

Sabine Stach | Der „Wilde Osten“
oder: Die 1990er Jahre
in touristischen
Stadtführungen
in Ostmitteleuropa

DOI: 10.24425/historie.2021.140450

Keywords: tourism, commodification, communist heritage, transformation

Es braucht heute viel Imagination, um sich die Prager Innenstadt während des Staatssozialismus oder in den frühen 1990er Jahren vorzustellen. Dasselbe gilt für die Altstädte von Warschau, Krakau, Budapest oder Bratislava. In unterschiedlichem Ausmaß sind sie seit den 1990er Jahren zu touristischen „Enklaven“¹ geworden – zu Räumen, die wie Dutzende andere Stadtkerne in ganz Europa von Tourist*innen konsumiert werden. Saniert, kommodifiziert und bereinigt von den größten Hässlichkeiten sozialistischer Überbauung, laden sie dazu ein, sich durch eine historische Kulisse treiben zu lassen. Wenngleich noch immer Welten zwischen der massentouristischen Erschließung Prags und jener Bratislavas liegen, sind die Rituale touristischer Erschließung überall dieselben: Spazieren und Besichtigen, Fotografieren, Souvenirs Kaufen und im Café Einkehren dienen der Aneignung des Raumes und bringen ihn zugleich selbst als touristische Attraktion hervor.² Ganz anders, wenn man es wagt, den „Insidertipps“ der Reiseführer oder anderer Tourist*innen zu folgen, und Ausflüge in die Stadtteile Praga in Warschau, Žižkov in Prag oder Petržalka in Bratislava unternimmt. Hier kann von einer pittoresken Kulisse keine Rede sein – Arbeiterwohnungen, Plattenbauten oder unsanierte Vorkriegsbauten erwecken den Eindruck, einen Blick auf die wahren Lebensverhältnisse im postsozialistischen Osten erhaschen zu können.³ Das Un-

¹ Tim Edensor, *Staging Tourism. Tourists as Performers*, in: *Annals of Tourism Research* 2/2000 (27), S. 322-344, hier S. 328-331.

² Zum „Schreiben“ der Stadt durch den Akt des Gehens vgl. Michel de Certeau, *Kunst des Handelns*, Berlin 1988, S. 179-208.

³ Zur Suche nach „Hinterbühnen“ und authentischen Einblicken vgl. Dean MacCannell, *Staged Authenticity. Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, in: *American Journal of Sociology* 3/1973 (19), S. 589-603.

touristische, Hässliche und Dreckige wird hier zum Signum für authentische Erlebnisse und zur vermeintlichen Möglichkeit, sich von ordinären Massentourist*innen, abzugrenzen.⁴

Dieses Verlangen nach Distinktion, das so alt ist wie der Tourismus selbst⁵, macht sich eine Gruppe von Jungunternehmer*innen seit einem reichlichen Jahrzehnt zunutze, indem sie „alternative“ Stadtführungen jenseits der touristischen Zentren und/oder mit einem spezifischen thematischen Fokus anbietet. Im östlichen Europa widmen sich solche Angebote häufig der sozialistischen bzw. postsozialistischen Stadt, ihren Brüchen, ihrem sperrigen Erbe. Vorreiter waren hier die *Crazy Guides* in Krakau, die seit Mitte der 2000er Jahre Trabant-Fahrten nach Nowa Huta, einer ab 1949 am Standort eines Eisenhüttenkombinats entstandenen sozialistischen Musterstadt, anbieten.⁶ Mittlerweile gibt es zahlreiche junge Anbieter*innen, die ihre Nische darin gefunden haben, ostmitteleuropäische Großstädte als „city of contrasts“⁷ an Tourist*innen aus dem Westen zu verkaufen.

Auch in den Touren, die namentlich auf „den Kommunismus“⁸ fokussieren, spielen Transformationszeit und postsozialistische Gegenwart eine wichtige Rolle. Die 1990er Jahre erscheinen hier als seltsame Zeit, als eine Phase der Unsicherheit, des Ausprobierens und des *anything goes*, welche westliche Betrachter*innen zu erstaunen und zu erheitern vermag. Als Beispiel sei eine Episode aus Prag angeführt, die sich dort in der Hochsaison – in dieser oder ähnlicher Form – täglich wiederholt:

⁴ Zur Bedeutung von Schmutz als Authentizitätsindikator siehe auch Robert Schäfer, *Tourismus und Authentizität. Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltäglichkeit*, Bielefeld 2015, S. 216-223.

⁵ Christoph Hennig, *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*, Frankfurt am Main 1999, S. 19.

⁶ Crazy Guides: Our History, <https://www.crazyguides.com/history/> (9.7.2020).

⁷ Dies gilt besonders für Warschau, wobei hier mittlerweile auch das offizielle Stadtmarketing den Kontrastreichtum der Stadt herausstreicht. Warsaw in general, <https://www.um.warszawa.pl/en> (29.7.2020).

⁸ In den Touren ist durchweg von „Communism“ und kaum von „Socialism“ die Rede. Dies lässt sich einerseits als Ausdruck einer westlichen Perspektive, die Begrifflichkeiten des Kalten Krieges unreflektiert übernimmt, deuten. Andererseits ist der Begriff „Communism“ im englischsprachigen Fachdiskurs prinzipiell geläufiger. Um zu markieren, dass es nicht allein um Fragen der politischen Utopie bzw. Ideologie, sondern ebenso der Lebenswirklichkeit und des Alltags geht, bevorzuge ich in der Analyse an bestimmten Stellen den Begriff „Staatssozialismus“.

*Unsere Stadtführerin führt uns an den Rand des Altstädter Rings, so dass wir einen guten Blick durch die Straßenflucht der Pařížská in Richtung Letná-Hügel haben. Auf dem Berg steht eine Art großes Metronom. Sie zieht eine Fotografie aus der Tasche, die etwa dieselbe Perspektive abbildet. Statt des langen Pendels ist darauf das überdimensionale Stalindenkmal zu sehen, das hier einst stand. Die Teilnehmer*innen lachen über die grotesken Ausmaße des Propagandaprojektes. Noch heiterer wird die Stimmung, als die Stadtführerin uns mit einer weiteren Fotografie vorführt, was 1996 für eine kurze Zeit am selben Ort aufgestellt war – eine gigantische Michael-Jackson-Statue, die dessen HIStory World Tour bewerben sollte.⁹*

Ganz ähnliche Anekdoten, die das Aufeinanderprallen von Symbolen des Ostens und des Westens, von Kommunismus und Kapitalismus illustrieren, präsentieren Guides auch in anderen Städten. In Warschau erfüllt das ehemalige „Haus der Partei“ eine vergleichbare Funktion: 1991 wurde es zum Sitz der Börse und beherbergt heute ein Bank- und Finanzzentrum (und bis vor Kurzem auch einen Ferrari-Laden). Die räumliche Koinzidenz von Stalin und Jackson, von PZPR und Börse werden hier als Sinnbild der neuen neoliberalen Ordnung in Szene gesetzt.¹⁰ Was einst das Herz des Kommunismus war, sei nun zum Herz des Kapitalismus geworden. Dies, so hört man in vielen Touren, sei keineswegs als Zufall, sondern als Ausdruck einer spezifischen „Ironie der Geschichte“¹¹ zu verstehen.

