

Souvenirs, Souvenirs

Was hast du mir denn mitgebracht?

Eine Reise geht so schnell zu Ende. Und die Erinnerungen verblassen auch immer sofort. Also bringen wir jetzt öfter mal was mit und stellen unsere Fundstücke in lockerer Folge vor.

Moskito-Eier

Man wird wahnsinnig. Es surrt. Immer. Im Bett. Beim Frühstück. Im Bus. Am Strand. Moskitos. Tausende, Aber-tausende, Millionen, Phantastillionen. Sie legen ihre Eier in die quadratkilometergroßen Tümpel der Tundra, aus denen das Wasser nicht abfließen kann, weil der Boden darunter gefroren ist. Der kleine Ort Churchill an der kanadischen Hudson Bay liegt in der Subarktis, genau in der Klimazone, in der es kalt genug ist für Permafrost und warm genug für nervtötende Insekten. Fatale Kombination.

Ein Jogger läuft vorbei. Er ist mehr verummelt als bekleidet, inklusive Handschuhe, obwohl es 20 Grad plus hat. Auf dem Kopf trägt er ein Schutzwerk mit Netz, das an einen Imkerhelm erinnert. Nach zwei Minuten draußen weiß man, warum. Die Mücken der Tundra finden jede ungeschützte Stelle am Körper. Wenn man die Mütze vergisst, stechen sie durch die Haare auf den Kopf, und man kann ihnen sogar dabei zusehen, wie sie ihren juckreizbringenden Saugrüssel durch einen dicken Fleece-Pull-over bohren.

Flora und Fauna der Arktis und Subarktis bestehen unter anderem durch ihre extreme Adaptionsfähigkeit. Die Mücken, so scheint es, haben ihre Bohrkraft an die Kleidungsge-wohnheiten ihrer Opfer angepasst.

Andererseits arrangieren sich die Bewohner der Tundra mit den Mücken genauso, wie sie mit der Kälte und Dunkelheit im Winter leben,

mit den Bären im Herbst und dem Staub im Sommer. Sie praktizieren den von ihnen sogenannten Churchill-Wischer – die permanente, wedelnde Bewegung der Arme vor dem Oberkörper, mit der sie die Insekten verjagen wollen. Mehr noch: Sie versuchen sogar, aus den Mücken Geld zu machen.

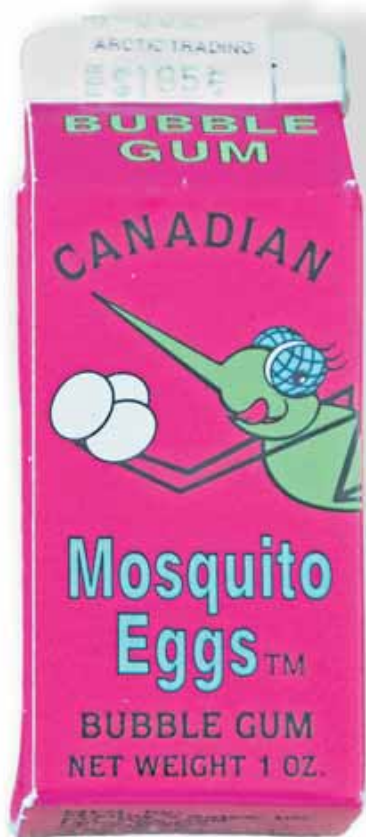
Churchill lebt von seinen Tieren. Im Sommer kommen die Touristen wegen der Belugas, im Herbst wegen der Bären. Aber es gibt viel mehr Mücken als Bären und Belugas zusammen, und so hat sich irgendein Souvenir-Erfinder runde, weiße Kaugummis ausgedacht, die er nun als Moskito-Eier verkauft. Nur begeisterte Aquarianer und Amphibienliebhaber, die es gewohnt sind, im Zoogeschäft Insektenlarven für ihre Molche, Lurche oder Olme zu erstehen, mögen hier nicht erstaunt den Kopf wiegen. Alle anderen schüttelt es schon beim Anblick der Verpackung, auf der sich eine lustige, kleine Mücke angesichts der leckeren Eier lustvoll mit der Zunge über die Lippen leckt.

