

«Die Alpen sind schräg»

Festivals, Ausstellungen und andere Anlässe zum Thema Berg haben Hochkonjunktur. Doch was ist eigentlich alpine Kultur? Ein Gespräch unter Kulturschaffenden.
VON WALTER AESCHIMANN



Freizeit, Erholung und Naturgenuss: Den Bergen wird heute eine kompensatorische Rolle zugeordnet.

PETER KLAUNZER / KEYSTONE

Unter dem Stichwort «Alpine Kultur» listet zum Beispiel die Informationsplattform *Swissmountains.ch* nur drei Einträge auf: den Schweizerischen Schwingerverband, Alphornmusik und das Schweizer Heimatwerk. Ist alpine Kultur damit korrekt vertreten?

Beat Hächler: Nein, überhaupt nicht. Kultur ist, was Menschen tun. RTL 2 schauen und SMS schreiben gehört auch zu alpiner Kultur. Deshalb würde ich auch sagen, was der Volkskundler Walter Leimgruber sagt: Es gibt keine alpinen Themen, alle Themen sind alpin. Das gilt auch in umgekehrter Richtung. Alphornisten gibt es in Ostermündigen und das Raclette im Supermarkt in Emmenbrücke.

Andreas Weissen: Ich sehe schon spezifische alpine Themen. Die Topografie etwa und Naturgewalten. Wenn 400 Leute wegen Lawinengefahr evakuiert werden müssen, sind das Gefahren, die im Mittelland nicht erlebbar sind. Der Alpenraum ist nur mässig dafür geeignet, dass man dauerhaft in ihm siedelt. Die Alpen sind Rückzugsgebiet, wo Steinböcke überleben und eigenartige Sprachen, wie mein Walliser Dialekt. Die Alpen sind schräg, und Menschen, die dauerhaft dort leben, sind auch etwas schräg. Sonst würden sie nicht bleiben.

Gian Rupf: Alpine Kultur ist wie ein grosser Kratten, in dem viele Themen aufgehoben sind. Jeder nimmt für sich, was ihm passt. Letztlich aber sind wir Menschen die lebendige alpine Kultur. Der Tourismusmarkt versucht der alpinen Kultur ein Etikett aufzudrücken, Politiker nutzen Teilbereiche im Interesse ihrer Ziele, die schöne Oberfläche wird poliert. Wer etwas tiefer gräbt, wird im Humus spannende Geschichten

finden, abseits von politischen, ökonomischen und touristischen Labels. Dort beginnt für mich alpine Kultur.

Also eher eine verklärende Sicht auf die alpine Kultur?

Weissen: Das ist grundfalsch!

Hächler: Sehe ich auch so. Wir sind keine Hochglanz-Marketing-Verkäufer. Geschichte ist ein Zugang, um die Selbstverständlichkeiten der Gegenwart besser zu verstehen. Das führt in der Regel zum Gegenteil von Verklärung. Aber die Verklärung hat eine kulturgeschichtliche Tradition. Einst waren die Berge Inbegriff des Schreckens und wurden dämonisiert. Dann wurden sie zum Idyll erhoben und die Alpenmenschen zu Edlen und Guten stilisiert. Heute wird den Bergen generell eine kompensatorische Rolle zugeordnet. Stichworte sind Freizeit, Erholung und purer Naturgenuss. Wir streiten dann, ob Wölfe das Naturerlebnis steigern oder stören. Mit dem Wolf hat dies wenig zu tun, mit uns hingegen sehr viel.

Weissen: Mein Zugang ist neben der Kultur auch ein ökonomischer und politischer, um künftige Entwicklungen zu beeinflussen. Ich möchte Leute motivieren, sich mit Fragen des Lebensraumes in den Bergen zu beschäftigen. Das ist zugleich ein pädagogischer Ansatz. Ich würde mich somit als furchtbare Mischung definieren, als retroprogressiven oder agropastoralen Nostalgiker. Die Pflege des Dialektes beispielsweise ist mir wichtig. Ein alemannisches Relikt, das die zweite Lautverschiebung nicht mitgemacht hat.

Rupf: Als Jugendlicher wollte ich aus der bündnerischen Enge weg. Nach der Schauspielschule in Zürich ging ich nach Deutschland und lebte fünfzehn Jahre

dort. Es war meist flach, die Berge fehlten mir, und ich verstand das Wetter nicht. Bei meinem Stipendiumaufenthalt in Nairs im Unterengadin wurde mir klar, wie mich die Gegend geprägt hat. Da stecken die Wurzeln meines künstlerischen Schaffens. Alpine Kultur als Heimat konnte ich erst begreifen, nachdem ich lange weg gewesen war.

Hächler: Identitätsfragen sind mit dem Alpinen stark verknüpft. Das sage ich gerade als Unterländer, der auf 450 Meter über Meer aufgewachsen ist. Identität wird immer konstruiert. Darin

«Wir streiten, ob Wölfe das Naturerlebnis steigern oder stören.»

