



CANDY WELZ/DPF

«Arbeit macht frei»: Der Schriftzug am Tor des ehemaligen Konzentrationslagers Auschwitz ist heute ein beliebtes Fotomotiv von Besuchern.

Grauen in den Ferien

Auschwitz, Ground Zero, Tschernobyl: Orte, die Tod und Verderben über die Menschheit gebracht haben, sind beliebte Ferienziele. Die Touristen suchen die Konfrontation mit ihrer eigenen Sterblichkeit. **Von Nina Streeck**

Sonne, Meer und gutes Essen: Typische Wünsche für die Ferien. Viele Touristen reisen aber auch an Schauplätze von Morden. Sie besuchen Konzentrationslager, Friedhöfe und Schlachtfelder. Orte, an denen Menschen gewaltsam umgekommen sind; Stätten, die mit Tod, Leiden und Verderben zu tun haben. Hunderttausende unternehmen jedes Jahr solche Reisen, und an einigen der dunkelsten Orte der Erde wachsen die Besucherzahlen stetig.

Aber wieso befassen wir uns in der angeblich schönsten Zeit des Jahres mit etwas so Grauenhaftem wie dem Holocaust? Warum

besichtigen wir beim Trip nach New York den Ort, an dem die Türme des World Trade Center standen, bis islamistische Attentäter Flugzeuge hineinlenkten und etwa 3000 Menschen töteten? Weshalb denken wir ausgerechnet in den Ferien an den Tod? Und ist es statthaft, aus dem Leiden Verstorbener Profit zu ziehen, wie es die Reiseveranstalter tun, die uns an diese Stätten geleiten? Für solche Fragen interessiert sich neuerdings auch die Wissenschaft: für Dark Tourism, den dunklen Tourismus.

An dunkle Orte reisen freilich nicht erst wir Heutigen. Die Römer ergötzten sich in

Fortsetzung Seite 58

Invasive Arten

Europäische Tiere als Schädlinge **59**

Achtung, Krawatte

Wie Ärzte gefährliche Keime übertragen **61**

Plattenwechsel

Jetzt ist Zeit für eine neue Festplatte **62**

Hautkrankheiten

Psoriasis kann nur ein Ekzem sein **63**

Grauen in den ...

Fortsetzung von Seite 57

der Antike im Kolosseum am todbringenden Kampf der Gladiatoren. 1861 packten die Einwohner Washingtons Picknickkörbe, um den Kämpfen im Amerikanischen Bürgerkrieg aus nächster Nähe beizuwohnen. Und die «Basler Nachrichten» organisierten 1921 «Schlachtfelder-Rundfahrten im Auto» an Schauplätze des Ersten Weltkriegs, nach Verdun, Ventoux und Fort Beaumont, für 117 Franken. Dark Tourism ist alles andere als ein neues Phänomen.

«Vielleicht war es im Mittelalter sogar verbreiteter, als man zu Hinrichtungen und Hexenverbrennungen gegangen ist», sagt Stefan Küblböck, Professor für Tourismus- und Freizeitmanagement an der Hochschule für angewandte Wissenschaften im niedersächsischen Salzgitter. Neu ist allerdings die Kommerzialisierung der dunklen Orte. Da zudem heutzutage öfter gereist wird, besuchen auch mehr und mehr Touristen diese Orte: In Auschwitz etwa stiegen die jährlichen Besucherzahlen zwischen 2001 und 2012 von 492 000 auf 1,43 Millionen.

Als Forschungsgebiet entdeckt wurde Dark Tourism erst in den 1990er Jahren. Die schottischen Tourismus-Forscher John Lennon und Malcolm Foley prägten den Begriff 1996; heute werden darunter im All-



Der Geigerzähler vor dem Warnschild entlockt heutigen Besuchern von Tschernobyl nur mehr ein Lächeln.

gemeinen alle Reisen an Orte gefasst, die mit Tod, Unheil und dem Makabren in Verbindung stehen. Von «Thanatourism» sprechen andere Wissenschaftler. 2012 eröffnete an der Universität von Central Lancashire das erste «Institute for Dark Tourism Research».

Philip Stone, dessen Direktor und einer der führenden Dark-Tourism-Forscher, hat eine Theorie entwickelt, warum wir uns freiwillig Tod und Schrecken aussetzen. «Dark Tourism erlaubt den Leuten, ihrer Neugier und Faszination für den Tod in sozial akzeptierter Weise nachzugeben und damit auch über die eigene Sterblichkeit nachzudenken», so Stone. Zwar hält er den Tod für omnipräsent in den Medien, doch fehlten uns unmittelbare eigene Erfahrungen. Gestorben wird in Spitälern und Hospizen, für das eigene Ableben haben wir selbst Vorsorge zu treffen, religiöse Rituale und Stiftungen vermögen nicht mehr zu helfen - all das überfordert uns. Deshalb konfrontiert sich das alleingelassene Individuum gemäss Stone heute mit der Endlichkeit des Lebens, indem es Orte des Todes besucht.

Während Stones Theorie noch einer empirischen Überprüfung harret, haben andere Forscher die Besucher von Konzentrationslagern, Schlachtfeldern oder Friedhöfen befragt, warum sie einen solch dunklen Ort aufsuchen. Einige nennen Interesse an Geschichte und den Wunsch nach Bildung, andere wollen der Opfer gedenken und die Erinnerung wachhalten, damit derartige

Das alleingelassene Individuum konfrontiert sich mit der Endlichkeit des Lebens, indem es Orte des Todes besucht.

