

Fortsetzung von Seite 41

Denn „im Gegensatz zu früher hat jeder, der dort wegzieht, deutlich mehr Miete zu zahlen“. Also blieben die Menschen und haderten mit Lärm und Trübel.

Zwar gibt es einen vom Berliner Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) organisierten „runden Tisch Tourismus“, der unter Schirmherrschaft des Regierenden Bürgermeisters regelmäßig im Roten Rathaus tagt. Hier könnte man über solche Probleme sprechen – aber der Tisch ist ein exklusives Landesgremium. „Die Bezirke sind da lediglich Zaungäste“, moniert Beckers. Daneben gab es eine Zeit lang Fördermittel für das Projekt „lokal.leben“, mit dem das Bezirksamt versuchte, Anwohner und lokale Gruppen mit Gewerbetreibenden und der Immobilienwirtschaft ins Gespräch zu bringen. Aber bereits seit Sommer ist dafür kein Geld mehr da.

Immerhin: In diesem Zusammenhang wurde eine Bestands-

### Der Nationalökonom Adam Smith habe im 18. Jahrhundert als erster nachweislich den Begriff „Tourismus“ verwendet – und zwar als Schimpfwort, weiß der Tourismusforscher Hasso Spode

aufnahme der Kiezstrukturen gemacht, auf deren Basis man nun auch planungsrechtlich eingreifen kann – etwa indem man die Neuansiedlung von Gastronomen in bestimmten Straßen untersagt. Beckers grüner Kollege Hans Panhoff setzte das als Baustadtrat im September in die Tat um. Die Umwandlung einer Ladenfläche in der Graefestraße in ein Restaurant genehmigte er nicht, weil das „die typische Berliner Mischung“ gefährde. „Wir wollen verhindern, dass man in jedem Haus zwar ein Bier oder einen Cocktail, aber keinen Apfel mehr kaufen kann“, so Panhoff damals zum RBB.

Auch über den Tellerrand will Kreuzberg schauen, nach Barcelona (siehe Text rechts) oder Paris. Zusammen mit Visitberlin – Berlins obersten Tourismuswerbenden –, der Clubcommission, vielleicht auch der IHK will sich der Bezirk um eine Projektförderung aus EU-Mitteln bemühen, sagt Beckers. Es gehe darum zu beobachten, wie andere Länder und Städte mit den Herausforderungen durch stark wachsenden Tourismus umgehen. „European Best Practices zur Reduzierung von Nutzungskonflikten“, nennt Beckers das.

### Wie die Schinkenstraße auf Mallorca

Dass Friedrichshain-Kreuzberg am stärksten gebeutelt ist, sieht auch Burkhard Kieker so, der Chef von Visitberlin. Die Simondach-Straße erinnere ihn schon ein bisschen an die „Schinkenstraße auf Mallorca“. Da seien Fehler bei der Genehmigungspraxis gemacht worden. Im Sinne von Visitberlin sei das nicht, genauso wenig wie organisierte Pub Crawls oder Bierbikes. Für solche „Randerscheinungen“ gebe es keine Unterstützung. Andererseits findet Kieker es „schwierig, alles auf die Gäste zu schieben“. Man müsse da vorsichtig sein, „wir wollen ja das Tolerante, Weltoffene beibehalten“. Die Rollkoffer-Sprüche der Bürgermeisterin findet er „unter aller Kanone“. Man müsse sich darü-

ber im Klaren sein, „dass Kreuzberg kein Kuhdorf ist, sondern weltweit gehört wird. Das wurde gleich in *El País* zitiert!“

Aber auch im Senat ist das Thema angekommen. „Konzept zum Akzeptanzerhalt des Tourismus“ heißt der Plan, die Senatsverwaltung für Wirtschaft hat ihn Ende August dem Abgeordnetenhaus vorgelegt. „Geringe negativ empfundene Beeinträchtigungen der Wohnbevölkerung“ seien zu bewältigen, heißt es in dem Papier. Darum soll sich unter anderem die „Geschäftsstelle Akzeptanzerhaltung“ bei Visitberlin kümmern, mit einem Jahresbudget von 300.000 Euro.

