

Reiner Riedler

fake holidays

moser

Reiner Riedler

fake holidays

moser

Käufliche Paradiese: Themenparks und Lifestyletourismus, Reiner Riedlers Fake Holidays

Von Bill Kouwenhoven

Seit Adam und Eva nach einem Vorfall mit einem Reptil und einer Frucht unsanft aus der Urform des Themenparks, dem Garten Eden, vertrieben wurden, haben Männer und Frauen immer wieder versucht, eigene Paradiese zu schaffen. Das Wort Paradies leitet sich aus der altiranischen Sprache Avestisch ab: »pairi.daêza« heißt eingefriedeter Garten. Damit ist ein Paradies auch ein kontrollierter Bereich, der seine eigene Weltsicht enthält. Dies deckt sich mit dem Verständnis der heutigen Themenparks und der computergesteuerten virtuellen Welten wie Second Life, die uns einladen, an lustvollen Abenteuern im Cyberspace teilzunehmen.

Der österreichische Fotograf Reiner Riedler hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese neuen Welten der Themenparks und ihrer Besucher zu erforschen. »Fake Holidays«, sein Dokumentationsprojekt, ist eine Studie zeitgenössischer Verbraucherkultur voller ironischer Inkongruenzen, Schlagen, die im Gras dieser modernen Paradiese lauern. Das Geniale an Riedlers fotografischem Projekt kann man nur verstehen, wenn man die Geschichte der Themenparks im Allgemeinen und die technischen Entwicklungen verfolgt, die aus den Parks und Fantasiewelten des »Lifestyletourismus« einen so wichtigen Teil zeitgenössischen Erlebnisses machten.

Eine kurze Prähistorie der Vorläufer moderner Themenparks könnte Beispiele wie Babylons hängende Gärten, Xanadu (Kublai Khan, wie Coleridge dichtete, schuf dort »ein prunkvolles

Vergnügungsschloss«) und das Trianon enthalten, wo die unglückselige Marie Antoinette einen eigenen Lustgarten zu ihrem und ihrer Freunde Vergnügen anlegte, während die französische Revolution ihre Schatten vorauswarf.

Freizeit, wie wir sie heute verstehen, war damals kein Konzept für die Massen, sondern wurde Mitte/Ende des 19. Jahrhunderts während der Industrialisierung in den Nationen des Westens erfunden, als es der Mittelschicht möglich wurde, in Einrichtungen für Ruhe, Erholung und Reisen zu investieren. In der entstehenden oberen Mittelschicht wurde die Grand Tour durch Kontinentaleuropa oder den amerikanischen Westen für jeden jungen, bildungsbeflissenen Gentleman ein absolutes Muss. Dies führte im Zusammenhang mit der Ausbreitung der Fotografie im späten 19. Jahrhundert unvermeidlich zu Postkarten und Fotoalben, in denen die Sehenswürdigkeiten und Abenteuer dieser Reisen festgehalten wurden. Die Einführung von Massendruckverfahren und darüber hinaus von Laterna-Magica-Vorführungen verbreiterte die Publikumbasis für neue Sensationen wie »Wildes Afrika«, »Historisches Hawaii« oder »Amerikas Wilder Westen« noch weiter. Es überrascht auch nicht, dass der Kolonialismus in dieser Zeit seinen Höhepunkt erreichte, und Wissenschaftler, Ethnographen und Abenteurer bemühten sich, in die Metropolen die seltensten und merkwürdigsten Pflanzen und Tiere zu bringen, die sie finden konnten, nicht nur für »wissenschaftliche« Forschungsarbeiten, sondern auch, um spektakuläre Einrichtungen zur Unterhaltung eines Massenpublikums zu schaffen.