Der Verweis auf den absurd anmutenden Kontrast erlaubt zwei – auf den ersten Blick widersprüchliche – Deutungen. Er kann auf der einen Seite als Antizipation einer westlichen Perspektive auf das östliche Europa beschrieben werden, mit der die Guides die Verwestlichung ihrer Gesellschaften herausstellen und aktiv vorantreiben. Auf der anderen Seite stellt die ironische, exotisierende Sprechweise jedoch gerade jene Erzählung infrage, nach der die politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Veränderungen von 1989/1990 den siegreichen Höhepunkt eines jahrelangen Kampfes für Freiheit, Demokratie und Marktwirtschaft markieren. Kom-

⁹ Prague Extravaganza: Communism and Bunker Tour, 15.7.2015. Alle Zitate und Beobachtungen zu dieser und im Folgenden auch anderen Touren entstammen meiner eigenen Feldforschung in den Jahren 2015-2019.

¹⁰ Zur neoliberalen Transformation des östlichen Europas im Allgemeinen und dem Wandel Warschaus im Besonderen vgl. Philipp Ther, *Die neue Ordnung auf dem alten Kontinent. Eine Geschichte des neoliberalen Europa*, Berlin 2014, S. 205-214.

¹¹ Vgl. etwa FREE Walking TOUR Foundation: Communist Warsaw, 28.4.2015, 13.9.2016 u. a.

mentare über die 1990er und 2000er Jahre zeugen häufig von einer weit weniger teleologischen Sichtweise und bringen das normative Modell einer Transformation nach westlichem Vorbild ins Wanken. Nicht selten rücken die individuellen Erfahrungen, die Guides in anekdotischer Form mit Tourist*innen teilen, die große Unsicherheit, die fehlende Erfahrung, ja das Chaos in den Fokus, das die Revolutionen ausgelöst hatten. Die gesellschaftliche Desorientierung illustriert ein anderer Stadtführer anhand der Michael-Jackson-Figur:

I think it very well describes the 90s, the early capitalist times, because everything was possible. Yeah, it couldn't happen now that you'd get like this big statue of some pop star at this place. But at the time it really happened! Some people, [...] especially elder people, I remember they were confused. They would remember this Stalin monument, [the] very big one from the past, and now there was another statue. So, they were like „Who is the guy? Is it another commander? Or is it another criminal...?“¹²

Indem der Guide hier Stalin und Jackson auf eine Ebene stellt, zeichnet er die Karikatur einer weltfremden, orientierungslosen Bevölkerung. Der Stadtraum wird dabei zum Indiz einer obskuren Vergangenheit im „Wilden Osten“. Inwiefern lassen sich solche raumbezogenen Praktiken der (Selbst-)Exotisierung aus den Spezifika des postmodernen Städtetourismus erklären? Und welche Rolle kommt hierbei der Transformation zu? Anhand des populären Phänomens „Kommunismustour“ möchte ich im Folgenden zeigen, dass die Einführung einer liberalen Marktwirtschaft nicht nur die nötige ökonomische Voraussetzung für derlei privatwirtschaftliche Angebote der Tourismusindustrie im östlichen Europa schuf. Vielmehr nimmt die Art und Weise, wie die Anbieter*innen sich mit Blick auf die neoliberale Transformation selbst als Unternehmer*innen und Zeitzeug*innen verorten, selbst entscheidenden Einfluss auf zentrale Deutungsmuster und Präsentationsmodi.

Kommunismustouren

Der Zusammenbruch des sowjetisch dominierten Blocks und die anschließende wirtschaftliche Transformation hatten auch für den Tourismus weitreichende Folgen. Auf der einen Seite positio-

¹² Prague Special Tours: Communism and Nuclear Bunker Tour, 11.8.2016.

nierte die neue Reisefreiheit Ostmitteleuropa inmitten der globalen Tourismusindustrie. Offene Grenzen führten zu einem sehr schnellen Wachstum des Tourismus.¹³ Auf der anderen Seite hatte das kommunistische System ein materielles Erbe hinterlassen, das selbst zum Gegenstand zunehmenden touristischen Interesses wurde. Architektonische Überreste, Denkmäler, ganze urbanistische Anlagen ebenso wie Alltagsobjekte und Insignien des überwundenen Systems wurden zur Ressource dessen, was im anglofonen Raum als „communist heritage tourism“ bezeichnet wird.¹⁴ Seit den 2000er Jahren nahmen sowohl Einheimische als auch Zugereiste die Relikte der jüngsten Vergangenheit zunehmend zum Ausgangspunkt, um eigene Unternehmen zu gründen. So eröffnete der Amerikaner Glenn Spicker 2002 sein „Museum of Communism“ in Prag¹⁵, 2006 folgte das private „DDR-Museum“ in Berlin, ebenfalls gegründet von einem Unternehmer aus dem Westen.¹⁶ Bestückt aus privaten Sammlungen, Online-Auktionen und durch Flohmarktbesuche, traten im Laufe der Zeit viele weitere Museen und Nostalgieausstellungen sowie Restaurants im Retrodesign hinzu.¹⁷

Die Entstehung dieser touristischen Nische wird in der Forschung zumeist mit Blick auf die Konflikte betrachtet, die sich aus einer solchen ökonomischen Verwertung des kommunistischen Erbes ergeben. In einigen Fällen wird sie gar mit dem Phänomen eines „Dark

¹³ Zur Tourismusentwicklung in Ostmitteleuropa in den 1990er Jahren und ihren Problemen vgl. Piotr Niewiadomski, *Geography, tourism studies and post-communist transformations in Central and Eastern Europe*, in: *Tourism Geographies* 1/2018 (20), S. 182 ff.

¹⁴ Fanny Raab, *The Significance of Socialist Heritage for Tourism in Berlin: Neglectable Niche or Important Part of the Tourist Offer?*, in: Andreas Kagermeier/Fanny Raab (Hg.), *Wettbewerbsvorteil Kulturtourismus. Innovative Strategien und Produkte*, Berlin 2010, S. 125-140; Craig Young/Sylvia Kaczmarek, *The socialist past and postsocialist urban Identity in Central and Eastern Europe. The case of Łódź, Poland*, in: *European Urban and Regional Studies* 1/2008 (15), S. 53-70.

