>, die bei allen grösseren Bauvorhaben durchgeführt werden.

## Raumgestaltungspolitik: Versuch einer Antwort auf das Ungleichgewicht

Der kantonale Richtplan für die Raumplanung im Kanton Wallis wurde 1987 veröffentlicht.<sup>22</sup> Der Richtplan ist ein Bericht, der die Zielsetzungen des Kantons in bezug auf die Raumplanung zusammenfasst. Dessen Empfehlungen sind nicht zwingend, doch gelten sie als Referenz für die Gemeinden, die ihrerseits verpflichtet sind, ihre eigene Richtplanung zu entwerfen. Der kantonale Richtplan gliedert sich in verschiedene Sachbereiche: Stadtplanung und allgemeinnützige Gebäude, Natur- und Kulturdenkmäler, Transport und Verkehrswesen, Tourismus und Freizeit, Landwirtschaft, Natur (Landschaft und Wälder), Naturgefahren, Versorgung (Wasser, Energie, Rohstoffe), Militär, Umweltschutz. Dem Tourismus wird ein ausführliches Kapitel gewidmet, das wie folgt zusammengefasst werden kann: «Erhalten eines Gleichgewichtes zwischen Bauzonen für touristische Zwecke und den natürlichen Gegebenheiten. Optimales Integrieren der Sport- und Freizeitanlagen in die Landschaft. Beschränken des Ausbaus der Infrastrukturanlagen für den Wintersport auf die notwendigen Ergänzungsanlagen, wobei der Schwerpunkt auf bereits erschlossene Skigebiete zu legen ist. Fördern von extensiven Tourismusformen indem Wandermöglichkeiten in Gebieten ohne grosse Infrastrukturanlagen angeboten und naturnahe Landschaften in den Vordergrund gestellt werden. Vermehrt Rücksicht nehmen auf bestehende Ortsbilder, Kunstdenkmäler und natürliche Landschaften, da sie einen wichtigen Bestandteil unseres touristischen Angebotes darstellen.»<sup>23</sup>

Was die einzelnen Orte angeht, werden die Richtlinien durch Merkblätter genauer erläutert. Im Falle von Verbier geht es darum, die Bahnverbindung zwischen Le Châble und Martigny zu fördern, besonders seitdem die Leistungsfähigkeit der Seilbahn Le Châble-Verbier verbessert wurde, und die Skigebiete Orsières-Bruson-Le Châble-Verbier miteinander zu verbinden. Für die Riederalp ist vorgesehen, die Skigebiete

Bettmeralp-Riederalp-Kühboden miteinander zu verbinden.<sup>24</sup>

Zurückhaltung und Integration heissen die Leitmotive des «neuen» Tourismus. Das Problem der Raumplanung an einem Tourismusort unterscheidet sich grundsätzlich nicht von demjenigen irgendeiner Agglomeration; immer geht es um Wechselbeziehungen zwischen Bereichen, wie sie oben genannt wurden (Transport, Versorgung usw.). Bei touristischen Orten sind jedoch zwei Punkte ganz besonders wichtig, da sie das Bild betreffen, quasi die Visitenkarte, die ein Ort von sich geben will: das Siedlungsgebiet und der Landschaftsschutz.

### *Das Siedlungsgebiet*

Der kantonale Richtplan sieht bezüglich der Siedlungsgebiete folgende Richtlinien vor: «Überprüfen der Zweckmässigkeit des ausgeschiedenen Baugebietes. Verhindern eines unkontrollierten Zusammenwachsens von Siedlungsgebieten, vor allem entlang der Hauptverkehrsstrassen. Erweitern des Angebotes der öffentlichen Einrichtungen in den regionalen Zentren und Subzentren.»<sup>25</sup>

Die Entwicklung alpiner Ferienorte wie Verbier oder Riederalp erfolgte zu schnell, als dass den natürlichen Gegebenheiten oder den lokalen Besonderheiten genügend Aufmerksamkeit hätte geschenkt werden können. Das grosszügige Ausscheiden von Bauzonen in den sechziger Jahren machte in der Folge eine kontrollierte Entwicklung sehr schwierig. Heute genehmigen die Behörden eine Erweiterung der Bauzone nur in Ausnahmefällen und bevorzugen eine stärkere bauliche Konzentration in bereits vorhandenen Zonen mit dem Ziel, den Unterschied zwischen «innen» und «ausen» stärker zu betonen. Nicht selten ist aber auch die Akzeptanz des Status quo und die Beschränkung auf «kosmetische» Verbesserungen die Regel. Obwohl sich beide Ferienorte sehr unterschiedlich entwickelt haben (Konzentration gegenüber Streusied-

lung), heisst dies nicht, dass die theoretischen Lösungsansätze sich zwangsläufig stark unterscheiden müssten; kann doch die Siedlungsgrenze an der Agglomeration als ganze wie an einzelnen Siedlungskernen in gleicher Weise festgemacht werden.

### *Natur- und Landschaftsschutz*

Der kantonale Richtplan hat in verschiedenen Sachbereichen die Natur zum Thema. Im Bereich Landwirtschaft heisst es: «Fördern einer genügenden Bewirtschaftung des Kulturlandes in Berggebieten, damit die Berglandwirtschaft ihre Aufgaben in bezug auf die landwirtschaftliche Produktion, die Regionalpolitik und den Umweltschutz erfüllen kann»; bezüglich Schutz gegen Naturgefahren: «Erhalten und Pflegen eines gesunden Waldes, der seine wirtschaftliche, soziale und vor allem seine schützende Funktion auch weiterhin erfüllen kann»; bezüglich der natürlichen Lebensgrundlagen von Menschen, Tieren und Pflanzen: «Bewahren naturnaher und bisher intakt gebliebener Gebiete in ihrem ursprünglichen Zustand (dazu gehören u.a. Feuchtgebiete, Trockenstandorte, Bäche und Flüsse, Waldsäume und die alpine Vegetation) und Wiederherstellen zerstörter Naturräume»; bezüglich der Versorgung mit Rohstoffen und ihrem Abbau: «Begünstigen einer natur- und landschaftsschonenden Nutzung von Energie und Rohstoffen. Fördern einer Wassernutzungspolitik, die dem täglichen Konsum der Bevölkerung und der Wirtschaft sowie der Erhaltung der natürlichen Flussläufe und der Energieproduktion Rechnung trägt.»<sup>26</sup>

Naturschutz ist die Quintessenz dieser Texte. Die Natur ist ein Wert an sich, und zwar nicht nur als Grundlage jeden Lebens, sondern auch im ästhetischen Sinne, gerade an Fremdenverkehrsarten. Die Vorstellung von der Natur als Lebensgrundlage und der Natur als ästhetische Landschaft treffen sich dabei. Doch die «reine» Natur gibt es – ausser in entlegenen Gebieten – nicht mehr. Der Mensch hat sie im

Laufe der Jahrhunderte zur Kulturlandschaft verändert, die ebenso wie ein Dorf ein vom Menschen gestaltetes Element ist. Der kantonale Richtplan schlägt nun sogar eine Wiederherstellung verschwundener natürlicher Gebiete vor, in welchen die Bauern – quasi als Landschaftsgärtner – die Garanten des Landschaftsschutzes wären. Der Begriff «Gärtner» erinnert dabei an den Park, also ein vom Menschen entworfenes und stark gestaltetes Element. Natur wird zu einem Entwurf, bei dem jedes Ding seinen festen Platz hat, seine Form, seine ästhetische und praktische Funktion; alles wird inszeniert und gestaltet, von den Tieren bis zum Wasser, vom Wald bis zu den Weiden und Wegen.<sup>27</sup>

### *Innen und aussen*

Zu einem zentralen Problem wird also der Verlust klarer Grenzen zwischen Stadt und Land. Das Ausfransen der Stadtränder durch die Zersiedelung mit Wohn- und Industriezonen hat diese Grenze, die dem Territorium seine Lesbarkeit gab, allmählich verschwinden lassen. Urbanismus und Architektur bezüglich des Problems der Abgrenzung neu zu definieren sowie das «Innen» und «Aussen» klar zu bestimmen, sind deshalb heute vorrangige Fragen; wobei zu sagen ist, dass diese Problematik eher die Architektur- und Urbanismustheoretiker beschäftigt als die Behörden, die mit politischen Sachzwängen konfrontiert sind, die oft eine klare Stellungnahme verhindern. Im übrigen sind diesbezüglich auch die Meinungen unter den Experten geteilt. Statt über Konzepte zu streiten, die sich an der Vergangenheit orientieren (Abgrenzung zwischen Stadt und Land), wäre es jedenfalls sinnvoller, die gegebene Situation zu akzeptieren und mit Konzepten wie Stadt-Umland oder Stadt-Region zu arbeiten.

### *Regionalisierung*

Wenn man das «Innen» und das «Aussen» erst einmal definiert hat, ergibt sich dann daraus

automatisch die Schlussfolgerung, dass weiteres Wachstum nicht mehr möglich ist, dass eine Höchstgrenze bezüglich der Anzahl Menschen und Gebäude für eine gegebene Region festgelegt werden muss? Die Lösung könnte im Konzept der Vernetzung liegen, einer neuen Tendenz in der Raumplanung, welche die Zusammenlegung nahe beieinander liegender Orte zum Ziel hat, um das touristische Angebot auf regionaler Ebene zu koordinieren. Dies würde unter anderem bedeuten, dass man die Infrastrukturen von Nachbarstationen, die nicht voll ausgelastet sind, integrieren würde anstatt eine einzige Station aufzublähen. Das Angebot könnte so stärker spezialisiert, die öffentlichen Verkehrsmittel besser koordiniert werden, was die Position einer Region im europäischen Wettbewerb zweifellos stärken würde.

So hat Verbier angefangen, seinen Aktionsradius zu erweitern, indem es das Skigebiet auf die «4 Vallées» mit den Mayens de Riddes, Nendaz und Veysonnaz ausgedehnt hat (das Skiabonnement ist für die ganze Region gültig). Die Riederalp ihrerseits bietet zusammen mit Bettmeralp und Kühboden ein ähnliches Abonnement an. Zukünftige Planungen müssen in diese Richtung zielen, und die Tourismusexperten sind sich dessen bewusst: «Die Stationen werden nicht mehr im Alleingang arbeiten, sie werden bevorzugte Beziehungen zu kleineren Nachbarstationen aufbauen, wovon die ganze Region profitieren wird. Zudem müsste die Erreichbarkeit anderer touristischer und kultureller Angebote der Region erleichtert und gefördert werden, vor allem für Schlechtwettertage.»<sup>28</sup>

Wenn die Tendenz heute auch in Richtung Regionalisierung geht, stellt immer noch jede Gemeinde ihre eigenen Interessen zu sehr in den Vordergrund. Dieser Mangel an kantonaler Solidarität<sup>29</sup> tritt nicht nur in der Tourismuspolitik, sondern auch bei der Raumplanungspolitik der Gemeinden zutage. Zwischen Gemeinden, die ähnliche Strukturen aufweisen oder regional eine Einheit bilden, findet kaum ein Austausch

über diese Probleme statt. Raumplanung kann aber nur richtig verstanden werden und neue Orientierungen anbieten, wenn die Komplexität der Beziehungen zwischen Mensch, Produktion, Kultur usw. auf einem Territorium betrachtet werden, das sich nicht an Gemeindegrenzen orientiert, sondern auf einem umfassenderen Denken basiert (z. B. können Verbier und die gesamte Gemeinde Bagnes nicht ohne Martigny verstanden werden).

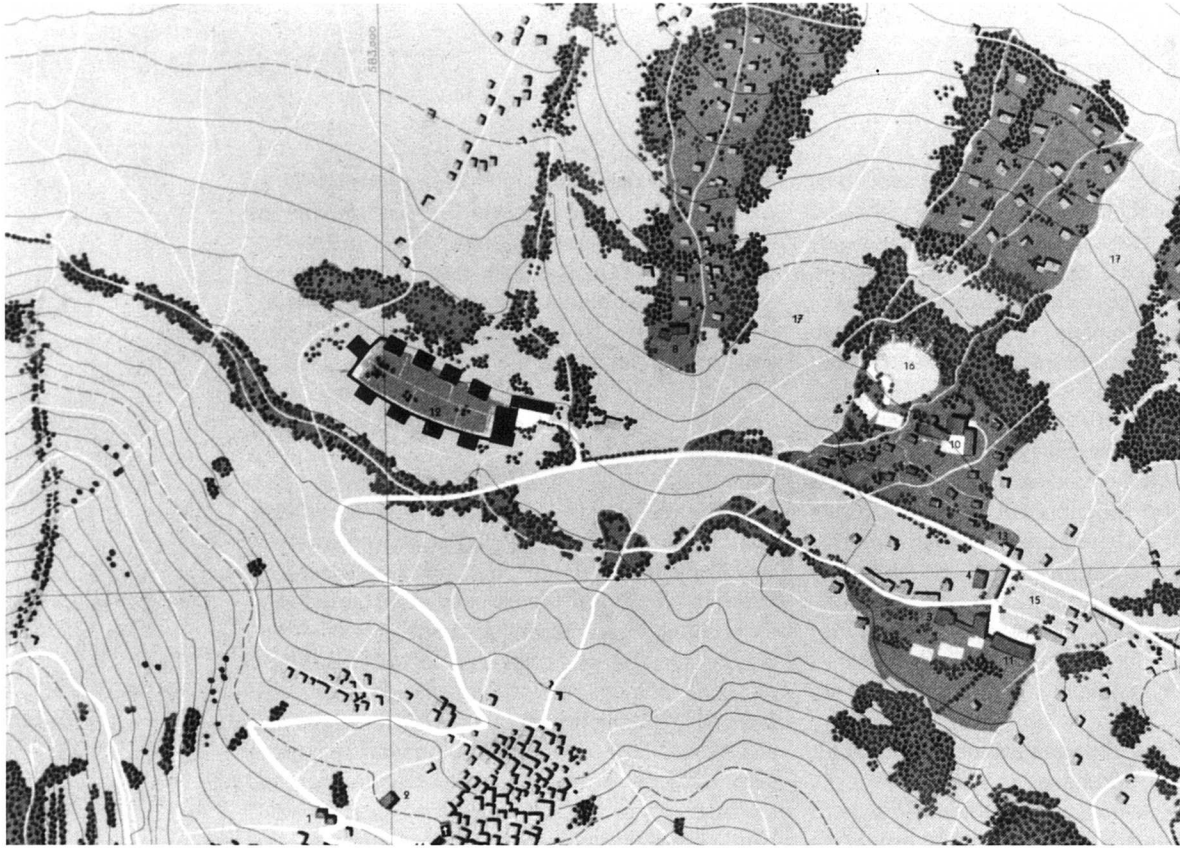
Die dargelegten Punkte stellen nur zwei von vielen Elementen des kantonalen Richtplans dar, widerspiegeln jedoch dessen konzeptuellen Gesamtrahmen bezüglich unserer Fragestellung recht gut. Ein gewisses Unbehagen hinterlassen die kantonalen wie die kommunalen Richtpläne insofern, als sie zwar die aktuellen Tendenzen in Richtung einer integrierten Entwicklung reflektieren, jedoch so allgemein gehalten sind, dass der Raum für verschiedenste Interpretationen gross ist. Der Mangel an Genauigkeit führt aber zu ungenauen Antworten und zu unklar formulierten Zukunftsperspektiven.

## Gleichgewicht – Ungleichgewicht

Bezüglich der heutigen Probleme kann es aufschlussreich sein, sich mit Antworten zu beschäftigen, die frühere Architekten<sup>30</sup> auf Fragen der touristischen Planung gegeben haben. In dieser Hinsicht besonders interessant sind die vierziger Jahre, da es sich dabei um eine Umbruchphase des Tourismus handelt.

Armin Meili, 1939 Direktor der Landesausstellung in Zürich, entwarf Ende des Zweiten Weltkrieges auch ein Projekt für Verbier. Dieses Projekt war Teil einer grösseren, vom Bundesrat in Auftrag gegebenen Erhebung zur Feststellung des Potentials des Hotel- und Tourismusgewerbes, welche 1945 veröffentlicht wurde.<sup>31</sup> Meili hatte die Aufgabe, einen neuen «idealen» Ferienort zu entwerfen, der Vorbild für spätere touristische Planungen sein sollte. Meilis Plan lässt den Einfluss des Modernismus erken-

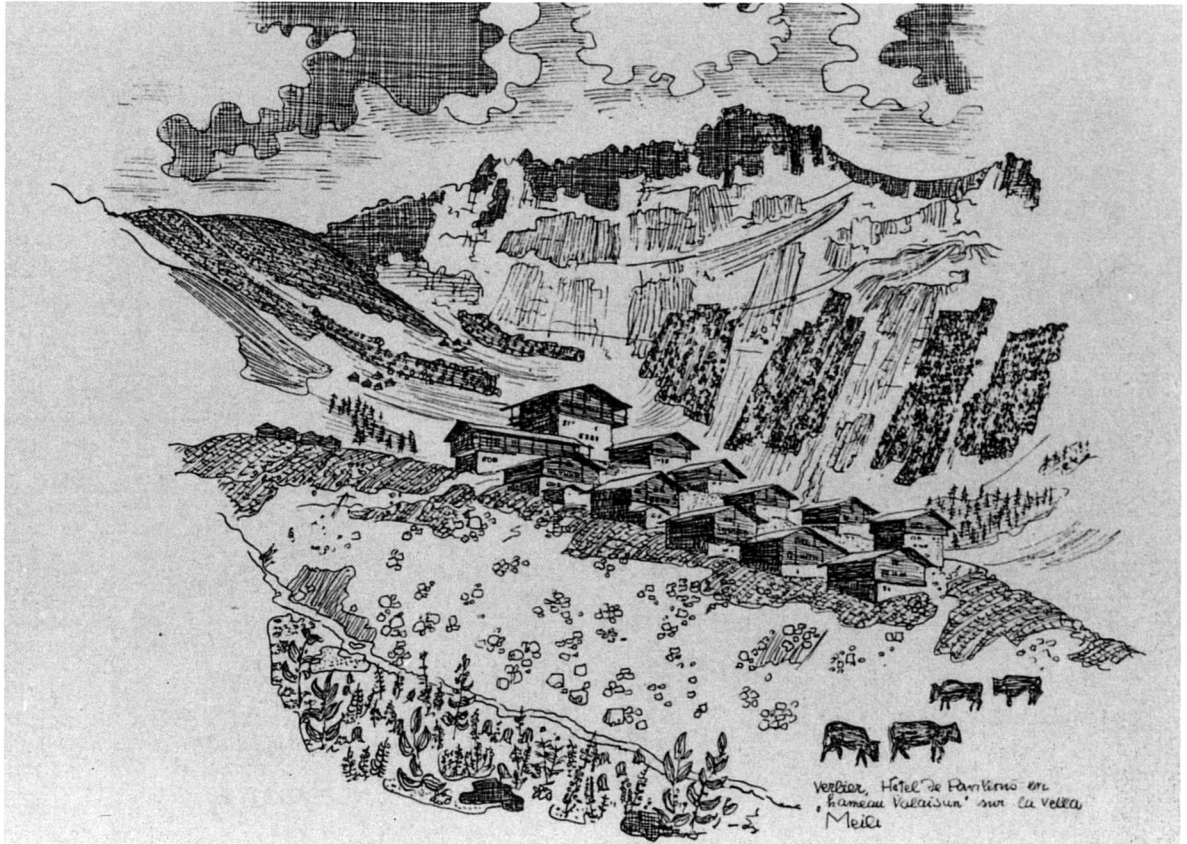




Plan für Verbier von Armin Meili, 1945.

nen, der auf den Umwälzungen basiert, die durch das Maschinenzeitalter und die neuen Technologien hervorgerufen wurden, und der in ganz Europa Urbanismus und Architektur beeinflusste. Gleichzeitig treten in diesem Plan diejenigen Elemente des Modernismus hervor, die auf Ablehnung stiessen. Meilis Plan basiert – entsprechend den damaligen Tendenzen – auf absolut rationalistischen Prinzipien und teilt den Raum nach Funktionen ein, ohne Rücksicht auf die vorhandene Bausubstanz (Verbier-Village, Le Châble). Das Ortsbild jedoch gibt sich «traditionell»: kleine Chalets, Satteldächer, bescheidene Grösse des Ferienortes. Meili bezeichnete 2900 Einwohner (1200 Ortsansässige und 1700 Touristen) als Höchstgrenze. «Eine weitere Ausdehnung erscheint uns nicht angezeigt, wenn wir die Pläne betrachten, denn die ökonomische und demographische Beziehung zwischen Tourismus und Alpwirtschaft der Station

darf ein gewisses Mass nicht überschreiten. Zu viele Beispiele in unserem Land zeigen, zu welchem Übelstand der Bruch mit diesem lokalen Gleichgewicht geführt hat. Wenn man von Landesplanung und von deren wirtschaftlichem Aspekt spricht, ist es wichtig, das Mass nicht aus den Augen zu verlieren. Gerade in Verbier sollten wir uns davor hüten, zu gross zu sehen. Das zur Verfügung stehende Gebiet könnte uns dazu verleiten, grosse Einrichtungen zu planen. Dieser Versuchung gilt es zu widerstehen, bleiben wir beim menschlichen Mass; nicht weil man hier besondere Rücksichten auf die Landschaft zu nehmen hätte, sondern um das schweizerische Prinzip der Qualität zu wahren, das uns jegliche Übertreibung der Proportionen untersagt. Diese Betrachtungen gelten auch für die Verteilung und die Grösse der Gebäude. Betonbauten mit mehreren Stockwerken dürfen die Harmonie der Landschaft nicht zerstören.



Detail aus dem Plan Meili mit dem projektierten Hotel.

Das gleiche Ziel kann auch mit niedrigen, möglichst aus Holz erstellten Gebäuden erreicht werden.»<sup>32</sup>

Es war Meili bewusst, dass der Tourismus grosse Veränderungen mit sich bringen würde und er fürchtete, ein lokales Gleichgewicht, von dessen Existenz er ausging, zu zerstören. Mit dieser Position war Meili nicht allein. In Italien z. B. plante 1943 auf Anregung des Industriellen Adriano Olivetti eine Gruppe von italienischen Architekten, unter ihnen die besten des Landes, die Entwicklung des Aostatal. <sup>33</sup> Nach der radikalen Position dieser Architekten sollte die moderne Architektur den Menschen helfen, den miserablen Bedingungen, unter welchen sie lebten, zu entkommen. Innenaufnahmen, auf denen eine Familie zu sehen ist, die in einem Stall lebt, werden Bildern mit Projekten für Ferien- und Bergdörfer gegenübergestellt, in welchen Luft,

Sonne und Licht die Grundlagen des neuen modernen Lebens für alle sein sollten. Diese Architekten wollten die Bauern in «moderne» Staatsbürger verwandeln, indem sie ihnen Wohnmöglichkeiten gaben, die dem entsprachen, was international als Existenzminimum galt. In der Schweiz hegt Meili Zweifel gegenüber dem Modernismus. Indem er jedoch das Bild des Dorfes auf eine vollständig andere Bauweise projiziert, führt er die Tradition nicht fort (was eine Alternative zur Position der rationalistischen Architekten hätte sein können). Seine Sichtweise ist statisch und konservativ und basiert auf Kriterien wie Kleinheit und menschliches Mass; wobei Meili letzteren Begriff nie definiert hat, obwohl dieser immer wieder zur Rechtfertigung der Limitierung von Gebäuden auf höchstens drei Stockwerke herbeigezogen wird. Doch sind die Beziehungen des Menschen zu seiner Umwelt vielschichtiger, gerade



Skizze des Projekts für Verbier von Architekt Armin Meili aus dem Jahre 1945.

in Gegenden, wo die Naturgewalt den Menschen zu grossartigen Bauten gezwungen hat: Wasserleitungen oder Stauseen, die auf ihre Art ebenfalls menschliches Mass verkörpern. Es sind also eher irrationale Kriterien, die damals (wie heute) das Bild einer typischen Schweiz mit kleinen Chalets, kleinen Dörfern und natürlichem Gleichgewicht zu perpetuieren suchen. Meilis Plan für Verbier und der Plan für das Aostatal sind zwei Beispiele grundsätzlicher Entwürfe, die nie realisiert wurden. Sie erlauben uns, die kulturelle Position der damaligen Architekten zu verstehen. Eine wirkliche Debatte dieser Modelle hat allerdings nie stattgefunden, weil sich wichtige Tendenzen des Rationalismus einfach durchgesetzt haben. Unglücklicherweise sind diese Tendenzen bei der konkreten Umsetzung auf wenige vereinfachte Prinzipien reduziert worden, wie z. B. das *Zoning* oder die Monofunktionalität.

In diesem Kontext versuchen heute Fachleute, Planung und Architektur in den Bergen neu zu definieren und neue Modelle unter Einbezug der historischen Dimension zu entwickeln, auch wenn die Nutzungsform des Bodens sich verändert hat. Jahrhundertlang haben Menschen ihre Umwelt gestaltet und die Landschaft geprägt. Indem die Beziehung zur Natur und damit der Begriff der Landschaft im Tourismus noch immer eine wichtige Bedeutung hat, könnte sich hier die Weiterentwicklung dieses Prozesses problemloser gestalten als in städtischen Regionen, wo diese Beziehung vollständig verloren gegangen ist.<sup>34</sup>

Heute befindet sich unsere Gesellschaft in einer Übergangsphase, sie steht am Ende einer Periode der Überentwicklung. Das Ungleichgewicht verlagert sich in andere Bereiche, und neue Faktoren wie die Umkehrung der Alterspyramide in den westlichen Gesellschaften (Geburtenrückgang, Überalterung der Bevölkerung) oder die neuen Entwicklungen in Produktionstechnik und Arbeitswelt verlangen nach neuen Antworten in der Stadt- und Raumplanung. Analog zu anderen Epochen des Umbruchs taucht wieder die

Vorstellung von der kranken Natur und der kranken Stadt auf.<sup>35</sup> Solche Bilder erinnern aber an den Notfall, der zu raschem Eingreifen zwingt und das Risiko mit sich bringt, auf die Probleme mit rein technischen Antworten zu reagieren. Hinzu kommt, dass die Nostalgie oder die Angst vor neuen Entwicklungen zu Lösungen führen können, die mit dem heutigen oder früheren Leben nichts mehr zu tun haben, wie z. B. im Falle des *Hameau de Verbier*, der ein idyllisches Bild vorspiegelt, das Bild eines Dorfes, in dem «Gleichgewicht» und «menschliches Mass» herrschen, und der sich auf eine Vergangenheit zu beziehen versucht, als der Mensch noch in Harmonie mit der Natur gelebt haben soll. Doch hat es diesen Zustand des Gleichgewichts überhaupt je gegeben? Der Mensch ist auf ewiger Suche nach Gleichgewicht, aber dieses Gleichgewicht ist gewissermassen immer nur ein Projekt, das paradoxerweise fast immer Ungleichgewicht mit sich zieht. Und Ungleichgewicht ist ein Element der Evolution, im Sinne einer Gesellschaft, die sich ändert. So betrachtet, ist Ungleichgewicht nicht unbedingt negativ zu bewerten, denn das stete Streben nach Ausgleich ist ein dynamischer Prozess, der den Anstoss gibt zu neuen Entwicklungen und die Suche nach innovativen Lösungen in Gang setzt.

## Anmerkungen

1 «Die Landschaft ist aber auch Zeuge einer 'gelebten Vergangenheit'. Gemeint sind damit nicht allein die sichtbaren Spuren der Vergangenheit, sondern insbesondere das Denken und Fühlen sowie die Art der Arbeitsorganisation der Menschen früherer Generationen und die Umsetzung ihrer gesellschaftlichen Werte, ihrer Hoffnungen und auch ihrer Gottesfurcht in die Landschaft.» Fonds zur Erhaltung und Pflege von naturnahen Kulturlandschaften, *Jubiläums-Session der Bundesversammlung, 700 Jahre Confœderatio Helvetica*. Bern 1991, S. 13 [zitiert FONDS].

2 «Durch die Vielzahl drängender Tagesprobleme besteht oft die Gefahr, dass die Ziele einer befriedigenden Gesamtentwicklung aus dem Auge verloren werden.» H. TIEFENTHALER, «Tourismus und Raumplanung. Erfahrungen in Vorarlberg», in MATTIG & ZEITER, *Die Alpen im Europa der neunziger Jahre. Ein ökologisch gefährdeter Raum im Zentrum Europas zwischen Eigenständigkeit und Abhängigkeit*. Bern 1991, S. 88 [zitiert TIEFENTHALER].

«Trotzdem entziehen sich zahlreiche kleine, unspektakuläre Elemente unserer Natur und Kulturlandschaft [...] weitgehend der



Obhut der verantwortlichen Instanzen. Gerade der ständige Verlust scheinbar unwichtiger Einzelobjekte macht aber die schleichende Veränderung unserer Umwelt so gravierend. Solchen Veränderungen vermag auch die Raumplanung – namentlich durch die Nutzungspläne – nur in den Grundzügen zu begegnen.» FONDS, wie Anm. 1, S. 17.

- 3 Wie in der ganzen Alpenregion hat man in den sechziger und siebziger Jahren in Österreich alle touristischen Einrichtungen und Bauten erweitert, ohne über die Folgen dieser Entwicklung nachzudenken. Als der Sättigungsgrad erreicht war, stellten die Bevölkerung und die Umweltschützer gleichzeitig die Frage, warum mehr Touristen kommen sollen, wenn die Qualität darunter leide. 1980 schon entschieden die Behörden im Vorarlberg, das Bauen durch ein Gesetz zu beschränken (Vorarlberger Landschaftsschutzgesetz von 1982). Nach diesem Gesetz darf nur mit der Einwilligung des Landes gebaut werden und zwar erst nach Konsultierung der Umweltschutzorganisationen und der Anwälte des Umweltschutzes. Siehe H. TIEFENTHALER, wie Anm. 2.
- 4 J. BARBIER, M.T. de NOMAZY, L. VEUVE et al., *Stations touristiques de montagne: éléments pour une politique de planification. Etude pilote destinée à la communauté d'étude pour l'aménagement du territoire*, EPFL, Lausanne 1974 (zitiert BARBIER et al.).
- 5 Diese Situation ist mit der des Umfeldes eines Club Méditerranée z. B. in Ägypten oder Malaysia vergleichbar, wo nur eine kleine Schicht der Bevölkerung wirtschaftlich von dieser Tourismusform profitiert.
- 6 «1951 kann als das Geburtsjahr des Winterkurortes Riederalp und zugleich als Beginn der Winterkurorte von Brig rhoneaufwärts bezeichnet werden [...] Ein vorausgegangener Sommerausflug nach Verbier hatte zündende Wirkung gehabt.» F. MATTIG und H. P. ZEITER, *Der touristische Wachstumsprozess im MAB-Testgebiet Aletsch, seine räumliche Ausprägung und seine Auswirkungen auf Bevölkerung, Arbeitsmarkt und Gemeindefinanzen*. Fiesch 1984, S. 35 und 38 (zitiert MATTIG/ZEITER).
- 7 MATTIG/ZEITER, wie Anm. 6, S. 35 und 38.
- 8 BARBIER et al., wie Anm. 4, Kapitel 4.1, Übersetzung.
- 9 Wie Anm. 4, Übersetzung.
- 10 «l'explosion de Verbier», in *Ski Suisse*, März 1990, S. 29, Übersetzung.
- 11 Wie Anm. 10, S. 30. - Paola CELIO, «Les relations publiques et le tourisme», in *13 Etoiles*, Oktober 1968/10, S. 22.
- 12 Was Lärm und Umweltverschmutzung angeht, verlangt das Gesetz von den Behörden, Lärm- und Luftkataster zu erstellen, z. B. um Bauten zu verhindern, die über der zugelassenen Norm liegen. Da die Gemeinden noch keine Richtpläne veröffentlicht haben, verfügen wir diesbezüglich über keine Angaben.
- 13 *Veröffentlichung des Bundesamts für Statistik*, 1991, S. 17 und 20.
- 14 Die Europäische Kommission schlägt in ihrem Programm, das sich mit Tourismus beschäftigt, folgendes vor: «Eine bessere Vertei-

lung des Tourismus in Zeit und Raum fördern und damit die Umwelt berücksichtigen, zum Beispiel indem man den Urlaub über grössere Zeiträume verteilt und als Alternative zum Massentourismus neue Ziele und Formen entwickelt.» «La Communauté européenne et le tourisme», in *Le dossier de l'Europe*, N° 9/87, S. 5 (zitiert DOSSIER), Übersetzung. Im gleichen Dossier wird verlangt: «Eine bessere Nutzung der vorhandenen Anlagen.» Die Kommission schlägt weiter vor, Alternativen zum Massentourismus zu finden durch «die Förderung kultureller, ländlicher, sozialer und anderer Formen des Tourismus», «Beschäftigungen ausserhalb der Saisons, Entwicklung neuer Zielorte» sowie «eine bessere saisonale und geographische Verteilung des Tourismus». (S. 6 und 10.) - Siehe auch «La politique de l'environnement dans la communauté européenne», in *Documentation européenne*, Service de publication de la Communauté Européenne, 5/1990, Luxemburg 1990 und «Aménager le territoire européen», in *Europe 2000. Le dossier de l'Europe*, 1/1992.