Eine der ersten derartigen Einrichtungen war Carl Hagenbecks Tierpark Hamburg (1874), in den Männer und Frauen aus Lappland importiert wurden, um sich in einer Art lebendem Diorama um die Rentiere zu kümmern. Sein »Menschenzoo« war sofort erfolgreich, und Hagenbeck baute die neue Idee bald aus, indem er Stammesangehörige, ja ganze Dörfer, aus Asien und Afrika importierte und in ihrer ursprünglichen Tracht oder Nacktheit, mit ihren »primitiven Hütten« und ihren Tieren den Massen zur Schau stellte. Andernorts in Europa und Amerika folgten die Weltausstellung in Paris 1889, auf der Nachbildungen afrikanischer Dörfer aus den französischen Kolonien zu sehen waren, und die World’s Columbian Exposition in Chicago 1893 mit einem afrikanischen Dorf, einer imposanten Attraktion namens »Streets of Cairo« und der Erstausgabe der vom legendären Buffalo Bill Cody geschaffenen »Wild West Show«. Bill Codys Tourneen in Europa und England in den 1890ern mit seiner Truppe von Reitern, Cowboys und »lebensechten« Indianern erzielten bei gekrönten Häuption und den Massen in gleicher Weise einen rasanten Erfolg und führten auf dem ganzen Kontinent zu einer starken Faszination für Cowboys und Indianer. Aus ihr leitete sich die Beliebtheit der Karl-May-Romane aus dem »Alten Westen« ab, die in Form von Old Shatterhand/Winnetou-Lizenzen und zahllosen Nachahmern noch heute grassiert. Auch Hagenbeck sprang auf den Zug auf und startete 1910 eine eigene Wildwest-Attraktion mit 64 Sioux-Indianern und 10 Cowboys.

Die Weltausstellung von Chicago ist auch durch die Aufstellung der ersten imposanten Fahrgeschäfte auf der »Midway«, der Zentralallee der Messestadt, bemerkenswert, darunter das gigantische »Ferris Wheel«, ein von George Ferris gebautes Riesenrad. Dies war der Vorläufer der großen Vergnügungsparks auf Coney Island, New York, und im Wiener Prater, der kurz danach auf dem früheren Messegelände der Stadt entstand. Der in den 1880er-Jahren am Halensee in Berlin errichtete Luna Park zeichnete sich durch Wasserrutschbahnen und -karussells aus, mit die Ersten ihrer Art. All diese Parks waren Freizeitziele für die Angehörigen der Arbeiter- und Mittelklasse aus den benachbarten Städten und mit den neu entwickelten Straßen- und U-Bahnen leicht zu erreichen.

Vielleicht ist es kein Zufall, dass Riedler in der Nähe des berühmten Praters lebt, in dem eine Form vorindustriellen Verbrauchs durch eine frühe Form postmodernen Verbrauchs ersetzt wurde, den Verkauf von Erlebnissen.

Schneller Vorlauf zu den 1950ern und der Schaffung von Disneyland in Anaheim, Kalifornien. Hier schlug der Themenpark Wurzeln in der ungebändigten Fantasie von Walt Disney, dem Schöpfer der Zeichentrickfiguren Micky Maus, Schneewittchen und Tausend anderer, die von der Massenvermarktung von Märchen lebten. Mit seinem Park zapfte Disney die neue Welt der Wirklichkeitsflucht aus den Vorstädten an, die in Amerika dank des wirtschaftlichen Aufschwungs nach dem Krieg, sowie der Fahrzeugkultur im Schnittpunkt der Massenmedien Kino und Fernsehen möglich geworden war. Hinter den Zäunen um 65 Hektar früherer Orangenhaine schuf Disney sein eigenes Paradies, das »Magic Kingdom.«

Er entwickelte sein Königreich, um sich einige Themen zu eigen zu machen, die er für attraktiv genug hielt, um Disneyland als Ferienziel für Familien zu verkaufen. Main Street, USA, war in seinen Worten »für die von uns bestimmt, die sich an die hier wieder geschaffene sorgenfreie Zeit erinnern, Main Street weckt glückliche Erinnerungen. Für jüngere Besucher ist es abenteuerlich, den Kalender zurückzublätern, zu den Tagen, als ihr Großvater noch jung war.« Fantasyland sollte der Ort sein, an dem die Besucher den Zeichentrickfiguren aus den Disneyfilmen begegnen könnten. Schließlich, überlegte sich Disney, »Welcher Jugendliche […] hat nicht davon geträumt, mit Peter Pan über London im Mondlicht zu fliegen oder in Alices widersinniges Wunderland zu purzeln? In Fantasyland sind diese klassischen, universellen Jugendgeschichten für Jugendliche aller Altersgruppen zur Realität geworden, die zur Teilnahme einlädt.« Der amerikanischen Vergangenheit mit ihren bereits intensiv kommerzialisierten Wildwestmythen war Frontierland verhaftet, wo »Abenteuer dafür gedacht sind, Ihnen das Gefühl zu geben, in der Pionierzeit unseres Landes gelebt zu haben, und sei es nur für

kurze Zeit.« Tomorrowland und das tropische Paradies Adventureland wurden später andernorts entwickelt. Dies war die Geburt des Themenparks, wie wir ihn heute kennen. Disneyland war vor allem ein Gewerbegebiet, dem Verkauf immaterieller Werte wie Fantasie und Abenteuer gewidmet und beispielgebend für immer ausgeklügeltere Themenparks.