Laut Konzept will man Touristenströme entzerren, indem man dezentrale Ziele besser vermarktet. Man will das Gespräch mit Gastronomen suchen, um Lärm zu verringern, will Leitsysteme installieren, also die Reisebusse besser durch die Innenstadt lotsen – und stark genutzte Straßen und Plätze häufiger reinigen. Außerdem soll kommuniziert werden, wie bedeutsam der Tourismus für Berlins Wirtschaft ist. Immerhin sorgen die Gäste jedes Jahr für 10 Milliarden Euro Umsatz.

Auf diesen Aspekt legt auch Burkhard Kieker großen Wert. Berlin sei mitnichten eine Billig-Destination, auch wenn Hostels und Low-cost-Flüge den Boom befördern hätten. „In der Maschine aus London sitzt auch der Banker aus der City, der überrascht festgestellt hat, dass man hier die Opernkarte nicht ein Jahr im Voraus buchen muss.“ Wenn Berlin bald 27 Hotels mit 5 Sternen habe, liege das ja nicht an den Ryanair-Touristen. Und neue Besuchergruppen stünden schon vor der Tür: „China hat eine extrem schnell wachsende Mittelschicht, die sind *travel hungry*.“

### Die Prager geben nur ihre Altstadt an Touristen ab

Berlin und die Berliner müssen sich also mit dem Massentourismus arrangieren. Und die Touristen müssen weiterhin damit leben, dass die Berliner ihnen – mal mehr, meist weniger verdient – die kalte Schulter zeigen. Das ist eben so, weiß der Tourismusforscher Hasso Spode, der das Willy-Scharnow-Archiv an der TU Berlin leitet: „Seit es Touristen gibt, gibt es auch Antitourismus, Touristenbashing.“

Der Nationalökonom Adam Smith habe im 18. Jahrhundert als erster nachweislich den Begriff „Tourismus“ verwendet – und zwar als Schimpfwort, weiß Spode. Als zu Beginn des 19. Jahrhunderts mit Norderney das erste Nordseebad entstanden sei, hätten die Fischer und Piraten Steine aufs Kurhaus geworfen – bis sie lernten, dass man mit dem Vermieten weiterkommt. Und in den 1970er Jahren sei in Winterportgemeinden der Schweiz und Österreichs die Rede vom „Aufstand der Bereisten“ gewesen. Dort habe man das Phänomen sogar wissenschaftlich untersucht: „Der Fremdenverkehr spaltete die Gemeinden in Gewinner und Verlierer.“

Berlin, glaubt der Tourismus-experte, habe durch seine dezentrale Struktur ein ganz spezifisches Problem: Die Touristen seien sozusagen überall unterwegs und kämen den Einwohnern ins Gehege. Im Gegensatz dazu hätten etwa die Prager ihre Altstadt an die Touristen abgegeben, sonst blieben sie aber weitgehend unter sich.

„50 Prozent mehr“ Touristen könne Berlin noch wegstecken, glaubt Spode. Trotz aller wissenschaftlichen Distanz findet aber auch er, dass manche Verhaltensweisen sich einfach nicht gehö- ren: „Sollen die doch zum Kotzen nach Lloret de Mar fahren.“

# Wenn die Einheimischen nur noch stören

**LEBEN** Berlin will von Barcelona lernen. Aber was? Die Einwohner der spanischen Metropole leiden unter den Folgen eines ausufernden Tourismus: Mieten werden zu teuer, Parks privatisiert, Busse, Märkte und Straßen sind überfüllt. Doch Politik und Wirtschaft wollen noch mehr

### AUS BARCELONA ANDREA GONZÁLEZ

Selbst wer nicht länger daran glauben mag, muss es jeden Tag lesen, auf riesigen Plakaten, die überall in der Mittelmeermetropole prangen: „Barcelona inspirira“ – „Barcelona inspiriert“, heißt es dort. Besonders inspirierend sind die Zeiten vor allem für diejenigen, die am Tourismus verdienen. „Unsere Besucher finden hier alles, was sie wünschen, angefangen von den singulären Bauten des genialen Architekten Antoni Gaudi bis hin zum echten mediterranen Feeling“, heißt es bei der Fremdenverkehrsbehörde „Turisme de Barcelona“.