Verbrechen in Zukunft nicht mehr geschehen. Wieder andere lassen Lust am Gruseln und eine Faszination fürs Böse erkennen. Auch Sensationslust und die Suche nach einem emotionalen Kick werden genannt. Ebenso spielt Pflichtgefühl eine Rolle: Ein KZ muss man gesehen haben, glauben einige.

Dargestalt vielfältig sind die Motive, weil zu Dark-Tourism-Stätten höchst unterschiedliche Orte gezählt werden: Das südafrikanische Gefängnis Robben Island, in dem Nelson Mandela sass, und die kambodschanischen Killing Fields ebenso wie schaurige Rundgänge auf den Spuren des Serienmörders Jack the Ripper in London und das Dungeon in Hamburg, in dem in einer Kombination aus Gruselkabinett und Show die dunkle Geschichte der Stadt präsentiert wird. Tschernobyl ebenso wie die jährliche Gedenkfeier bei Kerzenlicht für Elvis Presley, das Jerusalemer Holocaust-Museum Yad Vashem ebenso wie die Geisterbahn auf dem Jahrmarkt.

«Das passt nicht zusammen», sagt Dark-Tourism-Forscher Küblböck. Zwar sind alle Orte mit dem Tod assoziiert, doch geht ins Gruselkabinett, wer Unterhaltung sucht, während der Auschwitz-Besucher der Opfer des Nationalsozialismus gedenkt oder etwas lernen möchte. «Deshalb sollten wir unterscheiden - nach Orten der Unterhaltung und Orten des Gedenkens, der Bildung, der Begegnung mit Schmerz», sagt Küblböck. «Horrorfilme und «Schindlers Liste» gehören auch nicht in dasselbe Genre, obwohl sich beide Filme um Gewalt und Tod drehen.»

Zu den Orten der Unterhaltung zählen auch Kriegsschauplätze, auf denen vergangene Schlachten nachgespielt werden. In Gettysburg, Verdun oder in der Normandie treffen sich Touristen aus aller Welt: «Dabei

Touren des Schreckens

Krieg im Irak

Nicht nur im Amerikanischen Bürgerkrieg, auch heute reisen Schaulustige in Kriegsgebiete, etwa in den Irak. Der Anbieter «War Zone Tours» verspricht einen Besuch jenes Ortes, an dem «eine der grössten Autobomben der Geschichte» explodierte, und das «Abenteuer des Lebens».

Gefängnis in Litauen

In der lettischen Stadt Liepaja quartieren sich Touristen im ehemaligen Militärgefängnis Karosta ein, um am eigenen Leib zu erfahren, wie sich Gefangenschaft anfühlt. Wer den Wärtern nicht gehorcht, wird beschimpft oder muss zur Strafe putzen oder exerzieren.

Tunnel in Vietnam

Den Vietcong im Vietnamkrieg nachempfinden kann der Besucher der Cu-Chi-Tunnel bei Ho-Chi-Minh-Stadt, wenn er bäuchlings durch die engen Gänge kriecht. Draussen wartet eine Kalaschnikow zum Ausprobieren, die wichtigste Waffe der Vietnamesen im Krieg. (nst.)



Alljährlich wird die Schlacht von Gettysburg – einer der blutigsten Kämpfe im Amerikanischen Bürgerkrieg – nachgespielt.

spielt Spass eine wichtige Rolle», sagt Sandra Petermann, die an der Universität Mainz über Dark Tourism forscht. «Man erhält Befehle, muss nicht viel selbst entscheiden. Es ist eine Flucht aus dem oftmals als komplex empfundenen Alltag.» Spass, Konsum, Kommerz - dort, wo einstmalig Menschen gewaltsam ihr Leben gelassen haben: Darf man das? Jüngst machten Touristen von sich reden, als sie Selfies im Internet veröffentlichten, auf denen sie lächelnd in Tschernobyl oder mit den Daumen nach oben vor dem Holocaust-Mahnmal in Berlin zu sehen waren. Trivialisiert der dunkle Tourismus das Grauen, verhöhrt er die Opfer?

«Wenn solche Reisen zur Konfrontation mit der eigenen Endlichkeit und zur Auseinandersetzung mit dem Wert des Lebens anregen, sind sie unproblematisch», sagt Petermann. Anders sieht es aus, wenn das Grauen dem Amusement dient, wie das etwa im Dungeon in Hamburg der Fall ist: «Sich über Leid lustig machen, gleich, wann es passiert ist: Nein, das darf man nach meinem Geschmack nicht», sagt ihr Kollege Küblböck. Er vertritt die These, dass wir in den Ferien Authentizität suchen. Dazu kann auch gehören, sich mit Leid und Schrecken zu konfrontieren. Eine ähnliche Idee, wie sie sein Kollege Stone vertritt: Die Begegnung mit dem Tod wirkt sich positiv auf das Leben des Touristen aus.

Die Wirkung macht den Unterschied.

Mit dem Werbebrief überzeugen Sie Ihre Zielgruppe persönlich und direkt. Ihrer Kreativität sind praktisch keine Grenzen gesetzt. Ihrem Erfolg auch nicht.

Fakten, Erfolgsgeschichten und Inspiration: post.ch/wirkung

DIE POST 
Gelb bewegt.