Im Zuge der Entwicklung und weiteren Kultivierung von Disneyland und seinen Nachkommen wurden die modernsten Techniken einbezogen, um »Umgebungen zu schaffen, die diesen Traum zur Wirklichkeit machen würden, in dem wir uns weitab von der Zivilisation sahen, in den fernen Dschungeln von Asien und Afrika« oder inmitten von »Attraktionen, die dafür ausgelegt wurden, Ihnen die Möglichkeit zur Teilnahme an Abenteuern als lebendige Blaupause unserer Zukunft zu verschaffen«. Das Genie Disneys bestand darin, nicht nur einen Raum für den Spaß einer Fahrt im Karussell zu bieten, sondern ein komplettes Universum mit eigenen vorgefertigten Mythologien, und das totale Spektakel nicht als Event, sondern als Erlebnis zu verkaufen, an dem die zahlenden Gäste aktiv teilnehmen konnten. Der Themenpark wurde so nicht zu einer bloß virtuellen Unterhaltung, sondern Teil unserer tatsächlichen Erfahrung. All dies dank der technischen Entwicklung und ihrer Verstärkung durch massenhafte Kommunikation, insbesondere anhand von Fernsehen, Kino und in zunehmendem Maße durch Videospiele, Produkteinbindung und von Unternehmen geförderte und spontane Fanclubs.

In den Disney-Parks und anderswo konnten Menschen, also Kunden, erfahren, wie es wäre, in Paris oder New York zu sein, mit Nachbildungen der charakteristischen Fassaden ihrer Kultgebäude und sogar den zugehörigen Speisen. Für viele scheint das »falsche« Venedig im Venetian-Hotel in Las Vegas »authentischer« zu sein als das »echte« Venedig in Italien. Analog hat der technische Fortschritt es möglich gemacht, das Erlebnis »tropischer Inseln« in einer stillgelegten Zeppelinfabrik bei Berlin oder Skiabfahrten in der Wüstenstadt Dubai in den Vereinigten Arabischen Emiraten zu re-

produzieren. Touristen brechen nun zu »Fake Holidays« auf, bei denen das Erlebnis nachgeahmt wir, das eine Reise zu den echten Zielen früher gebracht hätte. Tatsächlich sind die neuen Themenparks selbst Ziele für »echte« und »falsche« Ferien. Riedler dokumentiert diese exotischen und gleichzeitig mehr als vertraut anmutenden Welten wie ein Anthropologe oder wie ein Gentleman auf seiner Grand Tour, und was dabei herauskommt, sind seine eigenen Serien moderner Laterna-Magica-Bilder exotischer Reiseziele nah und fern, getrennt in Zeit und Raum und sogar virtuell.

Zum Beispiel zeigen Riedlers Bilder aus Berlin und Las Vegas die Künstlichkeit der Konstruktion durch die Bloßlegung getürkter Fassaden oder von Zonen jenseits der Einfriedung des Themenparks. Entsprechend sehen wir auf dem Bild eines »City Beach« Menschen, die sich auf einem Sandstrand räkeln, auf Sand, der in die Stadt importiert wurde, um das Erlebnis eines wirklichen Strands zu simulieren, und sie halten in diesem Paradies im Taschenformat, inmitten des ungebrochenen Getriebes und Gewimmels der wirklichen Stadt, einen tropischen Drink in der Hand.

Dies ist in einem einzigen Erlebnis nun allgegenwärtig, und damit verwischt sich die Schnittstelle zwischen Realität und Fantasie, zwischen Sein und Schein. Die Technologie der 1960er machte den Flug des Menschen zum Mond möglich, löste aber auch unzählige virtuelle Reisen in andere Welten aus. Star Trek, im Fernsehen von 1966 bis 1969 ausgestrahlt, wurde ein Signal der kommenden Welt. Mit Star Trek, geschaffen von Gene Roddenberry, einem viel beachteten Produzenten von TV-Western, änderte sich alles. Auch wenn der »fünfjährige Auftrag, unerschrocken dahin zu gehen, wo niemand vorher war … um fremde Welten zu entdecken« abgewürgt wurde, inspirierte die Serie einen anhänglichen Fanclub, weitere fünf Fernsehserien und nach letzter Zählung elf Filme mit zahllosen Merchandise-Artikeln und eigenen Themenparks, in denen Trekkies voll kostümiert das Leben im Raumschiff Enterprise nachspielen. Zehn Jahre später lief der erste Star-Wars-Film an und unterhielt die »Space-Cowboy-Maschine« mit einem weiteren begeisterten Fanclub und Merchandise-Produk-

