

Marc-Antoine Camp, Sabine Eggmann, Barbara Taufer (Hg./éds.)

unter Mitarbeit von / avec la collaboration de Francine Evéquo, Annatina Kull

## **Reiseziel: immaterielles Kulturerbe**

Ein interdisziplinärer Dialog

## **Destination: patrimoine culturel immatériel**

Un dialogue interdisciplinaire

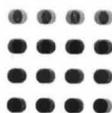
CHRONOS

Die Publikation entstand im Rahmen eines Forschungsprojekts der Hochschule Luzern (Institut für Musikpädagogik, Institut für Tourismuswirtschaft, Interdisziplinärer Schwerpunkt Tourismus und nachhaltige Entwicklung) in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde. Das Projekt wurde unterstützt von:

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE  
LUZERN**

FH Zentralschweiz



Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde  
Société Suisse des Traditions Populaires  
Società Svizzerà per le Tradizioni Popolari



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI  
Bundesamt für Kultur BAK

**KANTON LUZERN  
Kulturförderung  
SWISSLOS**



Unterstützt vom  
Kanton Zug



Kulturförderung  
**Appenzel Ausserrhoden**

Stiftung für Volkskundeforschung  
in der Schweiz

**KULTUR  
TOGGEN  
BURG**

Informationen zum Verlagsprogramm:  
[www.chronos-verlag.ch](http://www.chronos-verlag.ch)

© 2015 Chronos Verlag, Zürich  
ISBN 978-3-0340-1257-7

## Inhalt

Einleitung <i>Marc-Antoine Camp, Sabine Eggmann und Barbara Taufer</i>	7
<b>Geschichte und Gegenwart der touristischen Inwertsetzungen immateriellen Kulturerbes</b>	
Une Suisse à voir et à vivre. Patrimoine culturel immatériel et tourisme en Suisse, jadis et aujourd'hui <i>Ariane Devanthéry et Rafael Matos-Wasem</i>	23
«Off the beaten track». Schweizer Volksmusik als exotisches Hörerlebnis an Bord der Swissair <i>Patricia Jäggi</i>	47
Amateurs de traditions, nous sommes tous touristes un jour. La désalpe à Charmey <i>Isabelle Raboud-Schüle</i>	59
Die Bevölkerung begeistern. «KlangWelt Toggenburg» und ihr wirtschaftlicher Nutzen <i>Stephan K. Haller</i>	71
Wir wollen hier nicht weg! Ein Kommentar <i>Urs Wohler</i>	81
<b>Wettbewerb und Wertschöpfung durch immaterielles Kulturerbe</b>	
Positionierung durch lebendige Traditionen. «AlpKultur» der Tourismusdestination Lenk-Simmmental <i>Adrian Gsponer</i>	87
Image, Identifikation und Wertschöpfung. Das touristische Interesse an lebendigen Traditionen aus Graubünden <i>Stefan Forster und Hansjürg Gredig</i>	99
Den «Traditionstouristen» gibt es nicht. Zur touristischen Nachfrage nach lebendigen Traditionen <i>Fabian Weber und Fabian Kühnel-Widmann</i>	111
Zwischen Praxis und Analytik: Kulturerbe und Regionalkultur. Ein Kommentar <i>Ueli Gyr</i>	125

## Immaterielles Kulturerbe zwischen Alltag und institutioneller Vermittlung

Kultur/Erbe/Tourismus in der Stadt. Von der Verortung,  
Inwertsetzung und Nutzbarmachung kultureller Praktiken 133  
*Silke Andris*

«Kräuter sind Kräuter. Menschen sind Menschen. Wir nehmen alle.» 147  
*Isabel Peterhans*

Alt, verändert und lebendig – Tradition für Menschen vor Ort.  
«Gansabhauet» in Sursee 157  
*Michael Blatter*

Recherches et expériences. Les traces du patrimoine viticole en Valais  
et leur valorisation en contexte touristique 167  
*Sibylle Omlin, Samuel Pont et Anne-Dominique Zufferey*

Touristische Vermittlung und Organisation von  
immateriellem Kulturerbe. Ein Kommentar 183  
*Hildegard Loretan*

## Touristische Repräsentation und Angebotslogistik des immateriellen Kulturerbes

Ein Sommer voller lebendiger Traditionen. Vermarktung im  
Schweizer Tourismus 191  
*Barbara Taufer und Sascha Demarmels*

«Authentisch sein». Ein Blick auf den Tourismus und die Vermarktung  
von Traditionen 205  
*Karin Niederberger*

Besucherlenkungskonzepte. Massnahmen für massentouristische  
Angebote lebendiger Traditionen 211  
*Giovanni Danielli*

Inszenierungen des Echten und Eigentlichen. Ein Kommentar 223  
*Kurt Luger*

Abstracts 233  
Beitragende 241

## Einleitung

Marc-Antoine Camp, Sabine Eggmann und Barbara Taufer

Immaterielles Kulturerbe ist eine Reise wert – dies lässt ein zunehmendes touristisches Interesse an Traditionen und Ritualen vermuten. Wir machen uns auf und lassen den Alltag zurück, um dem Fremden und dem Eigenen in seinen sinnlichen Dimensionen zu begegnen. Zwar mag immaterielles Kulturerbe selten der alleinige Grund für die Wahl einer bestimmten Reisedestination sein. Vor Ort vermag es uns jedoch ein bleibendes Erlebnis zu vermitteln, uns zu überraschen, zu verführen, zuweilen zu irritieren. Für diejenigen, die ein immaterielles Kulturerbe praktizieren, ist es ein Element der Sinnstiftung. Den Verantwortlichen einer Tourismusdestination bietet es Möglichkeiten, einzigartige Angebote zu entwickeln, sich gegenüber Konkurrenten abzugrenzen oder sich gar selbst als Teil eines Kulturerbes zu positionieren. Touristische Inwertsetzungen des immateriellen Kulturerbes, dies sollen diese einleitenden Sätze andeuten, können Ablehnung und Begeisterung wecken, Misstrauen und Chancen erzeugen, Konflikte und Erfolge herbeiführen.

## Zwei Handlungsfelder

Der vorliegende Sammelband thematisiert die vielfältigen Beziehungen zwischen «immateriellem Kulturerbe» und «Tourismus». Ersteres wurde durch das *Übereinkommen zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes* der Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO, 2003; vgl. dazu Camp, 2006) in den öffentlichen Diskurs eingebracht und zielt auf die Anerkennung von überlieferten mündlichen, musikalischen, darstellenden, rituellen, naturbezogenen, handwerklichen und kulinarischen Wissensbeständen und Praktiken. Die völkerrechtliche Einbindung dessen, was vormalig Volkskultur oder Folklore genannt wurde, leistete einen einschneidenden Institutionalisierungsschub bei der Diskussion von gesellschaftlichen Selbstverständnissen, wie wir sie mit Rekurs auf die Vergangenheit und im Hinblick auf die Zukunft immer wieder neu definieren. In den von Experten/-innen und