¹⁵ Karolína Bukovská, *Museum or Tourist Attraction? The Museum of Communism in Prague*, in: *Cultures of History Forum* (17.4.2020), <https://cultures-of-history.uni-jena.de/exhibitions/czech-republic/museum-or-tourist-attraction-the-museum-of-communism-in-prague/> (6.11.2020).

¹⁶ Die Idee, in Berlin ein DDR-Museum einzurichten, stammte von Peter Kenzelmann aus Freiburg. Siehe dazu u. a. Christian Gaubert, *DDR: Deutsche Dekorative Restbestände? Der DDR-Alltag im Museum*, Berlin 2019, S. 126 f.

¹⁷ Diese Form der Vermarktung ordnet Svetlana Boym als ironisch-spielerische „reflective nostalgia“ ein. Die Beispiele, die sie nennt, stammen u. a. aus dem postjugoslawischen Raum, aus Berlin und Prag. Svetlana Boym, *The future of nostalgia*, New York 2001, S. 49-55, 196 f sowie 237.

Tourism“ in Verbindung gebracht, also Reisen an Orte, die mit Schrecken, Unglück und Tod verbunden sind.¹⁸ Aus dieser Perspektive erscheint die touristische Vermarktung vor allem als Ausdruck von Trivialisierung und Bagatellisierung der Diktaturvergangenheit, was im Widerspruch zur nationalen bzw. lokalen Identitätsbildung stehe und zu einer Disneyifizierung lokaler Kultur beitrage.¹⁹ Während die Musealisierung des Kommunismus ebenso wie Fragen einer postsozialistischen Nostalgie²⁰ mittlerweile relativ viel wissenschaftliches Interesse erfahren haben, stehen Studien zur performativen Aneignung der Zeitgeschichte, wie sie etwa

¹⁸ Als „heritage of atrocity“ bei John. E. Tunbridge/Gregory. John. Ashworth, *Dissonant heritage. The management of the past as a resource in conflict*, Chichester 1996, S. 94-130, hier v. a. S. 140-143. Als eigene Rubrik ist „communism tourism“ auf der populären Webseite von Peter Hohenhaus aufgeführt: Categories of Dark Tourism, <https://www.dark-tourism.com/index.php/destinations/categories> (16.11.2020).

¹⁹ Vgl. dazu ausführlich: Sybille Frank, *Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie*, Frankfurt a. M. 2009. Zu Problemen des City und Nation Branding siehe auch: Marina Ochkovskaya/Valentina Gerasimenko, *Buildings from the Socialist Past as part of a City's Brand Identity. The case of Warsaw*, in: *Bulletin of Geography. Socio-economic Series* 39/2018, S. 113-127; Robert A. Saunders, *Branding Interrupted. The Impact of Alternative Narrators on Nation Brandings in the former Second World*, in: Nadia Kaneva (Hg.), *Branding Post-Communist Nations. Marketizing National Identities in the „New“ Europe*, New York 2012, S. 49-78; Monika Murzyn, *Heritage Transformation in Central and Eastern Europe*, in: Brian Graham (Hg.), *The ashgate research companion to heritage and identity*, Aldershot 2008, S. 315-346; Craig Young/Duncan Light, „Communist heritage tourism“. *Between economic development and European integration*, in: Dieter Hassenpflug u. a. (Hg.), *Heritage and Media in Europe – Contributing towards Integration and Regional Development*. HERMES-Project, Bd. 3, Weimar 2006, S. 249-261.

²⁰ Zur Nostalgie in Tschechien vgl. Veronika Pehe, *Velvet Retro. Postsocialist Nostalgia and the Politics of Heroism in Czech Popular Culture*, New York 2020. Zu Polen: Sylwia Szostak/Sabine Mihelj, *Coming to terms with Communist propaganda. Post-communism, memory and generation*, in: *European Journal of Cultural Studies* 20/2017, S. 324-340; Marek Jeziński/Łukasz Wojtkowski, *Nostalgia Commodified. Towards the marketization of the post-communist past through new media*, in: *medien & zeit* 4/2016 (31), S. 96-104; Zuzanna Grębecka, *Między śmiechem a nostalgią – powroty do komunistycznej przeszłości* [Zwischen Gelächter und Nostalgie – Rückkehr zur kommunistischen Vergangenheit], in: Magdalena Bogusławska/Zuzanna Grębecka (Hg.), *Popkommunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna. Wschód – Zachód – Konfrontacje* [Popkommunismus. Das Erlebnis Kommunismus und die Popkultur. Osten – Westen – Konfrontationen], Kraków 2010, S. 321-343. Einen ersten Überblick über die Musealisierung des Staatssozialismus versuchte Volkhard Knigge (Hg.), *Der Kommunismus im Museum. Formen der Auseinandersetzung in Deutschland und Ostmitteleuropa*, Köln u. a. 2005. Eine Reflexion der tschech(oslowak)ischen Zeitgeschichte im Museum ist jüngst erschienen: Jakub Jareš u. a., *Jak vystavujeme souboré dějiny. Muzeum v diskuzi*, Prag 2020.

in historischen Reenactments, Escape-Rooms und Stadtführungen stattfindet, bislang weitestgehend aus.²¹

Zwischen Berlin und Moskau lässt sich mittlerweile eine breite Palette englischsprachiger *communism tours* für ein ausländisches Publikum finden. Sie alle versprechen, auf unterschiedliche Weise einen Einblick in die kommunistische Zeit und ihre Hinterlassenschaften zu geben. Die Formen sind vielfältig: Neben offenen, formal kostenlosen Führungen – den sogenannten *Free Walking Tours*, denen man sich spontan anschließen kann – existieren geschlossene Führungen, die im Vorfeld gebucht werden müssen. Sie finden je nach Stadtlandschaft und topografischen Gegebenheiten in (Retro-)Autos, zu Fuß oder (seltener) als Fahrradtouren statt. Zu den erfolgreichsten Unternehmen zählen die erwähnten *Crazy Guides* in Krakau, *Authentic Slovakia* in Bratislava und Košice, *Prague Special Tours* und *Adventure Warsaw*. Letztere sind zugleich Betreiber des Museums „Leben in der Volksrepublik“ (Muzeum Życia w PRL) und Veranstalter verschiedener Stadtrallies, die sich auch an ein einheimisches Publikum richten.