Paradise Bought: Theme Parks and Lifestyle Tourism, the Fake Holidays of Reiner Riedler

ten. Immer mehr Fans nehmen das Banner ihrer Helden auf und leben ihre Fantasien kostümiert auf Tagungen und anderen Events aus – ähnlich wie andere Leute, die historische Schlachten rekonstruieren oder Cowboys und Indianer spielen und dabei extrem treu Kleidung und Verhalten und sogar die Sprache echter Indianer oder die erfundene Sprache der Klingonen lernen, der unerbittlichen Rivalen der »United Space Federation«, in deren Namen die unerschrockene Besatzung des Raumschiffs Enterprise sich auf den Star Trek machte.

Mithilfe von computererzeugten Bildern können sich Touristen über Computerspiele oder auf scheinbar fliegenden Teppichen in diese künstlichen Welten einbringen. Ein onsite produziertes Video »dokumentiert« das tatsächliche Erlebnis und liefert den virtuellen Nachweis, dass man mit Familie und Freunden über die Wüste geflogen ist. Die virtuelle Welt wird wirklich, weil sie gefilmt werden kann. Damit bestätigt das Produkt das Erlebnis genau so, wie ein Souvenir aus Gizah nachweist, dass man tatsächlich die Pyramiden besichtigt hat.

Vom Erlebnis von »Fake Holidays« in Themenparks zur Übernahme des Lebensstils einer bestimmten Figur aus einer TV-Show oder aus dem wahren Leben ist es kein großer Schritt mehr. Es ist nur noch eine Sache der Fantasie, Walt Disneys Lieblingswort. Egal, ob man auf den verlassenen, zur Touristenattraktion gewordenen Sets von Sergio Leones Spaghettiwestern in Almería einen Desperado spielt oder sich vorstellt, im famosen Prager Erlebnisbordell Big Sister mit seinen zahlreichen, die unterschiedlichsten Erfahrungen bietenden Räumen ein türkischer Sultan zu sein: Stets erlaubt das Ausmaß der Wirklichkeitsnähe das bereitwillige Beiseiteschieben aller Zweifel. Analog ist es möglich, Filme zu kaufen, in denen man sich in einer Rolle als Revolverheld oder Pornostar bewundern kann. Man wird sein eigener Hauptdarsteller. Die Grenze zwischen der virtuellen und der wahren Welt verschwindet.

Reiner Riedler dokumentiert diese absonderlichen neuen Welten humorvoll und einfühlsam. Seine scheinbar flachen Bilder verraten die subtile Ironie seiner Annäherung an dieses neue Phänomen. Geschichte wiederholt sich hier nicht als Farce, sondern als Ware, die sich als Erlebnis maskiert. Und auch Fantasie wird Wirklichkeit für die von Riedler fotografierten Menschen, die mitten in der Wüste auf einer Skipiste Slalom laufen oder mit ihren Klingonen-Kumpels im Star-Trek-Themenpark eines ansonsten unscheinbaren Hotels in Las Vegas zu Abend essen. Riedler zeigt uns, dass diese Abenteuer für Menschen, die daran teilnehmen, keine »Fake Holidays« mehr sind, sondern echte Ferien. Verlorene Paradiese sind nun gefundene Paradiese, mit Brief und Siegel von den Eigentümern der Themenparks denjenigen ausgeliefert, die ihre eigenen Vorstellungen vom Paradies in dem Format suchen, das sich am praktischsten vermarkten lässt.

Wo die Veränderungen der Konsumkultur auch hinführen mögen, man kann sicher sein, dass sich Reiner Riedler unerschrocken auf den Trip begeben und die Bilder zurückbringen wird, um zu beweisen, dass er dort war, nicht anders als jeder Tourist oder Anthropologe. Was die Eigentümer der Themenparks betrifft, haben sie schon lange Mr. Spocks Star-Trek-Segen übernommen: »Lebe lang und glücklich«. Sowieso.