- 15 DOSSIER, wie Anm. 14, S. 6. Dies ist ein Problem allgemeiner Natur, das man nicht mit einfachen Rezepten lösen kann. Um eine bessere Verteilung der Übernachtungen auf das Jahr zu erzielen, müsste man das gesamte Urlaubs- und Freizeitsystem in Frage stellen (z.B. zeitlich unterschiedliche Urlaubszeiten je nach Land, d.h. verhindern, dass die Urlaubstage in allen Ländern in die gleiche Zeit fallen).
- 16 «Verbier, vingt-cinq ans. 1950-1975», in *Treize Etoiles*, Dezember 1975/12, S. 42, Übersetzung.
- 17 Wie Anm. 16, Übersetzung.
- 18 «Procès-verbal de l'assemblée des responsables de la station de Verbier», in *La Gazette*, 13. Februar 1975, S. 5, Übersetzung.
- 19 Oberried ist eines der letzten vom Tourismus verschonten Gebiete der Gemeinde Ried-Mörel. Ein Teil der Bevölkerung hat sich gegen dieses Projekt gewehrt, doch haben die zuständigen Behörden zugunsten der Promotoren entschieden.
- 20 H. BLASER, «Acquisition d'immeubles par des étrangers», in *Bulletin Immobilier*, 6. April 1989/1, S. 19 (zitiert BLASER, 1989), Übersetzung.
- 21 Die Umweltverträglichkeitsprüfung ist im Umweltschutzgesetz des Bundes vom 7. Oktober 1983, das 1985 in Kraft getreten ist, vorgeschrieben. Sie betrifft 71 Bautypen; im Tourismus sind das Seilbahnen, Skilifte, Pisten für Motorfahrzeuge, Skipisten und Schneekanonen. Schon beim Projektentwurf sollen gewisse Aufgaben des Umweltschutzes in Betracht gezogen und Massnahmen zur Vermeidung von Umweltschäden vorgesehen werden.
- 22 Nach der Annahme des Raumplanungsgesetzes durch Parlament und Volk 1979, das die Kantone und später die Gemeinden aufforderte, eigene Richtpläne zu erstellen, wurde der kantonale Richtplan 1987 fertiggestellt; der Walliser Richtplan ist homologiert, diejenigen der Gemeinden sind noch in Ausarbeitung. Damit geht ein Prozess, der 1943 mit der Gründung der ASPAN (Association Suisse pour l'Aménagement National) begann und der als Anfang einer Bewusstwerdung um die Notwendigkeit einer gezielten Landesplanung bezeichnet werden kann, seinem Ende entgegen.  
«Heute gibt es zwei Grundlagen für die Raumplanung in Bagnes, die eine für das Tal, die andere für Verbier. Doch arbei-

- tet die Kommission für Entwicklung an einem neuen, einheitlichen Plan, der in drei bis vier Jahren vorliegen sollte. Bis dahin haben die Gemeindebehörden beschlossen, das Bauwesen in Verbier durch dringliche Massnahmen zu bremsen, eine Idee, an die bereits seit ein paar Jahren gedacht wurde.» In *Le Nouvelliste*, 27. Februar 1989, S. 6.
- «Die Idee, das Wachstum zu bremsen, liegt seit Jahren in der Luft. Heute wird sie konkret durch dringliche Massnahmen im Bauwesen. Das Ziel ist, die Situation in den Griff zu bekommen bis die neue Ortsplanung vorliegt, die noch vier Jahre Arbeit erfordert.» M. PICHONNAZ OGGIER, «La nique aux promoteurs», in *Bulletin Immobilier*, 6. April 1989/1, S. 17.
- Wir bedanken uns bei der kantonalen Dienststelle für Raumplanung, die uns freundlicherweise ein Exemplar des kantonalen Richtplans zur Verfügung gestellt hat, und den Herren Saillen, Pelissier von der Gemeinde Bagnes und Widmann, Architekt und Beauftragter bei der Erarbeitung des Richtplans der Gemeinde Bagnes, für ihre Informationen.
- 23 Kantonaler Richtplan, 1987, Tourismus, S. 32.
- 24 Wie Anm. 23, technische Karteikarten, Verbier d. 701, c. 903, Riederalp d. 707.
- 25 Wie Anm. 23, Sachplan Siedlung, S. 30.
- 26 Wie Anm. 23, Landwirtschaft, S. 33, Umweltschutz, S. 34, Naturgefahren S. 35, Versorgung, S. 36.
- 27 In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage nach der Natur im privaten Raum, etwa beim Wohnraum oder beim Chalet. Jeder träumt von einem Stück Garten, auf dem er Herr und Meister ist. Doch gerät der Anspruch auf Natur «innerhalb» der sehr stark entwickelten Ferienorte angesichts einer idealisierten und kollektiven Natur «ausserhalb» dieser Stationen in einen Widerspruch. Die «Natur», die mit Privateigentum verbunden ist, müsste also in den Zusammenhang der Landschaft gestellt werden: Es gibt Gesetze, die Grösse und Form des Chalets festlegen, aber keine, die dies für die zu pflanzenden Bäume, den Stil der Terrassierungen, der Begrünung usw. tun; ein Widerspruch ausgerechnet an einem Ort, in dem die Natur eine wesentliche Rolle spielt. Andererseits muss auch das natürliche Umfeld des Ferienorts auf die Bedürfnisse von Gästen und Einheimischen abgestimmt werden. Man kann nicht weiter Stück um Stück verplanen und überbauen, ohne eine übergeordnete Idee vom Aussehen einer Landschaft zu haben. Der ganzheitliche Charakter der Umwelt verlangt eine übergreifende Sichtweise, umso mehr, als es keine einheitliche Haltung gegenüber der Raumnutzung mehr gibt. Die Schwierigkeit liegt gerade in der richtigen Dosierung und Planung von Eingriffen, die in ihrer Gesamtheit der Landschaft einen neuen Zusammenhang geben könnten.
- 28 A. GUINNARD, «L'avenir de nos stations de montagne», in *Bulletin Immobilier*, 16. Oktober 1989/2, S. 31, Übersetzung.
- 29 Blaser 1989, wie Anm. 20.
- 30 Als Albrecht von Haller 1732 in seinem Gedicht «Die Alpen» das Bergleben idyllisch beschrieb, war er der erste einer langen Reihe von Autoren, die die Realität romantisch verwandelten. Die touristische Bauform und die Tourismuswerbung näherten sich an dieser malerischen Darstellung des Berglebens. Dadurch wurde

- das Bergdorf zu einem Markenzeichen. Das «Schweizer Dorf» an der Landesausstellung in Genf 1896 und das *Dörfli* an derjenigen 1939 in Zürich sind zwei Höhepunkte des Aufbaus dieser malerischen Landschaft. Doch hat sich der Tourismus inzwischen geändert. Die Kontemplation der Natur reicht nicht mehr aus, und es reicht auch nicht mehr, traditionelle Werte allein darzustellen. Die Gäste sollten in Massen in die Ferienorte kommen, weshalb der Einsatz der modernen Technik nötig wurde. Ein Zeuge dieser Entwicklung ist die Wandmalerei von Hans Erni, welche die Fassade des Tourismuspavillons an der Landesausstellung 1939 schmückte. «Im Vordergrund dieses Freskos liegt eine weiche Ebene, die am Horizont durch eine Bergkette mit Gletschern geschlossen wird. Unter einem Dom voll südländischer Pflanzen glänzt das Blau eines Sees, durchpflügt von einem Dampfschiff, während ein Flugzeug den Himmel durchquert. Ein kräftiges Postauto nimmt die Serpentin einer breiten, in die Höhe führenden Strasse in Angriff. Ein Auto braust mit grosser Geschwindigkeit vorbei. Die riesigen Druckstollen einer hydroelektrischen Anlage illustrieren die Kraft menschlichen Tuns. In einer Grube rufen Bären die Erinnerung an eine Natur wach, die vor nicht allzu langer Zeit von wilden Tieren bewohnt war und noch heute in weiten Teilen unberührt in ihrer grossartigen Einfachheit dasteht.» H. W. Thommen, «La Suisse - Centre de tourisme», in *Le livre d'or de l'exposition nationale 1939*, Zürich 1939 (Übersetzung). Im Gegensatz zu diesen Worten, die die Moderne beschwören, erscheint die Idealvorstellung eines Touristenortes im Projekt, wie es Armin Meil für Verbier entwarf, um einiges gemässiger.
- 31 A. MEIL, *Assainissement technique d'hôtels et de stations touristiques. Rapport final*. Einführung von Herrn Dr. R. Cottier, Direktor des Bundesverkehrsamts, Bern 1945.
- 32 Wie Anm. 31, S. 98.
- 33 *Il piano regolatore della valle d'Aosta*, unter der Führung von Adriano Olivetti, Ivrea 1943.
- 34 «Das frühere angepasste Gleichgewicht kann durch die heutige Nutzung nicht mehr aufrechterhalten werden. Die ökologisch empfindliche alpine Stufe wird am intensivsten genutzt durch eine wachsende Siedlung mit allen Ver- und Entsorgungseinrichtungen und einer expandierenden touristischen Infrastruktur mit Transportanlagen, Weg- und Skipistenbau.» MATTIG/ZEITER, wie Anm. 6, S. 60.
- 35 Dieser Begriff wurde z. B. auch in der Übergangszeit zwischen vorindustrieller und industrieller Stadt benutzt. «Es ist ja wohl klar, alle Städte sind heute verdammt, verpestet, schlecht und, was noch hinzukommt, sie sterben. Es wäre die Pflicht eines jeden guten Bürgers, sie von der Lepra, die sie frisst, von der Enge, an der sie erstickt, vom Lärm, der sie erschreckt, von der Luft, die sie vergiftet, der Unordnung, die sie verstellt, zu befreien; kurz, sie zu reinigen oder neue zu gründen. [...] Die Stadt ist unser liebster Sündenbock, der schönste Strauss unserer Probleme, die Quelle einer ständigen Kritik. [...] Die Stadt wurde verdammt geboren. Seit ihrem Erscheinen machen sie drei Vorwürfe der Hölle gleich: sie war gleichzeitig ein Ort des Verbrechens, der Ausschweifungen und der Ansteckung. Kranke Stadt, korrumpierende Stadt, gefährliche Stadt.» Pascal BRUCKNER, Alain FINKELKRAUT, *Au coin de la rue l'aventure*. 1979 Paris, S. 197 und 207, Übersetzung.





# Von der Tracht zur Eintracht eines Naturreservates Der Ferienprospekt am Beispiel Riederalp und Verbier

Flora Madic

Man sollte annehmen können, dass die Tourismusprospekte des Kantons Wallis von 1900 bis heute die Realität der gezeigten Ferienorte und Dörfer widerspiegeln. Dem ist insofern nicht so, als Prospekte ausschliesslich zum Ziel haben, einen Ort auf dem Ferienmarkt so gut wie möglich zu verkaufen, was sich entsprechend auf ihren Informationsgehalt auswirkt. Dabei dominieren drei Hauptargumente den Inhalt: Natur, Infrastruktur und Tradition. Je nach den vorhandenen Gegebenheiten eines Ortes (geographische Lage, Infrastruktur von Hotellerie und Sportanlagen, Vorhandensein örtlicher Folklore usw.) wird in den Prospekten das eine oder andere Argument stärker hervorgehoben. Obwohl sich auch das Werbematerial teilweise an der Wirklichkeit orientieren muss, gehorchen der Symbolgehalt, der Umfang und die Art und Weise, wie die Informationen aufeinander folgen, überlokalen Gesetzen, d. h. der Werbeprospekt eines einzelnen Kurortes reiht sich in das Gesamtbild aller Walliser Werbeträger ein, welche – unabhängig voneinander – der gleichen Logik gehorchen. Diese Logik bzw. Marketingstrategie postuliert eine Art Gleichgewicht zwischen einer sogenannten unangestasteten und heilen Bergwelt und dem Bedürfnis des Feriensuchenden nach Luxus und Komfort. Sobald die Postkartenidylle ins Wanken gerät, z. B. durch die Erwähnung der technischen Einrichtungen an Ort, nimmt die Werbung Zuflucht zur Tradition. Mit Hilfe von etwas Brauchtum und Folklore wird der modern eingerichtete Ferienort in ein unschuldiges Bergparadies verzaubert.

Die Riederalp und Verbier, zwei Tourismuszentren aus dem Ober- bzw. aus dem Unterwallis, werden uns dazu dienen, diese allgemeinen Feststellungen anhand von praktischen Beispielen zu illustrieren.<sup>1</sup>

In beiden Fällen handelt es sich um ehemalige Alpsiedlungen, auf die man während des Sommers das Vieh trieb, und beide öffneten sich in den fünfziger Jahren dem Massentourismus. Trotz dieser Gemeinsamkeiten haben die Riederalp und Verbier eine völlig andere Geschichte.<sup>2</sup> Im 19. Jahrhundert zog das Aletschgebiet vor allem Naturfreunde, englische Alpinisten und später reiche Touristen aus ganz Europa in seine Sommerfrische. Den Skisport kannte man zwar schon seit den dreissiger Jahren, aber der mühsame Aufstieg und das Fehlen technischer Einrichtungen führten schon bald dazu, dass der Feriengast der Riederalp den Rücken kehrte. Durch den Bau einer Luftseilbahn im Jahre 1951, welche das Hochplateau mit der Talebene verbindet, und die Modernisierung der sportlichen Anlagen und der Unterkunftsmöglichkeiten erlebte die Station einen neuen Aufschwung. Verbier, welches bezüglich Naturlandschaft keine besondere Trumpfkarte vorweisen kann, setzte sofort alles auf die Karte Wintersport. 1925 entstand die Berghütte «Mont-Fort» und in den dreissiger Jahren die erste Fremdenpension. Darauf folgte der Bau einer Autostrasse. Der leichte Zugang und das weitläufige und gut ausgerüstete Skigebiet machten Verbier bald zu einem modernen Wintersportort. Beide Stationen haben also eine andere Geschichte und unterschiedliche Strukturen, in der Werbung folgen sie jedoch der gleichen Logik entlang der drei erwähnten Hauptargumente Natur, Infrastruktur und Tradition.

## Argument 1: die Natur

Die Landschaftsbilder in den Ferienprospekten von Riederalp und Verbier zwischen 1947 bis



Gipfel des Eggishorn · Sommet de l'Eggishorn

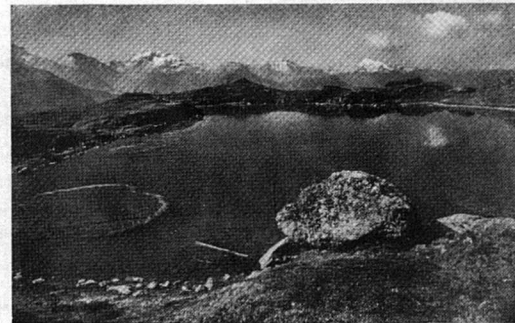
Phot. Klopferstein



Pavillon Cathrein Concordia



Märyelensee · Lac de Meryelen



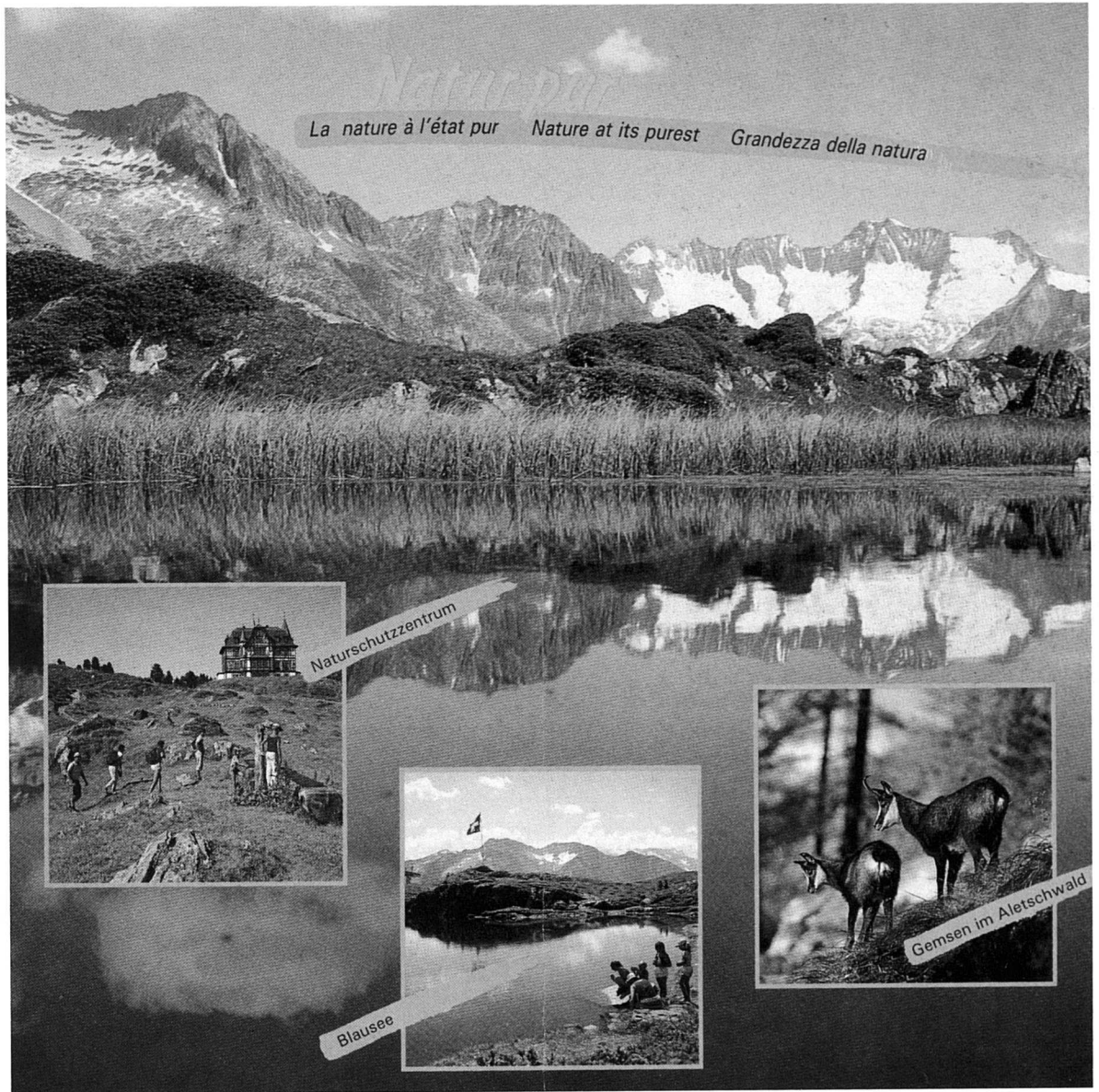
Blausee · Riederalp

Phase A: Eine jungfräuliche Natur genügt als Werbeargument. Riederalp um 1935.

1990 erinnern inhaltlich stark an diejenigen, die zur Zeit der «Entdeckung» der Alpenwelt entstanden sind. Dass die Werbung das dämonisch feindliche Bild der Alpen, welches in der Antike und im Mittelalter vorherrschte, nicht übernimmt, liegt auf der Hand. Die Sichtweise Rousseaus aus der Zeit der Aufklärung, welche die Welt der Berge als lieblich und heilbringend für Leib und Seele darstellt, wird dagegen noch so gerne übernommen. Dementsprechend sind die Prospekte, besonders die frühesten, überhäuft mit Panoramaansichten der Landschaft: «Die Berggipfel werden lieber aus sicherer Distanz betrachtet als bestiegen.»<sup>3</sup> Die romantische Sichtweise des 19. Jahrhunderts – mit dem englischen Dichter Lord Byron als Wortführer – macht aus den Alpen einen Ort der persönlichen Herausforderung und des Abenteuers, und im Gefolge englischer Pioniere werden nach und nach alle wichtigen Gipfel erklommen bzw. erobert. Damit ist der Grundstock gelegt für alle Prospekte mit Darstellungen von Bergstei-

gern und Wanderern. Die Veränderung der Landschaft durch sportliche Anlagen fehlt hier noch. Mit dem Bau der Eisenbahnen und der Einführung des Skisports treten Tourismus und Hotellerie Ende des 19. Jahrhunderts in der Schweiz in eine neue Phase. Diese erste Welle eines bürgerlichen Tourismus führt in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zum Massentourismus, der im Prospekt die Ausstattung der Landschaft mit Infrastrukturen hervorstreicht.

Der Werbetext steigert die Naturkulisse durch die geographischen und klimatischen Vorzüge des Ferienortes. Der dabei benutzte Wortschatz wirkt begrenzt und abgedroschen, und von 1935 bis 1989 verwendet man sowohl für die Riederalp als auch für Verbier immer die gleichen fünf Motive zur Beschreibung des äusseren Rahmens des Ortes: sehr sonnig, Südhang, geschützt vor nördlichen Winden, auf einem Plateau und somit hoch über der Talebene gelegen. Die Sonneneinstrahlung wird am stärksten



Riederalp 1991.

betont, während Kälte und Niederschläge unerwähnt bleiben, um das Bild der Feriendylle im wahrsten Sinn des Wortes nicht zu trüben. Schnee, obwohl nur selten direkt erwähnt, ist in Hülle und Fülle und in seiner pulvrigsten Form vorhanden. Beide Ferienorte garantieren ihren Kunden schönes Wetter und bezeichnen sich durchwegs als «ausserordentlich», «aussergewöhnlich», «privilegiert», «vorteilhaft» und «sehr sonnig».

Die Sonne wird garantiert und die Landschaft, ursprünglich und unangetastet, bietet sich jedem Touristen neu an. Die Prospekte, die offensichtlich auf eine sinnliche Wirkung abzielen, sind von verschneiten Gipfeln und Panoramaansichten übersät. Im Sommer zeigt sich die Bergwelt von einer jungfräulichen, ursprünglichen, ja fast ungezähmten Seite. Sie wird von wilden, aber nicht gefährlichen Tieren belebt: von Gemsen, Steinböcken oder Murmeltieren. Die Tiere präsentieren sich – vor allem im Val de Bagnes – in ihren klassischen Posen auf Felsen oder grünen Bergweiden. Was die Riederalp betrifft, stellt der unübersehbare Aletschgletscher den unbestrittenen Anziehungspunkt dar. Dieses Eismeer unergründlichen Ursprungs bahnt sich zwischen Wald und blühenden Abhängen seinen Weg. Der Gletscher wird dabei aus dem immer gleichen Blickwinkel dargestellt, von einem Pfad, der oberhalb des Gletschers entlangführt.

Paradoxerweise brüstet sich auch Verbier, welches – im Gegensatz zur Riederalp mit ihrer zurückhaltenden Tourismuspolitik – seit den fünfziger Jahren seine Entwicklungsstrategie als Wintersportort mit allen Mitteln vorangetrieben hat, mit einer natürlichen, unangetasteten Landschaft: «alpine Wüsten, vorgeschichtliche Landschaften» (Verbier 1957), «Orte, die sich stellenweise seit der Erschaffung der Welt kaum verändert zu haben scheinen» (Verbier 1957), «inmitten einer kaum berührten Natur» (Verbier 1972).

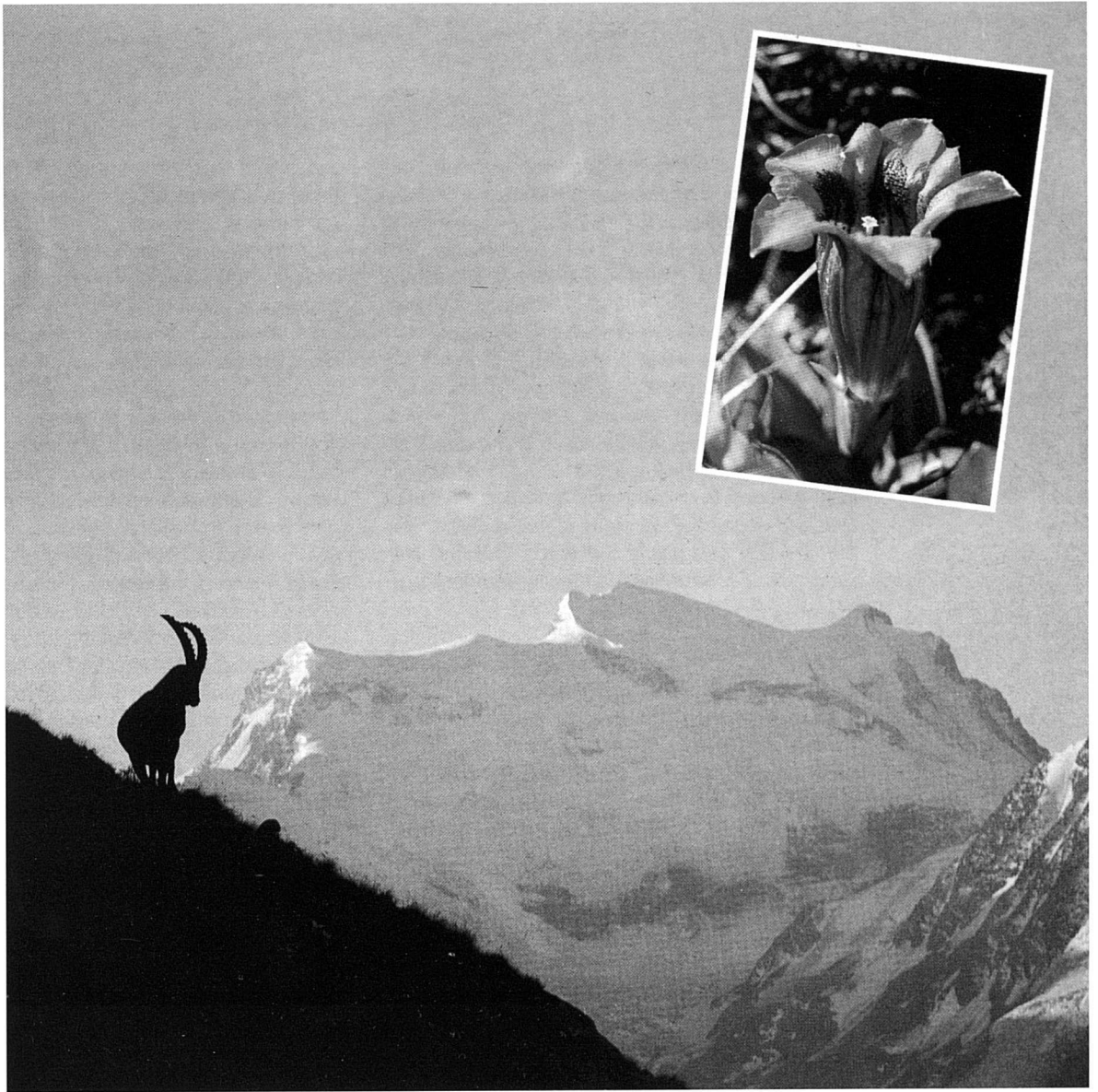
Die Natur zeichnet sich durch Sonne, Ursprünglichkeit und Schönheit aus. Der touristische Lock-

ruf stützt sich dabei auf eine Naturkulisse, die mit Adjektiven wie «herrlich», «prachtvoll», «wunderbar», «grandios», «unvorstellbar», «grossartig», «schön» und «bezaubernd» angepriesen wird. Der Besucher steht «vor einem grandiosen Panorama» (Verbier 1972), hat eine «freie Sicht auf die Walliser Viertausender» (Riederalp 1988-1989) und «eine herrliche Aussicht auf den prächtigen Aletschgletscher» (Riederalp 1950) und bewegt sich in einer «der bezauberndsten Landschaften» (Verbier 1972).

Aber die sogenannte wilde Bergkulisse trägt menschliche Züge. So sieht man auf zahlreichen Photographien zum Beispiel eine Terrasse oder eine Ecke eines alten Hauses (Verbier 1947-1950; 1949; 1967; 1972; Riederalp 1966), also Elemente einer Kulturlandschaft, was den ungezähmten Eindruck der Bergwelt etwas mildert. Die Panoramen einer frühlinghaften oder sommerlichen Landschaft, oft mit dem Matterhorn im Zentrum, sind manchmal überdimensioniert. Mit Vorliebe werden sie von einer Terrasse oder einem Hotelbalkon aus aufgenommen (Riederalp 1935; 1950). Ein Bild des Aletschgletschers, welches zum Beispiel über dem Kamin einer Hotelhalle hängt, erfüllt denselben Zweck (Riederalp 1950). Diese menschlichen Spuren inmitten einer fast geschichtslosen Kulisse sind ein Beweis dafür, dass sich die Berge vermehrt dem Massentourismus öffnen und anpassen und somit etwas von ihrer ehemaligen Wirkung verloren haben. Das ganze ist als Einladung zu verstehen: wer geniesst nicht gerne die schöne Aussicht von einem warmen (Hotel-) Zimmer aus?

Entscheidend bleibt aber die Botschaft, dass diese menschlichen Eingriffe nichts mit dem Leben in der Stadt gemein haben. Obwohl manche Fremdenstationen – zum Beispiel Verbier – an eine Stadt erinnern, werden sämtliche Nachteile wie Lärm, Verschmutzung oder Stress übergangen. Die Bergwelt ist zwar auch Arbeits- und Lebensraum, doch gemäss den Prospekten ist sie primär ein Ferien- und Erholungs-ort. Sie ist das Gegenstück zur Stadt, wo sich





Verbier 1990.



das Alltags- und Berufsleben des Feriensuchenden abspielt. Der Ferienort «entspricht einem Bedürfnis unserer rastlosen Zeit und vermittelt denjenigen, die der Hektik des Büros, der Fabrik oder der Stadt entfliehen wollen, Ruhe und Erholung» (Verbier 1951). «Fern vom Motorenlärm geniessen Sie die wohltuenden Sonnenstrahlen und die reine und belebende Luft unserer Berge» (Riederalp 1966). «Keine Autos, keine Trams, dafür eine vollständige Ruhe, eine strahlende Sonne und die reine und belebende Luft unserer Berge» (Riederalp 1966-1974). «Ein regenerierender Aufenthalt, fern von stickigen Städten, grauem Beton und schlechter Luft» (Verbier 1972), «wechseln Sie die Hektik und den Lärm der Stadt mit der Ruhe und der Entspannung des Gebirges» (Verbier 1972).

Ruhe, Harmonie und Glück, das sind die Werte, welche in den Prospekten mit der Natur assoziiert werden. Zusammen mit andern Stichworten wie «gesund» und «nutzbringend» versucht man, die Berge als ein neugeschaffenes Paradies anzupreisen, in dem der Gast sowohl geistige als auch körperliche Erholung findet. Dieser Aspekt wird vor allem in den Prospekten aus dem Val de Bagnes betont, wo «Orte geschaffen wurden, die das Auge erfreuen und die Seele erquickern» (Verbier 1957). Verbier ist «von der Vorsehung als Etappe zum Himmel bestimmt worden, als Übergang von der streitenden und leidenden Welt der Menschen zur Ruhe der Berggipfel» (Verbier 1957).