Wenngleich ich den Fokus hier darauf lege, inwiefern sich die Kommunismustouren von „herkömmlichen“ Stadtführungen unterscheiden, teilen sie doch wesentliche Eigenschaften mit konventionellen, überblicksartigen Touren. Ungeachtet ihres thematischen Zuschnitts finden die Touren in der lebendigen Stadt der Gegenwart statt. Ihre Routen führen daher keineswegs – und im Falle Prags fast gar nicht – durch homogene „kommunistische“ Umgebungen, sondern durch heterogene Stadtlandschaften, deren Palimpsest-Charakter die Stadtführer*innen für ihre Gäste zu entschlüsseln versprechen. Die Guides fungieren demnach als „Cho-

²¹ Eine Ausnahme stellen die *Crazy Guides* dar, die als unternehmerische Pioniere in dieser Branche insbesondere das Interesse von Ethnolog*innen geweckt haben: Magdalena Banaszekiewicz, *Turystyka w miejscach kłopotliwego dziedzictwa* [Tourismus an Orten mit einem schwierigen Erbe], Kraków 2018; Monika Golonka-Czajkowska, *Podróż do krainy zwanej Nową Hutą, czyli o komunizmie jako atrakcji turystycznej* [Reise in ein Land namens Nowa Huta oder Über den Kommunismus als Touristenattraktion], in: Magdalena Bogusławska/Zuzanna Grębecka, *Popkomunizm. Doświadczenie komunizmu a kultura popularna. Wschód – Zachód – Konfrontacje* [Popkommunismus. Das Erlebnis Kommunismus und die Popkultur. Osten – Westen – Konfrontationen], Kraków 2010, S. 287-302; Britta Timm Knudsen, *The past as staged-real environment. Communism revisited in the Crazy Guides Communism Tours*, in: *Journal of tourism and cultural change* 3/2010 (8), S. 139-153.

reograph*innen“, die die Blicke der Tourist*innen lenken.²² Erst in dem Objekte aus dem Stadtraum gemeinschaftlich betrachtet, in einen historischen Sinnzusammenhang gestellt und mit den Erfahrungen bzw. dem Vorwissen der Reisenden verknüpft werden, avanciert ein bestimmtes Erbe – hier jenes des (Post-)Kommunismus – zur Sehenswürdigkeit. Aus Sicht der Performance Studies formuliert David Overend diesen Prozess so: „The very act of passing through, of touring, is part of the relational processes which continually construct the site. In other words, the guided tour, writes‘ sites as well as ‚reading‘ them.“²³ Doch was wird hier als „sehenswürdig“ konstruiert?

Exotik, Abenteuer, Elend: Der (Post-)Kommunismus als touristisches Alternativangebot

Spätestens seit den 1960er Jahren versuchte die staatliche Tourismuspolitik in Polen und in der Tschechoslowakei, den Einreisetourismus aus dem Westen mit Blick auf die ersehnten Devisen zu steigern. Tatsächlich kamen zunehmend Reisende aus West- und Nordeuropa sowie den USA, darunter viele mit polnischen Wurzeln, zum Urlaub hinter den Eisernen Vorhang. In ihrer Analyse amerikanischer und deutscher Reiseführer über Polen hat Joanna Dybiec herausgearbeitet, worauf ihr Interesse gerichtet war: Reiseführer-Autor*innen versprachen einen intimen Einblick in den staatssozialistischen Alltag sowie Erfahrungen jenseits der ausgetretenen Pfade. Im touristischen Imaginarium trat der kommunistische Block dabei als gefährliches Territorium auf, dessen Hauptanziehungspunkt das politische System war. Zugleich wurde er als ein abgelegener Raum jenseits des Kapitalismus beworben – als Zeitreise in rückständige Gesellschaften, in denen im Westen längst vergessene Lebensformen bewahrt worden seien.²⁴ Die ge-

²² Edensor, *Staging Tourism* S. 326; Zur Rolle des Tourguides vgl. auch Erik Cohen, *The Tourist Guide. The Origins, Structure and Dynamics of a Role*, in: *Annals of Tourism Research* 1/1985 (12) S. 5-29; Freeman Tilden, *Interpreting Our Heritage*, Chapel Hill 1977 (zuerst 1957); Jonathan R. Wynn, *The tour guide. Walking and talking New York. Fieldwork encounters and discoveries*, Chicago 2011.

²³ David Overend, *Performing Sites. Illusion and Authenticity in the Spatial Stories of the Guided Tour*, in: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 1/2012 (12), S. 44-54, hier S. 51.

²⁴ Joanna Dybiec, *Guidebook Gazes. Poland in American and German Travel Guides 1945-2002*, Münster 2004, v. a. S. 152-166. Mit Bezug auf die Idee einer Zeitreise spricht Dybiec vom „Freezer“-Konzept.

nun touristische Suche nach dem Exotischen, dem Alltagsfernen und dem „edlen Wilden“²⁵, so ließe sich zuspitzen, fand ihr Ziel also gerade im Mangel dessen, was zu Hause im Überfluss vorhanden war.

Der Zusammenbruch des kommunistischen Lagers beendete diese Suche nach Einfachheit und Abenteuer nicht. Im Gegenteil – in den ersten nachrevolutionären Wochen und Monaten nahm der exotisierende Blick auf den Osten neue Formen an. Zugleich wurde die Idee einer unvermittelten Begegnung mit der „Geschichte im Werden“ zu einem der Hauptmotive für Reisen nach Polen, in die Tschechoslowakei, die DDR oder nach Rumänien. Reiseführer der frühen 1990er Jahre hoben die einzigartige Möglichkeit hervor, den „Geist der Freiheit“ live zu erleben und eine Art „jungfräuliches Territorium“ zu besuchen, das noch nicht vom Massentourismus verdorben sei.²⁶ Spätestens ab Mitte der 1990er Jahre konnte von einer unbekanntenen, wilden, ja nicht-kapitalistischen Destination jedoch keine Rede mehr sein. Nicht nur Prag war zu einem Zentrum des Massentourismus geworden. Auch die Stadträume selbst wurden in dieser Zeit umgestaltet: Ein Großteil des kommunistischen Erbes war abgerissen, renoviert oder aus den Stadtzentren entfernt worden.

Je mehr Polen, Tschechien und die Slowakei ihr Image als „alternative“ und exotische Reiseziele verloren, desto stärker wurde dieser Status auf einzelne Produkte der Tourismusindustrie übertragen. In dem Maße, in dem das materielle Erbe des Kommunismus zu verschwinden drohte, wuchs seine Attraktivität als ökonomische Ressource für ein kulturinteressiertes Publikum. So locken die Kommunismustouren bis heute mit der Aussicht, ein zunehmend unsichtbares Erbe sichtbar zu machen und die letzten Relikte einer vergangenen Epoche aufzustöbern, bevor spätkapitalistische Urbanistik oder Massentourismus sie zerstören werden.²⁷ Der Fokus auf

²⁵ Hennig, *Reiselust* 124 ff.

²⁶ Andaluna Borcila, *American Representations of Post-Communism. Television, Travel Sites, and Post-Cold War Narratives*. [Routledge Research in Cultural and Media Studies, Bd. 66], London/New York 2015, S. 104-119; Polen wurde etwa als „forrunner of freedom“ beschrieben sowie als Land der Gegensätze „between a demented nightmare and a crazy, fascinating adventure“. In der Beschreibung des neuen Freiheitsglücks fand sich häufig die Metapher eines „betrunkenen“ Landes. Dybiec, *Guidebook Gazes*, S. 167-172.