By Bill Kouwenhoven

Ever since Adam and Eve were rudely evicted from the Garden of Eden, that primordial theme park, after a certain incident involving a reptile and a piece of fruit, men and women have strived to create their own versions of paradise. The word paradise itself comes from the old Iranian Avestan language as »pairi.daêza«, meaning walled garden. As such, a paradise is also a controlled space that contains its own world view. This is not at all removed from modern day theme parks and the computer-driven virtual worlds like Second Life that invite people to partake in pleasurable adventures in cyberspace.

Austrian photographer Reiner Riedler has made it his mission to explore these new worlds of theme parks and the people who visit them. His documentary project, »Fake Holidays«, is a study in consumer culture today and full of the ironic incongruities, the snakes in the grass, that lurk in these modern paradises. To understand the genius of Riedler's photographic enterprise, it is necessary to trace the history of theme parks in general and the changes in technology that made theme parks and the fantasy worlds of »lifestyle tourism« such an important part of contemporary experience.

A brief pre-history of the precursors of the modern day theme park might include the Hanging Gardens of Babylon, Xanadu [where, according to Coleridge, »Kubla Khan did a stately pleasure dome decree«] and Trianon where the ill-fated Marie Antoinette built her own pleasure gardens for her own entertainment and that of her friends as the pressures of the French Revolution built.

Leisure, as we know it now, was not a concept available to the masses, but rather an invention of the mid-late 19th century when the middle-classes of the Western industrializing nations were able to invest in facilities for rest and recreation and travel. For the emerging upper middle-classes, the Grand Tour across Continental Europe or to the American West became de rigueur for every young gentleman with pretensions to culture. This led, inevitably with the expansion of photography in the later years of the 19th century, to postcards and photography albums that recorded the sights and adventures of these travels. The advent of mass printing and, moreover, of the magic lantern shows further expanded the audience for new sensations like »Wild Africa«, »Historic Hawaii«, or the American »Wild West«. Not surprisingly, too, this was the era of colonialism's peak, and scientists and ethnographers as well as adventurers sought to bring back to the metropolis the rarest and strangest plants and beasts they could find – not just for »scientific« study but also for the creation of spectacular entertainments for mass audiences.

Among the first of these was the Carl Hagenbeck's Tierpark Hamburg (1874) where men and women from Lapland were imported to take care of reindeer in a form of living diorama. His »Human Zoo« was an immediate success, Hagenbeck soon expanded on novel idea by importing tribesmen, indeed entire villages, from Asia and Africa with their clothes or lack of them, their »primitive huts« and their animals all on show for the masses. This was followed elsewhere in Europe and America by the 1889 Universal Exhibition in Paris where villages from French colonial Africa were replicated and

the World's Columbia Exposition in Chicago 1893 with its African village and a statly attraction called »Streets of Cairo« as well as the first established »Wild West Show« created by the legendary self-promoter, Buffalo Bill Cody. His tours of Europe and England in the 1890s with his troupe of horsemen, cowboys and »real-live western Indians« among them were runaway hits with royalty and mass audiences alike and fathered a major fascination with cowboys and Indians across the continent that dovetailed with the popularity of Karl May's stories of the »Old West« that is with us today in the form of the Old Shatterhand-Winnetou franchise and countless imitators. Hagenbeck himself jumped on the bandwagon launching his own Wild West show in 1910 complete with 64 Sioux Indians and 10 cowboys.

The Chicago Exposition also marked the deployment of the first massive carnival rides in the fair's »Midway«, including George Ferris's giant revolving »Ferris Wheel.« This was the precursor to the great entertainment parks of Coney Island in New York and Prater in Vienna which developed shortly after on the site of that city's ancient trade fair grounds. The Luna Park built in the 1880s on Berlin's Halensee marks one of the very first aquatic parks rides and carousels. These parks all served as leisure destinations for the working and middle-class of their nearby cities and were accessible by the newly developed trolleys and subways. Perhaps not coincidentally, Riedler lives near the famous Prater itself where one form of pre-industrial consumption was replaced by an early form of post-modern consumption, the selling of experience.

Fast-forward to the 1950s and the creation of Disneyland in Anaheim, California: Here, the theme park took root from the fervid imagination of Walt Disney, creator of cartoon characters Mickey Mouse, Snow White and a 1,000 others, that drew on the mass marketing of fairy tales. Here Disney tapped into a new world of suburban escapism made possible in America by post-war prosperity, the automobile and the intersection of the means of mass communication: movies and television. Behind the fences enclosing 160 acres of former orange groves, Disney decreed his own paradise, the »Magic Kingdom«.