Aber diese «jungfräuliche» Natur kann auch genutzt werden. Im Sommer vermag der Besucher ohne grosse bauliche Eingriffe davon Gebrauch zu machen. Fusswanderungen, Ausflüge, Klettertouren oder Gletscherüberquerungen gehören seit Anbeginn zum touristischen Programm auf der Riederalp. Ab 1988 werden zusätzlich nächtliche Wanderungen mit Lagerfeuer, Abenteurerausflüge, Gipfelbesteigungen und Klettertouren durchgeführt. Verbiers Angebot ist noch vielseitiger. Man lockt die Touristen mit Ausflügen, Bergtouren, im Winter mit Schlittenfahrten, Eislaufen auf dem See oder Skitou-

ren. 1961 kommen Kletterpartien hinzu, 1972 führt man Reitausflüge ein, 1973 kann man schwimmen und wandern. 1988 gewinnt das Programm dank dem Gleitschirmfliegen, den Mountainbikestrecken und dem Sommerskifahren weiter an Attraktivität. Dieser quantitative Unterschied wird auch in der Selbstdarstellung der beiden Ferienorte sichtbar. So präsentiert sich die Riederalp ganz einfach als «eine der bekanntesten Ausflugsregionen der Schweiz» (Riederalp 1977-1989), während Verbier behauptet: «Im Sommer wie im Winter bietet Verbier den Anhängern von Freiluftsportarten eine Vielfalt an Möglichkeiten, wie sie weltweit nur wenige Orte anbieten» (Verbier 1972). Selbst wenn Skifahren, damals noch ohne technische Hilfsmittel, auf der Riederalp schon seit 1960 zum Angebot gehört, kann man die unterschiedliche Einstellung der beiden Stationen der Natur gegenüber mit Hilfe des Bildmaterials illustrieren. Im Frühjahr 1992 zeigt ein Tourismusprospekt des Wallis die Riederalp, zusammen mit Blatten, Mörel, Breiten, der Bettmeralp und Fiesch, anhand einer Zeichnung der Berge im Sommer, auf der die einzelnen Bahnen und Wanderwege rund um den Aletschgletscher eingetragen sind. Verbier dagegen wirbt mit Gleitschirmfliegern, Mountainbikefahrern, Golfspielen und dem Schwimmbad.

Auf den Wanderungen im Aletschgebiet oder im Val de Bagnes sind vor allem Familien zu sehen, während es beim Klettern meist einzelne Männer sind. Trotz dieser Gemeinsamkeit sprechen die beiden Ferienorte mit ihrem Sommerprogramm einen sehr unterschiedlichen Kundenkreis an. Die zahlreichen Sportanlagen machen Verbier besonders für junge Touristen attraktiv. Bei den Sommeraktivitäten, die ohne Technik auskommen, sind auf der Riederalp mehr als die Hälfte der fotografierten Personen Familien. Dazu kommt noch eine beachtliche Anzahl älterer Leute (rund ein Fünftel). Demgegenüber ist in Verbier das dargestellte Besucherspektrum anders zusammengesetzt: bei fünfzig Prozent der Touristen handelt es sich um junge Leute ohne Kinder und jeder zweite ist ohne Beglei-

tung. Die andern fünfzig Prozent bestehen grösstenteils aus Familien. Die ältere Generation ist eher schwach vertreten.

Sowohl die Riederalp als auch Verbier haben die Tendenz, ihr «kleines Bergparadies» so natürlich und ursprünglich wie nur möglich anzupreisen: «Sie können das Naturschutzgebiet des Aletschwaldes durchwandern» (Riederalp 1966) oder «eines der schönsten und grössten Naturschutzgebiete unseres Landes, wo Fauna und Flora noch intakt sind» (Verbier 1973). Je mehr die Zahl der technischen Einrichtungen wächst, um so stärker wird diese Natürlichkeit von der Werbung betont, zumal die Wahrscheinlichkeit, einen Steinbock, eine Gemse oder ein Murmeltier in freier Wildbahn zu beobachten, immer kleiner wird. 1988 hat Verbier einen Prospekt mit dem Titel «Verbier, Val de Bagnes, Schweiz, ein *must* für die Ferien» herausgegeben. Dieser unverfängliche Titel erlaubte es den Werbefachleuten, Steinböcke in der freien Natur und eine unberührte Berglandschaft abzubilden. Diese Bilder wurden alle in der Abgeschiedenheit der Berge aufgenommen, also weit weg vom geschäftigen Treiben der Station.

## Argument 2: die Infrastruktur

Die relative Übereinstimmung der beiden Stationen bezüglich ihrer Einstellung zur Natur und den damit verbundenen Wertvorstellungen und Attributen hört spätestens bei den technischen Einrichtungen auf: die Idealvorstellungen werden hier von der Realität eingeholt. Im Bereich der Unterkunftsmöglichkeiten setzt die Riederalp auf Qualität, im Gegensatz zu Verbier, wo die Quantität im Vordergrund steht. Die Trumpfkarte des Val de Bagnes ist dessen städtische Infrastruktur. Am offensichtlichsten wird dieser Unterschied bei der Aufzählung der sportlichen Anlagen und Einrichtungen. Je länger die Liste, desto euphorischer der Ton, in dem immer wieder neue Angebote angepriesen werden. Verbier, das sich schon früh zu entwickeln begann,

betont vor allem auf dem Gebiet des Skisports die Modernität seiner Anlagen. Trotz dieser Unterschiede gibt es keine wesentlichen Abweichungen was das Profil des durchschnittlichen Wintertouristen betrifft. Auf der Riederalp wie in Verbier dominieren dabei Erwachsene ohne Kinder auf Kosten des Familientourismus.

Prägend auf die Veränderung der Bergwelt wirken vor allem die modernen Transportmittel und die Anlagen im Bereich der Hotellerie und des Sports, wobei die letzteren am stärksten ins Gewicht fallen, indem sie die höchsten Gipfel erschliessen.

Die Route, welche auf die Riederalp oder nach Verbier führt, ist in beiden Fällen sorgfältig und äusserst detailliert beschrieben. Flughäfen, Eisenbahnlinien, Strassen und die Seilbahn werden genau aufgelistet und in einen europäischen, schweizerischen und kantonalen Kontext gesetzt, damit der Tourist sein Ferienziel so schnell wie möglich erreichen kann. Zur Illustration werden zusätzlich Kartenausschnitte beigefügt.

Qualität und Service sind seit jeher die Hauptanliegen der Hotellerie auf der Riederalp (vgl. zum Beispiel Villa Cassel, Hotel Riederalp), wobei grosser Wert auf Komfort gelegt wird. In Verbier steht der quantitative Aspekt der Unterkunftsmöglichkeiten im Vordergrund. Jahr für Jahr wird auf die wachsende Zahl des Bettenangebots in den Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen hingewiesen.

Obwohl beide Touristikzentren, besonders aber Verbier, über eine urbane Infrastruktur verfügen, wird alles unternommen, um jegliche Assoziation zur Stadt schon im Keim zu ersticken. Nichtsdestotrotz wirbt Verbier 1947-1950 mit seinen Garagen, Taxis, Ärzten, Zahnärzten, Banken, seiner Post, seinen katholischen und protestantischen Gottesdiensten im Sommer, mit seinen Bars, Geschäften, Friseurläden und allen andern Dienstleistungen. 1972 beherbergt Verbier zahlreiche Geschäfte, Boutiquen und einen Supermarkt. 1988 gibt es 50 Restaurants, vier

Dancings und etliche exklusive Boutiquen. Diese Entwicklung geht Hand in Hand mit einer jugendlichen, ungezwungenen und wohlhabenden Kundschaft. Die Riederalp, etwas zurückhaltender und langsamer in ihrer Tourismusstrategie, vor allem aber viel familiärer, kann dem 1988-1989 nur einen Kinderhort und ein Dancing gegenüberstellen.

Abgesehen davon sind es aber vor allem die sportlichen Infrastrukturen, welche die beiden Stationen – ohne Angst vor Kritik – hervorstreichen. Modernität, das Leitmotiv Verbiers, steht wie eine Garantie für Komfort, Rentabilität und Vergnügen. In dieses Bild passen auch die gebrauchten Superlative: «das höchste», «das modernste», «das best ausgerüstete», «das perfektteste». «Verbier ist eine der bestausgebauten Stationen Europas» (Verbier 1972), «ein ultramodernes Sportzentrum» (Verbier 1988) oder «moderne Einrichtungen, um anregende und erholsame Ferien zu verbringen» (Riederalp 1977-1989). Die Anzahl und die Kapazität sind ein weiterer Aspekt, an dem man die Modernität messen kann. Insgesamt rufen all diese Daten indirekt Assoziationen zur Technik wach.

Die Riederalp erwähnt 1955 einen Skilift. 1960 kommen ein Trainerlift und eine schweizerische Skischule hinzu. In einem andern Prospekt aus dem Jahre 1960 ist zu lesen, dass die Riederalp über mehrere Skilifte und wundervolle Skipisten verfüge. 1967-1974 sind die Skipisten sowohl für Anfänger als auch für Fortgeschrittene geeignet; 1977-1989 betont man den guten Zustand der Pisten. In den Jahren 1988-1989 erreicht die Fülle der technischen Einrichtungen einen Höhepunkt. Im Winter stehen dem Feriensuchenden folgende Angebote zur Auswahl: Skipisten von insgesamt 25 km Länge, neun Skilifte auf der Riederalp selbst (mit einer Förderkapazität von 8000 Personen pro Stunde), 25 Skilifte im ganzen Aletschgebiet (mit einer Kapazität von 25 000 Personen pro Stunde), beleuchtete Skipisten hoch über der Rieder- und der Bettmeralp, eine schweizerische und eine private Skischule. Im Sommer werden folgende

Möglichkeiten angepriesen: ein Fitness-Parcours, Tennisanlagen, ein Minigolfplatz, ein Neun-Loch Golfplatz, ein Kinderspielareal, eine Kletterschule, das Alpin Forum und Sessellifte, welche die Ausflüge und Wanderungen erleichtern sollen.

Verbier, in seiner Entwicklung viel weiter als die Riederalp, wirbt mit seinen technischen Einrichtungen und Anlagen. 1949-1950 gibt es im Val de Bagnes zahlreiche Skipisten, Skilifte und eine schweizerische Skischule; 1949 werden neun Pisten und die dazugehörigen Anlagen erwähnt; 1950 sind die Pisten gemäss Prospekt «unendlich und unzählig» (Verbier 1950); 1951 werden der Sessellift «Les Ruinettes», 1955 die Seilbahn und 1958 die grosse Luftseilbahn eingeweiht. Im Jahre 1961 «entschwebt man der Station» mit Hilfe folgender Anlagen: zwei Luftseilbahnen, zwei Seilbahnen, drei Sesselliften und einem guten Dutzend Skiliften. Nicht zu vergessen sind die Eisbahn, die Tennisplätze, das geheizte Schwimmbad, die Minigolfanlage und der Kinderspielplatz; 1970-1981 wird Verbier in das riesige Skigebiet «Les 4 vallées» integriert, welches über 80 Bahnen verfügt; 1972 propagiert man Gletscherflüge für Skifahrer. Das Jahr 1973 fällt durch eine Unmenge technischer Daten und Zahlen auf: ein 5000 Hektar grosses Skigebiet, 30 Bahnen, 130 Skilehrer, Skipisten von insgesamt 100 km Länge, eine Eisbahn, eine Curlinganlage und ein Hallenschwimmbad. Dieses Angebot wird 1976-1979 von neuen Rekordzahlen überboten: 80 Bahnen und 300 km Skipisten. 1982 wird Téléréverbier auf die Gebiete Riddes und den Grossen St. Bernhard ausgedehnt. 1988 gibt es in Verbier eine Approach-Golf Anlage, 320 km Pisten und 85 Bahnen, darunter auch die 1988 in Betrieb genommene Jumbo-Luftseilbahn. Diese rasante Entwicklung im sportlichen Bereich wird auch im Bildmaterial sichtbar.

Auf der Riederalp und in Verbier wird seit 1951 mit Vorliebe eine verschneite Bergwelt gezeigt, die von unzähligen Bahnen und Pisten übersät ist. Hinzu kommen Bilder von Bahnen oder Skilif-

ten im Betrieb. Am häufigsten sind Kinder oder junge Frauen abgebildet, womit unterstrichen werden soll, wie einfach diese Einrichtungen zu benutzen sind (Riederalp 1960; 1966; 1967-1974; 1988-1989 und Verbier 1949; 1950; 1955). Nebst diesen mathematisch anmutenden Angaben werden die Pisten selber als «paradiesisch», «ideal», «sensationell», «zauberhaft», «wunderbar» oder «grossartig» bezeichnet, was wohl damit zusammenhängt, dass die verschneiten Berghänge, abgesehen von den Skiliften, Idealvorstellungen bezüglich der Natur wachrufen. Das Profil der auf den Photos dargestellten Skifahrer ist auf der Riederalp und in Verbier identisch: 75% der Leute sind jung und ohne Kinder, wobei die männlichen Touristen etwas überwiegen. Bei den restlichen 25% handelt es sich um Familien.

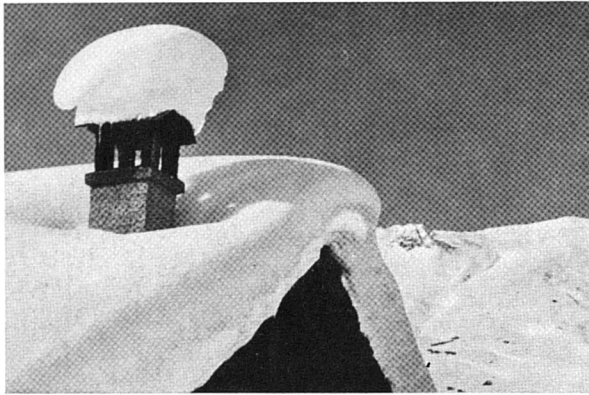
### Argument 3: die Tradition

«Tradition» kann man als eine Ansammlung von sozialen, materiellen, ethischen und geistigen Werten bezeichnen, die, einmal erworben und überliefert, bis heute erhalten geliebt sind und deren Echtheit wissenschaftlich nicht überprüfbar ist. Äusserst wandlungsfähig, übernimmt die Tradition durch Kulturkontakte laufend neue Elemente (zum Beispiel Wissen, Techniken, Geschicklichkeiten), die dann ins Eigene integriert werden. Dabei wird die Vergangenheit auch etwa umgedeutet, um dem Bild, das sich die Gegenwart von ihr macht, besser zu entsprechen. Der Kreshut der Oberwalliser Frauentracht ist ein gutes Beispiel dafür. Dieser Hut, der heute als so typisch angesehen wird, wurde im 18. Jahrhundert über die adeligen Damen der Talzentren ins Wallis gebracht. In Tat und Wahrheit handelt es sich hierbei um nichts anderes als um die Kopie eines Hutes, der damals am Hofe Ludwigs XIV. gross in Mode war. Immer wieder verändert und angepasst, wurde er in einzelnen Bergdörfern des Oberwallis erst um 1850 eingeführt.<sup>4</sup> Im Gegensatz zur Tradition verschliesst sich der Traditionalismus allen Neuerungen gegenüber, um so «die politischen, reli-

giösen und moralischen Normen und Werte von früher zu erhalten, da diese spontaner Ausdruck der echten Bedürfnisse einer Gesellschaft sind.»<sup>5</sup> Manche Prospekte sind von dieser Idee geprägt. Sie versuchen, die ursprünglichen Bilder und Vorstellungen der Bergwelt zu bewahren, weil diese Haltung einem tieferen Bedürfnis des Touristen zu entsprechen scheint. Das sogenannte «Typische» in den Prospekten zeigt demnach weniger altes Brauchtum aus einer bestimmten Zeit als vielmehr ein buntes Gemisch von zeitlich losgelösten und aus dem Zusammenhang gerissenen Elementen, das die Erwartungen der Feriensuchenden reflektiert.

Im Vergleich zur Natur wird der Tradition in den Prospekten der beiden Stationen eher wenig Platz eingeräumt. Während man die Tradition vor allem anhand von Bildern präsentiert, schildert man die Natur mehrheitlich mit Hilfe von Texten. In Verbier beziehen sich die geschichtlichen Angaben auf die Kelten, Römer und auf andere Kulturen, die einst das Tal bevölkerten. Damit erhält Verbier einen Grund mehr, zum Ferienzweck zu werden: ein wenig exotisch, zudem als bekannter Durchgangsort, drängt sich das Val de Bagnes als Ferienort förmlich auf. Eine Sonderstellung nimmt in den Prospekten das bäuerliche Leben ein, sei es real oder als Imitation: Bauernhäuser, Ställe oder Schweizer Chalets sorgen für eine gewollt pittoreske Kulisse. Gestellte Szenen aus dem Alltag, meistens mit Frauen in ihren Trachten, ergänzen das Ganze. Auch der Käse, einst Haupteinnahmequelle der beiden Alpgebiete, wird nicht vergessen: das Bild einer ehemaligen Käserei in Form eines Museums auf der Riederalp oder ein Racletteessen auf einer Terrasse in Verbier dienen dabei als Illustration.

Die Hoteltradition kommt nur auf der Riederalp zur Sprache (1960; 1977-1989). Man erwähnt die «traditionelle Gastfreundschaft im neuen und modernen Sporthotel Alpenrose und im Buffet Terminus» (Riederalp 1960) und die «Walliser Gastfreundschaft» (Riederalp 1977-1982) in den Hotels, Pensionen und Ferienhäusern. Nicht



1400 - 1500 - 1800 M ü. M.

# VERBIER

WALLIS SCHWEIZ

HOTELS :	Tel.	Besitzer	Betten
de Verbier	6 63 47	A. Bruchez-Carron	45
Sport-Hôtel	6 63 40	A. Gay des Combes	28
Alpina	6 61 44	Meilland Frères	30
Rosa-Blanche	6 61 72	H. Fellay-Howald	20
Mont-Fort	6 63 75	Mmes Genoud-Carron	20
Touristes	6 61 47	L. Vaudan-Michaud	18
Pension Besson	6 61 46	Besson Frères	12

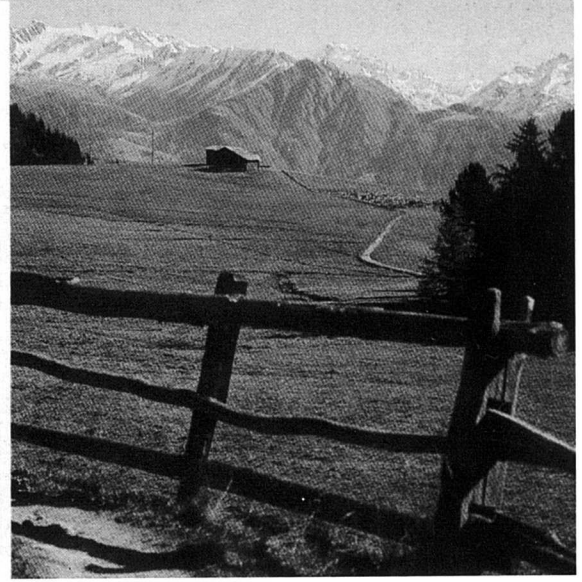
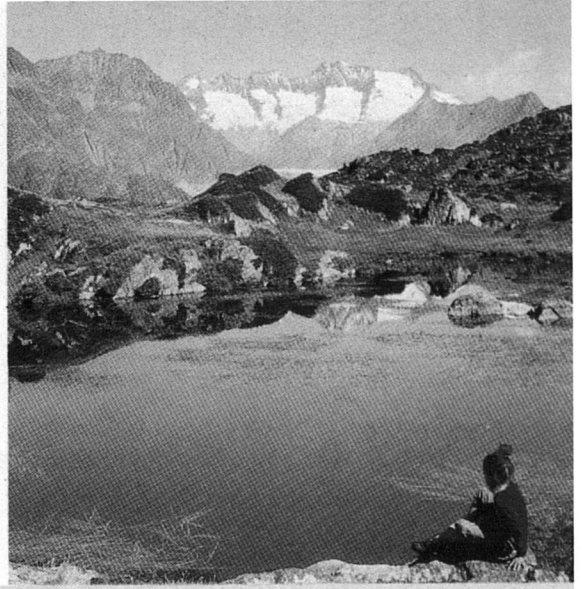
Alle Hotels mit Kalt- und Warmwasser in allen Zimmern und Zentralheizung.

Gastronomische Spezialitäten : Trockenfleisch, Raclette, Walliserweine. Kinderheime : « Clarmont », Frl. Baumeyer und Pfister, Tel. 6 61 73 ; 20 Betten. Kinder von 4 bis 11 Jahren. Schule für Knaben und Mädchen. Klavier, Latein. — « Pension d'enfants de Pathiers », M. Jos. Besse, 20 Betten. — Vermietbare Chalets : mehr als 70. Bars, Konditoreien, Tea-rooms (einer in Clambin, 30 Minuten), Spezerei- und Fruchteläden, Bäckereien, Molkereien, Metzgerei, Coiffeur, Schuhmacher, Bazare. — 5 Sportgeschäfte (Miete und Reparaturen). Auskünfte, Prospekte, Liste der Chalets durch den Verkehrsverein Verbier, Tel. 6 62 50 oder 6 62 67.



Phase B: Die mit technischen Anlagen ausgestattete Natur bedarf in der Werbung\* des Ausgleichs durch Elemente der bäuerlichen Vergangenheit. Verbier 1947.





Riederalp 1966.



## En Été

Le télésiège des Ruinettes en est la plus récente manifestation. Cette installation qui vous transporte en quelques minutes à 2,200 m. d'altitude passe pour être la plus moderne et la plus parfaite de Suisse. De la station supérieure, des sentiers que l'on peut suivre horizontalement pendant des heures permettent les plus ravissantes promenades: la Pierre à Voir, la cabane du Mt-Fort ou ce «sentier des chamois» qui s'enfonce dans la grande réserve fédérale du Mt-Pleureur, où abondent chamois, bouquetins, marmottes et même les aigles. Le mystérieux lac des Vaux est à votre portée en très peu de temps. On redescend aussi très agréablement sur l'admirable site de Clambin, rendez-vous de tous les promeneurs pour le thé de l'après-midi.

En hiver, le télésiège permet aux skieurs de gagner, sans fatigue, le point de départ de nombreuses pistes qui les happeront pour de grisantes descentes, à moins qu'ils ne préfèrent poursuivre encore la montée vers les champs de neige infinis du col des Vaux, du Mt-Fort et de la Rosa-Blanche où ils pourront, jusqu'à l'été, s'adonner à leur sport favori et se griser de vitesse et de figures savantes. Verbier, c'est aussi la porte de la «Haute Route», dont le télésiège vous fera gravir l'entrée sans fatigue.

Rien, ou presque rien, ne manque aujourd'hui à Verbier pour votre distraction et votre plaisir. Et si, par hasard, un de vos vœux n'était pas réalisé, vous pouvez être certain qu'au rythme où tout évolue et se crée là-haut, il sera déjà comblé et dépassé lorsque vous lirez ces lignes. Quant à ceux qui aiment la tranquillité et cherchent le repos, la région est si vaste que, loin de la foule et de la vie mondaine, ils pourront jouir longtemps encore de la solitude montagnarde dans le plus beau des paysages, face à un horizon prestigieux.

En toutes saisons et quels que soient vos goûts, à Verbier les vacances de vos rêves deviendront réalité!



zu vergessen ist dabei, dass das Hochplateau der Riederalp schon im 19. Jahrhundert ein beliebtes Ferienziel für Leute war, die sich in der Sommerfrische erholen wollten. Die berühmte Villa Cassel, von dem gleichnamigen Londoner Bankier erbaut, legte den ersten Grundstein zu einem Tourismus, der besonders gutbürgerliche Engländer anzog. Seither wird die Riederalp eng mit dem Begriff der Gastfreundschaft verbunden.

Verbier, dessen touristische Tradition viel später begann, sucht seine Wurzeln anderswo. So beruft man sich etwa gerne auf uralte, bekannte Völker, selbst mit dem Eingeständnis, dass man besiegt wurde: «Es steht ausser Zweifel, dass die Herrschaft der Cäsaren sich auch auf dieses Seitental wie auf das übrige Wallis erstreckte» (Verbier 1957). Die Einheimischen sind «vermutlich Veragrer aus der grossen Familie der Kelten, die von Osten herkommend ganz Westeuropa besetzt hatten» (Verbier 1957). Diese Mischung aus überlieferten Ideen, Klischees, Erfindungen, wissenschaftlichen Wahrheiten und historischen Hypothesen bildet den kulturellen Nährboden, auf dem die regionale Identität angesiedelt werden kann. Die berühmtesten Vorfahren – die Kelten, der Zug der römischen Legionäre über den Grossen St. Bernhard, «die Horden der Boiëns und der Lingonois», «die plündernden Banden der Lombarden und Sarazenen» (Verbier 1957) – entspringen diesem Volksgut. Der Römerpfad über den Grossen St. Bernhard, von zahlreichen Meilensteinen flankiert, ist der Grundstein dieses etwas zurechtgerückten Geschichtsbildes. Andere sogenannte archäologische oder etymologische Beweise sollen – auf eine ähnlich pseudo-wissenschaftliche Art – die Echtheit der gemachten Angaben untermauern: eine Sichel gilt zum Beispiel als Hinweis auf die Religion der Druiden, während ein steinernes Gefäss anscheinend auf die Anwesenheit der Kelten deutet. Das Wort «bagnes» stammt einmal vom keltischen *bann* (= der Berg), ein anderes Mal vom lateinischen *balneae* (= die Bäder) ab (Verbier 1957; 1982). Bekannte oder adelige Persönlichkeiten spielen bei diesem histori-

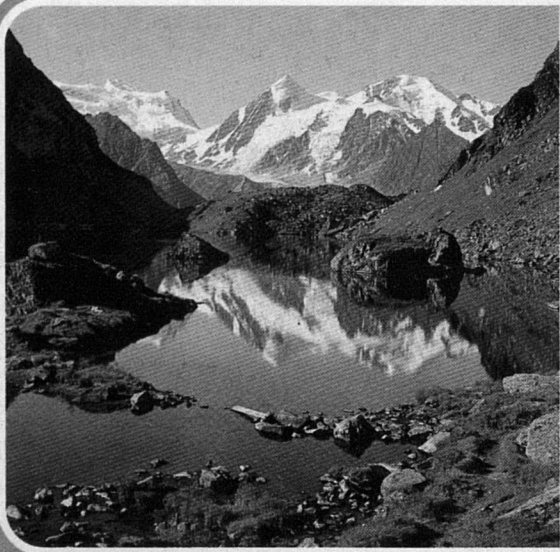


Riederalp 1977.

schen Exkurs ebenfalls eine wichtige Rolle. Nach den langen geschichtlichen Ausführungen und der endlosen Liste von berühmten Männern wie Kaiser Heinrich IV., Hildebrand Jost (das Ende der Macht der Bischöfe von Sitten, um 1630), den Grafen von Savoyen, dem Abt von St. Maurice Charles-Antoine de Cocatrix und Kardinal Schiner, ist es heutzutage Verbier, welches im Val de Bagnes Furore macht und für Aufsehen sorgt (Verbier 1957). Indem man aufzeigt, dass das Tal seit jeher ein berühmter Durchgangsort war, begründet und propagiert man Verbier als modernes Ferienziel. So wird in einem der Prospekte gesagt, dass diese Orte alle diejenigen gesehen hätten, «die den berühmten Pass des Grossen St. Bernhard überquert haben, von den Horden der Boiens und der Lingonois, von denen Titus Livius spricht, bis zu den heutigen Wanderern» (Verbier 1957).

Ebenfalls eingesetzt wird die bergbäuerliche Tradition. Aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang herausgerissen, wird sie rekonstruiert und neu in Szene gesetzt, ein Spektakel, das Touristen wie Einheimische in gleicher Weise anspricht. Die aus dem Zusammenhang heraus-

gelöste Tradition wird dabei ausschliesslich bildlich dargestellt. Die Photos der Bergwelt sind von kulturellen Elementen durchzogen, um dem Touristen gleichsam zu signalisieren, dass er in dieser unbekanntem, wilden und unwirtlichen Gegend nichts zu befürchten hat. Ein Holzkreuz auf einem Gipfel (Verbier 1950; Riederalp 1960), eine Kapelle oder eine Kirche inmitten blühender Wiesen (Riederalp 1960-1974; 1988-1989 und Verbier 1951-1957; 1958-1961; 1961-1968) geben den Bergen einen menschlichen Anstrich. Das lässt gewisse Assoziationen zum Mittelalter aufkommen. Damals glaubten die Menschen, die Berge seien von bösen Geistern bewohnt, weshalb sie sich mittels Heiligtümern schützten.<sup>6</sup> Die Sakralobjekte scheinen ebenso für Zugänglichkeit und Gastlichkeit zu bürgen wie die Chalets und die alten Weiler, welche überall auf den Prospekten zu sehen sind. Für Tradition stehen aber auch einheimische Bevölkerung und Landwirtschaft: ein Mann, der einen verschneiten Weg entlanggeht und eine Heubürde trägt (Verbier 1951); eine Frau in der Tracht, die am Dorfbrunnen wäscht (Verbier 1951); ein Schaf, an dessen Hals eine Glocke bimmelt (Riederalp 1977-1989); ein

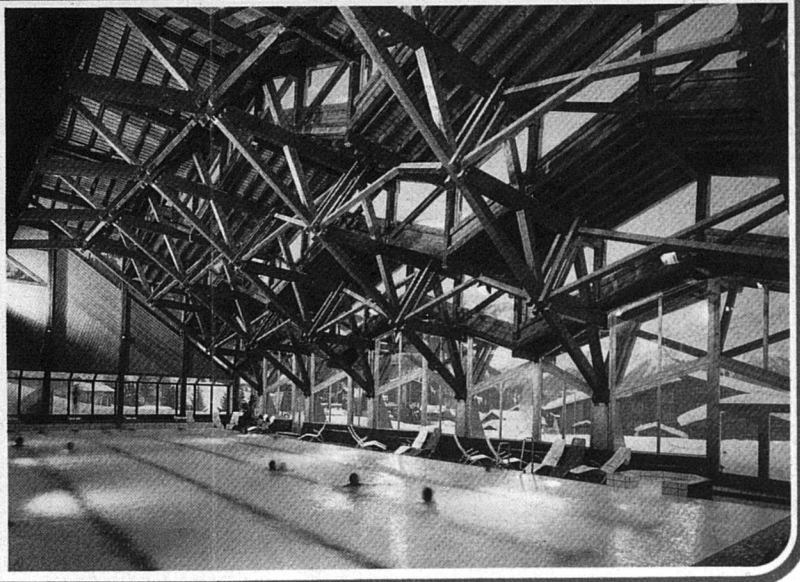


Incastonata nel cuore delle Alpi, elevantisi nella parte più meridionale della Svizzera, sopra un vasto terrazzo insoleggiato ed al riparo dai venti, **VERBIER** (1500-3330 metri) dispone, per il vostro soggiorno di 38 alberghi, come pure di 1200 chalets ed appartamenti in locazione. A Verbier, lo sci è re: 80 impianti di risalita meccanica, 300 Km. di piste, e riuniti in un unico forfait: sci a go-go fino a 3330 metri d'altitudine, sci di fondo ed ogni altro sport invernale: curling, pattinaggio, nuoto. In estate o in autunno Verbier costituisce il punto di partenza per lunghe ed eccitanti escursioni, attraverso vasti riserati naturali alpini, ove, in aggiunta ad una flora eccezionale, è possibile ammirare camosci e stambecchi. Più vicino, sull'alpe, i combattimenti delle mucche attirano un pubblico numeroso. In estate, all'alternativa sciistica, si aggiungono il golf, il tennis, l'equitazione, il nuoto, l'alpinismo, il mini-golf, le bocce, le gite nei boschi, e via dicendo, ecc. A presto a Verbier - quindi!



Verbier 1981.