²⁷ Bratislavu spoznávaljú turisti aj inak: V retro aute sa vrátia v čase, in: *Bratislavské Noviny*, 22.6.2019. Die Behauptung, das wirklich Sehenswerte sei im Verschwin-

das (bedrohte) Erbe der Vergangenheit bezieht sich dabei keineswegs ausschließlich auf den Kommunismus, vielmehr legen einige Touren von *Adventure Warsaw* und *Authentic Slovakia* ihr Augenmerk auch auf das Vorkriegs- bzw. Industrieerbe. Das erfolgreichste Angebot Letzterer, das im Folgenden im Mittelpunkt stehen wird, ist die „Bratislava Post Socialist City Tour“²⁸, die in einem alten Škoda stattfindet und wie folgt beworben wird: „Explore a vast concrete housing estate, the Soviet monument Slavín, post-industrial developments, the Iron Curtain border zone and loads of communist-era architecture. This off-the-beaten-track tour brings alive the story of Bratislava in the turbulent 20th century.“²⁹

Obwohl sich die (Post-)Kommunismustouren in Stil, Dauer und Preis deutlich unterscheiden, ist ein gemeinsames Merkmal ihre Selbstinszenierung als „alternative“ Erfahrung. Ihre Routen liegen, so das Versprechen, „abseits der ausgetretenen Pfade“³⁰:

Die Fahrt geht schnell hinaus aus dem historischen Zentrum. Neben einigen Highlights des kommunistischen Städtebaus, darunter das Rundfunkgebäude in Form einer auf den Kopf gestellten Pyramide und das Plattenbaugelände im Viertel Petržalka, besuchen wir vor allem Orte, die den radikalen Wandel der Stadt seit 1989 bezeugen. Unser Guide bringt uns zu einer ganzen Reihe von verfallenen Fabriken und tristen Industriebrachen, zu Neubauprojekten wie Investruinen. Er zeigt uns eine Brauerei, die entgegen anderen Versprechen des Investors geschlossen wurde und nun abgerissen wird, und gibt uns aus der Vogelperspektive des Slavín-Hügels einen Überblick über die Sünden der jüngeren Stadtplanung. Er berichtet von Penthäusern, die nur durch Korruption eine Baugenehmigung bekommen hätten, von Vetternwirtschaft und Skandalen in der städtischen wie staatlichen Verwaltung und vom traurigen Schicksal lokaler Betriebe, deren jahrzehntealte Tradition heute im Verschwinden begriffen sei.³¹

den begriffen, ist aber keineswegs auf das Erbe des Kommunismus beschränkt, wie Groebner zeigt. Valentin Groebner, *Retroland. Geschichtstourismus und die Sehnsucht nach dem Authentischen*, Frankfurt am Main 2018, S. 16.

²⁸ Unter diesem Namen firmierte die Tour bis 2019, heutenennt sie sich „Post-Communist Bratislava Tour“.

²⁹ authentic slovakia: Post-Communist Bratislava Tour, <https://www.authentic-slovakia.com/bratislava-tours/post-communist-bratislava-tour/> (29.7.2020).

³⁰ Diesen Anspruch tragen einige Touren sogar im Titel, etwa die Tour „Off the beaten path“ des Anbieters *Adventure Warsaw*.

³¹ Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 14.7.2015.

Als „authentisch“³² und damit sehenswert wird in dieser und ähnlichen Touren das präsentiert, was abseits der sauberen, durch Globalisierung und Massentourismus homogenisierten Innenstädte liegt. Neben dem „klassischen“ kommunistischen Erbe – repräsentative Gebäude, Denkmäler, Plattenbauviertel und in Prag einige Bunker – sind düstere, zerstörte und verlassene Orte beliebte Ziele vor allem der Touren per Auto. Liquidierte Fabriken, verfallene Denkmäler, ruinöse Bauten gehören ebenso dazu wie der seit Jahren außer Betrieb gesetzte Brunnen auf dem tristen „Platz der Freiheit“ in Bratislava sowie Markthallen, Restaurants, Kneipen und Milchbars, die ihre besten Jahre augenscheinlich hinter sich haben.³³

Was hier zum Tragen kommt, ist zweierlei: Einerseits eine bis in die Romantik zurückreichende Faszination des Ruinösen, die vor allem ästhetisch motiviert ist und ihren Blick auf Patina und andere Spuren des unwiderruflich Vergangenen richtet.³⁴ Cornelius Holtorf hat dafür den Begriff „Pastness“ vorgeschlagen: Die Qualität von Objekten liege für postmoderne Betrachter*innen weniger in ihrem tatsächlichen Alter, als vielmehr in deren Wahrnehmung als „objects that possess pastness.“³⁵ Hinzu kommt andererseits die genuin touristische Suche nach „existenzieller Authentizität“³⁶, die mehr und mehr jenseits standardisierter Erlebnisse gesucht wird und die die alte Unterscheidung zwischen passiv-oberflächlichen „Touristen“ und aktiv-sensiblen „Reisenden“ fortschreibt.³⁷ So

³² Zu Begriff und Konzept von „Authentizität“ existiert in der Tourismusforschung eine breite Theoriedebatte, die hier nicht vertieft werden kann. Einen guten Überblick liefert etwa Ning Wang, *Rethinking Authenticity in Tourism Experience*, in: *Annals of Tourism Research* 2/1999 (26), S. 349-370.

³³ Auch andere Touren desselben Anbieters, die über Bratislava hinausgehen, versprechen Erlebnisse des Einfachen, Rückständigen, Verfallenen. Im „Village Pub Crawl“ können einfache Dorfkneipen besucht werden, die Carpathian Castle Ruins Tour führt ausschließlich zu Burgruinen. Tours in Bratislava, <https://www.authenticitylovakia.com/bratislava-tours/> (20.7.2020).

³⁴ Hartmut Böhme, *Die Ästhetik der Ruinen*, in: Dietmar Kamper/Christoph Wulf (Hg.), *Der Schein des Schönen*, Göttingen 1989, S. 287-304. Siehe dazu auch Georg Simmel, *Die Ruine*, in: ders.: *Philosophische Kultur*, Potsdam 1923, S. 135-143.

³⁵ Cornelius Holtorf, *On Pastness. A Reconsideration of Materiality in Archeological Object Authenticity*, in: *Anthropological Quarterly* 2/2013 (86), S. 427-444, hier 431.

³⁶ Kjell Olsen, *Authenticity as a Concept in Tourism Research. The Social Organization of the Experience of Authenticity*, in: *Tourist Studies* 2/2002, S. 159-182.

