

Wirtschaft

Die Blendwerke des Trivialen

Unterhaltungsparks wie Disneyland seien ein „Phantasmagoria“ des Banalen, schrieb der Philosoph Jean Baudrillard. Doch mit den irrealen Vergnügungswelten werden weltweit Milliarden umgesetzt. Die Eröffnung des größten Unterhaltungsparks der Welt, Dubailand, wird dem Ganzen noch die Krone aufsetzen.

Arno Maierbrugger Dubai/VAE

Zur Populärkultur des 20. und 21. Jahrhunderts zählen die sogenannten Unterhaltungsmetropolen dieser Welt beziehungsweise große Unterhaltungsparks – ein Phänomen, das mit der zunehmenden Verbreitung der Freizeitgesellschaft entstanden ist. Ausgegangen ist die Idee, wie sollte es anders sein, von den USA. Dort haben zwei Pioniere dieser neuen Form von Unterhaltungskultur ihren Stempel aufgedrückt: der gerissene Geschäftsmann Walt Disney und die frühe Mafia der Spielerstadt Las Vegas.

Die Mutter aller Unterhaltungsparks ist Disneyland, eine Zusammenballung Form gewordener Trivialität, exportiert von Kalifornien nach Florida und dann in die ganze Welt. Das Triviale an Disneyland ist, dass es Unterhaltungs-Trash kultiviert. Es ist ein Form gewordenes Comic zum Durchspazieren, bietet Zerstreung, aber keinerlei nachhaltige Erlebnisse, ist einfach nur Kitsch. Aber ein ziemlich erfolgreicher Kitsch. Es gibt in Disneyland keine Probleme, es gibt keine Erinnerung, alles ist künstlich, alles kurzweilig, es gibt keine Bezüge zueinander und keine Bedeutung.

Wenn dies Unterhaltung ausmacht, dass sie nämlich in sich unverbindlich ist, ohne Kausalität, ein Zeitvertreib ohne Be-

deutung, der diese durch exzessiven Konsum ersetzt, dann ist Disneyland als Unterhaltungspark mehr als gelungen.

Der französische Philosoph Jean Baudrillard hat sich Disneyland persönlich angesehen und darüber einen Essay geschrieben. Er fand dort, was er das „Hyperreale“ nennt: Das „wahre Amerika“ sei ihm dort begegnet, die Ideologie des reinen Konsums ohne Bezug zum Rest der Welt, den man in einer anonymen Masse serviert bekommt, die hineingeht, durchgeschleust wird und am Ende wieder draußen steht. Ein „Phantasmagoria“, durch das sich die Idee der USA zieht. Alle ihre Werte seien in Disneyland präsent, in ihrer ganzen Banalität, schrieb Baudrillard.#

Zweitgrößter Umsatzbringer

Die wirtschaftliche Bedeutung der Themenparks ist für den Walt-Disney-Konzern aber jedenfalls von entscheidender Bedeutung. Sie sind der zweitgrößte Umsatzbringer des Unterhaltungsriesen, der zuletzt auf einen Jahresumsatz von 35,5 Mrd. US-Dollar kam. Nach der Sanierung von Eurodisney in Paris stimmt auch der dortige Ergebnisbeitrag wieder.

Baudrillard mag mit seiner Einschätzung, Disneyworld würde vollständig die amerikanische Konsumseele widerspiegeln, etwas plakativ gewesen sein. Denn Amerika hat mit

Las Vegas auch eine künstliche Welt, in der sich die Kehrseite seiner Werte widerspiegelt: Spielertum, Rauchen, Trinken und Prostitution sind in Las Vegas einem Anti-Disneyland gleich gebündelt. Die Umwelt dort ist aber ebenso künstlich und banal wie bei Disney. Man betritt sie, konsumiert das Dargebotene und geht wieder.

Auch dort keine Nachhaltigkeit, kein Sinn, kein Bezug und keine Realität: ebenfalls ein perfekter, künstlicher Unterhaltungspark, entstanden als Geldwaschmaschine der kalifornischen Mafia in den 1950er Jahren, heute professionell geführt von großen Hotel- und Unterhaltungskonzernen, die das Konzept dann auch an die Ostküste nach Atlantic City überführt haben und es dort erfolgreich weiterbetreiben.

In Las Vegas, der „Sündenmetropole“ der USA, rollt der Rubel: Allein die Umsätze der Casinos betragen im vergangenen Jahr 8,7 Mrd. US-Dollar – da sind die Hotelumsätze und der ganze Rest noch nicht eingerechnet. Insgesamt beläuft sich der Umsatz der Unterhaltungsmetropole auf knapp 35 Mrd. US-Dollar pro Jahr.

Doch dies wird in den Hintergrund treten, wenn einmal der größte Unterhaltungspark der Welt aufsperrt: Dubailand, das derzeit um 64 Mrd. US-Dollar in Bau befindliche Mega-Entertainment-Areal im Emirat

Dubai. Der Plan sieht vor, dass die größten Unterhaltungskonzerne der Welt dort ihre – natürlich – größten Outlets gründen. Auf rund 186 Quadratkilometern (doppelt so groß wie Disneyland) wird Dubailand mehr als 45 Einzelprojekte umfassen, unterteilt in sechs Themenwelten. Das – natürlich – größte Riesenrad der Welt wird dort

genauso stehen wie die größte Indoor-Skihalle der Welt. Die ersten Bereiche sollen schon 2009 eröffnet werden, ganz Dubailand wird dann spätestens im Jahr 2018 fertig sein und alles andere in den Schatten stellen. Im Vollbetrieb werden 200.000 Besucher täglich erwartet. Der Wiener Prater kommt an guten Tagen etwa auf 5000.



WIRTSCHAFTSZENTRUM
INFORMATION & SERVICE



Innovative Serviceleistung für eine innovative Wirtschaft

- Information und Service unter einem Dach
- Kompetente Beratung, rasch und unbürokratisch
- Effiziente Unterstützung

www.wirtszentrum.at



Unterhaltungsparks entführen in eine Welt des Unverbindlichen und Bedeutungslosen. Vielleicht gründet darauf ihr Erfolg. Weltweit sprießen immer mehr solcher Projekte aus dem Boden. Foto: epa