Hoog boven in het hartje van het zuidelijkste gedeelte van de Zwitserse Alpen, ligt het door de zon vervende en tegen de wind beschutte **VERBIER** (1500-3330 m) dat met zijn 38 hotels en 1200 chalets en huur-appartements voor een gastvrij onthaal zorgt. In Verbier is de skier koning: 80 skiliften, pistes met een gezamenlijke lengte van 300 km. Met een ski-abonnement naar hartelust skiën tot op een hoogte van 3330 m; langlaufen en alle andere wintersporten: curling, schaatsen, zwemmen. 's Zomers en 's winters kunt u vanuit Verbier schitterende wandeltochten door uitgestrekte natuurreservaten in de Alpen maken; U kunt dan bovendien van de buitengewone flora, de gemzen en de steenhokken genieten. Iets dichterbij huis, op de Alp, kunt u, net als talloze anderen, naar de koeiengevechten gaan kijken. Zomervakantie in Verbier betekent: ook skiën, golfen, tennissen, paardrijden, zwemmen, bergbeklimmen, midget-golf, jeu de boules, boswandelingen, etc. Tot kijk in Verbier!





Pferd, das aus der Hand eines Kindes frisst (Rieder alp 1988-1989); ein paar Kühe auf der Weide (Rieder alp 1988-1989; Verbier 1973; 1988). All diese Illustrationen enthüllen eine bäuerliche Welt, die in Wirklichkeit zwar durchaus so existieren kann, die aber vor allem den Zweck hat, jene Vorstellungen zu bestätigen, welche man sich insgeheim vom ländlichen Leben macht: Harmonie mit der Natur, Ruhe, Wohlbefinden; eine Welt, die dem Bedürfnis des Touristen nach Ruhe und Geborgenheit entspricht.

Die rekonstruierte Tradition wird besonders in der Architektur sichtbar. Aus diesem Grund werden im folgenden Abschnitt gelegentlich auch Hotelprospekte beigezogen.<sup>7</sup> Der typisch rustikale Stil der Hotels und Apartmenthäuser hat viele Gesichter. Beim *Chalet-Wohnhaus* mit mehreren Stockwerken ist die Fassade teilweise mit meist dunkel gebeiztem Holz verkleidet, und die Terrassen auf jeder Etage haben entweder vertikale oder horizontale Holzbalustraden. Das kleinere *Holz-Chalet* steht auf einem Mauersockel, die Holzbalustrade der wenigen Balkone ist oft vertikal gegliedert. Das *Chalet-Haus* ist ganz aus Stein gebaut. Zur Auflockerung wird die Fassade stellenweise mit Holz verkleidet und die Balkone sind ebenfalls aus Holz. Alle drei Haustypen haben ein Giebeldach. Daneben gibt es *moderne Häuser*, deren Stil nichts mit der traditionellen Bauweise gemein hat. Eine Analyse der Prospekte ergibt, dass das Chalet-Wohnhaus (1/10) und der moderne Haustyp (2/10) auf der Rieder alp kaum vertreten sind. Das Dorfbild wird hier vor allem vom Chalet-Haus (2,5/10) oder vom Holz-Chalet-Stil (4,5/10) geprägt. Verbier zeigt demgegenüber ein vollständig anderes Bild: das Chalet-Wohnhaus dominiert (7/10); während das einfache Chalet (2/10) und das Chalet-Haus (1/10) nur vereinzelt vorkommen, existieren sogenannte moderne Häuser kaum. Was den Innenausbau betrifft, so kann man zwei Stilrichtungen unterscheiden: *neutral* und *rustikal*. Bei der rustikalen Einrichtungsweise werden die Mauern meistens mit Holz verkleidet (Täfer oder grob gezimmerte Balken). Die Möbel sind eben-

falls aus Holz (die Stuhllehnen sind dabei auffallend oft mit einem ausgesägten Herzmotiv verziert) und die Decke wird durch Holzpfosten gestützt. Ausgestopfte Hirsche, Steinböcke oder Murmeltiere dienen – zusammen mit Glocken, Kupferkesseln, Heu- oder Mistgabeln, Dreschflegeln, Tragkörben, Fässern, Kannen, Strohhüten oder geschnitzten Kinderwiegen – zur Dekoration. Die Bar wird gerne in einem nachgeahmten Miniaturchalet untergebracht und überall stehen Fondue-rechauds oder Racletteöfen bereit. Auf der Rieder alp sind neun von zehn Lokalen rustikal hergerichtet, in Verbier dagegen ist dieser Stil eher selten (1/10).

Da diese rustikale Kulisse eine wichtige Rolle spielt, werden für die Prospekte Szenen aus der «guten alten Zeit» nachgestellt und fotografiert: zum Beispiel ein Pferd, das im Winter einen Holzschlitten zieht (Rieder alp 1966; 1977-1989), schwarze Ringkühe mit Glocken mitten auf einer blühenden Wiese (Verbier 1950; 1951; 1970-1981; 1981-1987; 1990), Frauen, die in der Tracht entweder unter sich (Rieder alp 1977-1989) oder in Begleitung ebenfalls traditionell gekleideter Männer diskutieren (Verbier 1981-1987). Die Tracht der Frauen auf der Rieder alp besteht aus einem langen, blauen Kleid mit roten Stickereien. Dazu trägt man eine weiße Schürze, ein besticktes Schultertuch und einen schwarzen Kreshut mit weissem Hutband. In Verbier wird das blaue oder kastanienbraune Kleid, welches aus Baumwolle oder Seide ist, entweder lang oder halblang getragen. Die Schürze ist nicht immer bestickt und als Kopfbedeckung stehen sowohl ein schwarzer Kreshut mit einem goldenen Band oder ein einfacher Strohhut zur Auswahl. Die Männer tragen eine kurze, ebenfalls kastanienfarbene Weste, eine Hose im gleichen Ton, die bis zu den Knien reicht, weiße Socken, schwarze Schuhe mit einer Silber-Schnalle und einen schwarzen Filzhut. In diesem museumswürdigen Rahmen werden noch andere Alltagsszenen imitiert. Auf der Rieder alp kann man einen Mann in einer langen Schürze bei der Käsefabrikation sehen (Rieder alp 1988-1989).



Verbier 1982, Hotel-Restaurant Verluisant.

Verbier verwendet gleichfalls den Käse zu Werbezwecken: ein Mann, ebenfalls eine Schürze tragend, wird beim Raclettestreichen abgebildet (Verbier 1972).

## Die Werbestrategie

Früher wurden die Berge als etwas Natürliches, Gesundes und Wohltuendes dargestellt; eine «unberührte» Natur, bei der jeder Alpinist oder Wanderer das Gefühl haben sollte, er betrete sie als erster. In der Erwartungshaltung der Touristen, insbesondere der Leute aus der Stadt, ist sich dieses Bild gleich geblieben. Doch es gerät zunehmend in Konflikt mit den Infrastrukturanlagen, die bis zu den höchsten Gipfeln hinaufreichen. Will man aber für ein Skigebiet werben, ist man gezwungen, in den Prospekten auf die moderne Infrastruktur hinzuweisen. Dieser Widerspruch zwischen der Realität einerseits und den Idealvorstellungen der Touristen andererseits wird mit Hilfe eines dritten Elementes aufgehoben, welches durch Eigenschaften wie Echtheit und Konstanz die Urlaubsträume wach halten soll: Das Zauberwort heisst bergbäuerliche Tradition, die nun die Rolle der verletzten Natur übernimmt. Der Mythos vom edlen Wilden, das

heisst vom guten Bauern, der im Einklang mit der Natur lebt und die überlieferten Bräuche weiterpflegt, soll das Bild vom Garten Eden in den Alpen in die Gegenwart hinüberretten. Wo die Natur noch intakt ist, kommt deshalb die Tradition in den Prospekten kaum zur Sprache. Die einzelnen Phasen der Werbeargumentation bleiben sich überall gleich, zumal alle Werbeträger vor derselben Aufgabe stehen; nämlich die sogenannte Ursprünglichkeit der Bergwelt wiederherzustellen, um die Erwartungen des Gastes zu befriedigen, der nur «das aufreibende Leben des Büros, der Fabrik oder der Stadt, [...] unserer hektischen Zeit» (Verbier 1951) kennt.

Ist die Naturlandschaft oder wenigstens das Naturreiservat noch jungfräulich und unangetastet (ein einzelnes Haus oder ein Holzkreuz verträgt es dabei durchaus), braucht es keinen weiteren Kommentar: die Natur spricht für sich. Dieses Bild, das wir schon seit dem 18. Jahrhundert kennen, deckt sich vollständig mit den Bedürfnissen des Touristen. Erweckt die Natur – immer noch in unverändertem Zustand – den Eindruck eines Tummelplatzes für Wanderer, Ausflügler oder Bergsteiger, greift der Prospekt auf Bilder aus der guten alten Zeit zurück. So werden zum Beispiel alte Dorfansichten abge-



bildet, um den Verlust an Natürlichkeit wettzumachen. Für den Stadtmenschen sind diese Ausschnitte aus dem ländlichen Leben echt und naturnah und gleichzeitig ein Beweis dafür, dass die Berge noch nicht von Touristen übervöllert sind. Um dieses «natürliche» Gleichgewicht aufrechtzuerhalten, muss die Werbung jedem Wanderweg oder Skilift eine Kapelle oder eine Alphütte gegenüberstellen.

Ist die Landschaft verändert und überbaut, etwa durch Bahnen und Skianlagen, geraten die Wunschvorstellungen der Touristen ins Wanken. Hier bietet die Werbung die Tradition an, und zwar eine Tradition aus zweiter Hand, die so weit manipuliert ist, dass sich Mythos und Realität kaum mehr voneinander unterscheiden; ein Umstand, der dem Identifikationsbedürfnis der Einheimischen wie demjenigen der Touristen Rechnung trägt. Die Hotellerie ist ein gutes Beispiel für diese Vorgehensweise: durch die Anlehnung der Architektur an den Chalet-Stil und durch die rustikale Innenausstattung versucht man, das ländliche Leben und damit auch das erträumte Wunschbild der Berge zu rekonstruieren. Trachtenfrauen sind ebenfalls ein beliebtes Sujet: einerseits stellen sie einen Aspekt der Tradition dar und andererseits sind sie der lebendige Beweis für ein lebhaftes Vereinsleben (zum Beispiel Trachten-, Musik- oder Dorfvereine). Präsenz und Umfang von Brauchtum und Tradition in den Prospekten sind also von der Zuwachsrate der technischen Anlagen abhängig: Je mehr Installationen erwähnt werden, umso mehr Bezug nimmt die Werbung auf die lokale Tradition. Sowohl die Riederalp als auch Verbier benutzen diese Strategie, um das Idealbild der Berge, welches durch die Technik Schaden genommen hat, mit Hilfe der Tradition zurechtzubiegen: das (wieder-) gefundene Bergparadies ist ein idealer Ferienort.

1977 und 1981 sind die Luftseilbahn der Riederalp und die Luftseilbahn Mont-Fort erstmals in voller Grösse auf den Prospekten abgebildet. Gleichzeitig tauchen überall Frauen und Männer in Trachten auf. Die Tatsache, dass der

«Trachtenverein Aletsch Mörel-Riederalp» 1974 auf Initiative des Verkehrsvereins gegründet wurde, ist in diesem Zusammenhang erwähnenswert. (Der Trachtenverein «Nos bons baguards» wurde bereits 1945 ins Leben gerufen.)

Später, im Jahre 1990, schenken die Werbefachleute des Aletschgebiets und des Val de Bagnes der inszenierten Folklore weit weniger Aufmerksamkeit. Die Trachtengruppen verschwinden aus den Prospekten, und das trotz endloser Aufzählungen der technischen Einrichtungen. Dieser Widerspruch ist dadurch zu erklären, dass für die Stationen die Präsentation der Natur an und für sich wieder im Vordergrund steht. Der Prospekt der Riederalp ist von Bildern mit Gletscheransichten, Gemsen in freier Wildbahn, Wiesen, Feldern und Seen überschwemmt, während Verbier mit Naturansichten aus dem Val de Bagnes auftrumpft. Die Illustration einer «unberührten» Natur – wenn auch mittels Bildern aus Naturschutzgebieten – befriedigt den Wunsch der Touristen nach einem Bergparadies, was Darstellungen von Brauchtum und Tradition überflüssig macht. Die Eingriffe in die Natur, welche durch die Nutzbarmachung der Alpen entstanden, müssen nicht mehr versteckt werden; zumal die Spaziergänger, Wanderer und Skifahrer, welche sowohl im Winter als auch im Sommer die Tourismuszentren bevölkern, nie bei der Benutzung der technischen Anlagen gezeigt werden. Daneben behält die Tradition mindestens versatzstückweise eine gewisse Bedeutung. So sind zum Beispiel Chalets nach wie vor ein beliebtes Sujet.

Da Riederalp und Verbier heute mit dem Wintersport und den nahen Naturreseervaten über sichere Trümpfe verfügen, konzentriert sich ihre Werbung wieder auf reizvolle Landschaften und naturnahe Orte. Gleichzeitig soll diese neuerliche Aufwertung der Natur den stagnierenden Sommertourismus fördern. Diese wirtschaftlichen Überlegungen belegen noch einmal die erwähnte These, wonach die Tradition nur dann eingesetzt wird, wenn die Natur allein nicht mehr werbewirksam ist.



Zeichen einer Folklore-Gegenwelt. Riederalp 1977, Hotel Riederfurka.

## Anmerkungen

- 1 Die Angaben beruhen auf einer Analyse der Tourismus-Prospekte der Riederalp 1950-1990 und von Verbier 1947-1990 in der Walliser Kantonsbibliothek in Sitten (PN 707). Bei den Zitaten handelt es sich um Übersetzungen aus dem Französischen.
- 2 Vgl. den Aufsatz von Francine EVEQUOZ und Pascale ROULET in dieser Publikation.
- 3 Paul GUICHONNET, *Histoire et Civilisations des Alpes*. Band II, Lausanne 1980, S. 274, Übersetzung.
- 4 Thomas ANTONIETTI, «Chapeaux de femmes et capitaines. De la façon de considérer les traditions dans un village contemporain», in *Swissair Gazette* 1989/9, S. 46-49.
- 5 *Encyclopedia universalis*, Thesaurus index RZ: Tradition, 1989, S. 3500, Übersetzung.
- 6 Paul GUICHONNET, wie Anm. 3, S. 179.
- 7 Auch die Bilder mancher Ortsprospekte von Verbier machen Werbung für Hotels oder Mietobjekte. 1955-1957 und 1957 verraten die abgebildeten Hotels eher einen Chalet-Stil; 1970-1981, 1973, 1981-1987 und 1988 zeigen sich Jumbo-Chalets; 1972 wird ein rustikales Interieur abgebildet.



# Ferien und Wein im Wallis

Isabelle Raboud-Schüle

Tourismus und Weinbau gelten gemeinhin als zwei zentrale Sektoren von Wirtschaft und Gesellschaft des Wallis. Was dabei zunächst einmal auffällt, ist eine visuelle Präsenz des Weins im Tourismus; verwendet dieser doch zur Ausschmückung seines Raums Weinpressen und alte Tragbrenten ebenso wie alte Mühlen, Dorfbacköfen, die Tracht oder das Maultier. Doch sind die Weinbauern und Einkellerer alles andere als die letzten Vertreter eines aussterbenden Berufes. Vielmehr sind sie Produzenten, die sich bei ihrer Arbeit modernster Techniken bedienen. Interessieren sich nun aber die Touristen für das Produkt Wein? Gibt es Beziehungen zwischen Tourismus und Weinbau? Und wenn ja, wie gestalten sich diese und wie wirken sie sich auf die Alltagsrealität der Weinproduzenten aus? Umgekehrt stellt sich aber auch die Frage nach den Auswirkungen der jüngsten Veränderungen im Weinbau – wo zunehmend die Rede ist von Qualität und Professionalisierung – auf den Tourismus.

Dieser Beitrag stellt den Versuch dar, auf die gestellten Fragen Antworten zu finden. Allgemeine, während zwei Jahren im ganzen Kanton gemachte Beobachtungen werden dabei ergänzt durch spezielle Befragungen in der Genossenschaftskellerei von Visperterminen, in einem Hotel in Salgesch und bei Weinproduzenten der Region Martigny.<sup>1</sup> In einem ersten Teil wird die Bedeutung des Tourismus für die Weinwirtschaft behandelt, in einem zweiten der Stellenwert des Weins an Tourismusorten. Sicher ist, dass es sich bei Weinbau und Tourismus um zwei Sektoren handelt, die nicht nur für Wirtschaft und Identität des Wallis von grosser Bedeutung sind, sondern sich in ihrer Entwicklung auch gegenseitig beeinflussen.

## Weinbau und Walliser Wirtschaft

Zur Zeit erlebt der Weinbau im Wallis einen sehr starken Entwicklungsschub. Im Laufe des 20. Jahrhunderts hat sich die Rebfläche verdoppelt, die Produktivität wurde gesteigert, und der Weinbauertrag stellt heute einen bedeutenden Anteil am landwirtschaftlichen Einkommen im Wallis dar. Dieser Aufschwung steht ziemlich einzigartig da. Die Phylloxera, ein Parasit mit zerstörerischer Wirkung auf die Rebe, erreichte 1906 zwar auch das Wallis und brachte zahlreichen Kleinbauern Riesenschäden. Insgesamt bewirkte diese Krankheit aber einen tiefgreifenden Wandel im Rebbau und dessen endgültige Orientierung Richtung Markt. Im gleichen Zeitraum verzeichnete die gesamtschweizerische Rebfläche einen starken Rückgang, so dass das Wallis zum grössten Rebbaugbiet der Schweiz wurde. In den benachbarten Alpenregionen Aostatal und Savoyen führte die Verbesserung der Transportwege zur massenhaften Belieferung mit preiswertem Wein aus dem Mittelmeerraum und – im Verbund mit dem erwähnten Parasitenbefall – praktisch zum Verschwinden der einheimischen Weinproduktion. Diese erfreut sich allerdings seit rund zehn Jahren dank Qualitätsproduktion und regionaler Spezialisierung allmählich wieder zunehmender Beliebtheit.

Die Überschussproduktion von 1983 hat im Walliser Weinbau das Ende einer Euphorie eingeläutet. Die darauf folgende Phase des Umbruchs bewirkt die Einführung der kontrollierten Ursprungsbezeichnung (AOC = appellations d'origine contrôlées) im Jahre 1991. In den gleichen zehn Jahren steigt die Zahl der Selbst-

einkellerer von weniger als 400 auf über 600. Wenn ihr Anteil an der Gesamtproduktion auch gering bleibt, sind es andererseits gerade diese Neueinsteiger, die vom Tourismus besonders betroffen sind: Über den Direktverkauf versuchen sie, die durchs Wallis reisende Kundschaft zu gewinnen. Doch ein Grossteil der kantonalen Produktion geht noch immer an Grossisten, Grossverteiler und an das Gastgewerbe vor allem in der deutschen Schweiz, der Export ins Ausland fällt demgegenüber noch kaum ins Gewicht. Der Tourismus dagegen zieht eine starke ausländische Kundschaft an.

Hinzuweisen ist ferner auf die Tatsache, dass das Wallis um die 22 000 Rebbesitzer zählt, wovon die Mehrheit Nebenerwerbs- und Freizeitbauern sind. Die Hälfte der Weinbauern wohnt zudem nicht im Rebbaugelände selbst.<sup>2</sup> Zahlreiche Parzellen werden an Vollerwerbsbauern verpachtet. Viele Rebbesitzer sind auch im Tourismus tätig, sei es als Angestellte, Händler, Restaurantbesitzer, Eigentümer von Bauland oder von Ferienwohnungen.

Stichwortartig sei schliesslich noch auf ein paar weitere Merkmale der Entwicklung im Weinbau hingewiesen, die teilweise derjenigen im Tourismus entspricht: Boden und Landschaft werden durch Einrichtungen dauerhaft umgestaltet, so dass Umweltfragen an Bedeutung gewinnen; der Wert des Bodens hat sich markant verändert; die durch die Überproduktion ausgelöste Krise bewirkt eine Neuorientierung Richtung Qualitätsproduktion; kulturelle Aspekte erfahren eine Aufwertung.

### Der Weintourismus

Gemäss einer Definition, wie sie in Marketingstudien<sup>3</sup> verwendet wird, geht es beim Weintourismus darum, Weinliebhabern den Besuch von Rebbergen und Kellern in Regionen mit anerkannten Rebsorten zu ermöglichen. Besonders geschätzt wird dabei der direkte Kontakt mit Winzern und Kellermeistern sowie die Möglich-

keit, Weine zu vergleichen. Ein Westschweizer Reiseunternehmen bietet in einem gediegenen Katalog Reisen in Weingebiete auf der ganzen Welt an, jedoch keine einzige innerhalb der Schweiz.<sup>4</sup>

Im Wallis wird ein Weintourismus im eigentlichen Sinn nicht angeboten. Trotz eines von Spezialisten als interessant bezeichneten Potentials figuriert hier der Rebberg nicht im touristischen Angebot. Anlässlich der Eröffnung des Walliser Wein- und Rebbaumuseums in Siders und Salgesch setzt das Organ des Schweizer Wirtverbandes – beinahe erstaunt – den Untertitel: «Auch für Touristen attraktiv!»<sup>5</sup>

Ein Zusammenarbeitsvertrag, wie er seit ein paar Jahren zwischen der Genossenschaftskellerei Provins und dem Walliser Verkehrsverband besteht, findet seinen Niederschlag in Werbeslogans wie: «Loisirs et saveurs vous donnent rendez-vous»<sup>6</sup> oder «ein sicheres Zeichen für guten Geschmack»<sup>7</sup>. Für die Kellereien geht es bei dieser Aktion darum, den Touristen zu Hause ihren Ferienwein in Erinnerung zu rufen. Andererseits sollen Ansichten mit Rebbergen in leuchtenden Herbstfarben bestätigen, dass das Wallis ein «mildes Klima und ausserordentlich viel Sonnenschein» aufweist.<sup>8</sup> Solche Slogans, wie sie sich in Prospekten aus dem Jahre 1991 finden, standen allerdings bereits in Reiseführern um 1900, in denen von Weinbergen an «sonnigen Halden» die Rede ist.<sup>9</sup>

### Rebe und Berg

Plakate mit Weinwerbung, Weinetiketten und Werbebroschüren des Weinhandels verwenden sehr oft Ansichten von Rebbergen. Die Terrassen und die hohen Mauern entlang des Bisse de Clavoz (Wasserleitung) östlich von Sitten, das Rebgut Mont d'Or westlich von Sitten, die Weinberge von Plan-Cerisier bei Martigny und der terrassierte Kegel der Weinberge von Visperterminen stellen dabei die bevorzugten, ja geradezu klassischen Gebiete dar. In frühe-

ren wie heutigen Reiseführern figurieren sie gleichberechtigt neben Kunstdenkmälern und seit Jahrzehnten werden sie Journalisten als Höhepunkte landschaftlicher Reize vorgeführt (vor dem Besuch des von Tambouren und Pfeifern begleiteten Rebwerks der Burgerschaft von St-Luc oder des Burgerkellers von Grimentz!). Zum Objekt der Bewunderung werden die winzigen, terrassierten Parzellen, die Konstruktionsweise der Trockenmauern, die Schwere der Rebarbeiten oder die genossenschaftlichen Organisationsformen. Im Aostatal wurde dafür der Begriff «heroischer Weinbau» geprägt.<sup>10</sup> Die starke Neigung, kennzeichnend für drei Fünftel der Rebfläche (neben einfacher zu bearbeitenden, flacheren oder planierten Zonen wie z. B. in Chamoson, Leytron oder Miège), wird zum Charakteristikum des Walliser Rebbergs schlechthin. Für den Bewirtschafter steiler Hanglagen stellen jedoch Mauern und Böschungen eine Arbeiterschwernis dar und verkleinern die Rendite der Parzelle. In den siebziger Jahren wurden deshalb in den Weinbergen von Venihône, Miège und Varen im grossen Stil Landumlegungen durchgeführt. Damals wurde die Mechanisierung als vorrangig betrachtet, weshalb sich der Anbau zu flachen Gebieten hin verschob. Das Verschwinden von Mauern und nicht angebaute Randzonen, Bodennivellierungen und der Bau von Erschliessungsstrassen erregten als Errungenschaften einer fortschrittlichen Landwirtschaft die Neugier der Fachleute. Heute gesteht der Präsident der Walliser Weinbauern, dass solche Eingriffe nicht mehr vorgenommen werden sollten<sup>11</sup> und die betreffenden Gemeinden hängen die damaligen Bodenveränderungen nicht mehr an die grosse Glocke. Und in Varen wurde gar eine gross angelegte Kampagne zur umweltgerechten Pflege des Weinbergs gestartet; dazu gehören das Pflanzen von Bäumen im Rebberg, integrierte Produktion und naturnahe Weinbereitung. Verbunden wurde die Aktion mit einer Varner Weinwoche im Kurort Leukerbad. Behörden und Touristen wurden dabei zur Begutachtung der unternommenen Anstrengungen in den Rebberg geführt.<sup>12</sup>

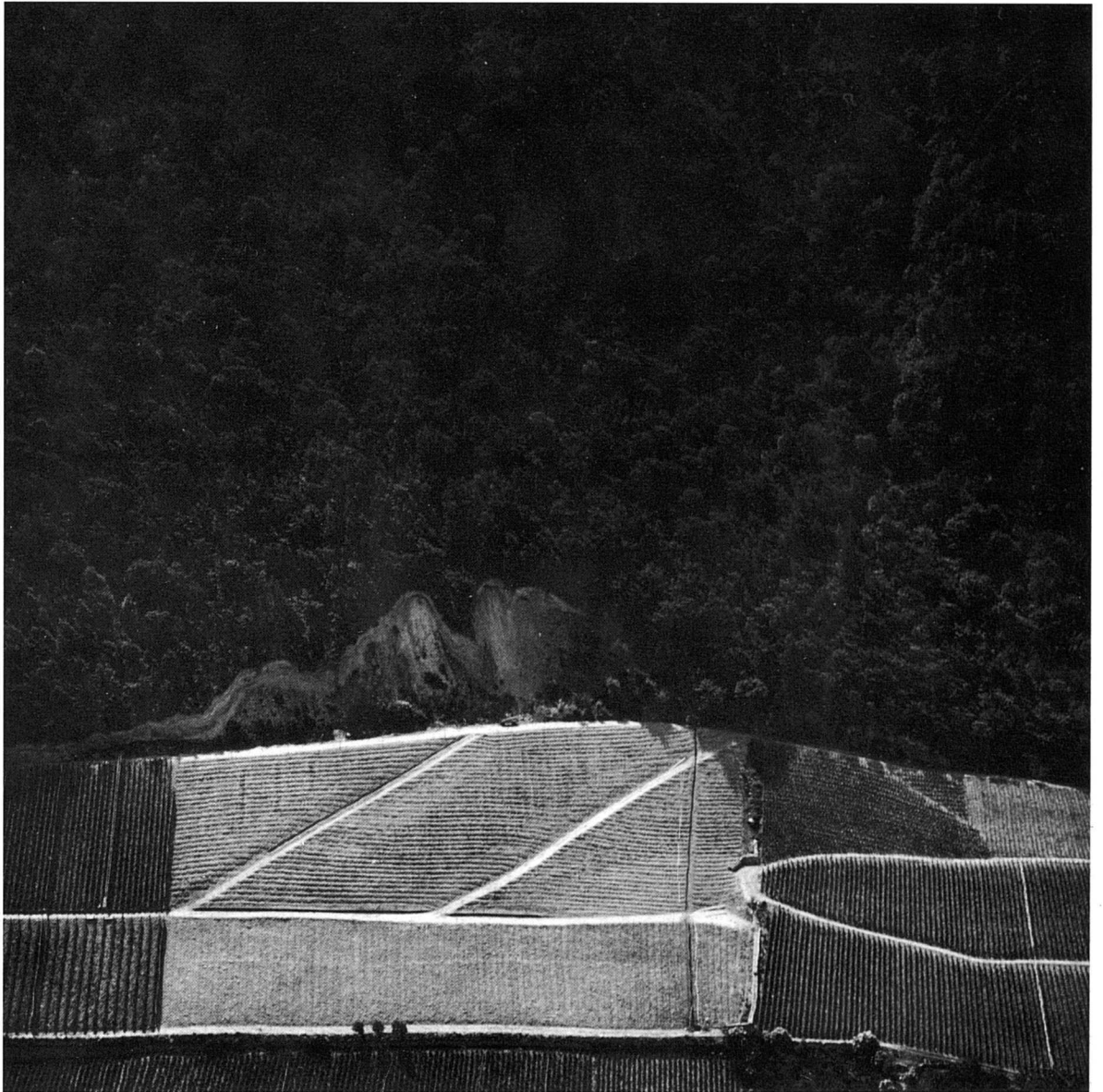
Als «edel» gilt also wieder der erschwerte Anbau am terrassierten Hang, wenn auch die Erleichterung der Bewirtschaftung durch Landumlegungen unbestritten bleibt. Angesichts einer weltweiten Überproduktion wiesen Agronomen aus dem Berggebiet überdies nach, dass Reben in Hanglage gegenüber der Massenproduktion im Flachland einen Qualitätsvorsprung haben.<sup>13</sup> Die Bezeichnung «Bergweinbau» erfreut sich deshalb im EG-Raum insofern zunehmender Beliebtheit, als man sich davon ein Qualitätssiegel für die Zukunft erhofft. Nichts von einer solchen Etikettierung wissen wollen dagegen die Walliser Weinproduzenten, die lieber von Rebbergen in terrassierten oder in starken Hanglagen sprechen. Für sie verbindet sich der Begriff «Berg» mit importiertem Wein von geringer Qualität. Andererseits wird die Ausdehnung des Rebbergs «bis zum Wald hinauf» von vielen nicht positiv bewertet. Für den Walliser Weinbauern hat die Rebe nichts mit dem Berg zu tun; vielmehr liegt der Rebberg «unten» und steht damit in einem klaren Gegensatz zu den höheren Regionen mit den Alpen und dem Tourismus. Diese funktionale und symbolische Trennung des Raums – entsprechend den Vegetationsstufen des früheren Landnutzungssystems – erklärt bereits, weshalb das Weinbaugebiet nicht zur touristisch nutzbaren Landschaft gerechnet wird. Die erwähnte Zweiteilung des Raums in oben und unten gehört zu einer im Berggebiet sehr verbreiteten Vorstellung und ist nicht frei von ideologisch gefärbten Projektionen.<sup>14</sup>

Ein jüngst in Salgesch beobachtetes Beispiel illustriert diese Vorstellung, welche Landschaften als vorzeigbar oder typisch gelten, sehr deutlich: 1991 beschlossen die Kellereien des Ortes, ihren gemeinsamen Werbeprospekt, welcher bisher eine Dorfansicht aus einem eher ungewohnten Blickwinkel zeigte, zu ändern. In den Augen der Weinproduzenten erinnert das bisherige Bild, welches das Dorf in der Längsachse der Talebene zeigt, zu stark ans Elsass; man sehe darauf nicht den Felsen, von welchem die Sonne zurückstrahle, der Blickwinkel lasse die





Terrassierte Hanglagen wie hier bei Stalden im Oberwallis tragen zwar zur Vielfalt des Landschaftsbildes bei, erschweren aber die Rebearbeit.



Durch Rodung und Planierung gewonnener Rebberg für eine mechanisierte Bearbeitung.

Hanglage, die schwierige Bewirtschaftung, das trockene Klima und die Nähe der Berge nicht klar genug hervortreten. Nach eingehender Diskussion und der Begutachtung mehrerer Fotografien entschied man sich schliesslich für eine Ansicht quer zum Tal mit den Bergen im Hintergrund.

### **Die schöne Rebenlandschaft: Der Raum des Weinbaus und der Raum des Tourismus**

Auf dem Stadtplan von Martigny ist ein «Rebenweg» eingezeichnet, die Stadt Siders wirbt mit «unvergesslichen Wanderungen entlang von Wasserfällen und Felsschluchten, vorbei an alten Klöstern und Dörfchen, wo das Leben im Rhythmus der Jahreszeiten zwischen Weinbergen und Aprikosenbäumen pulsiert!». <sup>15</sup> Kann man aber den Weinberg tatsächlich besuchen? Und was findet der Spaziergänger und Tourist dort? Nach der 1970 signalisierten Weinstrasse wurde durch die Vereinigung für Wanderwege und die Propagandastelle für Walliser Landwirtschaftsprodukte (OPAV) zwischen Fully und Leuk ein Rebenweg markiert. Ein begleitender Faltführer weist auf die Vielfalt von Fauna und Flora hin, die «aufs hervorragendste Klima, Boden und Eigenart des Landes illustriert» und zählt die Palette der Weinsorten auf. Der Lehrpfad des Walliser Reb- und Weinmuseums zwischen Siders und Salgesch informiert auf Schautafeln über agronomische Eigenschaften bestimmter Rebpazellen und will dem Wanderer so einen vertieften Einblick in den Weinbau geben. Diese Rebenwege entsprechen offenbar einem Bedürfnis. Wenn sie sich auch nicht dagegen wehren, sind es jedoch die Weinbauern nicht gewohnt, ihre Parzellen dem Publikum zu zeigen. Die Reben sind zuerst einmal ein Ort der Arbeit.