³⁷ Hennig, *Reiselust*, S. 19. Hier zeigen sich starke Analogien zu Andreas Reckwitz' Diagnose einer „Gesellschaft der Singularitäten“, in der systematisch das

hat etwa Kjell Olsen herausgearbeitet, wie die Tourismusindustrie zunehmend Produkte verkauft, in denen sich Menschen explizit von der eigenen Touristenrolle distanzieren können.³⁸ „Such contexts are often created by involving tourists in activities where the characteristics usually ascribed to the tourist role are no longer viable.“³⁹ Ein ähnliches Prinzip offenbaren die privaten, erlebnisorientierten Kommunismustouren, wenn sie ihre Gäste an triste Orte, soziale Brennpunkte und in einfache Kneipen jenseits jeden touristischen Luxus führen. Wie diese Stadtführungen zeigen, kommt solchen städtischen Räumen dabei eine besondere Rolle zu, die von den vielfältigen sozialen Verwerfungen im Gefolge der Transformation zeugt. So führen die Guides in Bratislava, Warschau und teils auch in Prag ihre Kund*innen sowohl zu Objekten, die im Übergang von der sozialistischen Plan- zur liberalen Marktwirtschaft zerstört wurden, als auch an Orte, die ihn in einer Art Zeitkapsel überdauert haben.

Aus einer performativen Perspektive zeigt sich, dass diese Besuche weit über einen rein ästhetischen Genuss der Vergangenheit hinausgehen. Das Interesse an den marginalisierten oder abgelegenen Räumen spiegelt vielmehr jenen oben beschriebenen westlichen Blick wider, der die Wahrnehmung vieler Reisender bereits vor 1989 geprägt hatte. Im sinnlich-körperlichen Erlebnis eines abgeschiedenen, „rückständigen“ Raums scheint die Grenze zwischen Vergangenheit und Gegenwart verwischt – eine Imagination, die selbst die Menschen, die hier leben, einschließt:

*In der „Bratislava Post Socialist City Tour“ führt unser Guide uns in eine, in den 1970er Jahren erbaute Markthalle am Rand der Stadt, die ohne wesentliche Umbauten bis heute als solche fungiert. Während des Aufenthaltes beobachten wir Rentner*innen, Arbeitslose und andere dabei, wie sie bedächtig ihre Einkäufe erledigen oder in einer der vielen winzigen Weinbars sitzen.⁴⁰*

Hier werden die Einheimischen als physischer Beleg dafür herangezogen, was derselbe Guide wenig früher über die Ineffizienz der

Besondere dem Standardisierten vorgezogen wird. Vgl. Andreas Reckwitz, *Das Ende der Illusion. Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne*, Berlin 2019, S. 19 f.

³⁸ Als Beispiel für eine solche gezielte Generierung „untouristischer“ Kontexte führt Olsen etwa einen Segelurlaub an, in dem sich die Reisenden der Hierarchie an Bord unterordnen müssen. Olsen, *Authenticity as a Concept*, S. 169 und 173.

³⁹ Ebd., S. 175.

⁴⁰ Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 14.7.2015.

kommunistischen Wirtschaft und die Bescheidenheit des täglichen Lebens in der Tschechoslowakei gesagt hatte. Die Suggestion, hier „erlebe“ man Geschichte, ist freilich nicht nur anachronistisch, sondern auch höchst problematisch: Die Menschen, die hier an einem Mittwochmorgen einkaufen und trinken, gehören mehrheitlich zu denen, die nicht von der wirtschaftlichen Transformation profitiert haben. Durch unsere Stadtführung sind sie dem Voyeurismus zahlender Gäste ausgesetzt und werden zu unfreiwilligen Statist*innen einer Art Living-History-Darstellung.⁴¹

Während dieser Guide in Bratislava die soziale Problematik hier nicht kommentiert, nutzt er andere Orte ganz explizit, um zu Problemen des Transformationsprozesses Stellung zu beziehen. So führt er uns etwa in das Schicksal der ehemaligen Brauerei ein, in der sein eigener Vater gearbeitet hatte. Diese sei Anfang der 1990er Jahre von ausländischen Investoren gekauft und schließlich stillgelegt worden. Auch auf dem Gelände der ehemaligen Matador-Reifenfabrik erzählt er von der raschen Liquidation vieler Fabriken und den sozialen Problemen, die dies mit sich gebracht habe: Arbeitslosigkeit, Obdachlosigkeit, Drogenabhängigkeit, Kriminalität. Im nahe gelegenen Wohnviertel Petržalka spricht er wenig später gar von No-go-Areas, die in den ersten Transformationsjahren entstanden seien: „[I]n 1990s it was really ... I was afraid to go there, even during the daylight. But this was even more like ... whole Petržalka had quite bad reputation.“⁴² Ein ähnlich düsteres Bild zeichnen auch die polnischen und slowakischen Guides. Eine Stadtführerin in Warschau charakterisiert die ersten Transformationsjahre in ihrer Einführung wie folgt:

I don't remember [...] the communists. But I remember the transition. And those who think that, from one day to another, we became a happy country, [a] democratic country, they're totally wrong. 90s were mafia, 90s were pollution [...] German people, you know this joke: „You're going to Poland for holidays, your car is already there.“ [Gelächter] Those jokes started in the 90s, when actual Polish mafias were bringing cars from Germany.⁴³

⁴¹ Vgl. dazu auch: Sabine Stach, *Urbanität und Nostalgie? Auf der Suche nach Entschleunigung in der touristischen Vermarktung des „kommunistischen Erbes“*, in: Bianca Hoenig/Hannah Wadle (Hg.), *Eden für jeden? Touristische Sehnsuchtsorte in Mittel- und Osteuropa nach dem Zweiten Weltkrieg bis zur Gegenwart*, Göttingen 2019, S. 281-308.

⁴² Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 17.10.2016.

⁴³ FREE Walking TOUR Foundation: Communist Warsaw, 13.9.2016.

Wenngleich die Tour, der dieses Zitat entstammt, nicht an abgelegene Orte, sondern vom Warschauer Nationalmuseum über das Marszałkowska-Wohnviertel zum Kulturpalast führt, zeigt sich auch hier, wie sich das Bild eines gefährlichen postkommunistischen Raumes mit dem populären Stereotyp eines „Wilden Ostens“ vermischt.

Kinder der Transformation

Dass sich die zitierte Warschauer Stadtführerin eher an die chaotischen Transformationsjahre als an das Leben im Staatssozialismus erinnert, ist kaum verwunderlich. Die deutliche Mehrheit der lokalen Unternehmer*innen, die Kommunismustouren anbieten, sind Ende der 1970er oder Anfang der 1980er Jahre geboren. Die Zeit des Übergangs in den 1990er Jahren fiel mit der identitätsstiftenden Phase ihrer Sozialisation zusammen. In vielen Fällen haben sie Geisteswissenschaften, Sprachen, Geografie oder Kunst studiert und ihre Unternehmen vor etwa zehn Jahren gegründet. Auch wenn die freiberuflichen Stadtführer*innen sogar häufig noch etwas jünger sind, werden die hier untersuchten Touren im Allgemeinen von einer Generation angeboten, die den Kommunismus im Kindesalter erlebt hat. In ihren Erzählungen schöpfen die Guides daher in hohem Maße aus dem Familiengedächtnis, teilweise aber auch aus ihren eigenen Kindheits- und Jugenderinnerungen, die in der Regel die späten 1980er und die 1990er Jahre betreffen.