Doch die Sache mit dem „Feeling“ wird immer schwieriger, denn inzwischen drängen sich 7,5 Millionen Touristen jährlich durch die Altstadt von Barcelona, mit 15,895 Bewohnern pro Quadratkilometer (Berlin: 1.782) ohne eine der am dichtesten besiedelten Städte Europas.

„Wie wir uns fühlen, das fragt keiner“, klagt María José Artega (55) im Mercado de la Boqueria an der Flaniermeile Ramblas, in Fachzeitschriften bereits zum „weltbesten Markt“ gekürt. Bereits in dritter Generation betreibt Marias Familie hier einen Geflügelstand. Doch die Geschäfte laufen immer schlechter, obwohl der Markt immer voller Menschen ist. „Meine Kunden kommen wegen den Horden von Touristen, die den Eingangsbereich blockieren, gar nicht mehr richtig zu uns durch“, klagt Artega, während sie mit geübten Be-

wegungen ein paar Hühnerschenkel in Reih und Glied legt. „Die Touristen wollen nichts kaufen, die bleiben nur zehn Minuten und schießen Fotos. Wir hingegen haben viele unserer alten Klienten verloren, denen das Gedränge zu stressig geworden ist.“ Längst wurden die Offerten auf dem Markt an den Geschmack der Durchgangstouristen angepasst: In den besseren Lagen am Eingang nahe der Ramblas wird ein buntes Sortiment von Fruchtsäften und -salaten an den Mann gebracht. „Die Essenz

### Film und Diskussion

■ **Opfer ihres eigenen Erfolgs?** Wie Berlin und Barcelona an ihrer Anziehungskraft zu ersticken drohen und BewohnerInnen sich dagegen wehren. Die Veranstaltung widmet sich dem häufig konstatierten „touristischen Ausverkauf“ der Städte sowie der Frage, was dagegen zu tun ist.

■ Es diskutieren Eduardo Chibás (Regisseur von „Bye Bye Barcelona“), Reme Gomez (AAVVGötik/Xarxa Ciutat Vella, Barcelona), Albert Arias (Universität Rovira i Virgili, Tarragona), Johannes Novy (Berlin), Moderation: taz-Redakteurin Edith Kresta.

■ Freitag, den 28. 11. um 19 Uhr im taz Cafe, Rudi-Dutschke-Str. 23.

dieses Marktes geht immer mehr verloren, er gleicht einer Art Themenpark“, bilanziert Joan, ein gebürtiger Barcelonese, der es sich trotz alledem nicht nehmen lässt, jeden Tag in seinem Viertel einzukaufen. „Kaum zu glauben, dass ein Markt wie die Boqueria an seinem eigenen Erfolg eingehen kann.“

Während Joan es noch halbwegs gelassen nimmt, hat der Maler Gabriel Picart dem Masentourismus und dem, was er aus dem kulturellen Erbe seiner Geburtsstadt macht, den Kampf angesagt. Seine Großmutter war 70 Jahre lang Pförtnerin des Touristenmagneten Parque Güell, der mittlerweile stolze acht Euro Eintritt kostet. Picart lernte das Malerhandwerk in der Casa Gaudí, in der einst der Meister höchstpersönlich lebte, als er den Park entwarf. „Das ist alles wie eine Virusattacke. Wir Anwohner stören nur. Auf der Straße kannst du nicht laufen, weil die Taxis vor dem Parkeingang den gesamten Platz einnehmen. In den Bus kommst du nicht, weil er voller Touristen ist. Die Läden im Viertel sind weg, weil jetzt alle auf Fast Food und Souvenirs für die Besucher umgesattelt haben.“ Das Phänomen beobachtet er in allen „heißen Zonen“ der Stadt, wie die Gegend um die Sagrada Família oder die Ciutat Vella. Für Picart stehen die Schuldigen fest: Das Rathaus und die Lobbys, die nur ihre Interessen verteidigen.