Die Bodenerstückelung – bei einem vollberuflichen Weinproduzenten können es bis zu 100 verschiedene Parzellen sein – hat zudem zur Folge, dass es nur wenig zusammenhängende

Zonen mit einem einzigen Besitzer gibt. Nur wenige Rebberge grosser Weinfirmen sind klar in der Landschaft gekennzeichnet. <sup>16</sup> Von wenigen Ausnahmen abgesehen, laden Weinproduzenten ihre Kunden nicht zu einem Besuch des Rebgrundes ein, wie dies etwa bei den Angeboten des internationalen Weintourismus üblich ist. <sup>17</sup> Zweifellos fehlt ihnen die dazu nötige Zeit und Verfügbarkeit. Doch ist dies nicht der einzige Grund. Eine Erklärung liegt zweifellos auch in der Vorstellung dessen, was eine touristische Landschaft zu sein hat.

So wird der Weinberg als zu wenig einladend für Spaziergänger und Wanderer betrachtet. «Wer hat sich nicht schon am Zustand der sich selbst überlassenen Plätze entlang der Rebwege gestossen. Unkraut, halb verbranntes Rebholz, das herumliegt [...], eine Beleidigung für den Spaziergänger. Die Gemeinde Venthône hat sich an die Arbeit gemacht und rund zehn dieser Orte geputzt [...]. Um diese in einem anständigen Zustand zu erhalten [...], wurden Bäume gepflanzt und Ruhebänke eingerichtet. [...] Vielleicht wird dann unser Rebberg in ein paar Jahren zur Frühlingszeit zahlreiche grüne Flecken aufblühen sehen, bevor diese im Herbst vom Laub überzogen werden.» <sup>18</sup> Wenige Monate nach seiner Eröffnung wurde auch der Rebenweg Siders - Salgesch von lokalen Gruppen mit Ruhebänken versehen. Wir finden hier genau die gleichen Elemente wieder, mit denen der Tourismus die Dörfer neu gestaltet hat: Sauberkeit, Ordnung, Blumenschmuck, Ruhebänke. <sup>19</sup> Um zum touristischen Angebot zu werden, muss also der Rebberg geputzt, gezähmt und begrünt werden.

### **Die Zeit des Weinbauern und die Zeit des Touristen**

Die Weinbauern sprechen gerne über ihre Arbeit, junge Weinproduzenten geben bereitwillig Auskunft über ihre Arbeitstechniken und ihre Anstrengungen bezüglich integrierter Produktion. Einzelne, über Fachorgane informierte

Weinliebhaber fragen auch etwa nach einem Besuch des Rebbergs. Im allgemeinen jedoch und vor allem für ein Durchgangs- oder Durchschnittspublikum bieten die Einkellerer kaum Rebbesichtigungen an. Der vollberufliche Weinbauer sieht die Situation folgendermassen: «Man sieht allzu sehr nur den Arbeiterbauern, der genügend Zeit hat, wenn er in den Reben ist. Man vergisst dabei, dass wir diese Arbeit im Hauptberuf ausüben, also das ganze Jahr über beschäftigt sind.» Auch sei der Sommer als die eigentliche touristische Saison «eine Zeit mit viel Arbeit und schnellen Veränderungen im Rebberg, so dass immer jemand da sein muss. Und schliesslich will nicht jeder vordemonstrieren, wie er arbeitet. Zuerst muss man einmal die Produkte kennenlernen, die erst das Interesse wecken: an den terrassierten Reben, den Schwierigkeiten des Anbaus, der aussergewöhnlichen Arbeit!»<sup>20</sup>

Ähnlich tönt es in Visperterminen:<sup>21</sup> «Mit Gruppen geht man eher wenig in die Reben. Im Keller ist das viel sympathischer. Gruppen, die durchs Wallis reisen und den höchsten Rebberg sehen wollen, erklären wir vor der Kellerei Land und Leute, die Bedeutung des Weinbaus, das Nomadenleben, das die Leute hier früher führten. Dann zeigen wir ihnen den Keller und präsentieren ihnen drei Weine.» Die örtliche Genossenschaft plant einen Reblehrpfad, vor allem, weil die Angestellten der Kellerei keine Zeit haben, die Besucher im Rebberg zu begleiten. Doch der Kellermeister zieht es so oder so vor, den Ausblick von der Terrasse der Kellerei zu kommentieren und so Reben und Rebwerk in einen grösseren Zusammenhang zu stellen. Und in erster Linie will er den Keller zeigen mit all den technischen Einrichtungen, die dem heutigen Standard entsprechen.

Der Arbeitsrhythmus erlaubt es nicht, die Tätigkeit des Berufswinzers und die Bedürfnisse des Tourismus miteinander in Einklang zu bringen. Was es deshalb braucht, ist eine Infrastruktur, welche die Informationsbedürfnisse der Gäste befriedigt. Angebote in dieser Richtung sind der

Rebenweg des Weinmuseums sowie geführte Rebbegehungen, organisiert von einzelnen Verkehrsvereinen. «Die Reblandschaft soll etwas Typisches bleiben», doch damit ist es nicht getan. Eine moderne Weinverarbeitung muss gerade dieses Typische aus dem Produkt herausholen. Im Keller also und in der Qualität seines Weins zeigt der Weinbauer sein berufliches Können; hier, in diesem symbolträchtigen Raum, definiert er seine berufliche Identität, hier zeigt er seine Arbeit und hier empfängt er seine Kundschaft.

### Begegnung im Keller

Wichtig ist also der Empfang der Kundschaft im Keller. Dies bestätigt auch das Angebot der für das Publikum offenen Kellereien oder ein Besuch eines der in jüngster Zeit zu diesem Zweck eingerichteten Keller. «Der Kunde besucht die ganze Anlage, er ist neugierig bezüglich der Einrichtungen. Das ist recht heikel, da muss immer jemand dabei sein.» Und nicht alle Gruppen sind für den Kellermeister gleichermassen interessant. Aufwand und Ertrag stehen nicht selten in einem Missverhältnis. Lohnender ist deshalb für ihn der Besuch von «besser orientierten Leuten mit klareren Vorstellungen und guten Weinkenntnissen». Man muss «den Touristen erziehen, ihm die Qualität unserer Produkte, die noch immer unter einem schlechten Ruf leiden, näherbringen.»<sup>22</sup>

Der Direktverkauf an durchreisende Touristen – zusammen mit ein paar treuen Kunden, die in der Nähe ein Chalet haben – macht bei einzelnen Händlern im Unterwallis nur etwa sieben bis acht Prozent des Verkaufs aus. Demgegenüber ist der Direktverkauf im Oberwallis von etwelcher Bedeutung. Kunden aus Bern oder Zürich reisen dabei bis in die einzelnen Dörfer. In Salgesch macht dabei der Verkauf an Kunden, die selber in den Keller kommen, vierzig Prozent des Weinabsatzes aus, und dies trotz der Konkurrenz von über dreissig Weinhandlungen am Ort. Ähnlich sieht es bei der Genossen-

schaftskellerei von Visperterminen aus, in welcher praktisch alle Weinbauern des Ortes vereinigt sind; wobei zu sagen ist, dass es in erster Linie die Qualitätsweine sind, die so ihre Abnehmer finden. Dieser gegenüber dem französischsprachigen Kantonsteil klar grössere Anteil am Direktverkauf dürfte teilweise auf die engere Beziehung zur deutschen Schweiz zurückzuführen sein. Verstehen es aber die Oberwalliser tatsächlich besser, ihre Kundschaft zu empfangen, etwa durch Öffnungszeiten am Wochenende, oder haben sie ganz einfach den besseren Geschäftssinn? Vermutungen dieser Art, wie sie von Gesprächspartnern im Unterwallis wiederholt geäussert wurden, müssten erst noch bewiesen werden.

Ein Unterschied dürfte dagegen in dem liegen, was das Degustationsvokabular «typicité» nennt. Beim Döle von Salgesch und beim Heida handelt es sich nämlich um ausgesprochen typische und seit langem anerkannte Sorten. Salgesch, das sich stolz «Hauptort der Rotweine» nennt, und Visperterminen mit dem «höchsten Rebberg» sind zwei Herkunftsbezeichnungen des deutschsprachigen Kantonsteils, welche auch ausserhalb des Wallis bekannt sind. Für den Einkellerer in Siders sind diese Orte gar eigentliche «Weindörfer». Was heisst das?

Die Genossenschaftskellerei von Visperterminen besteht seit 1980. Ihr technischer Standard entspricht den heutigen Anforderungen an einen Qualitätswein. Andererseits arbeitet sie in einem Umfeld, wo der Wein noch nicht zum Luxus gehört, sondern fester Bestandteil eines jeden Haushaltes ist. So kann man in unmittelbarer Nähe der Kellerei eine alte Baumpresse besichtigen, welche einzelne Weinbauern noch für ihren Privatwein benützen. Nebeneinander werden also zwei verschiedene Weine produziert, die vom gleichen Rebberg stammen: «Der rauhe Bergwein von früher, als man die Trauben lange gären liess, was viel Gerbstoff ergab und den Wein oxydieren liess» und der «schöne, vollmundige Wein, den man mit den heutigen Methoden herstellt». Die typischen Elemente der

Landschaft und der Bezug des Rebbaus zur lokalen Geschichte verleihen dem Wein ein unverwechselbares Gepräge. Auf der andern Seite muss dieser aber dem heutigen Standard einer internationalen Weinproduktion entsprechen. Den Kellermeister erinnert jedenfalls die Weintradition von Visperterminen auch an alte Produktionsgewohnheiten, die er im Hinblick auf heutige Qualitätsansprüche lieber verschwinden sieht.

### Keller, Gaststätte, Degustationszentrum

«Von seiten der Hotellerie fehlt die Bereitschaft, den Verkauf der lokalen Weine zu fördern. Es gibt Gewinnmargen, die das Dreifache des Handelspreises betragen. Da wird übertrieben. Mit 15% gewinnt die Serviertochter mehr pro Flasche als der Weinbauer.»<sup>23</sup> «Notwendig wäre ein vermehrtes Engagement der Hoteliers zugunsten der Walliser Produkte.»<sup>24</sup> Wenn die Gastwirte auch zu ihrer regelmässigen Kundschaft zählen, beklagen sich die Einkellerer und noch mehr die Traubenlieferanten doch regelmässig und öffentlich über die auf ihren Produkten erzielten Gewinne und deren schlechte Vermarktung in den Gaststätten. Einzelnen Kellereien ist es zwar gelungen, ihre kostbaren Flaschen ins Angebot renommierter Speiserestaurants zu bringen. Doch für den Grossteil bleiben die Wirte die Abnehmer mittlerer Qualität, geliefert in Literflaschen, serviert im Offenausschank. Der in den Restaurants verlangte Preis pro Glas Weisswein erregt dabei regelmässig den Unmut der Weinbauern.

Dieses gespannte Verhältnis zwischen Produzenten und Wirten, wie es immer wieder erwähnt wird, spricht ganz allgemein für einen tiefen Graben zwischen denjenigen, die mit dem Boden arbeiten, und denjenigen, welche an den Touristen verdienen. Angesichts dieser mangelnden Zusammenarbeit organisieren sich die Einkellerer und Weinhändler selber, um Einrichtungen zu schaffen, die ausschliesslich auf die einheimischen Weine ausgerichtet sind. «Das



Wallis hat einen jungen Rebberg. Was ihm noch fehlt, ist der Ruf der klassischen Weingebiete. Wir haben hier im Winter und im Sommer Touristen, an uns ist es also, diese durch eine entsprechende Infrastruktur wie Keller und Önotheken zu einem Halt zu bewegen.»<sup>25</sup> Nach der Weinbaukrise von 1982 und 1983 sind denn auch zahlreiche solcher Degustationszentren entstanden. Und 1992 veröffentlichte der Walliser Gaststättenführer<sup>26</sup> als Beilage unter dem Titel «Keller und Carnotzets für Weindegustation» erstmals rund dreissig Adressen. Die spezielle Atmosphäre dieses Angebots wird auch in den Werbetexten unterstrichen: «Die Türen öffnen sich zur Seele des Weins [...], an diesem Ort, an den dich die Freundschaft zieht, erhebe dein Glas auf die Gesundheit deiner Freunde und grüsse die Grosszügigkeit dieses Landes.»<sup>27</sup> Die Funktion der Begegnung, die einem solchen Ort zugeschrieben wird, vermischt sich mit identitätsgeladenen Symbolen, Keller und Carnotzet werden zu entscheidenden Kontaktstellen zwischen Tourismus und Weinbau.

### Die Inszenierung: Typisches nach Mass

Nicht immer ist der Tourist ein Weinliebhaber, und nicht immer ist er ein Weinkenner. Einen Wein allein über die Degustation schätzen zu lernen, ist nur einem kleinen Kreis von Eingeweihten vorbehalten. Für die grosse Mehrheit dagegen und vor allem für durchreisende Touristen aus Nicht-Weinregionen sind ein typischer Rahmen und das Erlebnis des Kellerbesuchs von grösserer Bedeutung. Die Kommerzialisierung des Weins gegenüber einer durchreisenden Zufallskundschaft kommt deshalb – ob in der Version des «Typischen» oder auf modernere Art – nicht darum herum, einen entsprechend wirkenden Rahmen und eindeutige Symbole zu schaffen.

So bestätigt ein Hotelier in Salgesch, dass man die regionalen Spezialitäten in einem typischen Raum anbieten müsse; entsprechend hat er im



Carnotzet im Hotel du Rhône in Salgesch: Nach dem Bau des Hotels im Jahre 1960 war hier zuerst ein Geschäft untergebracht.



Vinorama in Steg: Ein moderner Weinsupermarkt in einem modernen Gewerbebau mit nostalgischer Dekoration.

Erdgeschoss ein Carnotzet eingerichtet. Weinhandel und Kellereien verfügen über spezielle Degustationsräume, da der eigentliche Keller mit seinen Klimabedingungen und den glänzenden Weinbehältern kaum zum Verweilen einlädt. Zur Schaffung der typischen Atmosphäre bedienen sich Weinhändler und Wirt derjenigen Elemente, welche – unter Berufung auf die lokale Tradition – bereits bekannte Bilder bestäti-



gen; aus einem Neben- oder Kellerraum wird so ein Carnotzet, wie man es auch im privaten Raum, etwa im Keller, im Ferienchalet oder im Untergeschoss von Neubauten kennt. Zu den festen Bestandteilen dieses Lokals gehören (echte oder falsche) Holzbalken sowie rekonstruierte oder freigelegte Steinmauern. Das Dekor besteht aus Anleihen ländlicher Architektur wie Stadelbeine, Schindeldach, Trockenmauern oder Steinbecken. Als Fenster dienen Plakate der OPAV, die so einen idealisierten Rebberg ins Innere holen. Der Tisch ist entweder aus einem halbierten Fass oder aus einer massiven, unregelmässig gesägten Holzplatte hergestellt. Er symbolisiert so bäuerliche Bodenständigkeit. Manchmal wird das Carnotzet auch zum privaten Museum, in dem alte Gerätschaften, Kannen, Weinfässchen und andere Familienerinnerungen aufbewahrt werden. Und durch neue Materialien ersetzte Objekte finden eine Zweitverwendung: Aus einem Fass wird ein Flaschengestell, aus einem Fasstrichter ein Lavabo. Beliebte Einrichtungsstücke sind auch der alte, knorrige Rebstock, die aus einer Flasche hergestellte Lampe oder das alte Brotschneidebrett.

Man kann aus diesen Materialien und Gegenständen die Tradition, die Symbole, die Arbeit, die Sicherheit und die Gastfreundschaft herauslesen. Tourismus und Werbung für den Qualitätswein verlangen jedoch mehr. Der Keller oder das Carnotzet wird zu einem geräumigen Degustationssaal in der Grösse eines Autocars (50 Plätze). Viele Keller sind dunkel, aber bisweilen soll sich das Tageslicht auch in den Gläsern widerspiegeln, denn beim Degustieren muss man auch das Drum und Dran des Weines bewundern können. Die Kelchgläser lösen die kleinen Becher ab, und das Zinn tritt mit dem Wein nicht mehr in Berührung. Die neuen Formen der Degustation setzen sich also durch und verändern allmählich die als typisch und unabänderlich geltende Inszenierung. Für die neuen Tempel des Weins<sup>28</sup> nimmt die heutige Architektur Zuflucht zum Glas und zum Metall und weniger zu einem Holz, das durch Bearbeitung alt aussehen soll. Der Naturstein als Symbol für die

Erde und als Erinnerung an die mächtigen Stützmauern in den Rebbergen fehlt jedoch selten. Und die Anhäufung von Gegenständen macht dem Aufstellen von einem oder zwei symbolischen Objekten vor dem Gebäude Platz. Oft ist es eine Weinpresse als eindrucksvolles Stück, an dem man besonders hängt und das für Vorübergehende unübersehbar ist.

Der typische Rahmen der Werbung für den Wein beschränkt sich jedoch nicht auf die architektonischen Elemente und die Gegenstände. Auch die Bekleidung, die Rollenzuteilung und die Speisen wollen auf die Besonderheit der Gegenstände hinweisen. Die Bedienung besorgen oft die Frauen, in den Hotels, aber auch in den Kellern, den Degustationssälen oder bei einem Glas Wein im Freien. Dabei ist für sie – wie etwa seit 1953 im Relais des Schlosses Villa in Siders – das Tragen der «Walliser Tracht» obligatorisch. So sieht man diese lächelnden Frauen auf dem Werbeplakat, der Etikette oder dem Faltprospekt. Die Bekleidung – die Schürze nicht selten mit Trauben bestickt – verleiht der Frau in einer Umgebung, die eigentlich nicht die ihrige ist, eine offizielle, repräsentative Rolle. Denn im Alltag ist der Wein – abgesehen von wenigen Önologinnen oder Weinfachfrauen – vorwiegend eine Männersache, besonders was die Verantwortung im Keller betrifft. Meistens mit sehr ernster Miene und mit einem Degustationsglas in der Hand, tragen die Männer dabei das Arbeitskleid, mit einer graublauen Weste und der schwarzen Universalschürze der Küfer.<sup>29</sup> Die Kunden ihrerseits scharren sich im Skitenneue fröhlich um die Holztische der Degustationskeller. Ehepaare werden am Tisch eines Speiserestaurants gezeigt oder, mit einem Glas in der Hand, in einem Carnotzet, eifrig miteinander diskutierend.<sup>30</sup>

Für Degustationslokale wird kein Wirtepatent verlangt, aber die bewilligte Restauration beschränkt sich auf Brot, Käse, Trockenfleisch und einheimische Früchte.<sup>31</sup> Diese Bestimmung schränkt den Rahmen für die Degustation in Kellern und Degustationssälen markant ein, indem

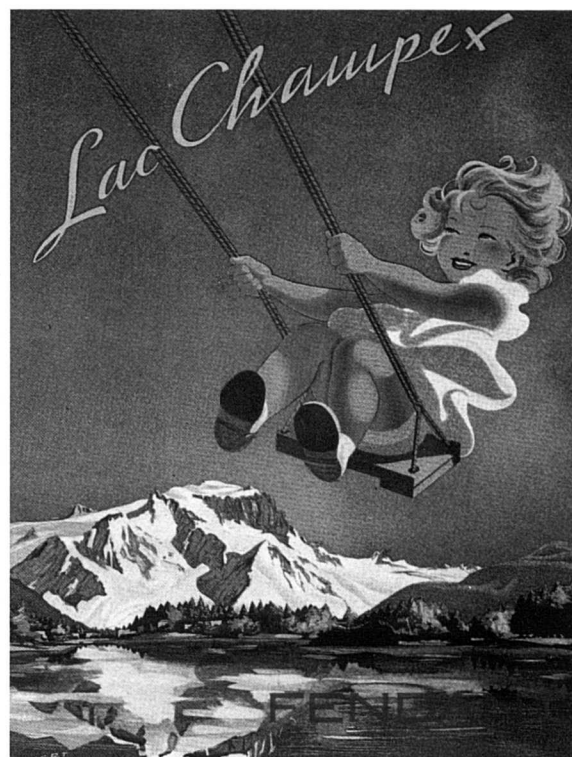
sie ein Modell von «Walliser Spezialitäten» vorgibt und gekochte Mahlzeiten ausschliesst. Auch das vom Walliser Verkehrsverband und von Provins herausgegebene Rezeptbuch schlägt für Küchengerichte bestimmte Kombinationen vor: Man versucht, den Raclettekäse, die Tomate, den Blumenkohl und einen Tropfen Fendant in möglichst viele sogenannte Walliser Menüs einzubringen. Und weil sich die Einheimischen offenbar nicht nur von landeseigenen Produkten ernähren und nicht ausschliesslich Döle trinken, fordert sie die OPAV auf: «Wir Walliser müssen jede Gelegenheit benutzen, die Produkte unserer Gemüsegärten und unserer Rebberge zu konsumieren und konsumieren zu lassen, in erster Linie im Wallis. Wenn wir selber von der Qualität unseres Blumenkohls, unserer Aprikosen und unseres Döles nicht überzeugt sind, wer wird es dann für uns sein?»<sup>32</sup>

Wir haben die besonderen Einrichtungen gesehen, die der Tourismus im Rebberg, im Keller und am Tisch verlangt. Welche Rolle spielen nun der Wein und der Ertrag der Rebberge ihrerseits im Tourismus?

### Der Wein im Kurort: von der Empfangsgeste zur Gästeanimation

«Das Dorf Vercorin setzt in Zusammenarbeit mit den Rebbesitzern und Einkellerern der Gemeinde Chalais auf die Karte der Empfangsgeste. Die Gäste, die in den Kurort kommen, können dort die besten Weinsorten der Umgebung degustieren. Jeden Freitag wird in der Schweizer Skischule und am Samstag jeweils in den Agenturen und im Verkehrsbüro der Freundschaftsbecher offeriert.»<sup>33</sup>

Mehrere Kurorte bedienen sich des Weins, um den Empfang freundlicher zu gestalten. Gleichzeitig gelingt es ihnen so, mit den lokalen Rebauern zusammenzuspannen, die im Sinne der direkten Werbung die Flaschen spenden. Das ist nicht neu, gehört doch der Wein nicht nur in



Weinetikette in der Art eines Tourismusplakats.



Weinetikette mit dem hl. Theodul als Weinpatron und dem Skiakrobalen Art Furrer.

den Weingegenden zu den Empfangsriten. Der Ehrenwein zum Beispiel beim Empfang von Behörden ist im Wallis Bestandteil jedes öffentlichen Anlasses. Wenn «die Burgerschaft anlässlich der 25-Jahr-Feier der Seilbahn von Zinal die besten Tropfen ihrer Keller»<sup>34</sup> offeriert, liegt das in der Tradition der Weinspende der Burgergemeinden bei Ortsfesten. Aperitifs als Empfangsgesten für die Gäste jedoch finden ohne Behörden und ohne Ortsbevölkerung statt. Hier geht es eher darum, mit einem Glas Wein den Feriengästen das Wallis als Rebkanton vorzustellen, indem man ihnen etwas anbietet.

Die Notwendigkeit, Animation zu machen und stets neue und originelle Freizeitaktivitäten vorzuschlagen, gehört zweifelsohne zu den Neuerungen in der touristischen Entwicklung, besonders nachdem diese durch mehrere schneearme Winter gebremst wurde. So bieten die Programme der Verkehrsvereine an: «Ausflüge auf die umliegenden Gipfel, Schnuppern bei den Handwerkern des Ortes, Degustationen der feinen Weine und der typischen Spezialitäten aus der Küche: Ferien, die auf erlebnisreiche Abenteuer und Entdeckungen ausgehen.» «Walliser Abende, Kellerbesuche, Brotbacken im Dorfbackofen [...] sind einige der vielen Gelegenheiten, Kultur, Gastronomie, Sitten und Bräuche der Dorfbevölkerung kennenzulernen.»<sup>35</sup> Die Programme werden von den Vereinen, vor allem den Verkehrsvereinen, vorbereitet.

Diese Einzelinitiativen setzen eine Zusammenarbeit voraus, die nicht immer selbstverständlich ist. In Visperterminen wurde folgende Lösung gefunden: «Mit zwei Hoteliers sind wir übereingekommen, den Kellerbesuch anzubieten. Die Leute kommen, man schwatzt mit ihnen, erklärt ihnen den Keller und lässt drei Weine degustieren. Dann serviert man im Trinksaal zum Trockenfleisch noch drei Weine. Anschliessend begeben sich die Gäste ins Hotel zum Raclette oder zum Fondue. Diese Reihenfolge ist wirklich ideal.» Das funktioniert vor allem deshalb, weil es nur einen grösseren Keller gibt, an dem fast alle Rebbesitzer beteiligt sind. In Crans tun sich

die Einkellerer mit den Wirten zusammen, um Degustationsimbisse zu offerieren.

In Salgesch führt ein Hotelier für seine Gäste seit rund dreissig Jahren ein kombiniertes Programm durch. Nach dem Spaziergang im Rebberg findet in einem Keller die Degustation statt, die mit einem Raclette im Restaurant abschliesst. Der Hotelier möchte aber die Zusammenarbeit gerne auf einen grösseren Kreis ausdehnen. Weinhändler aus dem Verwandtenkreis «haben die Vorteile wohl erkannt». Andere «scheuen die Anstrengung und sind für die Zusammenarbeit nicht zu haben». Der entschiedene Einsatz der Gemeinde Salgesch für den Weinbau (Konzept des Grand Cru, Investition für das Weinmuseum) kann die interne Konkurrenzsituation und die politischen Rivalitäten nicht ganz verbergen. «Man sollte mehr vom Dorf als ganzem sprechen, vielleicht sogar von der Region, mit mehreren Betrieben gemeinsam ein Angebot machen und verwirklichen. Man könnte sich so zum Nutzen aller gegenseitig Kunden zuwerben.» Darin lägen die Vorteile einer Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Weinwirtschaft: Die Kunden des einen Sektors würden auch zu Kunden des andern. Aber die Erfahrung zeigt, dass die Wirklichkeit anders aussieht und dass die Solidarität nicht spielt. Die etwas gekünstelte Einrichtung des Carnotzets wird so noch mehr zum Symbol einer Identitätssuche: Weder der Hotelier noch der Einkellerer sind sich ganz klar darüber, wie sie ihre Eigenständigkeit bewahren und zugleich eine gemeinsame Identität finden können und darüber hinaus noch ein überzeugendes Bild der Region, in der sie beide tätig sind, vermitteln können.

### Das «nunmehr zur Tradition gewordene» Weinfest

«Weinfest in Saillon: Die Ortsvereine haben mitgemacht. Dem Aufruf des Präsidenten des Verkehrsvereins wurde Folge geleistet: Rebbau, Landwirtschaft, Handwerk und Tourismus sind die vier Wirtschaftsträger des Ortes. Koexistenz



Dorfeingang von Chamoson: Eine ausgediente Weinpresse und ein Schild bei der Einfahrt markieren – zusammen mit den umgebenden Reben – die Identität des Ortes als Weindorf.

genügt nicht, man muss sich gegenseitig ergänzen. Das zeigt dieses dem Bacchus geweihte Fest, das die Hochzeit zwischen Weinbau und Tourismus feiert.»<sup>36</sup> Dank der Initiative der Verkehrsvereine und der Einkellerer nehmen die neuen, dem Wein gewidmeten Feste zu und häufen sich besonders in den Kurorten. In Morgins findet das «nunmehr zur Tradition gewordene» Weinfest – nach einem dem *Nouvelliste* liebgewordenen Ausdruck – seit 1990, in Tsoumaz seit 1989 statt. In Ovronnaz «weiss die Gemeinde Leytron seit 1986, dass sie ihren Ruf zum grossen Teil ihren Reben und ihrem Wein verdankt. Und der Wein hat es nicht mit einer Undankbaren zu tun. Jeden Sommer opfert Ovronnaz zwei volle Abende, um Bacchus' Verdienste zu würdigen.» Für die im Kurort anwesenden Touristen gehört zum Weinfest der allerdings nicht sehr überzeugende Vorbeizug «der Kinder von Ovronnaz, die begleitet sind von einigen etwas verlegen wirkenden Erwachsenen [...]. In ihrer Tracht erinnerten sie an die

Geschichte des Vieux-Morthey, die Weinlese und die 700-Jahr-Feier.»<sup>37</sup> Trachtengruppen, Umzüge mit Produkten aus den Rebbergen und Gegenstände aus der alten Zeit sollen dem Fest einen originellen Anstrich verleihen. Der Wein seinerseits ist etwa in Form eines offerierten Glases präsent, vor allem aber an den Degustationsständen der Kellereien des Ortes. Diese neuen Traditionen als Verbindungspunkt zwischen Tourismus und Weinbau entspringen den gleichen Motiven wie der Degustationskeller mit Walliser Spezialitäten: Man will dem Touristen eine Szenerie präsentieren, welche die Verbindung zwischen dem Rebberg und dem Wein herstellt.

Diese im Sommer stattfindenden Feste verdanken ihren Ursprung allerdings nicht den Verkehrsvereinen. Sie knüpfen vielmehr an die Feste an, die im Herbst in den Talorten organisiert werden. Winzerfeste, Feste des Weins oder der Weinpresse, Tage der offenen Türe der Kelle-

reien entstehen neu oder tauchen seit 1970 wieder auf und haben sich in den achtziger Jahren stark verbreitet. In den Ortschaften des Rhonetals<sup>38</sup> richtet sich das Fest, oft verbunden mit einer Schau oder Ausstellung, eher an die Einheimischen. An den Weinständen findet ein Degustationswettbewerb statt, der zum Mittelpunkt des Festes wird und den Kennern Gelegenheit bietet, diesem neuen kantonalen Sport zu frönen.

Die Reklametafeln am Dorfeingang<sup>39</sup> und die vielen in Blumentöpfe verwandelten Kellerutensilien vor den Wohnhäusern und den Geschäften weisen in den Weindörfern auf das Entstehen einer neuen Identität hin. Die Gemeinden zieren die Dorfplätze mit ausgedienten Weinpressen. Diese neue Selbstbehauptung als Weinbauern richtet sich sowohl an die Durchreisenden als auch an die Einheimischen. Man versucht, die Aufmerksamkeit der Touristen auf sich zu lenken und will gleichzeitig die Ortsansässigen in den Absatz der Produkte miteinbeziehen. So soll ein neues Dorf mit den und für die Reben, ein Weindorf, entstehen.