Die ersten Transformationsjahre schildern sie einerseits als eine Zeit der plötzlichen Deregulierung, in der es in verschiedenen Bereichen der Gesellschaft zu enormen sozialen Problemen kam. Zugleich jedoch erscheinen die 1990er Jahre im nostalgischen Licht der eigenen Kindheit und Jugend, in denen die heutigen Stadtführer*innen ihre ersten Schritte sowohl in das Erwachsenenleben als auch in eine westliche Konsumwelt unternahmen. So zeigt ein Warschauer Stadtführer unserer Gruppe das Kino, in dem er 1993 den Film *Jurassic Park* gesehen hat. Ein anderer Guide erinnert sich an das oben genannte Michael-Jackson-Konzert in Prag, und ein weiterer an seine erste Reise nach Österreich, wo er seine erste Milka-Schokolade gekauft hatte.⁴⁴

⁴⁴ Adventure Warsaw: Communism Tour, 10.9.2016; Prague Special Tours: Communism and Nuclear Bunker Tour, 16.7.2015; Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 14.7.2015 und 17.10.2016.

Vielen Touren, darunter die „Post Socialist City Tour“ in Bratislava, gehen jedoch weit über solche individuellen Erinnerungen aus dem Bereich der Populär- bzw. Konsumkultur hinaus. Im Interview erzählt mir einer der Unternehmensgründer, wie er als Jugendlicher mit seinen Freunden das sich rasch verändernde Bratislava erkundete und die urbanen Freiräume nutzte:

For drinking we had the really cool places, like sitting on the pillars of the old bridge [...] Now it's hard to go there, because there are new bars. But before it was easier. We just went on the ladder and every Friday at five, six p.m. we went there with bottle of wine, well [...] not every Friday. But when I was 17, 18 it was one of my most popular places of Friday drink.⁴⁵

In vielen Teilen der Tour, an der ich zweimal mit demselben Guide teilnahm, führt dieser uns an Punkte seiner ganz persönlichen Biografie. Er verweist auf seine Lieblingsorte, zeigt uns seine ehemalige Schule und seinen Wohnblock und gibt individuelle Ausflugsempfehlungen. Das Bratislava der 1990er Jahre, das wir hier kennenlernen, erscheint als eine Art riesiger Abenteuerspielplatz: Während ihre Eltern sich neu orientieren mussten, versuchten sich die Jugendlichen in stillgelegten Fabriken und an abgelegenen Orten im Trinken und im Autofahren ohne Führerschein.

Die sehr persönliche Art der Präsentation deutet auf ein besonderes Rollenverständnis der Guides hin. Im Bestreben, sich vom altmodischen Bild eines Stadtführers abzugrenzen, der lange Monologe hält und lediglich Fakten aneinanderreihet, legen die jungen Guides den Fokus auf unterhaltsame Erzählungen und präsentieren sich nicht als unpersönliche Dienstleister*innen, sondern als freundschaftliche Gastgeber*innen. Sie sind damit Teil dessen, was Jeroen Bryon als „storytelling industry“ bezeichnet hat.⁴⁶ Die oben beschriebene Inszenierung als „untouristisches“ Erlebnis basiert in hohem Maße auf einem gelungenen informellen Austausch zwischen Guide und Gästen.

Die Faszination am Veränderungsprozess seiner Heimatstadt, an der uns der Bratislaver Unternehmer-Guide teilhaben lässt, stellt

⁴⁵ Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 17.10.2016.

⁴⁶ Jeroen Bryon, *Tour Guides as Storytellers. From Selling to Sharing*, in: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 1/2012 (12), S. 27-43.

letztendlich auch den Ausgangspunkt für seinen Einstieg in die Tourismusbranche dar, wie er mir erzählt:

We [decided to] make something different. The thing of [...] difference was the most important. [...] Actually, first time we called this tour „Changing Bratislava tour“, because we wanted to focus [on] how the modern development projects suddenly are there, destroying the abandoned factories. It was a little bit an urban exploring tour and it still is.⁴⁷

Dass diverse Industriebrachen hier zur touristischen Destination werden, erklärt sich also aus der Leidenschaft der Jungunternehmer ebenso wie aus dem neuen Berufsverständnis der Guides. Zugleich dienen gerade diese Orte der kritischen Betrachtung des teils ungeregelten Stadtumbaus, der in den 1990er Jahren einsetzte und andauert. So machte derselbe Guide keinen Hehl daraus, wie sehr er Prozesse der Privatisierung, der Korruption und den Verlust lokalen Industrierbes bedauert. Am Ort der ehemaligen Brauerei führt er aus:

And then a new Finnish investor bought it, YIT Company is the name, and they ruined [...] the whole complex of the brewery [...] and now they already started to build a new, multifunctional complex, what I don't like too much. It's just modern stuff.⁴⁸

An einem anderen Ort fährt er fort:

[T]hese buildings will probably be demolished soon, [...] because they are not protected, as I've mentioned, like cultural heritage, so it's a pity. [...] It's already demolished for most parts, just this is still standing but I'm afraid it will be gone soon, too.⁴⁹

Ähnlich bedauernd äußert sich der Stadtführer an vielen Stellen über die Ersetzung lokaler Strukturen durch internationale Unternehmen. Er beklagt die Schließung eines kleinen Programmkinos infolge der Eröffnung globaler Multiplex-Kinos ebenso wie die Abholzung von Weinbergen für neue Luxusapartments und die fehlende Wertschätzung für das lokale Industrierbe, die in anderen Ländern heute selbstverständlich sei.⁵⁰

⁴⁷ Interview mit P., Authentic Slovakia, 17.10.2016.

⁴⁸ Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 17.10.2016.

⁴⁹ Authentic Slovakia: Bratislava Post Socialist City Tour, 17.10.2016.

⁵⁰ Ebd. sowie in der gleichen Tour am 14.7.2015. Ähnlich beklagt eine Stadtführerin in Prag die Ersetzung lokaler Kantinen und Kneipen durch globale Ketten. Prague Extravaganza: Communism and Bunker Tour, 15.7.2015.