Sie haben die Argumente auf ihrer Seite: 120.000 Jobs hängen inzwischen am Tourismus, der

tagtäglich Einkünfte von 37 Millionen Euro generiert – da ist es schwierig zu meckern. Picart tut es trotzdem: „Was nützt es denn, wenn diese Stadt viel Geld mit den Touristen verdient, ich aber wegziehen muss?“

Der Parque Güell ist längst nicht der einzige öffentliche Raum, der privatisiert wurde. In den letzten Jahren ist der Festung Castell de Montjuïc und dem Hospital Sant Pau das gleiche Schicksal widerfahren. An Weihnachten wird dieses Jahr an der Plaça Catalunya eine Eispiste aufgestellt, die Benutzung ist kostenpflichtig, obwohl das Rathaus 300.000 Euro beisteuert.

Für den Städteplaner und Ingenieur Francesc Magunya ist das empörend: „In einer neoliberalen und kapitalistischen Wirtschaft dient der öffentliche Raum nur dem Konsum“, so Magunya. Und den Touristen: „Wenn die Tourismuslobby könnte, würde sie für die Einheimischen die Ramblas dicht machen“, glaubt Reme Gómez. Sie ist Bibliothekarin an der Universität Pompeu Fabra und Aktivistin in ihrem Viertel Ciutat Vella. Dort beobachtet Reme mit Sorge, wie die ursprünglichen Bewohner aus einfacheren Schichten aufgrund der steigenden Mieten immer mehr vertrieben werden. Zur Gentrifizierung kommt die Spekulation. So entstanden in der Ciutat Vella in den letzten Jahren zahllose Wohnungen und Apartments für Touristen, viele davon ohne Lizenz und somit illegal. Und Platzmangel herrscht sowieso: „In meinem Viertel sind 60 Prozent der rund 68.000 Hotelplätze untergebracht, da ist der Kollaps garantiert“, so Reme.

Nicht weit von ihr lebt Manel Nadal, der zwei Apartments für Touristen vermietet, für 90 und 60 Euro die Nacht. Damit verdient er jährlich 25.000 Euro. „Mir hat der Tourismus geholfen“, so Manel ganz pragmatisch. „Klar ist er schädlich, die Mieten steigen, die Läden machen dicht, wir Anwohner erkennen unsere alten Viertel nicht wieder. Aber lasst uns wenigstens unser Geld machen.“ Wie alle Anwohner fordert auch er, dass die Kurtaxe, die jährlich 18 Millionen Euro bringt, in diejenigen Viertel investiert wird, in denen der Andrang der Touristen am größten ist, wie etwa in der Ciutat Vella. Der Dachverband der Hoteliers hingegen glaubt, dass es besser ist, das Geld in Marketingkampagnen zu stecken, damit noch mehr Touristen kommen. Anvisiert sind weitere 2,5 Millionen in den kommenden beiden Jahren.

„Barcelona hat seine Möglichkeiten noch nicht ausgeschöpft“, so ein Manager der Hotelgruppe Barceló, der lieber anonym bleiben will. Seine Gruppe will ihre Präsenz von drei auf sechs Hotels erhöhen. Auch Bürgermeister Xavier Trias ist von der Zukunft des Tourismus überzeugt. Gerade hat er den Grundstein für einen neuen Jachthafen de Luxe gelegt. Die Tatsache, dass Barcelona am Meer liegt, ist heute mehr Fluch als Segen. Zu den Touristen, die mit Billigfliegern die Stadt ansteuern, gesellen sich jährlich 2,5 Millionen Kreuzfahrt-Touristen. Sie konsumieren die Altstadt im Schnelldurchgang. Für die Städteplanerin Zaiz Palou von der Universität in Girona ist klar: „Hier liegt nicht die Zukunft des Tourismus.“

Aus dem Spanischen von Ute Möller



Ein Klassiker: Touristen im Regen vor dem Reichstag Foto: Karsten Thielker