### Zur Solidarität verurteilt

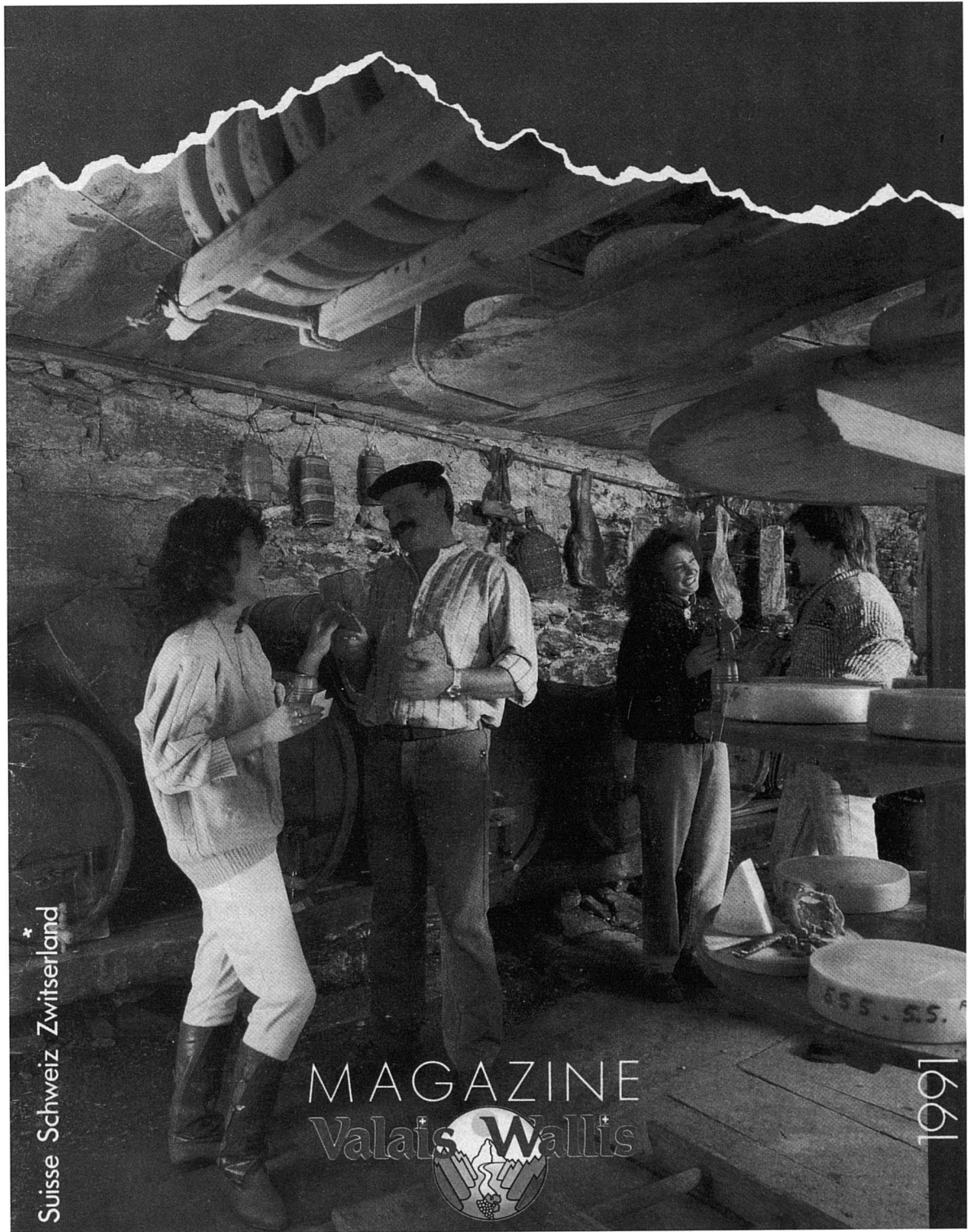
«Wir sind zur Solidarität verurteilt», meint der Schweizer Spezialist für Selbstkostenpreise der Rebe.<sup>40</sup> Angesichts der sehr unterschiedlichen Berührungspunkte zwischen Tourismus und Rebbau gibt es eine entsprechende Vielfalt an Situationen und Lösungsansätzen. Es braucht eine mindestens nach aussen einheitlich auftretende Front von Vereinigungen wie OPAV, Verkehrsvereine, Genossenschaften oder Gruppen von Einkellern, um die Zusammenarbeit von Weinbau und Tourismus zu realisieren. Die Solidarität unter Familien und traditionellen Rebbetrieben der Hangdörfer funktioniert ebenfalls. Die Mehrheit der Rebbesitzer geht ihrem Beruf in der Industrie, im Handel oder im Tourismus nach. Diese Situation könnte die Solidarität zwischen den einzelnen Kreisen festigen. Die Entwicklung des Rebbaus hin zur Qualitätsproduktion erfolgt heute weitgehend auf freiwilliger Basis. Die

Degustation nimmt dabei bezeichnenderweise einen immer wichtigeren Platz ein. Doch vergesse man nicht, dass die Qualität «Flaschenweine» lediglich 25% der gesamten Weinproduktion des Wallis ausmacht. Gewisse Einkellerer schwören auf den Chasselas – tatsächlich ein typisches Produkt der Schweiz, die als einzige damit Wein herstellt – und möchten sein Image aufwerten. Andere sehen die Zukunft allein in den vielen ausschliesslichen Walliser Spezialitäten. Einige Rebbesitzer sind schliesslich der Meinung, der Walliser Rebbau könne mit den Grossen rivalisieren und pflanzen weltbekannte Sorten (Chardonnay, Syrah usw.) an. Also höchst gegensätzliche Tendenzen! Im Wallis, das man sich zu leicht als eine geschlossene Einheit vorstellt, weist auch der Rebtourismus sehr unterschiedliche Formen auf. «Es fehlt uns ein gemeinsames Konzept zur Aufwertung,» sagen die Befragten. Diese Identität schmieden jedenfalls nicht die alten, an den Mauern der Carnotzets aufgehängten Brenten, darüber sind sich die in der Rebszene Mitwirkenden im klaren.

### Geht es ohne Tourismus?

Der Tourismus sucht neue kulturelle Ansatzpunkte für die Erweiterung seines Angebots, und die Öffentlichkeit teilt den Bauern die Rolle des Landschaftspflegers zu. Die am Tourismus Beteiligten – Verkehrsvereine, Hoteliers, Tourismusförderer – suchen den Kontakt mit den Landwirten und damit auch mit den Weinbauern. Mehrere Studien<sup>41</sup> haben aufgezeigt, wie die Einheimischen dazu aufgerufen werden, «Freizeitbeschäftigungen zur Förderung des Tourismus aufbauen zu helfen». «Der Stolz, als Treuhänder der regionalen kulturellen Werte an der Entwicklung der Region mitzuwirken», würde damit auch zur Mithilfe bei der Tourismusförderung motivieren. Diese Zusammenarbeit erfolgt über die Verkehrsvereine, die Musikgesellschaften, die Trachtenvereine, den Umweltschutz. Auf dem Gebiet des Walliser Rebbaus funktioniert diese Zusammenarbeit nur zum Teil. Gewiss teilen die Berufs-





Suisse Schweiz Zwitterland

MAGAZINE  
Valais Wallis



1991

Titelblatt des vom Walliser Verkehrsverband herausgegebenen Informationsmagazins für das Jahr 1991.



winzer die Ansicht, «dass wir uns nicht erlauben können, die Hänge mit den verfallenden Mauern aufzugeben»<sup>42</sup>. Aber sie sind nicht bereit, als Notnagel für Tourismusprogramme zu dienen. Sie wünschen vor allem eine grössere Professionalisierung der Branche. Und nicht mehr alle fühlen sich solidarisch mit der grossen Zahl der Rebbauern im Nebenberuf: Die Einkellerer beginnen, die Verkäufer von minderwertiger Ware zu verurteilen, da diese auf die Dauer die Qualität nicht zu garantieren vermögen und dem Image des Weinkantons schaden.<sup>43</sup> Die Fachleute der neuen Generation (ein guter Teil von ihnen verfügt über eine höhere berufliche Ausbildung) lassen sich nicht vom Tourismus anstellen. Sie ziehen es vor, sich an interessierte und kritische Weinkenner zu wenden, an ihre eigenen Kunden.

«Bei schlechtem Wetter haben wir viele Anfragen: Die Reisebüros telefonieren mir, aber ich sage, ich sei schon besetzt. Ich meine, dass wir nicht bloss für Notlösungen da sind. Wenn die Leute nicht aus eigenem Antrieb in den Keller kommen, empfangen sie mich nicht.» Der Kellermeister von Visperterminen, der so spricht, will sich nicht zum Animator für «verhinderte» Skifahrer umfunktionieren lassen. Und sein Kollege aus Martigny möchte nicht «für durchfahrende deutsche Autobusse da sein, deren Insassen nicht einmal eine Flasche pro Person kaufen». Wir stellten auch schon fest, dass der Rebbauer seine Zeit nicht opfern will, um Neugierige in seinen Weinberg zu begleiten.

Diese ablehnende Haltung gegenüber den Vorstellungen der touristischen Branche ist nicht überall feststellbar. Das beweisen die alten Gegenstände, die Weinpressen, die Fässer oder Anlässe wie Gemeinwerk in den Reben («vignolage»), Empfänge im Burgerkeller, Freundschaftsbecher, Ehrenwein und Weinfeste zur Belebung des Tourismus. Das mit regionalen Traditionen spielende Carnotzet ist die privilegierte Form und der geeignete Ort, um den Wein dem Tourismus näherzubringen und umgekehrt. Wie kann man diesen Gegensatz zwischen Ableh-

nung und Zuwendung in der Beziehung zwischen Weinbau und Tourismus erklären? Vor allem ist darin nicht ein Graben zu sehen zwischen denen, die das Spiel des Tourismus mitspielen, und denen, die dies nicht wollen. Das Mitmachen ist dabei auf sehr unterschiedlichen Stufen möglich. An der touristischen Schau nicht teilnehmen wollen kann auch heissen, nicht darauf angewiesen zu sein und über genügend andere Absatzmöglichkeiten zu verfügen. Wahrscheinlich finden wir gerade unter denjenigen, die nicht mitmachen, die dynamischsten Weinproduzenten. Die Walliser Ernte als ganze könnte ohnehin nicht allein auf dem touristischen Markt abgesetzt werden. (Die Situation des Aostatales mit einer hochqualifizierten Produktion, aber noch sehr beschränkten Mengen und einer programmierten und vom Staat geförderten Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Weinbau ist mit der hiesigen nicht vergleichbar.)

Wir haben festgestellt, dass der Tourismus auf einer Schaubene etwas einführen will, das der Wirklichkeit nicht mehr zu entsprechen scheint, das zu verschwinden droht oder das es nie gegeben hat.<sup>44</sup> Er will dem Touristen ein Bild vermitteln, das der Realität nicht (mehr) entspricht. Wird also der Tourismus zur letzten Zuflucht für krisengeschüttelte Produzenten? Oder stehen die Touristifizierungstendenzen gar für das Ende einer bestimmten Art von Weinproduktion? Soll das Weinfest eine neue Gemeinsamkeit stiften, nachdem diese durch die Marktkonkurrenz bedroht zu sein scheint?

Hinkt andererseits der Tourismus, indem er sich von der «lokalen Kultur» inspirieren lässt, nicht zwangsläufig ständig der Realität hinten nach? Es scheint, dass die Weinproduzenten versuchen, ihre neues *Image* durch neue Bezeichnungen, neue Weinsorten und Verpackungen besser bekanntzumachen. Das Umfeld des Tourismus birgt demgegenüber die Gefahr, von neuem mit stereotypen Bildern arbeiten zu müssen. Doch auch die Sprache, die sich auf Gegenstände, Trachten, Spezialitäten, Dekorationen bezieht und die der Besucher inzwischen

als echt walliserisch ansieht, ist steten Veränderungen unterworfen. Was dabei auffällt, ist eine zunehmende Diskrepanz zwischen der Praxis im Rebberg oder im Keller und der Darstellung in der Tourismusstation.

## Wurzeln neu erfinden, eine Tradition schaffen

Weinfachleute, Fachpresse, Degustatoren, eingeweihte Liebhaber und Forscher setzen viel auf die sogenannte «typicité» der Qualitätsweine. Diese Charakteristik kann durch einen erfahrenen Degustatoren aus dem Wein herausgelesen werden. Aber für viele Konsumenten wird sie vorerst mit dem Umfeld und dem Erlebten in Verbindung gebracht. Und gerade hier stellen sich dem Einkellerer gewisse Fragen: Wie kann man Eigenart und «typicité» aufzeigen, ohne die Schablone «Tracht - Chalet - Fendant» herbeizuziehen, wie die «typicité» der Weine nicht mit dem allgemein als typisch betrachteten Rahmen verwechseln lassen? Hier sind noch Ideen zu entwickeln. Der Walliser Rebberg ist insofern noch jung, als die gesetzlich durch die AOC aufgewertete Bezeichnung noch zeigen muss, was sie bringt. Es genügt nicht mehr, sich auf die Geschichte zu berufen, die man so oder so nicht sehr gut kennt. Und es genügt auch nicht mehr, sich des vermeintlichen römischen Ursprungs zu rühmen. (Für den Weinbau der Römer im Wallis gibt es keine archäologischen Beweise.) Die neue Produzentengeneration muss nach innovativen Wegen suchen, ihre Wurzeln und die Besonderheiten des Rebbaus auszudrücken und mit neuen Bildern arbeiten.

Das Erbe der Vorfahren, die lokalen, geographischen und menschlichen Besonderheiten, die internationalisierte Weinkultur und die wissenschaftlichen Degustationskriterien, die Originalität und die Qualität – das alles «verurteilt zur Solidarität». «Der gute Wein setzt sehr hohe Massstäbe bezüglich der menschlichen Beziehungen.»<sup>45</sup> In diesem Sinne kann der Rebtourismus – mit einer relativ anspruchsvollen Kund-

schaft, die die Situation an Ort kennenlernen möchte – eine Gelegenheit bieten, Weinproduzenten und Ferienleute einander näherzubringen und gegenseitig zu bereichern.

## Anmerkungen

Benutzte, aber nicht zitierte Werke:

Peter OETTINGER, *Die Verflechtung von Fremdenverkehr und Weinbau in Mainfranken*. Würzburg 1984.

Claude ROYER, *Les vigneron. Usages et mentalités des pays de vignobles*. Paris 1980.

Andreas FRIEDRICH, «Folklore und Tourismus», Bericht über ein Seminar, veranstaltet von der nationalen Schweizerischen UNESCO-Kommission in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für die Volksmusik in der Schweiz. Burgdorf, 8./9. November 1984, in *Revue suisse de viticulture, arboriculture, horticulture*. Nyon.

Universitäres Institut Kurt Bösch, *La vigne et le vin, une approche transdisciplinaire*. Sitten, 5./6. September 1991, Typoskript.

1 Die zitierten Presseauschnitte sind im Dokumentationszentrum des Walliser Wein- und Rebbaumuseums in Siders-Salgesch aufbewahrt.

2 Angaben des Statistischen Amtes des Kantons Wallis vom 31. März 1992.

3 Amédée MATHIER, *Marketingkonzept für ein Weinzentrum in Salgesch*. Diplomarbeit St. Gallen 1991, Typoskript, S. 4.

4 Espace voyage, Morges, Telefongespräch Februar 1992.

5 *Schweizer Gastronomie, offizielle Wochenzeitung des Schweizer Wirtverbandes*, 20. März 1992, S. 6.

6 *Valais-Wallis, offizielles Organ des Walliser Tourismus*. Sitten 1990 und 1991, S. 13.

7 Fernsehspot WVV und Slogan der Provis-Werbung.

8 Wie Anm. 5.

9 F.O. WOLF und A. CERESOLE, *Valais et Chamonix*. Zürich [1889]. – Karl BAEDEKER, *La Suisse*. Leipzig 1903, 23. Auflage.

10 Der Begriff wurde geprägt vom CERVIM, Centre de recherches pour la Viticulture de Montagne. Siehe: *Viticulture de Montagne*, Nr. 0, Quart-Aosta, 1990, S. 2.

11 Äusserung von François Cordonier an der Abendveranstaltung der UDI vom 28. September 1991 in Saxon (eigene Notizen).

- 12 Vgl. verschiedene Presseberichte, besonders *Walliser Bote*, 23. September 1992, S. 11: «Varner Papillon beginnt zu fliegen».
- 13 Siehe Joseph VAUDAN, *Un ventennio di sperimentazione vitivinicola in Valle d'Aosta. Risultati e prospettive*. Turin 1986-7, S. 2-3.
- 14 Sylvie BOLLE-ZEMP, *Le réenchantement de la montagne. Aspects du folklore musical en Haute-Gruyère*. Basel 1992, S. 172.
- 15 Wie Anm. 6.
- 16 Zum Beispiel: Clos Balavaud, Theytaz in Fully und Martigny, Orsat in Martigny und Leytron, Imesch in Siders usw.
- 17 Wie Anm. 3.
- 18 *Nouvelliste*, 18. Juni 1991, Übersetzung.
- 19 Bernard CRETAZ, *Un village Suisse*. Siders 1981, S. 184.
- 20 Interview vom 5. Februar 1992 mit einem Kellereibesitzer in Martigny-Combe (Tondokument, übersetzt).
- 21 Interview vom 13. Februar 1992 mit Pirmin Heinzmann, Kellermeister der St. Joderkellerei in Visperterminen (Tondokument).
- 22 Wie Anm. 21.
- 23 Interview vom 13. Februar 1992 mit Joseph Vaudan, Agronom und ehemaliger Verantwortlicher des Landwirtschaftsinstituts von Aosta (Tondokument, übersetzt).
- 24 Wie Anm. 21.
- 25 Herr Favre, Vertreter der Vereinigung viti2000 von Chamoson, Diskussionsrunde vom 28. September 1991 in Saxon (Notizen, übersetzt), vgl. Anm. 11.
- 26 «Guide des restaurants du Valais et des lieux de dégustation des vins 1992», Beilage zur Zeitschrift *13 Etoiles*, Martigny 1991.
- 27 *Caveau Chamosard*, Prospekt, Sitten (o.J.), S. 10, Übersetzung.
- 28 Zum Beispiel das Degustationsatelier Didier Joris in Chamoson, der 1991 im Untergeschoss des Stadthauses von Martigny ausgebauter Gemeindekeller, die Degustationsbar des Kellers Rouvinez in Siders, der 1992 im Untergeschoss des Casinos in Saxon eingerichtete Degustationsraum.
- 29 Siehe die Veröffentlichungen von Provens, die Prospekte von Thétaz, Keller Chamoson, Gilliard, Orsat usw.
- 30 *Valais-Wallis*, Sitten 1991, Umschlagseite.
- 31 Gesetz vom 26. März 1976, Art. 6, und Ausführungsreglement vom 1. Juni 1977.
- 32 Fernand SCHALBETTER in *Terre Valaisanne*, 30. Januar 1992, S. 19, Übersetzung.
- 33 *Nouvelliste*, 19. Februar 1992, S. 11, Übersetzung.
- 34 *Nouvelliste*, 13. Januar 1992, S. 9, Übersetzung.
- 35 «Annivers», in *Valais-Wallis* 1991, S. 53. [Veysonnaz], S. 58.
- 36 *Nouvelliste*, 2. Oktober 1989, S. 7, Übersetzung.
- 37 *Nouvelliste*, 22. Juli 1991, S. 6, Übersetzung.
- 38 Weinfeste gibt es vor allem in Leuk, Salgesch, Miège, Muraz, Siders-Borzuot, Ollon, Saint-Léonard, Conthey, St-Pierre-de-Clages, Saillon, Plan-Cerisier, an den Landwirtschaftsmärkten und an der Walliser Messe in Martigny. Es sei noch erwähnt, dass diese Märkte oft von den Ortsvereinen wie Musikverein, Trachtengruppe, Quartierverein organisiert werden. Diese Feste sind eine Art Fortsetzung der kantonalen Feste und Ausstellungen des ersten Drittels des 20. Jahrhunderts.
- 39 Nicht zu vergessen sind die Tafeln vor den Ortseingängen: «Ollon village de vigneron», «Chamoson commune viticole», «Leytron», «Saillon», «Vétroz le pays de l'amigne», «Willkommen im Weindorf Salgesch» usw.
- 40 Vortragsreihe von Jean Schwarzenbach, Siders, 16. Januar 1992 (Notizen).
- 41 BOLLE-ZEMP, wie Anm. 14, S. 92.
- 42 Wie Anm. 11.
- 43 Gespräche mit Mitgliedern von VITIVAL anlässlich der Redaktion der Legenden des Weinmuseums: «Muss man wirklich erwähnen und wiederholen, dass das Wallis 22 000 Rebbesitzer zählt?» Vgl. auch Ariane ALTER, «Vignes: changement amorcé», in *Nouvelliste*, 21. Februar 1992, S. 3: «Das Wallis zählt 22 000 Rebbesitzer, [...] eine Restrukturierung ist notwendig, erwähnt Herr Cordonier, der die Rebberge gerne von 4000 Winzern bearbeitet sähe, [...] Das würde es den jungen Berufsleuten ermöglichen, ihr Rebgebiet zu vergrössern und von einem heute zu stark benachteiligten Beruf leben zu können.»
- 44 Man kann als Beispiel unter vielen den Burgerkeller von Lens erwähnen, dessen Carnotzet vollständig von einem Antiquar eingerichtet wurde.
- 45 Pierre HUGLI, «Vin Suisse, qu'est-ce qui a changé?» *Fémina* 8. November 1991, S. 25, Übersetzung.







# Notizen zur touristischen Esskultur

Hassan Sidi Maamar

## Gastronomisches Vorspiel

Inmitten von funkelnden Kristallgläsern, matt glänzendem Silber und anderen auserlesenen Materialien an einer sorgfältig gedeckten Tafel zu sitzen, in freudiger Erwartung auf die mit Liebe zubereiteten Speisen, ist ein Gaumenerlebnis besonderer Art! Und wenn sich dann, berauscht von diesem sinnlichen Zusammenspiel, die Weinkelche füllen, erreicht das Ganze einen unermesslichen Höhepunkt: in solch' einer Atmosphäre ist der Gast König.

Auf der anderen Seite ein Gastwirt oder Koch, der sich frühmorgens auf der Suche nach tau-nassem Gemüse, saftigen Früchten, zartem Fleisch und frischem Fisch auf den Markt begibt. In der Küche die blitzblank geputzten Töpfe, die Küchenbrigade in makellosem Weiss, die Tischwäsche frisch gewaschen und gebügelt, Gläser und Silber in neu erstrahltem Glanz, die Kellner mit den letzten Vorbereitungen beschäftigt, die Brotkörbe gefüllt und die Tischdecken glatt gestrichen: hier ist das Reich der Köche und der Hoteliers.

Der Ethnologe seinerseits zerbricht sich über die kulinarischen Spezialitäten einer Region den Kopf und steht vor einer unendlichen Fülle von Fragen und Überlegungen: auf welche Weise werden die Rohprodukte verarbeitet oder verändert und wie ist das Küchenlatein mit seiner semantischen und lexikalischen Vielschichtigkeit zu interpretieren? Köstlichkeiten und Raritäten, aber auch Verirrungen kulinarischer Art werden gesammelt, verglichen und ausgewertet. Auf seiner Suche nach immer neuen Rezepten stösst der Ethnologe ab und zu auf beinahe vergesse-

nes «Kochgut», welches in den Töpfen der Grossmütter still vor sich hinbrodelt und selbst Tischsitten sind Anlass genug, sich die Finger zu verbrennen.

Diese drei Welten, in die wir für kurze Zeit eingetaucht sind, scheinen auf den ersten Blick nichts miteinander gemein zu haben. In Wirklichkeit sind aber der Gast mit seinen Wünschen, Vorstellungen und Gelüsten, der Wirt, der sich um das leibliche Wohl seiner Gäste kümmert, und der Ethnologe, der die kulinarischen Eigenheiten und die damit verbundenen Spitzfindigkeiten ausbeinelt und somit einen Bogen zwischen allen Beteiligten schlägt, eng miteinander verbunden.

## Fragen, die nach Antworten suchen

Der Zweck dieser kulinarischen Rundreise besteht keineswegs darin, eine ethnologisch fundierte Gesamtschau der gastronomischen Gepflogenheiten im Wallis zu liefern. Anhand einzelner Beispiele soll lediglich erläutert werden, wie sich die einheimische Gastronomie dem Touristen gegenüber verhält und was für Verhaltensformen sich daraus ergeben. Indem man das Augenmerk auf die touristische Küche legt, läuft man allerdings Gefahr, das kulinarische Phänomen von seinem gesellschaftlichen Umfeld zu trennen. Betrachtet man die Küche jedoch als Bindeglied zwischen Mensch und Umwelt, wird diese Gefahr schon kleiner. So gesehen können wir uns ohne grosse Bedenken auf unsere kulinarische Reise begeben, welche uns die einheimische Küche aus dem Blickwinkel des Touristen vor Augen führen soll.

Das Wallis hat mit seiner landschaftlichen Vielfalt und den eigenwilligen, der Scholle verbundenen Menschen seit jeher zu bezaubern gewusst. Doch lassen wir diese etwas romantische Sichtweise beiseite und begeben wir uns in Gedanken ins kulinarische Reich der Sinne! «Kräftiges, dunkles Roggenbrot, junge erdfrische Spargeln, schmackhaft gehaltvolle Weine von den unzähligen, der Sonne zugewandten Terrassen, aromatisch gewürztes Trockenfleisch und saftig rote Erdbeeren...» So oder ähnlich werden die Spezialitäten der Region angepriesen. Der Lobgesang auf diese reichhaltige und ausgewogene Küche gilt nicht zuletzt auch den Gästen, die sich zu uns an den Tisch setzen. Spätestens hier möchte man aber etwas mehr über diese Menschen erfahren: wer sind sie und was führt sie ins Wallis? Wenn man bedenkt, dass jährlich Tausende von Reisenden – genannt «Touristen» – in diesem Gebiet verweilen, scheint man vor einer schier unlösbaren Aufgabe zu stehen.

### Die touristische Küche

Der Tourist ist ein Phänomen, das statistisch nur lückenhaft erfassbar ist. In der Regel bleiben Identität, Verhalten und Beweggründe im Dunkeln, weshalb sich eine Anthropologie des Tourismus aufdrängen würde. Die unermessliche Flut an touristischen und gastronomischen Führern widerspiegelt die enorme wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Mit allen nur erdenklichen Reizen (Natur, Tradition, Folklore, Bräuche usw.) wirbt man um die Gunst des Gastes, wobei nicht zuletzt auf die kulinarischen und landschaftlichen Eigenheiten hingewiesen wird. Ist dabei die landschaftliche Faszination des Wallis offensichtlich, wird andererseits recht wenig unternommen, um dessen kulinarische Attraktivität zu steigern, und die wenigen zaghaften Bemühungen in dieser Richtung bleiben meist auf lokaler Ebene stecken. Was fehlt, ist ein übergreifendes Konzept. (Wie so etwas konkret aussehen könnte, zeigt das Buch «Es kocht in den Alpen»<sup>1</sup>, in dem die «Volksinitiative zum

Schutze des Alpengebietes vor dem Transitverkehr», genannt «Alpeninitiative», ihr politisches Anliegen mit einer vielfältigen Rezeptsammlung aus dem Alpenraum verbindet.)

### Gaststätten und Gäste zwischen Brig und Zermatt

Wenden wir uns nun dem gastronomisch-kulinarischen Umfeld des Touristen zu. Nebst all den Fragen nach dem Geschmack, den Erwartungshaltungen und der Ernährungsphilosophie des Gastes, die auf so engem Raum kaum zu beantworten sind, dürfen dabei das kulinarische Wissen und die Walliser Gastronomie nicht unerwähnt bleiben.

Gastronomie: was versteckt sich hinter diesem Modewort, das im Augenblick publizistisch einen regelrechten Boom erlebt? Jede Woche kommen ein paar Neuerscheinungen hinzu, Rezeptbücher überfluten den Markt und es gibt wohl bald in jeder Zeitung eine feste Rubrik, die sich ausschliesslich mit den Belangen der Tafelfreuden beschäftigt. Auch die Walliser Presse blieb von diesem «Gastro-Fieber» nicht verschont. Die Phantasie hält sich diesbezüglich allerdings in Grenzen, und so werden immer wieder die gleichen Rezepte abgedruckt. Eine löbliche Ausnahme bildet eine Artikelserie der Zeitschrift «Treize Etoiles» aus dem Jahre 1991, in der man sich auf die Suche nach der kulinarischen Identität des Kantons macht. In den Tageszeitungen hingegen wird diese Thematik kaum behandelt oder besprochen.

Analysiert man die jüngste Entwicklung der Gastronomie im Wallis, fällt einem eine wachsende Vorliebe für das Neue und Fremde auf. Besonders augenfällig zeigt sich dies in der Zunahme von italienischen Restaurants vom Typ *Pizzeria*, die inzwischen mit grösster Selbstverständlichkeit das lokale Angebot erweitern. Der Grund dieser Entwicklung dürfte übrigens weniger in der geografischen Nähe Italiens zu suchen sein als vielmehr in der weltweiten Verbreitung der italienischen Küche. Die Beliebtheit

# Es kocht in den Alpen

Von Nizza bis Ljubljana, von Appenzel bis nach Venedig erstreckt sich die mächtige Kette der Alpen. Neben landschaftlicher Schönheit bietet die Gebirgslandschaft auch kulinarische hochste Genüsse.

**INIZIATIVA** In Tälern und auf Höhen dampft es appetitanregend DA LAS ALPS aus Kesseln und Pfannen. Überraschen Sie Ihre Gäste mit einem originellen Menü. Bestellen Sie das Kochbuch «Es kocht in den Alpen» mit 69 Spitzenrezepten, von süß bis pikant, von fertig bis raffiniert – eine kulinarische Alpenwanderung vom Feinsten. Auch als Geschenk eine originelle Idee!

**KHOVERA**  
**Käse-Gemüse-Pastete**  
**Oberwallis**

500 g Blattteig, 400 g Kartoffeln, 400 g Zwiebeln, 400 g Lauch, 400 g junger Raclettekäse, 500 g Apfel (Canada Reinetter), 1 Ei, Pfeffer.

Die gekochten und in feine Scheiben geschnittenen Kartoffeln in das mit Teig ausgelegte Kuchenblech schichten. Zwiebeln und Lauch in Streifen schneiden, andampfen, über die Kartoffeln geben, sparsam würzen. Käse raffeln, die Gemüseschicht damit bedecken. Die Äpfel in Scheiben schneiden, über den Käse verteilen. Mit dem restlichen Teig bedecken, mit Ei bestreichen, einige Male gut einstechen und im 220 Grad warmen Ofen 1 Stunde backen. Mit Sauersalat, Rotwein oder Milchkaffee servieren.

**LAPIN AUX OLIVES ET TOMATES**  
**Manichen mit Oliven und Tomaten**  
**Alpes maritimes**

1 Kannchen, 2 Esslöffel Öl, 3 Knoblauchzehen, 1 Zwiebel, 4 Tomaten, 2 dl Weißwein, 1 Strichsen Majonaise, 1 Lorbeerblatt, Salz, Pfeffer, 100 g Oliven.

Das Kaninchen zerteilen, knusprig braten, geröstete Zwiebel und Knoblauch und einkernre Tomaten zugeben. Wein aufgewesen, würzen. Wasser zugießen, bis das Fleisch halb bedeckt ist. 1 Std auf kleinem Feuer schmoren. Oliven 5–10 Minuten mit-kochen. Mit Rosmarin-Kartoffeln und Salat servieren.

**FRUITA COTTA**  
**Geschmortes Obst**  
**Venedig**

200 g gedörrte Pfaffinen oder Zwetschen, 4 Äpfel, 4 Birnen, 1 Zitrone, 2 Orangen, ca. 1 Liter köstlichen Rotwein, 40 g Zucker.

Früchte waschen und in eine Gratinform geben. Zitronen und Orange einschält in Scheiben schneiden und über die Früchte verteilen. Rotwein zugießen, mit Zucker überbrühen und im 180 Grad warmen Ofen etwa 1 Stunde schmoren. Mit Joghurt oder Rahm als Dessert servieren oder als süße Beilage zu Fleisch.

**ALPSCHUPPE**  
**Suppe mit Sauerrahm**  
**Gurktaler Alpen**

1 Liter Milch, 1/2 Liter Sauerrahm, 1 Teelöffel Kümmel, 1 Teelöffel Kräutersalz, 300 g hartes, feingehobenes Roggenbrot, gefackte Saisonkräuter.

Milch und Rahm langsam aufkochen, würzen. Das Roggenbrot in die Suppenteller verteilen, die Suppe darübergossen, mit den frischen Kräutern garnieren.

**GIROINCA**  
**Mohn-Apfelstrudel**  
**Julische Alpen**

Strudelteig: Mit 150 g Mehl eine Malle formen, 10 TL Salz, 1 Ei, 1 El Öl rasch einkneten, 1/2 Stunde ruhen lassen.