Wer kauft denn so was? Anscheinend ist die Nachfrage recht groß. Der Moskito-Eier-Korb an der Kasse der Arctic Trading Company ist jedenfalls prall gefüllt. „Oh“, sagt die Verkäuferin, „die Japaner mögen das.“ Man stellt dann lieber keine weiteren Fragen mehr.

Rein zum Zwecke dieser Beschreibung kommt eine Eierschachtel mit ins Gepäck. Da steht sie nun, auf dem Schreibtisch, man beäugt sie misstrauisch. Vielleicht schenkt man sie doch lieber einem Lurchhalter. Aufmachen will man die Packung nicht, und auch so hat man Angst, dass sie trotzdem noch irgend-wann schlüpfen: die Mücken der Tundra, zu Tausenden, Millionen, Phantastillionen.

Dann hüllen sie erst das Isartal ein mit einer surrenden Wolke, dann München und Bayern und schließlich das ganze Land. Und daran will man nun wirklich nicht schuld sein.

Text und Foto: Birgit Lutz-Temsch



Verstreut im Urlaub

Das ganze Dorf ist das Hotel: In abgelegenen Orten Italiens leben die Gäste Tür an Tür mit den Einheimischen

Die Koffer in den Lift rollen und auf den Knopf drücken: einmal an der Rezeption angekommen, ist der Weg bis ins Hotelzimmer meist nicht mehr weit. Anders im „Altopiano di Lauco“ in der italienischen Region Friaul. Dort müssen die Gäste, um in ihr Zimmer zu gelangen, erst ein paar hundert Meter durch die Altstadt gehen. Denn die 23 Zimmer des Altopiano liegen nicht an einem langen Flur aneinandergereiht, sondern im ganzen Dorf verstreut.

„Albergo Diffuso“ heißt das Prinzip, bei dem eine ganze Gemeinde zum Gastgeber wird, und Touristen Tür an Tür mit den Einheimischen leben. Auf Komfort muss man nicht verzichten: Wie in einem normalen Hotel werden die Zimmer geputzt, die Betten bezogen, auf Wunsch

Die Idee entstand, nachdem ein Erdbeben die Dörfer Friauls zerstört hatte

wird das Frühstück im Zimmer serviert. Essen kann man aber auch in den Cafés, Restaurants und Bars, die, genau wie die Zimmer, im ganzen Dorf verstreut sind. Zentral ist nur die Rezeption, an der Gäste Informationen, Internetzugang und Ausflugstipps bekommen.

Die Idee für solche Dorfhoteles ist in den achtziger Jahren entstanden, nachdem ein Erdbeben die italienische Region Friaul Julisch-Venetien verwüstet hatte. Fast alle Gebäude wurden wieder aufgebaut, doch die meisten Bewohner waren inzwischen in umliegende Städte gezogen. Zurück blieben leerstehende Häuser und halb verlassene Bergdörfer, die zwar ihren eigenen Charme, aber kaum noch Einwohner hatten. Mit Tourismus, so dachte man damals, könnte man die Region vielleicht wieder zum Leben erwecken. Vorausgesetzt, er würde zur wilden Landschaft und zur traditionellen Bauweise der Bergdörfer passen.

Also zog man einen Experten zu Rate. Als Hotelmanager Giancarlo Dall'Ara die vielen verwaisten Gebäude sah, war ihm bald klar: Statt mit neuen Hotelbauten das Ortsbild zu zerstören, sollten einzelne Zimmer in alten Gebäuden renoviert und der Stil der Häuser beibehalten



Die neun Zimmer sind im Ort verteilt, gegessen wird im separaten Restaurant: das sardische Bergdorf Orroli. Foto: Omu Axiu

werden. „Wir wollten damals eine neue Form der Gastfreundschaft entwickeln; für diejenigen, die mit nüchternen, gleichförmigen Hotelzimmern nichts anfangen können“, sagt Dall'Ara heute.