Die profitorientierte Zerstörung von lokalem Erbe steht ebenfalls in der Warschauer „Off the Beaten Track“-Tour immer wieder im Fokus. Auch hier geht es um Gebäude, die aus der Vorkriegszeit stammen und nun, nachdem sie den Kommunismus überlebt haben, dem spätkapitalistischen Ausverkauf der Stadt weichen müssten: Nachdem der Guide einen kurzen Einblick in die jüdische Geschichte Warschaus gegeben hat, führt er uns zu einem leer stehenden Haus in der kleinen Prózna-Straße unweit des Kulturpalastes, das einer jüdischen Familie gehört habe. Wenngleich er kritisiert, dass die Kommunisten repräsentative Stadthäuser wie dieses hätten verfallen lassen, bedauert er die nun angeblich bevorstehende Luxussanierung ungleich stärker. Unweit davon, in der Emilia-Plater-Straße, führt er uns wenig später ins Treppenhaus und den Hinterhof eines anderen unsanierten, aber bewohnten Vorkriegshauses, das Einschussspuren aus dem Warschauer Aufstand 1944 trägt. Ein Café im Hinterhof stellt der Stadtführer als Ort alternativer Kultur vor, der jedoch ebenfalls durch den Prozess der Gentrifizierung bedroht sei.⁵¹

Die ehemaligen Fabrikgelände in der Slowakei ebenso wie der Warschauer Hinterhof werden hier aus einem nostalgischen Blickwinkel betrachtet und durch kapitalismuskritische Kommentare als bedrohtes Kulturerbe eingeordnet. Gegenstand der Nostalgie ist – ähnlich wie bereits im West-Ost-Tourismus seit den 1960er Jahren – eine noch nicht vom Neoliberalismus deformierte Kultur- und Naturlandschaft. Vor allem in Bratislava zeigt sich darüber hinaus ein zweiter Sehnsuchtsort, der für die Tourist*innen nicht wenig anziehend scheint: der Geist der Freiheit, den die Kinder der Transformation in den späten 1980er und frühen 1990er Jahren erlebten. Als Illustration dafür, wie sehr beide Aspekte in den hier analysierten Kommunismustouren ineinanderfließen, sei ein letztes Mal eine Situation aus der „Post-Socialist City Tour“ in Bratislava angeführt: Auf einer Industriebrache stehend, bedauert der Stadtführer darin das Verschwinden eines Fabrikgeländes, auf dem er als Jugendlicher viele Stunden verbracht habe. Dass dieses Bedauern über den schrittweisen Verlust seines biografischen Mikrokosmos hinaus einen sehr realen, ökonomischen Aspekt hat, verschweigt der Unternehmer nicht: „With some people we went also to this building but now it’s ruined. [...] You know, they ruined the stuff for our tours.“

⁵¹ Adventure Warsaw: Off the Beaten Track Tour, 29.3.2015.

Kommodifizierte Kapitalismuskritik?

Der letzte Punkt berührt ein grundlegendes Paradoxon „alternativer“ Stadttouren: Die Guides artikulieren eine kritische Auffassung darüber, wie sich die wirtschaftliche Transformation vollzogen hat, und kritisieren offen die Auswüchse des globalen Kapitalismus. Gleichzeitig sind sie selbst erfolgreiche Unternehmer*innen in einer Nische der Tourismusindustrie, die ihren Profit aus der Interpretation genau dieser Widersprüche zieht. Diese dialektische Spannung wird gelöst, indem die Kommunismustouren als Angebote jenseits des gewöhnlichen Massentourismus vermarktet werden. Inszeniert als nichtstandardisierte Erlebnisse eines Alternativtourismus versprechen sie Reisenden einen authentischen Blick auf die Verwerfungen der postkommunistischen Gesellschaften. Unterstützt wird dies durch eine dialogische Art der Führung, in der die Stadtführer*innen persönliche Geschichten und Gefühle teilen und sich als Gleichgesinnte und temporäre Freund*innen präsentieren.

Letzteres kann man als Verschleierung des Dienstleistungsverhältnisses, als bewusste Negierung der ökonomisierten Beziehung zwischen Guide und Publikum lesen. Eine solche Interpretation würde die Tourist*innen jedoch als eine passive, betrogene Masse konzipieren – eine Vorstellung, die die Tourismusforschung längst überwunden hat.⁵² Stattdessen lassen sich insbesondere die geschlossenen, erlebnisorientierten Kommunismustouren in Retro-Autos besser als eine Art ironisches Spiel begreifen, in dem die Guides ihre eigene Rolle im Kapitalismus nicht nur reflektieren, sondern auch inszenieren. In ihrer Analyse der *Crazy Guides* hat Britta Timm Knudsen diese Strategie als „kapitalistisches Framing“ der Führungen bezeichnet. Sie zeigt, wie die Stadtführer*innen offen die Tatsache kommentieren, dass sie von der kommunistischen Vergangenheit leben, indem sie sich selbst als „new symbolic workers of the new capitalist and democratic century in Poland“⁵³ in Szene setzen.

„Alternative“ touristische Angebote wie die hier besprochenen Stadtführungen, so ließe sich resümieren, sind in vielerlei Hinsicht

⁵² Maxine Feifer: *Going Places: The Ways of the Tourist from Imperial Rome to the Present Day*, London 1985, S. 2.

⁵³ Knudsen, *The past* S. 45.

eine selbstironische Inszenierung der grundlegenden Dialektik des Tourismus, wie Hans Magnus Enzensberger sie bereits 1958 in seinem berühmten Essay *Vergebliche Brandung der Ferne* beschrieben hat. Laut ihm führt die touristische Sehnsucht nach dem Authentischen unweigerlich in die Tourismusindustrie und zerstört damit *per se* jene Unberührtheit, nach der sie strebt.⁵⁴ In Analogie dazu kann auch die Zeitreise vom Kapitalismus zum Kommunismus nur als Spiel erfolgreich sein. In stiller Kooperation simulieren Tourist*innen und Guides das Heraustreten aus der Tourismusindustrie. Indem sie verlassene, hässliche und ruinöse Orte besuchen, die von den Widersprüchen zeugen, die der Umbruch 1989/1990 auslöste, negieren sie performativ das Narrativ einer erfolgreichen Transformation. Die Überlegenheit des Kapitalismus über den Sozialismus wird damit infrage gestellt. Teilnehmen kann an dieser Erfahrung allerdings nur, wer sich den hohen Preis einer privaten Stadtführung leisten kann.

Abstract

The “Wild East” – or: The 1990s in Guided City Tours in Central and Eastern Europe.

Using the example of recent English-language communism tours in Central and Eastern Europe, this article presents the transformation from communism to democracy as told in the international tourism industry. Young guides, being themselves “children of the transformation”, portray the 1990s as a strange time and period of “anything goes”. Along with various practices of (self-)exoticization, a fundamental paradox of such “alternative” city tours is discussed – namely, the fact that many guides articulate a critical view of how the economic transformation took place and openly criticize the excesses of global capitalism. At the same time, they are themselves successful entrepreneurs in a niche of the tourism industry that makes its profit from interpreting precisely these contradictions.

⁵⁴ Hans Magnus Enzensberger, *Vergebliche Brandung der Ferne. Eine Theorie des Tourismus*, in: *Merkur* 8/1958 (12), S. 701-720.