Neustfüllung: 50 g geriebene Nüsse, 4 El Sauerrahm, 50 g Zucker

Apfelfüllung: 3 Äpfel, 1 TL Zimt, Schale einer geriebenen Zitrone

Quarkfüllung: 200 g Rahmquark, 1 Ei, 50 g Zucker, 50 g Rosinen

Mohnfüllung: 50 g Mohn, 1 Teelöffel Vanillezucker, wenig Milch

Den Teig dünn auswalzen, in 8 Teigblätter in Formgrübe schneiden. Füllungen abwechselnd mit einem Teigblatt in die Form geben. Zuletzt mit geschmolzener Butter bestreichen. Im 180 Grad warmen Ofen ca. 1 Stunde goldbraun backen.

Jetzt bestellen:  
**Das Alpen-Kochbuch!**

ES KOCHT IN DEN ALPEN

Das Kochbuch enthält 69 Rezepte aus den Alpenregionen.

Bestellen Sie mir - Topf 3 Hf. 20. - Es kocht in den Alpen

Wunschname: \_\_\_\_\_

Spesen: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_

Rechnung an: INIZIATIVA DA LAS ALPS, 6960 Savigliano

Tischset der Alpeninitiative, 1993.

der italienischen Küche geht auf die Renaissance zurück und verdankt ihre Berühmtheit nicht zuletzt dem französischen Königshof.

Eine nähere Betrachtung der Gastbetriebe im Wallis bringt jedoch nicht nur diese «kulinarischen Seitensprünge» und die Suche nach Neuem ans Licht, sondern auch verborgene Zwänge, denen das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage unterworfen ist. Auf der einen Seite steht eine Generation von Leuten, die es sich leisten kann, in der Gastronomie etwas noch nie da gewesenes, etwas Spezielles oder ganz einfach eine neue Art von Lebensgefühl zu suchen. Auf der anderen Seite finden wir die ständig zunehmenden touristischen Bedürfnisse.

In diesem Wettstreit, der mit Messer und Gabel ausgefochten wird, spielen wirtschaftliche Über-

legungen eine dominierende Rolle. Vor allem in den stark gewachsenen Wintersportorten mit ihrer Entwicklung in Richtung Massentourismus hat – mit Ausnahme einzelner renommierter Betriebe in den bekannteren Ferienorten – das Gastgewerbe den Anschluss an diesen quantitativen und qualitativen Umbruch verpasst. Während man im Wallis wie in anderen Gebieten der Schweiz den Massentourismus gastronomisch zu fördern sucht, werden alternative Kleinformen des Tourismus, wie sie beispielsweise im benachbarten Frankreich anzutreffen sind, vernachlässigt oder unbeachtet gelassen. Es vermag deshalb nicht zu erstaunen, dass der sogenannte ländliche (zum Beispiel Bauernhofferien) oder Kulturtourismus im Wallis ein Schattendasein fristet. Nur wenige Bauern(höfe) sind bereit, ihre Arbeit und das Leben auf dem Lande touristisch zu nutzen, was automatisch mit einer kulinarischen Belebung oder Aufwertung der

einheimischen Küche verbunden wäre. Dafür wurden Versatzstücke der lokalen kulinarischen Tradition von den grossen Gastbetrieben aufgenommen, um dem Verlangen der Touristen nach dem «Typischen» nachzukommen. Diese unbändige Suche nach dem «Typischen» oder «Traditionellen» hat mittlerweile solche Züge angenommen, dass die Beziehung zwischen dem gastronomischen Angebot und der lokalen landwirtschaftlichen Produktion zunehmend unklarer wird.

Der Chef de Service eines der berühmten Seiler Hotels in Zermatt bringt dieses Dilemma folgendermassen zum Ausdruck: entweder bleibt man bei dem zwar schmackhaften, traditionellen Heidelbeerkuchen stehen, oder man versucht neuartige Spezialitäten zu kreieren und täuscht somit eine nicht existierende Vielfalt vor, die gleichzeitig den unterschiedlichen nationalen geschmacklichen Vorlieben Rechnung trägt. Diese Verschiedenartigkeit der Touristen beeinflusst das marktwirtschaftliche Verhalten im Bereich der Restauration insofern, als sie entweder eine Wiederaufwertung der einheimischen Erzeugnisse oder/und eine Anpassung an den Geschmack des Feriengastes zur Folge hat. Zur Illustration möchten wir das Beispiel eines Hindu-Restaurants erwähnen, dessen Menukarte, gemäss den europäischen Gepflogenheiten, in Vorspeisen, Hauptspeisen und Nachspeisen aufgliedert ist, was überhaupt nicht der hinduistischen Küchentradition entspricht.

Ohne Anspruch auf Vollkommenheit soll der folgende Abschnitt die oben gemachten Behauptungen anhand einer kulinarischen Exkursion etwas veranschaulichen. Im Hotel *du Pont* in Brig ist man stolz auf die Tatsache, dass die Gründung des Betriebes zeitlich mit dem Bau des Stockalperschlosses zusammenfällt. Dieser geschichtliche Bezug wird als etwas Besonderes hervorgehoben, wodurch sich das Hotel wesentlich von den umliegenden Betrieben unterscheidet. In Frankreich, wo diese Art von Genealogie und historischen Bezügen weit verbreitet ist, findet man an vielen Gaststätten

Gedenktafeln, auf denen mit Stolz auf eine Verbindung des Hauses mit dem Königshof oder einer bekannten Persönlichkeit hingewiesen wird. Diese «Bistro-Archäologie» erfreut sich einer derart grossen Beliebtheit, dass für manche Gäste der kulinarische Genuss in solch' historischem Gemäuer in den Hintergrund rückt.

Bei unseren wiederholten Besuchen im Hotel *du Pont* versicherte uns das Wirtepaar, dass ihnen nicht die Speisewünsche der auswärtigen, sondern vielmehr diejenigen der einheimischen, d.h. der aus Brig und der Umgebung stammenden Gäste Sorgen machten. Und die Wirtin gibt ihrem Bedauern darüber Ausdruck, dass ihr sorgfältig zusammengestelltes Käsebuffet nicht den erhofften Anklang gefunden habe, zumal die Gäste bei gleichem Preis ein Stück Fleisch dem Käse vorzögen. Andererseits betont sie, dass in ihrer Hotelküche nur frisches Gemüse aus dem hauseigenen Garten zubereitet werde. Gartenfrisches Gemüse: das ist zweifellos eine Rarität in der Gastronomie. Mit diesem Angebot bezeugt das Hotel *du Pont* eine geistige Verwandtschaft mit der *Nouvelle cuisine*.<sup>2</sup> Gleichzeitig kommt es den hohen Ansprüchen einer neuen Küchen-Philosophie entgegen, welche enormen Wert auf eine gesunde und ausgewogene Ernährungsweise legt.

Die Erwähnung von gartenfrischem Gemüse löst beim Chef de Service des Seiler Hotels in Zermatt<sup>3</sup> eine zwiespältige Reaktion aus, bei der sich Ablehnung und Misstrauen in etwa die Waage halten. Der gebürtige Walliser präzisiert mit stolzer Überzeugung, dass in seinem Haus nur sogenannte klassische Speisen auf den Tisch kämen, wobei für ihn der Begriff «klassisch» gleichbedeutend mit altbewährt und traditionsreich ist. Zudem weist er darauf hin, dass auf der Speisekarte keine Walliser Spezialitäten zu finden seien, eine Äusserung, die sich allerdings bei näherer Betrachtung als etwas übertrieben herausstellt. Die einheimische Küche ist sehr wohl vertreten, wenn auch unter dem Deckmantel einer phantasievollen Umschreibung, die nur schwerlich Rückschlüsse auf die ursprüngli-

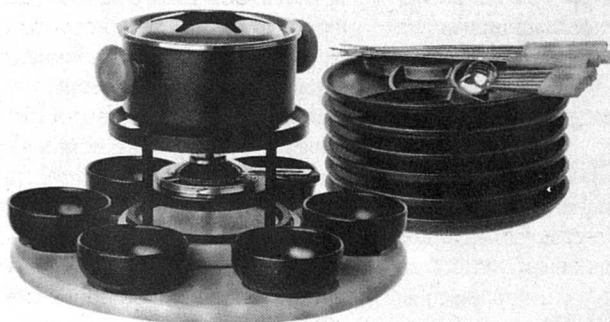
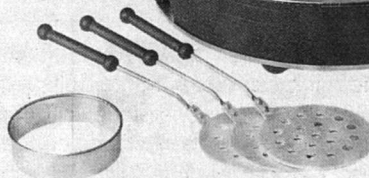
# COMMENT AMENER EN DOUCEUR VOS INVITÉS À FAIRE LA CUISINE.



Ensemble WOK **135.-**



Pizza-Dom avec dôme  
en argile réfractaire **168.-**



Service à fondue bourguignonne,  
28 pièces **165.-**

Coquelon à fondue  
en céramique **11.-**



Réchaud «Suisse» **29.-**

Préférez-vous être apprécié pour vos talents de cuisinier ou pour la qualité de votre accueil? Ce n'est pas toujours la même chose. Si vous faites partie de ceux qui préfèrent se débattre dans la cuisine pendant que les invités s'étiolent dans le

salon, alors ce message ne vous est pas destiné. Si, en revanche, vous préférez les repas sans façons où l'on se retrouve entre amis autour d'une bonne table, alors nous avons quelques suggestions à votre disposition. Avec notre

Pizza-Dom, notre ensemble WOK, nos différents services à fondue, nos fours à raclette, notre grill de table, notre grill à plaque en pierre naturelle... les occasions d'allier bon repas et joyeuse compagnie ne manqueront pas.

## MIGROS



che Benennung zulässt. Dieser Umstand ist dem Küchenchef zu verdanken, der – ein Meister in seinem Fach – ein ausgeprägtes Gespür für die Feinheiten der einheimischen Kochkunst zu haben scheint.

Sowohl in Brig als auch in Zermatt haben wir die Frage nach den gängigen Wünschen und Vorlieben der Gäste gestellt. Das Wirtepaar aus Brig unterscheidet dabei zwischen zwei Kategorien von Gästen: auf der einen Seite diejenigen, bei denen das leibliche Wohl an erster Stelle steht; auf der anderen Seite jene, die sich eher für die Dicke der Matraze und die Farbe der Leintücher zu interessieren scheinen. Alles in allem eine vielleicht doch etwas vereinfachte Sichtweise. Die Antwort des Chef de Service im Seiler Hotel fällt ebenfalls sehr allgemein aus. Demgemäss ist der Gast König und es wird keine Mühe gescheut, um jeden nur erdenklichen Wunsch zu erfüllen. Auf unsere Bitte hin stellt er ein Menu zusammen, das ausschliesslich aus typischen Erzeugnissen der Region besteht. Dabei lässt er sich vom nostalgischen Duft aus Grossmutter's Küche inspirieren. Das Gemüse kommt aus dem Garten der Bäuerin und der Schäfer aus dem gleichen Tal liefert das Fleisch.

*Kalte Vorspeise:* Junge Spargeln mit zartem Rohschinken.

*Warme Vorspeise:* Währschafte Linsensuppe.

*Hauptspeise:* Bachforelle an Pinot Noir Herbrigger Lammfleisch an Rosmarin mit einem Gemüsebouquet aus Grossmutter's Garten.

*Nachspeise:* Aprikoseneis mit Fruchtsaft beträufelt.  
Erdbeeren an einer feuerroten Sauce.

Das Lammfleisch stammt aus einer Schwarznasen-Schafzucht. Diese Rasse, welche vom Aussterben bedroht war, ist ausschliesslich im Oberwallis anzutreffen.<sup>4</sup> Bei einer Analyse der traditionellen Viehzucht im Wallis fällt auf, dass

Haltung, Verarbeitung und Verteilung stark dem Wandel der Zeit unterworfen sind. Während früher die Tiere von den Bauern oder den Störmetzger'n geschlachtet und verwertet wurden, wird diese Tätigkeit heute in die grossen zentralen Industrie-Schlachthöfe<sup>5</sup> verlegt, wodurch solche Fertigkeiten in Vergessenheit geraten und das Schlachthaus des Dorfes seiner ursprünglichen Funktion beraubt wird.<sup>6</sup>

Das gartenfrische Gemüse aus Brig und das Schaffleisch aus dem Mattertal führen uns unwillkürlich zur einheimischen Scholle (französisch: *terroir*) und den von ihr hervorgebrachten Erzeugnissen zurück. Obwohl der Begriff *terroir* in der Anthropologie geläufig ist, herrscht eine gewisse Verwirrung bezüglich seiner Definition, so dass es nicht erstaunt, wenn das Wort im Französischen oft mit dem ähnlich lautenden, aber eine andere Bedeutung tragenden Begriff *territoire* verwechselt wird.<sup>7</sup>

## Gaststätten und Spezialitäten im Wallis

Eine lückenlose Zusammenstellung sämtlicher Gaststätten im Wallis ist ohne Zweifel ein aussichtsloses Unterfangen und ein kurzer Blick in den 1992 von der Zeitschrift «13 Etoiles» herausgegebenen Restaurantführer genügt, um augenblicklich in Verwirrung zu geraten. Ungefähr dreihundertdreissig Betriebe sind darin fein säuberlich aufgelistet. Betrachtet man den Führer jedoch etwas näher, stellt man fest, dass die Informationen sehr allgemein, ja fast anonym gehalten sind. Eine Rubrik gilt zum Beispiel den verschiedenen Einrichtungsstilen der einzelnen Betriebe, wobei sich Rustikales, Typisches, Pittoreskes und Familiäres abwechseln und in einem Fall finden sogar die Säulen einer Gaststätte besondere Erwähnung. Eine andere Rubrik beschäftigt sich vor allem mit den Dienstleistungen. Während grosse Sorgfalt auf die Anzahl und die Beschreibung der vorhandenen Parkplätze verwendet wird, begnügt man sich mit ein paar nichtssagenden Symbolen, um das kulinarische Spektrum zu umschreiben (zum Bei-



spiel offener Wein, ausgewählte Flaschenweine, einfache oder exquisite Küche). Eine solch' liebevolle Präsentation schlägt jedem Feinschmecker auf den Magen, und es ist überflüssig zu betonen, dass eine derartige Werbekampagne ihr Ziel völlig verfehlt.

Thierry Ott, der in seinem Artikel «Valais, où est ton identité culinaire?»<sup>8</sup> der Frage nach der kulinarischen Identität des Kantons nachgeht, verweist vor diesem Hintergrund mit Recht auf die Phantasielosigkeit der im Wallis herrschenden Kochkunst hin. Den einzigen Ausweg aus diesem Dilemma sieht er in der Schaffung einer eigenständigen kulinarischen Identität.

## Zur kulinarischen Identität des Wallis

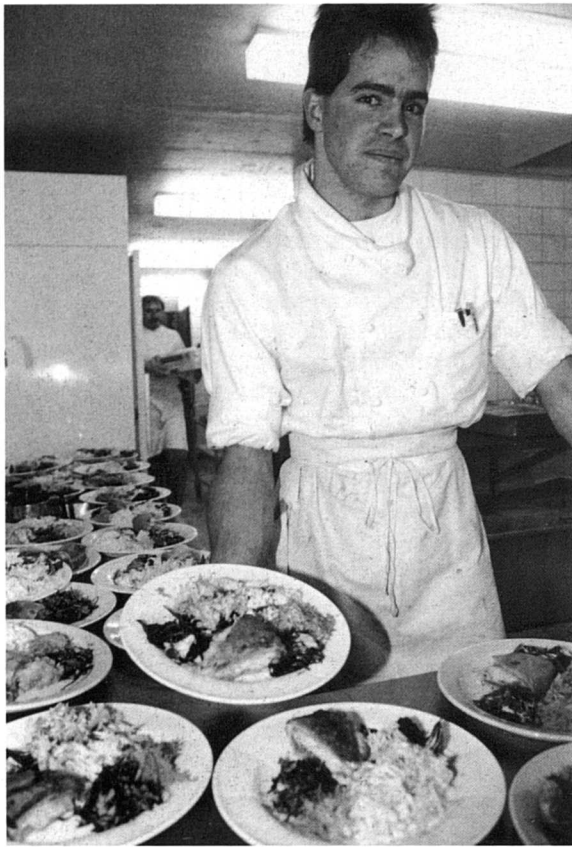
Um die kulinarische Identität einer Region zu verstehen, sind fundierte Kenntnisse der einheimischen Produkte und von deren Anbau, Verwertung und Verarbeitung inklusive der damit verbundenen symbolischen Tätigkeiten nötig. Dabei stösst man auf zahlreiche Einflüsse von aussen, durch welche die Identität einem ständigen Wandel unterworfen wird. So werden zum Beispiel in der Hotellerie des östern lokale Gerichte in überregionale Spezialitäten umfunktioniert. Berichte in den Medien sowie gastronomische Publikationen und die mit der Förderung von Tourismus und Landwirtschaft betrauten Instanzen greifen ihrerseits diese lokalen Spezialitäten auf, um ihnen einen allgemein anerkannten Status zuzuweisen mit dem Ziel, sie im öffentlichen Bewusstsein aufzuwerten.

Diese vielfältigen Versuche, eine für die Gegend typische Küche zu kreieren, enden nicht selten in einer Art gastronomischem Eintopf, bestehend aus den stets gleichen Bestandteilen, denen man das Attribut der Ursprünglichkeit verleiht. Das Paradebeispiel hiezu ist der Walliser Teller, welcher – als gastronomische Innovation – Trockenfleisch, Alpkäse und Gurken auf einem Teller vereint. Diese kulinarische Kreation illustriert den Versuch der Restaurateure, die Land-

wirtschaftsprodukte des Wallis in ihrer Reichhaltigkeit als kulinarische Einheit zu präsentieren; eine nicht allzu strenge Einheit allerdings, zeigt sie sich doch neuen Produkten und Tischsitten gegenüber durchaus offen. Als Beispiel hiezu mögen die in den Sommermonaten im Briger Hotel *Alpina* servierten Merguez-Würstchen mit Kartoffelsalat dienen.

Das Buch von André Darbellay und Erica Birr über die Walliser Küche<sup>9</sup> illustriert im Monatsrhythmus die Vielfalt an Früchten und Gemüsen, wobei die einheimischen Gewürze ebenfalls erwähnt werden. Eine solche Aufzählung vermag zwar noch keine kulinarische Identität auszumachen, aber die rund dreissig Rezepte sind derart anregend, dass selbst verwöhnte oder ausgesprochen kritische Feinschmecker Gefallen daran finden. Nur schon die Inhaltsübersicht verdeutlicht, wie reich jedes Tal, jedes Gebiet an eigenen Spezialitäten und Erzeugnissen ist. *La Torrée*, ein Fleischschmorgericht aus dem Mittelwallis, ist ein gutes Beispiel für eine kulinarische «Ausleihe». Die *Chouera*, eine Art Kartoffel-Gemüse-Gratin mit Früchten, wird im Obergoms anders benannt als weiter unten, wo sie *Choller* heisst, was auch insofern seine Berechtigung hat, als nicht ganz dieselben Zutaten genommen werden. Gleiches wäre vom Roggenbrot oder vom getrockneten Schaf-, Rind- und Pferdefleisch zu sagen, wo ebenfalls regionale Unterschiede in Zubereitung und Zutaten vorkommen.

Die Frage nach der kulinarischen Identität ist ohne eine fundierte Analyse der sogenannten Hausmannskost, ihrer Zutaten, Abwandlungen und äusseren Einflüsse nicht befriedigend zu beantworten. Die Einflüsse von aussen sind dabei extrem vielschichtig und oft nur schwer nachvollziehbar. So kann zum Beispiel das Durchblättern eines Kochbuches, eine Einladung bei Freunden oder ein Essen im Restaurant als Auslöser dienen. Dieser Umstand, der meist mit einer Bereicherung der (ein-)heimischen Kochkunst verbunden ist, sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch die traditionell



Anlässlich des Banketts zur Feier von Paul Schmidhalter als Präsident des Nationalrates 1992 in Brig wurde als Voresen «Cholera», ein altes Gommer Gericht, mit Salat serviert.

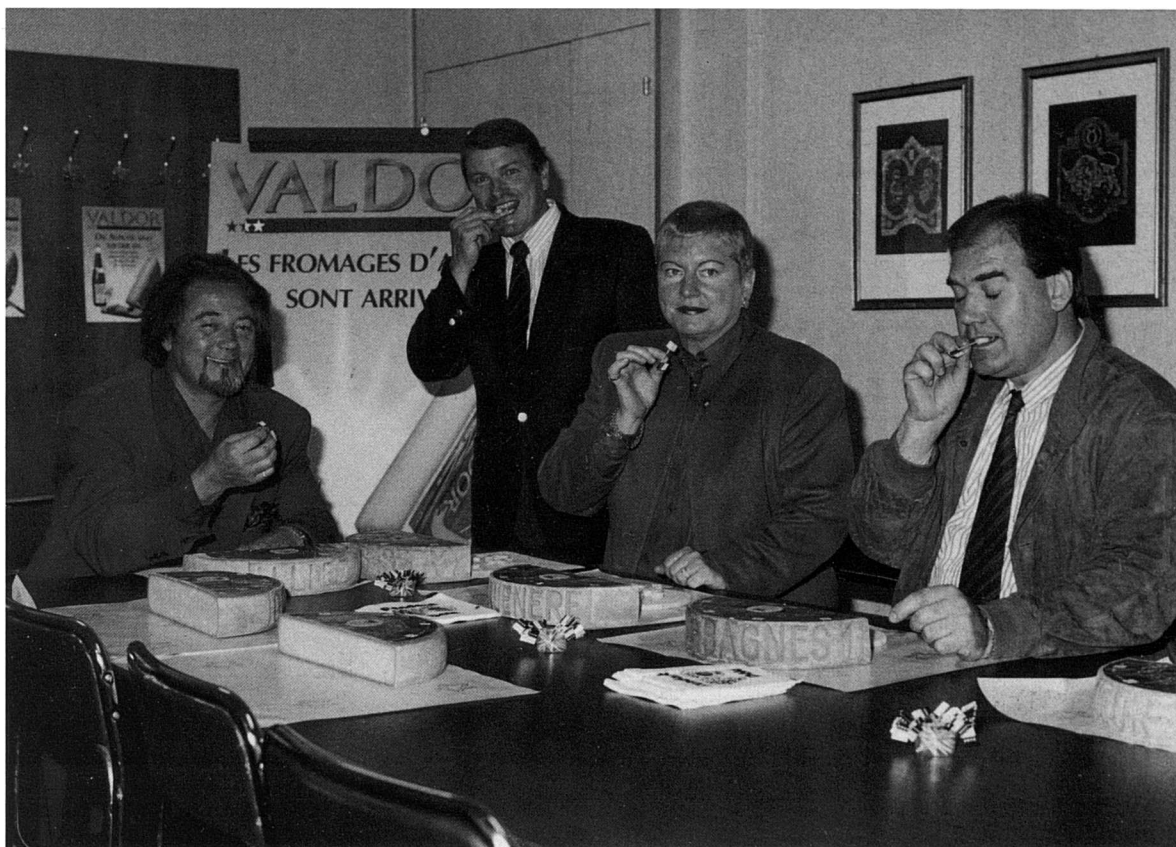
überlieferte Küche im Wallis nichts anderes als das Resultat zahlreicher Veränderungen und Einwirkungen ist. Im übrigen stimmen wir Guy Langlois zu, wenn er in einem Artikel über die Walliser Küche bedauert, dass die eigentliche einheimische Kochkunst seit Generationen nicht den Weg vom heimischen Herd in die Gaststätten gefunden hat.<sup>10</sup> Aus mangelndem Selbstbewusstsein und aus Angst, als bodenständig, ländlich oder bäuerlich derb zu gelten, wagt man es nicht, hinter den eigenen Kochtöpfen zu stehen. Eingeklemmt zwischen Küchenchefs, die ängstlich darauf bedacht sind, das kulinarische Erbe zu bewahren, und den wirtschaftlichen

Zwängen des Tourismus, verschliesst sich die Gastronomie jeder kreativen und phantasievollen Regung gegenüber.

Fondue und Raclette sind typische Beispiele hierfür und es vermag nicht zu überraschen, dass viele Spezialitäten mit der Zeit zu «folkloristischen» Gerichten degradiert wurden. Dabei könnte eine Raclette, mit etwas Liebe und Phantasie zubereitet, durchaus ein kulinarischer Hochgenuss sein: unter freiem Himmel, inmitten der Bergwelt, am Holzfeuer zubereitet, die kleinen Gurken an einem aromatischen Fruchtesaug mit Schalotten und Koriander gewürzt und mit einer kräftigen Prise frischgemahlene Pfeffer abgerundet. Während eine Pizza aus dem Holzofen längst zur Selbstverständlichkeit geworden ist, wird eine Raclette nur selten mit gebührender Sorgfalt serviert.

Beim Käsefondue stellt sich das gleiche Problem, was ebenfalls erstaunt, zumal dem Käse im Wallis eine bedeutende Rolle zuerkannt wird. Es ist jedoch beinahe unmöglich, ein Restaurant zu finden, in dem das Fondue so gut schmeckt, dass die darin verwendeten Käsesorten zur Geltung kommen. Jeder Käse, egal ob ein Gommer, ein *Rebib* oder ein *Bagner*, hat seinen eigenständigen, unverkennbaren Charakter. Doch auf der Speisekarte wird kaum auf diese kulinarische Vielfalt Rücksicht genommen: dort figuriert dieses Milchprodukt ganz einfach unter der nichtssagenden Bezeichnung «Alpkäse». Zu einer geschmacklichen Abflachung und Vereinheitlichung führt aber auch die zunehmende Zusammenlegung der Produktion in Zentralkäsereien. Der so produzierte Käse wird selbst für den europäischen Markt uninteressant, weil er sich kaum mehr von den anderen Käsesorten unterscheidet. Das Wallis könnte hier einiges vom Greyerzerland lernen. Der Greyerzer Käse ist mittlerweile dank seiner qualitativen Eigenständigkeit weltweit bekannt.<sup>11</sup>

Umgekehrt sind die Meeresfische, welche zunehmend den Speisezettel im Wallis bereichern, ein Beispiel einer gelungenen Integration



Werbekampagne für Walliser Käse mit bekannten Küchenchefs: Roland Pierroz, Rosalp, Verbier; Jean-Paul Probst, Valdor; Irma Dütsch, Fleischhorn, Saas-Fee; Martial Braendle, Auberge de Vouvy. Siders 1993.

von etwas ursprünglich Fremdem. Neben dem Tourismus spielte bei dieser Neuerung der Essgewohnheiten zweifellos auch die Immigration aus dem Mittelmeerraum eine Rolle, wovon man sich bei einem Besuch der Fischabteilung im Placette in Siders oder Sitten überzeugen kann. Dieses Aufeinandertreffen der alpinen Welt und der Welt des Mittelmeerraums ist ausgesprochen spannend und gäbe Anlass zu zahllosen soziologischen und historischen Fragestellungen bezüglich der Beziehungen zwischen diesen ökologisch unterschiedlichen Regionen.

### Die Walliser Gastronomie: Opfer eines keimfreien Lebensstils?

Ein guter Koch lässt sich vom Geruch, der Farbe und dem Geschmack (ver-)leiten. Dieses sinnliche Zusammenspiel wird im Wallis, wie auch in

der übrigen Schweiz, durch enggezogene gesetzliche Rahmenbedingungen weitgehend unterdrückt. So ist es den übertriebenen Hygienevorstellungen unserer Dampfzug-Generation zu verdanken, dass auf den Strassen einzig noch die Autoabgase zu vermerken sind. Selbst Früchte- und Gemüsemärkte sind, zum Beispiel im Oberwallis, vom Strassenbild verbannt, weshalb die Einheimischen scharenweise auf den Markt im italienischen Domodossola pilgern.

Zur Ergänzung haben wir auf unserer Reise auch ein paar Metzgereibetriebe besucht. Dabei fällt auf, dass das Fleisch, sobald es im Laden zum Verkauf angeboten wird, völlig entfremdet ist; das heisst, nichts, nicht einmal ein Knochen, erinnert an das ursprüngliche Aussehen der Tiere, was insofern aufschlussreich ist, als es das zwiespältige Verhältnis des Men-

## Blitzlichter auf die einheimische und auf die touristische Küche

**Hotel Bellevue, Siders, 21. 7. 1890**  
(Kantonsbibliothek Sitten,  
PN 640/3)

### *Lunch:*

Sardines et beurre  
Attriaux pommes sautées,  
Beefsteak, Salade  
Omelettes aux confitures

### *Dîner:*

Potage consommé au riz  
Rosbeef à la Milanaise,  
Pommes blanches  
Canards aux petits pois,  
Haricots verts sautés  
Veau rôti, Salade  
Puding semoule  
Fruits et Desserts

**Hotel Villa Cassel, 31. Juli 1945**  
(*Rezeptheft* aus dem Archiv des  
Naturschutzzentrums Aletsch, Villa  
Cassel)

### *Lunch:*

Potage Xavier  
Escalopes Viennoises,  
Haricots verts sautés,  
Pommes pont neuf  
Fruits

### *Dîner:*

Potage Paysanne  
Boeuf à la Bourguignone,  
Pommes purées  
Crème Caramel

**Mac Donald's, Sitten,  
Mittagessen 11. August 1993**

Happy Meal™  
(Menu Hamburger avec surprise)

**«Bumanns Kulinarium», Naters,  
Nachtessen Sommer 1993**

Halbe Melone mit Kabeljau und  
Seeteufel  
Rindssteak mit Kräutersabajon,  
gebackene Kartoffelscheiben,  
Sommergemüse  
Früchte der Saison

**Ausserberg um 1910**  
(F.G. STEBLER, *Sonnige Halden am  
Lötschberg*. Zürich 1913, S.87f.)

Zu Mittag gibt es, neben Suppe,  
Kartoffeln oder Polenta, Makkaroni  
oder Reis, oft aber nur Suppe mit  
Milchkaffee und gebratenen Kartoff-  
feln. Fleisch isst man in der Regel nur  
an Sonntagen und an besonders  
strengen Arbeitstagen. Um 4 Uhr  
nimmt man «Spis» (Käse und Brot) und  
Wein und abends geschwellte Kartoff-  
feln mit «Popolmilch» (Käsmilch) oder  
Minestra, selten Mehlsuppe.

**Haushaltungskurs  
8. Primarschulklasse Visp 1938**  
(privates Rezeptheft)

*11. Mai 1938:*  
Paniermehlsuppe  
Fideli mit Käse und  
Zwiebelschweize  
Maisschnitten mit Zwetschgen

*12. Mai 1938:*  
Rüebli-Suppe  
Kalbsragout mit Kartoffelstock  
und Salat  
Maisresten mit Äpfeln

**Ihr Menu von gestern...**

<p><b>Big Mac™</b></p> 	<p><b>Chicken McNuggets™ et quatre sauces au choix</b></p> 	<p><b>Mac le Marin™ (filet de cabillaud)</b></p> 	<p><b>Les desserts (Sundaes – Chausson aux pommes)</b></p> 	<p><b>Happy Meal™ (Menu Hamburger avec surprise)</b></p> 
<p><b>Pommes frites</b></p> 	<p><b>McDonald's™ à la carte.</b></p> <p>Voici le menu de votre restaurant familial McDonald's: de la viande 100% pur bœuf, des ingrédients de tout premier choix et des produits de base d'origine suisse. McDonald's, c'est la qualité, le service, la propreté et le prix avant tout. Une règle d'or qui permet de servir chaque jour une grande variété de repas à toute la famille. Bon appétit!</p> <p><small>Restaurants McDonald's à Baden, Bâle, Berne, Bienne, Crissier, Fribourg, Genève, Lausanne, Lucerne, Neuchâtel, Schaffhouse, Sion, St-Gall, Winterthour, Vevey, Zurich, lignes CFF Bâle-Genève, Genève-Brigue.</small></p>			 <p><b>McDonald's</b> Le restaurant familial</p>
<p><b>Cheeseburger Royal™</b></p> 	<p><b>Les boissons (Milk-Shakes, Coca-Cola, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, jus d'orange, ice-tea, lait, café, thé et chocolat chaud)</b></p> 	<p><b>Hamburger / Cheeseburger</b></p> 		

Tischset Mc Donald's, Sitten 1993.

schen zum Tod ganz allgemein symbolisiert. Diese versteckte Angst vor dem Tod zeigt sich in den Industriegesellschaften unter anderem auch daran, dass die Schlachthöfe möglichst weit weg von den besiedelten Gebieten anzutreffen sind. Der kurze Abstecher in die fleischverarbeitenden Betriebe macht deutlich, dass jede gesellschaftliche Veränderung – hier der Übergang von einer bäuerlichen zu einer städtischen Lebensform – neue Verhaltensformen nach sich zieht.