Bis zur Eröffnung des Dorfhoteles dauerte es allerdings noch einige Jahre. Erst 2004 startete der „Albergo Diffuso Comeglians“ in Friaul. Heute gibt es in der Region acht Dorfhoteles, in ganz Italien etwa 50. Von Emilia Romagna im Norden bis Kalabrien im Süden unterstützen insgesamt zwölf Regionen das Konzept, auch die beiden Inseln Sizilien und Sardinien. Leerstehende Häuser werden wieder genutzt, und die Bewohner haben einen finanziellen Anreiz, in den Bergdörfern zu bleiben.

„Beim Albergo Diffuso sind alle Dorf-bewohner Teil des Hotels – und die Urlauber werden selbst Teil der Gemeinde“, beschreibt Dall'Ara seine „neue Art von

Tourismus“. Das Leben unter Einheimischen unterscheidet die Alberghi Diffusi von anderen Formen des Dorftourismus, etwa dem von Tui geplanten Resort Castelfalfi in der Toscana oder der Kloster-siedlung Monastero d'Ombrone. In beiden Fällen wurden zwar bestehende Häuser renoviert, die Dörfer sind aber nicht mehr bewohnt. Am besten funktionieren die Alberghi Diffusi dort, wo sich auch Einheimische wohlfühlen. Ist ein Ort voller Leben, kommen die Urlauber gerne.

„Grundsätzlich interessieren sich deutsche Touristen sehr für Unterkünfte, die ihre Ursprünglichkeit bewahrt haben, gleichzeitig aber komfortabel sind“, sagt Giovanni Pizzolante von der Italienischen Zentrale für Tourismus. Bisher seien die Buchungen für die Alberghi Diffusi aber eher verhalten, 65 Prozent der Gäste kämen aus Italien. „Die Deutschen kennen das Konzept einfach noch nicht.“

Dall'Ara hat inzwischen den Verband ADI (www.alberghidiffusi.it) gegründet, dessen Ziel es ist, die Marke zu schützen und Standards vorzugeben: zentrale Verwaltung der Zimmer durch einen Hotelmanager, mindestens sieben Zimmer und Häuser, die nicht weiter als 200 Meter voneinander entfernt stehen. Außerdem sollte im Dorf ein wenig Infrastruktur vorhanden sein: Apotheke, Lebensmittelgeschäft, Café.

Jeder Albergo Diffuso hat aber seine Besonderheit. Einige wurden im mittelalterlichen Stil eingerichtet, mit Fackeln und Fellen an den Wänden, andere sind in den süditalienischen Trulli-Rundhäusern untergebracht. Erfolg lässt sich hier aber nicht nur in Zahlen messen. In einem Bericht des ADI heißt es: „Man kann endlich wieder den Lärm von spielenden Kinder hören.“

RONJA VON WURMB-SEIBEL

Advertisement for TUI holidays. Title: Gute Gründe Koffer zu packen! Lists destinations like Turkey, Rhodes, Mallorca, and St. Tropez with prices and amenities.

Advertisement for Air Mauritius and Hotel LA PIROGUE. Features the airline logo and details about the hotel's location and services.

Large advertisement for Lindner Hotels & Resorts. Title: DIE LÄNGE MACHT'S URLAUB FÜR LAU. Promotes a discount for long-distance travel.

Advertisement for Korsika Familienangebote. Promotes family packages and travel services to Corsica.

Advertisement for Spain, featuring Ibiza Cala Vadella and Mallorca. Lists travel agencies and contact information.

Advertisement for Weihnachtsreisen (Christmas travel) and Ferienreisen (vacation travel) to various destinations like India, Iran, and Australia.

Advertisement for Griechenland (Greece) and Portugal. Features travel packages and contact details.

Advertisement for Chiemgauer Der Wanderherbst bewegt. Promotes a travel week for 149 Euro in the Chiemgau region.

Advertisement for Insel Usedom. Promotes a romantic stay at Ahlbecker Hof with various amenities.

Advertisement for Ostsee entdecken (Discover the Baltic Sea). Features Hotel Baltic and Sommerzeit Royal Hotel with travel packages.