Beat Hächler
Direktor des Alpinen Museums der Schweiz in Bern

liegt eine subversive Qualität. Wenn ich zum Beispiel realisiere, dass sich Nordkorea ebenso stark über Bergmythen definiert, wie wir das tun. Offenbar ist es möglich, dass Berge in total verschiedenen Kontexten für Identitätskonstruktionen dienen. Das schmälert den Werbeslogan eines bekannten Kräuterbonbons recht wohlthuend. Wer hat's erfunden? Eben nicht nur die Schweizer.

Herr Rupf, Sie laden Unterländer nach Bergün ein, damit sie alpine Kultur leben. Wie nehmen das die Einheimischen auf?

Rupf: Wir waren an Gemeindeversammlungen in Bergün und haben unser Projekt vorgestellt. Die Zuzüger waren auch eingeladen und haben es sehr positiv aufgenommen. Die Hiesigen reagierten anfänglich etwas zurückhaltend. Als Bündner kenne ich diese Mentalität. Ich wünsche mir, dass sich die Einheimischen einbringen und nicht von hinter dem Vorhang schauen, was im Dorf passiert. Unser Festival ist eine tolle Möglichkeit, sich zu begegnen.

Unterländer leben alpine Kulturen vor. Bergler mögen nicht nur freudig applaudieren. Lohnt die Rettung alpiner Kulturen?

Weissen: Ökonomisch betrachtet nicht. Viele Studien rechnen vor, dass Menschen in den Alpen zu viel kosten. Vor allem jene, die das ganze Jahr dort leben. Von daher sei es ökonomisch sinnvoll, das Berggebiet aufzugeben und nur gewisse touristische Zentren zu erhalten. Dagegen sage ich: Es ist doch wurscht, wie viel es kostet. Es ist eine Bereicherung.

Hächler: Es gibt viele Anzeichen, dass die Globalisierung lokale Kulturen

nicht nur zerstört, sondern auch stärkt. Solange Museen den Gegenwartsmenschen realisieren lassen, dass das «alte Zeug» ihnen etwas bedeutet, braucht es die Museen. Solange Bedeutungen erhalten und weitergegeben werden können, braucht es die Kulturgüterspeicher. Als Museumsmacher sehe ich meine Aufgabe darin, diesen Faden der Bedeutungsproduktion nicht abreißen zu lassen. Das kann auch mit streitbaren Methoden geschehen, wichtig ist die Auseinandersetzung.

Ökonomische Gewalten verdrängen Traditionen. Erleben wir alpine Kultur bald nur noch im Naturpark, einer Art Grossmuseum?

Weissen: Die Naturparkbewegung in der Schweiz will keine Grossraummuseen schaffen. Zentral ist die Erhaltung von landschaftlichen und kulturellen Werten. Als Vertreter dieser Bewegung frage ich mich, welches Potenzial für ökologisches Leben und Wirtschaften vorhanden ist. Wir wollen nicht kopieren, sondern schauen, welches die authentischen Themen sind. Das Entleeren beispielsweise galt lange als rückständige Region. Dann wurde es mit der Unesco-Biosphäre weltweit zum Modell für nachhaltige Entwicklung. Seit 2001 hat ein starker Innovationsprozess eingesetzt. Statt drei Käsesorten gibt es nun über hundert.

Wer soll diese Prozesse anschieben?

Weissen: Die Leute, die dort leben. Ich gehe diesen Sommer ins Lengtal im Wallis, eines der abgelegensten Täler in der Schweiz. Dort werde ich ein Gasthaus führen. Das alte Gasthaus Heiligkreuz ist 1999 bis auf die Grundmauern abgebrannt. Ein Schreiner hat die Restsubstanz gerettet und einen schlichten, modernen Holzbau darauf errichtet. Heiligkreuz ist ein bedeutender Wallfahrtsort im Wallis und kennt eine lange Geschichte der Erzgewinnung. Wir haben Reste des Bergbaus aus dem 17. Jahrhundert entdeckt und den Schmelzofen ausgegraben. Solche Möglichkeiten will ich verwirklichen.

Rupf: Wenn ich das höre, geht mir das Herz auf. Dieser Idealismus kämpft gegen falsche Gleichschaltung. Als negatives Beispiel denke ich an Vals mit seinem absurden Turmprojekt. Käme so ein Hirngespinnst zustande, würden Milliarden mit dem Helikopter eingeflogen. Das wäre ein Schlussverkauf alpiner Kultur, die man vor Totengräbern schützen muss.

Massentourismus als zeitgemässe Variante alpiner Kultur?