## Schlussbemerkungen

Gemäss Pierre Rossel<sup>12</sup> löst der Tourist durch seine blossе Präsenz und das ihm eigene Misstrauen allem Fremden gegenüber bei den Einheimischen eine Art Unsicherheit aus, die sich stark auf deren Verhaltensformen auswirkt und diese rückwirkend verändert. In dieser Ausein-

andersetzung spielt die Gastronomie eine wesentliche Rolle, zumal sie ständig den wachsenden und wechselnden Ansprüchen des Gastes zu genügen versucht. Dabei laufen die einheimischen Erzeugnisse und die regionale Küche Gefahr, durch diese Einflüsse und Erwartungshaltungen verdrängt oder standardisiert zu werden; wobei zu sagen wäre, dass die touristische Küche in der Welt der kulinarischen Genüsse nur eine von unzähligen Facetten darstellt.

Um die historische Entwicklung der Essgewohnheiten genauer zu analysieren, müssten wirtschaftliche und gesellschaftliche Überlegungen in räumlicher und zeitlicher Dimension miteinbezogen werden.<sup>13</sup> Aufschlussreich wäre zweifellos auch ein Vergleich der gastronomischen und kulinarischen Gepflogenheiten und der entsprechenden Begriffe zwischen Ober- und Unterwal-

lis. Die äusseren Einflüsse, welche sich entweder in Neuschöpfungen oder in kulinarischen Anlehnungen bemerkbar machen, sind ein weiterer Aspekt, dem wir im Verlaufe unserer Nachforschungen begegnet sind. In diesem Zusammenhang sorgen neue Ernährungsgrundsätze und Gewohnheiten stets für genügend Gesprächsstoff, wie dies etwa die Eröffnung eines Mac Donalds-Restaurants in Zermatt eindrücklich gezeigt hat.

Die touristische Küche ist und bleibt ein aufschlussreicher Indikator für das Wertesystem und den Lebensstil eines Ortes oder einer Region, und sie sollte, als Abbild eines sich dynamisch wandelnden Gefüges, vermehrt das Interesse der Tourismusforscher und der Tourismusfachleute auf sich ziehen.

## Anmerkungen

- 1 ALPENINITIATIVE, *Es kocht in den Alpen. Was Transitverkehr und KöchInnen in den Alpen anrichten*. Zürich 1992.
- 2 Vgl. Claude FISCHLER, *L'Homnivore*. Paris 1990.
- 3 An dieser Stelle sei Stéphane Anderegg gedacht, der uns in eine Küche der Seiler Hotels in Zermatt geführt hat.
- 4 Trotz der publizistischen Bekanntheit dieser Rasse gibt es nur sehr wenige Arbeiten, die sich mit ihr befassen: Jean LOUP, *Pasteurs et agriculteurs valaisans*. Grenoble 1955. – Luzius THELER, *Die Schwarznase*. Visp 1986.

5 Vgl. Noëlie VIALLES, *Le sang et la chair. Les abattoirs des pays de l'Adour*. Paris 1987.

6 Wenn sie in volkskundlichen Monographien auch nur selten behandelt werden, liefern Schlachttechniken doch wichtige Hinweise auf den Stellenwert der Nutztiere in einer Dorfgemeinschaft. Symbolische Bedeutung und praktische Funktion der tierischen Produkte (Milch, Blut, Fett, Hörner usw.) stellen überdies wichtige Kriterien bei der Analyse agropastoraler Gesellschaften dar.

7 Vgl. Claude MEILLASSOUX, *Terrains et théories*. Paris 1977. Nach Meillassoux könnte der Begriff *terroir* als das landwirtschaftliche Produktionsgebiet definiert werden, während *territoire* ein Gebiet in seiner Totalität bezeichnet.

8 Thierry OTT in *13 Etoiles*, Nr. 12, Dezember 1991.

9 Erica BIRR und André DARBELLAY, *La cuisine en Valais*. Münster (D) 1983.

10 Guy LANGLOIS, in *revue Saveur*, Mai 1991.

11 Vgl. Yvonne PREISWERK, «Essai pour une anthropologie de l'élevage dans l'espace alpin et préalpin. Le Valais et Gruyère», in *Bulletin du Centre Genevois d'Anthropologie*, Nr. 2/1989-90, S. 79-95.

12 Pierre ROSSEL, «Tourisme, gastronomie et identité culturelle», in *Identité alimentaire et altérité culturelle*. Neuenburg 1985, S. 141-157.

13 Das Thema Essgewohnheiten gehört zu den zentralen ethnologischen Forschungsbereichen. Seine Komplexität hält jedoch offenbar viele Forscher davon ab, sich näher mit ihm zu befassen. So besteht auch der entsprechende Beitrag in der umfangreichen Begleitpublikation zur Ausstellung «L'homme et les Alpes» (Grenoble, Turin, Sitten 1992/1993) lediglich aus zwei kurzen Auszügen aus älteren Publikationen. (COTRAO, *L'homme et les Alpes*. Grenoble 1992.)







# Die Tradition frisst ihre eigenen Kinder Das «Walliser Dorf» im Europapark in Rust (Deutschland)

Thomas Antonietti

Am 6. April 1993 wird im Europapark Rust in der Nähe von Freiburg im Breisgau ein «Walliser Dorf» eröffnet. Der offizielle Festakt geht im Beisein von Vertretern aus Politik und Wirtschaft des Wallis und Baden-Württembergs über die Bühne und findet in den Medien ein überdurchschnittliches Echo. Der Freizeitpark selber präsentiert sein neues Angebot folgendermassen: «In das Konzept der europäischen Themenbereiche eingepasst, wird in der Saison 1993 das neue Walliser Dorf im Europapark eröffnet. Hier eröffnet sich dem Besucher eine romantische typisch schweizerische Ortschaft, die neben dem 'Weihnachtsstübli' einen Weinkeller, eine Ausstellung sowie das 'Walliser Stübli' mit exquisiten Walliser Spezialitäten und Walliser Weinen bietet.»<sup>1</sup>

## Heimat und Authentizität

Im Mittelpunkt der offiziellen Eröffnungsreden der Politiker steht der Begriff Heimat. Hermann Schaufler, Verkehrsminister des Bundeslandes Baden-Württemberg, meint in seiner Ansprache, dass die Menschen zwar mehr und mehr zu Kosmopoliten würden, «aber wenn sie nicht wissen, wo sie herkommen, tun sie sich schwer auf dieser grossen Welt. Und deshalb versuchen immer mehr Menschen, ihre Heimat wiederzufinden, sie versuchen, sich zu identifizieren mit dem, wo sie herkommen, mit dem, was sie gelernt haben, an Sprache, an Literatur, an Architektur, sie wollen sich wieder verbinden mit dem, woraus sie gekommen sind und was ihre Empfindungen waren auf ihrem Lebensweg. Deshalb ist es für sie wichtig geworden, die

Nähe zu haben – zu Menschen, zu Einrichtungen, und man freut sich ja, wenn man auch im Ausland etwas sieht, was von zu Hause kommen könnte. [...] Wiederkommen, das ist doch eigentlich ein Wort, das man mit dem Begriff Heimat am meisten verbindet; dass man immer wieder kommen kann, dass man sich aufgenommen fühlt. [...] Sie geben hier einen Teil dazu. Das ist mehr als Urlaub, das ist mehr als Erlebnis, das ist ein tiefer Grund, warum die Menschen in den Europapark wollen. Und wir danken Ihnen dafür, dass es ihn gibt.»<sup>2</sup> Der offizielle Vertreter des Kantons Wallis, Staatsrat Wilhelm Schnyder, nimmt Schauflers Argumentation auf, indem er anfügt: «Wir brennen nun darauf, das Walliser Dorf fühlen zu können, sehen zu können. Auch wir Walliser, wenn wir auch erst heute morgen von zu Hause weggefahren sind, werden mit grosser Begeisterung hier ein Stückchen Heimat vorfinden.»<sup>3</sup>

In der Berichterstattung der Walliser Presse dominieren demgegenüber Begriffe wie Echtheit und Authentizität. Der *Walliser Bote* berichtet zwei Tage nach der Eröffnung: «Im Herzen des Parkes [...] erstellten die Familie Mack und der Walliser Verkehrsverband ein Walliser Dorf mit neun rustikalen Häusern. Keine Kopie, sondern im Massstab 1:1. [...] Das Walliser Dorf unter der Schweizer Bobbahn darf sich sehen lassen. Die Park-Eigentümer (Familie Mack) investierten nicht umsonst drei Millionen Mark in dieses Projekt, das vom Walliser Verkehrsverband angerissen und in der Detailausführung begleitet wurde, damit es auch naturgetreu das wiedergibt, was der Europa-Park-Besucher im Wallis vorfindet. Beeindruckt zeigten sich Kenner der Materie von den gelungenen Details



Aussenansicht des «Walliser Dorfs» mit der Achterbahn und dem «Eurotower».

beim Bau und der Ausstattung des Walliser Dorfes.»<sup>4</sup>

Der *Nouvelliste* seinerseits spricht bereits im Vorfeld der Eröffnung von einem «Walliser Dorf von einer überraschenden Authentizität. [...] Ein Dorf mit einer richtigen Walliser Atmosphäre. Alles ist vorhanden: die pittoreske und authentische Stimmung, die Umgebung mit schönen Felsen und zwei Biotopen, neun typische Wohnhäuser aus Holz und Granit mit Schindeldächern.»<sup>5</sup> Und nach der Eröffnung sieht sich die Zeitung in ihrem ersten Eindruck bestätigt: «Man hätte es auch billiger haben können, als einfache Kulisse aus Papiermaché. Doch man wollte etwas Authentisches, Solides, Bewohnbares, etwas, das bis ins kleinste Detail den Walliser Traditionen entspricht. Das Ergebnis darf sich sehen lassen. Mit ihrem Kleid aus flammigem Tannenholz und Granit, ihren Schindel-

dächern und der engen Anordnung entlang der Gasse mit Pflastersteinen stellen die Häuser des neuen Walliser Dorfes im Europapark eine Visitenkarte besten Geschmacks für die touristische Werbung des Walis dar.»<sup>6</sup>

### Inventar

Die zitierten Würdigungen laden zur näheren Betrachtung ein. Im Gelände einer bestehenden Achterbahn – der «Schweizer Bobbahn» – wurde auf 2400 Quadratmetern eine Dorfstruktur mit einer Gasse und einem Platz aufgebaut. Die Gebäude bestehen in der Regel aus einem Sockel aus weissverputztem Mauerwerk mit aufgemalten grauen Ecksteinen und einem Blockbau mit schindelgedecktem Giebeldach. Die Fenster sind durchwegs mit massiven Holzrah-



Blick auf den Dorfplatz.

men versehen, an denen – wie auch an den zahlreichen Balkonen – Blumenkistchen hängen. Die Gebäude sind überall mit alten, zum grössten Teil jedoch nachgemachten Alltagsgegenständen behangen sowie mit geschnitzten Friesen und Holztafeln verziert und beschriftet.

Den Dorfeingang ziert ein blumengeschmücktes Käsekessi, das an einem Galgen mit schindelgedecktem Giebeldach hängt. Anschliessend folgt als erstes Gebäude an der Dorfstrasse das Wohnhaus «Mong Aber», ein Blockbau mit weissverputztem Steinsockel. Dem Carnotzet im Erdgeschoss schliesst sich ein Anbau mit Keller an. In der anschliessenden Gebäudegruppe ist im Untergeschoss eine Ausstellung mit historischen Kleidern aus Basel untergebracht. Den Übergang zum Dorfplatz bildet ein Wohnhaus ohne Zugang.

Auf der gegenüberliegenden, linken Seite beginnt die Dorfstrasse mit dem «Mazot au bon vieux temps» und daran angebaut dem Haus «Les Gentianes». In beiden Gebäuden ist ein Geschäft mit Weihnachtsartikeln untergebracht. Ihnen schliesst sich ein kleines Haus mit der Inschrift «Willkommen im Wallis» an, gefolgt von einem quer zur Strasse stehenden Zwischenbau sowie einem kleinen Blockbau im Chaletstil mit aufgesetztem Kirchturm und einem Gebäude mit Balkon und Aufstieg zur Achterbahn.

Am Dorfplatz steht rechterhand ein Steinbau mit einem Pfeilergestützten Unterstand. Das Gebäude trägt den Namen «Remointz», was im Mittelwalliser Dialekt soviel wie Alpstafel heisst. Dem Steinbau schliesst sich ein Blockbau mit einem Balkon an der Frontseite an, versehen mit der Aufschrift «Toà di Moulet». Im aus Arkaden



Verkäuferin in der «Walliser Tracht» im «Weihnachtsstübli» des «Walliser Dorfs».

bestehenden Untergeschoss ist das «Walliser Stübli» untergebracht, ein Selbstbedienungsrestaurant mit Gartensitzplätzen. Einem Zwischenbau mit einer Rampe für die Achterbahn schliesst sich ein Wohnhaus an, geschmückt mit einem Monumentalalphorn und der Inschrift: «In allen Stürmen in aller Not / mög dich beschirmen der treue Gott». Durch das Obergeschoss des Hauses fährt – vom Dorfplatz aus nicht sichtbar – die Achterbahn. Abgeschlossen wird der Dorfplatz von der «Alp-Hütte», an der seitlich ein vertikales Wasserrad angebracht ist.

### Kulissen für den neuen Freizeitmenschen

Wo die einen Heimat vermuten und die andern Authentizität festmachen, zeigt sich also bei näherer Betrachtung so etwas wie eine begeh-

bare Theaterbühne bzw. eine Art «Cinecittà». Das «Walliser Dorf» in Rust ist weniger eine Rekonstruktion von etwas Vorhandenem als vielmehr eine Kreation von etwas Neuem. Wohl inspiriert es sich an aktuellen Ortsbildern des Wallis, doch ignoriert es deren historische und funktionale Dimensionen bewusst. Der Bruch zwischen innen und aussen ist total, die Anlehnung an die Vorlage weder originalgetreu noch architektonisch reflektiert. Rust will weder ein zweites Ballenberg noch eine Kopie von Grimmentz sein; die Absicht dieses Dorfes ist eine ganz andere: Es steht nicht für sich selbst, sondern dient als einladende Hülle für wechselnde Konsumangebote und als vertraute Kulisse für ein neues Freizeitvergnügen.

Im heutigen Tourismus gelten die Freizeitparks als Wachstumsbranche mit Zukunft. Mit einer jährlichen Besucherzahl von gegen drei Millio-





Frauen in Märchenrollen anlässlich der offiziellen Eröffnung des «Walliser Dorfs» am 6. April 1993.

nen Menschen nimmt dabei der Europapark in Rust innerhalb der europäischen Freizeitparks eine Führungsposition ein. Für den Walliser Verkehrsverband ist deshalb das Walliser Dorf in Rust in erster Linie ein «permanentes Werbefenster»: «Das Walliser Dorf soll das Interesse des Gastes am Wallis wecken und ihn animieren, das Wallis als Feriendestination zu wählen.»<sup>7</sup> Die Idee, dieses Werbefenster ausgerechnet in Rust einzurichten, entspringt dabei in erster Linie Marketing-Überlegungen; deckt sich doch die Gästestruktur des Europaparks sehr stark mit derjenigen des Walliser Tourismus.

Hauptpartner im *Joint venture* ist jedoch das Unternehmen «Freizeit- und Familienpark Mack KG», welches das «Walliser Dorf» finanziert und aufgebaut hat. Was hat die Unternehmung bewogen, die Drei-Millionen-Investition in Form dieses Dorfes zu tätigen? Zur Beantwortung

dieser Frage seien im folgenden Auszüge aus einem Interview wiedergegeben, das wir am Tage der Eröffnung in Rust mit Roland Mack, Mitglied der Geschäftsleitung des Europaparks, geführt haben.<sup>8</sup>

*Welche Orte haben als Modell für dieses Dorf gedient?*

«Wenn wir Themenbereiche realisieren hier bei uns im Europapark, dann möchten wir natürlich in erster Linie nicht eine Kopie herstellen von einer bestimmten Architektur, von einem bestimmten Land, sondern es geht uns eigentlich mehr darum, typische Stilelemente zu übernehmen, damit die Stimmung dieser Architektur oder Landschaft nachvollziehbar wird. Insofern haben wir uns natürlich Informationen eingeholt und die Atmosphäre auf uns wirken lassen – in

Grimentz, das ist ja unverkennbar, und in Ayer. [...] Es sind jetzt im Schweizer Viertel eben Stilelemente dabei, die Sie im Val d'Anniviers, in Grimentz sehen, aber – wie gesagt – es geht uns mehr darum, die Atmosphäre dieses engen typischen Bergdorfs nachzuempfinden, was einfach wunderschön zu dieser freifahrenden Achterbahn, dieser Bobbahn passt.»

*Wieso fiel die Wahl für den Themenbereich Schweiz ausgerechnet aufs Wallis?*

«Mit dem Umbau der Bobbahn haben wir etwas mehr Platz in diesem Bereich Schweiz bekommen. Es ist aber immer noch so, dass es sehr, sehr eng ist. Das heisst, wir mussten eine Architektur finden, die diese Enge irgendwie auch verkörpert und ich möchte gar nicht verheimlichen, dass dann ganz am Schluss auch etwas persönliche Gefühle mitschwingen, dass man sich selbst in einem solchen Walliser Dorf einfach wohl fühlt und man dann natürlich so etwas lieber realisiert, gerade auch, weil das Holz sehr viel Wärme, sehr viel Natürlichkeit vermittelt und wir so 'was in dieser Form im Europapark bisher nicht hatten. [...] Es war einfach die architektonische Enge, der Raum, den wir nicht hatten, wo sich eben diese engen Walliser Dörfer anbieten, auch als absolute Alternative zu dem, was wir bisher hatten – ein Dorf zu bauen, das komplett aus Holz war.»

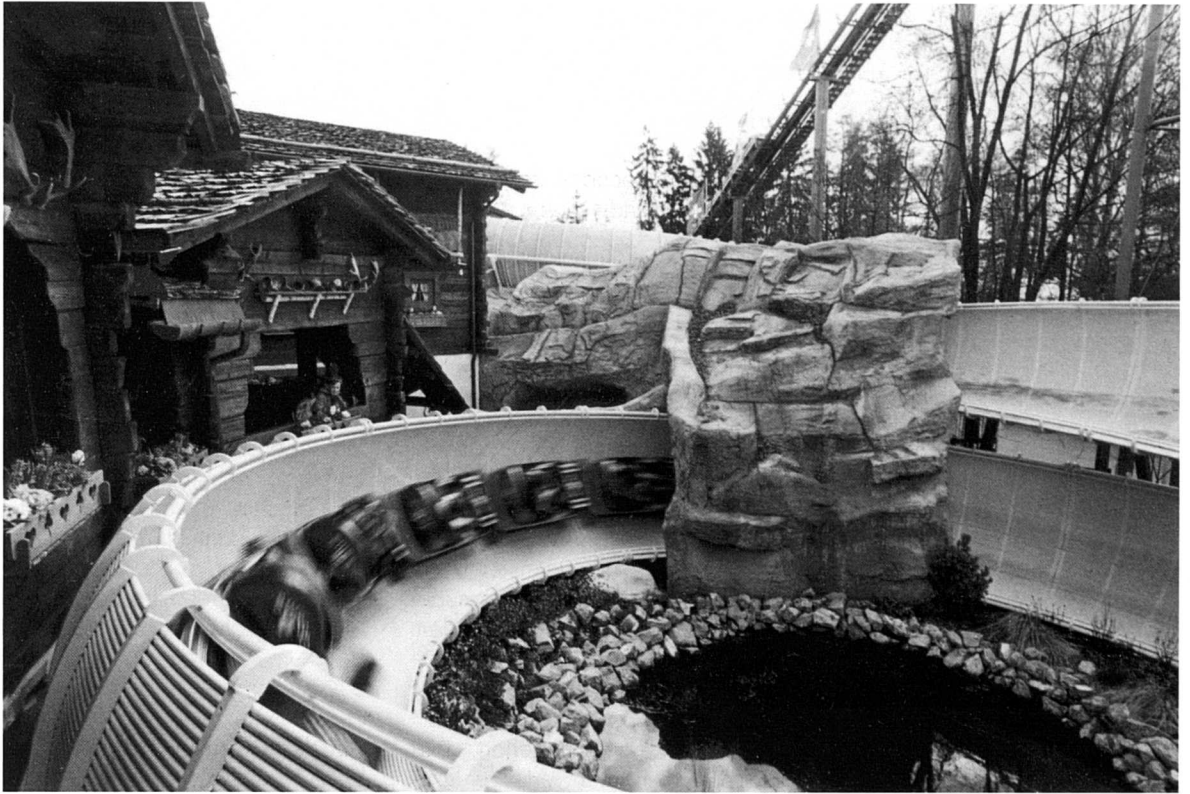
*Soll mit dieser Regionalisierung der Themenbereiche der Konkurrenz aus Amerika – Stichwort Eurodisney bei Paris – etwas entgegengesetzt werden?*

«Eines, das wir gelernt haben, ist, dass wenn dieser Freizeitpark europäischer wirkt, Heimatgefühle vermittelt, dass er dann auf die Gäste sympathischer wirkt. Und das ist sehr wichtig, da wir ja Gäste auch wiederbekommen wollen, da wir wollen, dass sie gerne hierherkommen, dass sie sich hier wohlfühlen. Das ist das eine. Wir haben bei Umfragen auch festgestellt, dass der Park von den Leuten schlechter beurteilt wurde, wenn sie ihn als amerikanisch einstufen,

das war gerade in der Anfangsentwicklung des Parks der Fall, als wir die Themenbereiche noch nicht so forciert hatten. Also hat es sich von unserer Publikumsreaktion her eindeutig aufgedrängt, dass man eben diese europäische Architektur verfolgt. Und der zweite Effekt, da gebe ich Ihnen absolut recht, ist natürlich, dass wir uns von den Mitbewerbern abgrenzen wollen, dass wir dem Europapark einen eigenen Stil geben wollen, eine eigene Identität. Das ist ja ganz klar, bei mehreren Freizeitparks europaweit ist es natürlich schon von Vorteil, wenn man sich abgrenzen kann. Und das tun wir hier in Rust.»

## Disneyland rustikal

Auf den ersten Blick scheint sich das «Walliser Dorf» in Rust in die lange Reihe jener Dorfrekonstruktionen einzuordnen, wie sie seit dem 19. Jahrhundert in ganz Europa immer wieder realisiert worden sind. Doch unterscheidet es sich von diesen sowohl vom Zweck wie auch vom zeitlichen Umfeld her. So spielten zum Beispiel die Schweizer Dörfer an der Weltausstellung in Paris 1900 oder an den Landesausstellungen in Genf 1896, Bern 1914 und Zürich 1939 in völlig anderen historischen Zusammenhängen und hatten unter anderem stark politisch-ideologische Funktionen.<sup>9</sup> Was in Rust entstanden ist, ist also keine neue Version eines Landi-Dörfli. Das «Walliser Dorf» ist vielmehr als Versatzstück eines kommerziellen Unternehmens zu verstehen. Der Europapark als ganzer und mit ihm das «Walliser Dorf» stellen ganz offensichtlich eine der heute sehr zahlreichen Spielarten von Disneyland dar. Der Park mit seinen Themenbereichen steht dabei für einen weltweiten Trend Richtung inszenierter Freizeitvergnügen. Ein Trend, wie er sich auch im Wallis in Form mehrerer – allerdings vorläufig gescheiterter – Grossprojekte niedergeschlagen hat; so etwa mit «Tropical World» in Martigny (1989) sowie «Tell Paradise» und «Village valaisan» in St-Maurice (1989 und 1991).



Achterbahn mit Natur- und Heimatkulisse. (Alle Aufnahmen: 1993.)

Dass sich die Industrie der inszenierten Freizeitvergnügen ihre Versatzstücke auch in der alpinen Architektur holt, ist dabei nur folgerichtig; ist deren Indiennahme durch den Tourismus doch schon längst zur Routine geworden – wenn auch fast ausschliesslich in der banalisierten Form des Chalets, welches zum Stereotyp des Schweizer Hauses schlechthin geworden ist. In den Kontext eines Freizeitparks gestellt, der «eine Reise durch ganz Europa»<sup>10</sup> verspricht, ist deshalb eine Umsetzung des «Themenbereichs Schweiz» ohne Rückgriff auf dieses Stereotyp kaum denkbar.

Wie die Inventaraufnahme gezeigt hat, hat das «Walliser Dorf» in Rust mit einem realen Walliser Dorf und dessen historischer Bausubstanz kaum etwas gemein. Und indem es sich in keiner Weise als Träger eines baulichen Erbes oder als Zeuge einer lokalen Bautradition versteht,

erhebt es auch keine Ansprüche in dokumentarischer oder denkmalpflegerischer Hinsicht. Der Vergleich mit dem vermeintlichen Original erübrigt sich deshalb, mögliche Bezüge müssen auf einer andern Ebene gesucht werden.

### Typisch für das Wallis von morgen?

Als Projektion von Illusionen und Utopien ist die Imitation gleichzeitig mehr und weniger als das Original. Entsprechend nimmt sie auch ganz andere Funktionen wahr als dieses. Falls Politikerreden tatsächlich so etwas wie Seismographen populärer Gefühlsschwingungen sind, wäre die Hauptfunktion des Walliser Dorfes in Rust das Wiedererkennen von Vertrautem und das damit verbundene Erleben von Heimatgefühlen; wobei der Zeitgeist den Imitatoren die Aufgabe inzwischen erleichtert hat: *everything*

goes. Ihren sichtbarsten Ausdruck findet diese Devise in Rust in der Verbindung von Kirchturm und Chalet im gleichen Gebäude, vor allem aber in der Alphütte, die mit ihrem Standort am Dorfplatz und dem an der linken Traufwand angebrachten Wasserrad einer Mühle die stereotyp gewordene Vorstellung vom alpinen Dorf sozusagen in «verdichteter Form» rekonstruiert. Beim Wasserrad handelt es sich offensichtlich um eine Kopie des leer drehenden Wasserrades an der Mühle von Grimentz im Val d'Anniviers. Diese Mühle wurde 1978 von ihrer Besitzerin, der Burgerschaft von Grimentz, wiederhergestellt, wobei sich die vermutete Erwartung des touristischen Publikums gegenüber der historischen Realität durchsetzte: Um dem Gebäude das Aussehen einer «richtigen» Mühle zu geben, brachte man das Wasserrad an der ehemaligen Stockmühle – anstatt korrekt horizontal unter der Mühle, wo es hingehört, aber von aussen unsichtbar bleibt – in vertikaler Lage an einer Aussenwand an.<sup>11</sup>

Doch auch der Standort der Alphütte am Dorfplatz findet inzwischen seine Entsprechung in der Realität. 1984/85 wurden auf Beschluss der Burgergemeinde Bellwald sämtliche 39 Alpgebäude der Alp Richinen ob Bellwald im Untergoms abgebrochen, «da die nicht mehr benutzten Hütten und Ställe keiner anderen Nutzung (Ferienhäuser) zugeführt werden sollen».<sup>12</sup> Fünf der abgerissenen Alphütten stehen heute im Schweizerischen Freilichtmuseum für ländliche Bau- und Wohnkultur auf dem Ballenberg bei Brienz, die übrigen Alphütten wurden verkauft, ihr Holz zum Teil für die Herrichtung rustikaler Innenräume verwendet. Ein besonderes Schicksal erfuhr schliesslich die Alphütte Spittel, eine Sennhütte aus dem Jahre 1742 mit zwei traufseitig angeordneten Käsekellern. Sie wurde von der Stiftung «Altes Bellwald» erworben und 1992 am Dorfplatz von Bellwald wiederaufgebaut. Heute ist in dieser Hütte ein «Alp- und Waldmuseum» untergebracht, welches am 17. Juli 1993 offiziell eröffnet wurde. Durch den Wiederaufbau der Alphütte sollte gleichzeitig eine Baulücke am Dorfplatz geschlossen wer-

den, die um 1964 durch den Abriss des Backhauses entstanden war.

Die Mühle von Grimentz, die Alphütte von Bellwald – zwei kleine, aber bezeichnende Beispiele eines Bautourismus, der die Tradition verkennt und die Moderne verneint. Das «Walliser Dorf» in Rust ist so gesehen durchaus repräsentativ für ein regionales Bauen, wie es heute vielerorts praktiziert wird. Die Erinnerungslücken und Traditionsbrüche scheinen zu gross geworden zu sein, als dass ein produktiver Umgang mit der (gebauten) Vergangenheit noch möglich wäre. Frei von den Zwängen des Ortes und der Zeit ist die Freizeitarchitektur zur Botschafterin einer möglichen Zukunft des Alpenraums geworden: Die Alpen, der Freizeitpark Europas?

## Anmerkungen

- 1 Aus der Pressemitteilung des Europaparks Rust anlässlich der Pressekonferenz zur Saisonöffnung 1993 und der offiziellen Eröffnung des Walliser Dorfs.
- 2 Tondokumentation des Kantonalen Museums für Geschichte und Ethnographie Valeria Sitten.
- 3 Wie Anm. 2.
- 4 *Walliser Bote*, 8. April 1993.
- 5 *Nouvelliste*, 2. April 1993, Übersetzung.
- 6 *Nouvelliste*, 8. April 1993, Übersetzung.
- 7 *Walliser Bote*, 2. April 1993.
- 8 Wie Anm. 2.
- 9 Vgl. u. a.: Bernard CRETZAZ und Juliette MICHAELIS-GERMANIER, «Une Suisse miniature ou les grandeurs de la petitesse», in *Bulletin du Musée d'ethnographie de la Ville de Genève*, 25-25/1982-1983, S. 63-185. – Werner MOECKLI, *Schweizergeist Landgeist? Das schweizerische Selbstverständnis beim Ausbruch des Zweiten Weltkriegs*. Zürich 1973.
- 10 Prospekt des Europaparks Rust für die Saison 1993.
- 11 Bernard CRETZAZ, *Un village suisse. Le temps, la mémoire, la mort et les dires de Robert Rouvinez, paysan, organiste et conteur à Grimentz*. Sierre 1982, S. 133-136.
- 12 Thomas BITTERLI-WALDVOGEL, *Alp Richinen. Stallbauten und Sennhütten. Archäologische Untersuchung und Baudokumentation*. Basel 1984.







## Bildnachweis

Stéphane Anderegg, Sitten: Seite 47 (oben).

J.C. Brusch, Genf: Seite 134.

G.-E. Collomb in Edith Bianchi et al.: Jacques Favre architecte 1921-1973, Lausanne 1981, S. 53: Seite 66.

Bernard Dubuis, Sitten: Seiten 135, 139 (oben).

Francine Evéquoz: Seite 97 (unten).

Kantonale Baukommission, Sitten: Seite 67 (oben).

Klopfenstein, Ansichtskartenverlag, Adelboden: Seiten 95 (oben), 97 (oben).

Armin Meili: Assainissement technique d'hôtels et de stations touristiques. Bern 1945: Seiten 104, 105, 106.

Valdor, Siders: Seite 159.

Verkehrsbüro Riederalp: Seite 95 (unten).

Walliser Kantonsbibliothek, Sitten: Seiten 112, 113, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 129.

Walliser Kantonsmuseen, Sitten: Seite 37.

Walliser Kantonsmuseen, Sitten; Thomas Antoniotti: Seite 11.

Walliser Kantonsmuseen, Sitten; Jean-Yves Glassey: Umschlag, Seiten 12, 13, 21, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 35, 47 (Mitte und unten), 54, 55, 64, 65, 67 (unten), 70, 71, 72, 73, 74, 75, 84, 85, 87, 139 (unten), 143, 158, 166, 167, 168, 169, 171.

Walliser Reb- und Weinbaumuseum, Siders/Salgesch: Seite 141.

Walliser Verkehrsverband, Sitten: Seite 145.

Martigny, 15. Oktober 1993  
Druckerei Pillet AG