Weissen: Ballermannskipisten mit Schlagersängern, die im Sommer in Mallorca und im Winter im Ötztal sind, Fondue von Slowenien bis in die Alpe Maritime im Angebot, Lederhosen-Architektur mit Tiroler Balkonen: Das ist wohl auch «alpine Kultur». Aber die vertrete ich nicht. Ich will Menschen vor Ort begegnen, regionale Spezialitäten

essen, Traditionen erleben, moderne Bauwerke sehen, die mit lokalen Baustoffen und Materialien verarbeitet sind. **Rupf:** Wenn Menschen rasch nach Davos und Zermatt gelangen, wird alles zur «Playmobilwelt». Wir müssen uns entschleunigen, sonst sind wir nur noch Getriebene. Besser einmal tief einatmen, feine, kleine Geschichten spinnen und mit unserer Vergänglichkeit arbeiten. Das ist die ideale Grundierung, um alpine Kultur weiter zu entwickeln.

Hächler: Mich stört am Massentourismus in den Bergen vor allem die Mogelpackung. Man gibt sich rustikal, obwohl im Keller eine vollcomputerisierte Ausschankanlage steht. Massentourismus sollte sich so geben, wie er ist, das macht es erträglicher und vielleicht ehrlicher. In der Fotoausstellung «Intensivstationen» zeigten wir 40 Fotos von Restaurants, die ihre Gäste mit dem Slogan «Herzlich willkommen» empfangen. Nach dem zwanzigsten Bild gerät die Begrüssung zur leeren Formel. Dahinter steckt die Frage, ob sich Gastfreundschaft industrialisieren lässt.

Wie lässt sich Gastfreundschaft industrialisieren?

Hächler: Wahrscheinlich gar nicht, mit diesem Widerspruch müssen wir leben. Aber wenn ein Skigebiet schon 100 000 Gäste abfertigen können muss, darf das auch der Logik einer Supermarktarchitektur folgen. Es gibt Gebiete in den Bergen, die sind nicht schlechter als Spreitenbach. Aber sie müssen auch nicht unbedingt besser sein.

Im Gespräch



Beat Hächler ist seit 2011 Direktor im Alpinen Museum der Schweiz in Bern. Zuvor war er acht Jahre in Lenzburg als Co-Leiter für die künstlerische und betriebliche Leitung des Stapperhauses verantwortlich. Er ist im flachen Mittelland aufgewachsen und lebt in Bern.



Gian Rupf ist Mitinitiant des Bergfahrt-Festivals in Bergün. Er ist Schauspieler und Dokumentarfilmer und arbeitet als Sprecher für zwölf Jahren ist er mit «Bergtheater» im alpinen Raum unterwegs. Er ist in Landquart aufgewachsen und lebt in der Umgebung von Zürich.



Andreas Weissen organisiert das Multimediafestival BergBuchBrig. Er war Präsident der Internationalen Alpenschutzkommission und baute die Geschäftsstelle Netzwerk Schweizer Parke auf. Er betreibt ein Büro mit Schwerpunkt Natur und Kultur. Er ist in Brig aufgewachsen und lebt auch dort.

Alpen-Rap und Kartografie

■ **Bergfahrt-Festival:** Das 1. Bergfahrt-Festival / Cultura Alpina findet vom 17. bis zum 19. Juni 2016 in Bergün statt. Es schliesst an die vom Schriftsteller Emil Zopfi gegründeten literarischen Bergfahrten in Amden an, ist jedoch thematisch breiter. «Die Berge sind wunderschön und unwirtlich. In diesem Spannungsfeld gestalten wir das Programm», sagt Mitinitiant Gian Rupf. Geschichten, die der Berg erzählt, Alphornklänge, Gesang oder literarische Lesungen gehören zum Programm wie auch kontroverse Podien, schräge Jazz-Musik oder Alpen-Rap. Bergün entdecken, essen und sich austauschen ist die Grundidee. Geplant ist, das Bergfahrt-Festival jedes zweite Jahr durchzuführen (www.bergfahrtfestival.ch).

■ **BergBuchBrig:** «Es ist ein Multimediafestival für Neugierige», sagt Programmleiter Andreas Weissen. Anfang November präsentiert es im Zeughaus Kultur in Brig Neuerscheinungen der letzten zwei Jahre aus den Sparten Buch,

Film, Fotografie, Theater und Musik, mit Bezug zum Berg. Die Bühne gehört unbekannteren Kulturschaffenden, dieses Jahr vom 2. bis zum 6. November. Beim Film gibt es eine Kooperation mit dem Trento-Filmfestival. Die Darbietungen sind in Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch und verschiedenen Dialekten (www.bergbuchbrig.ch).

■ **Alpines Museum der Schweiz:** Thematisiert wird das Verhältnis zwischen Bergen und Menschen, Kultur und Natur in den Alpen. Es befindet sich am Helvetiaplatz in Bern. «Mir geht es darum, ein Haus zu haben, das für die Themen der Gegenwart offen ist», sagt Direktor Beat Hächler. Das Museum hat regelmässig Ausstellungen und Veranstaltungen im Programm, momentan bis zum 4. September 2016 über den Schweizer Film und die Berge. Das Haus unterhält auch eine bedeutende Sammlung mit den Schwerpunkten Bergfotografie, Kartografie und Alpinismus (www.alpinesmuseum.ch).