Disney developed his Kingdom to partake of several themes he considered attractive to promoting Disneyland as a family vacation destination. Main Street, U.S.A., was, as he put it, »for those of us who remember the carefree time it recreates, Main Street will bring back happy memories. For

younger visitors, it is an adventure in turning back the calendar to the days of grandfather's youth.« Fantasyland would be where visitors could interact with the characters of Disney cartoons. After all, Disney mused, »what youngster ... has not dreamed of flying with Peter Pan over moonlit London, or tumbling into Alice's nonsensical Wonderland? In Fantasyland, these classic stories of everyone's youth have become realities for youngsters of all ages to participate in«. Harkening back to the American past and its already highly commercialized Wild West myths there was Frontierland, where »adventures are designed to give you the feeling of having lived, even for a short while, during our country's pioneer days.« Tomorrowland and a tropical paradise, Adventureland, were later developed elsewhere. Thus was born the theme park as we know it today. Above all, Disneyland was a commercial space devoted to selling such intangibles as fantasy and adventure and set the pattern for ever more sophisticated theme parks.

As Disneyland and its progeny developed and grew more sophisticated, they incorporated the latest technologies to »create [environments] that would make this dream reality, [that] we pictured ourselves far from civilization, in the remote jungles of Asia and Africa« or amid »attractions designed to give you an opportunity to participate in adventures that are a living blueprint of our future«. Disney's genius was to provide not just a space for entertainment like an amusement ride but a complete universe with its own ready-made mythologies and sell the all-encompassing spectacle not as an event but as an experience where people became active participants in that experience. The theme park became not merely virtual entertainment but part of our actual experience. As technologies developed and were reinforced by the means of mass communication, especially through television, the movies, and increasingly video games, product tie-ins and fan clubs both company sponsored and spontaneous.

In Disney's parks and elsewhere, people, that is to say customers, could experience what it might be like to be in Paris or New York with the landmark facades of their iconic buildings and even foods replicated. For many people, the »fake« Venice of The Venetian Hotel in Las Vegas seems more »authentic« than the »real« Venice in Italy. Similarly, the advances in technology have made it possible to create the experience of »tropical islands« in a disused Zeppelin factory near Berlin or to bring down-hill skiing to the desert city of Dubai in the United Arab Emirates. Tourists now go on »fake holidays« that mimic the experience that travel to real places used to bring. Indeed, the new theme

parks are themselves destinations for holidays both »real« and »fake.« Like an anthropologist or gentleman on the Grand Tour, Riedler documents these exotic but all too familiar seeming worlds and emerges with his own set of modern day magic lantern slides from exotic destinations near-by, far away, separated by time and space, and even virtual.

Riedler's images from Berlin and Las Vegas, for example, show the artifice in the construction by revealing painted facades or areas beyond the enclosure of the theme park. Likewise, an image of a »city beach« shows people lounging on the sand that has been imported into the city to simulate the experience of laying on a real beach, tropical drink in hand, while the hustle and bustle of the real city continues outside this pocket paradise.

With this all in one experience now already omnipresent, the interface between the real and the fantasy or between the actual and the simulacra has become blurred. 1960s technology enabled man to fly to the moon, but it also spawned innumerable virtual trips to other worlds. Star Trek, which ran on live television from 1966–1969, became a signal of things to come. Created by Gene Roddenberry, a noted producer of TV Westerns, Star Trek changed everything. Despite having its »five year mission to boldly go where no man has gone before... to explore strange new worlds« cut short, the series inspired a devoted fan club, five further TV series and at last count 11 movies along with countless merchandise and its own theme parks where Trekkies re-enacted life on the Starship Enterprise in full costume. Ten years later, the first Star Wars movie was launched further fuelling the »space cowboy« machine with yet another devoted fan base and merchandising. More and more fans have taken up the banner of their heroes and act out fantasies in costume at conventions and other events in the same manner that people re-enact historical battles or play cowboys and Indians with utter fidelity to clothing and behavior even including the learning of actual Indian languages or »fake« languages such as that spoken by Star Trek's Klingons, the perennial rivals of the United Space Federation in whose name the Enterprise boldly went.

With the aid of computer generated images, tourists can insert themselves into these artificial worlds whether in the form of a computer game or by seeming to fly on a magic carpet. A video produced on site »documents« the actual experience by providing virtual evidence that one was flying over the desert with one's family and friends. The virtual becomes real because it exists on film. The product

thus confirms the experience just as a souvenir from Giza confirms that one had actually visited the Pyramids.

It is no great move from the consumption of »fake holidays« in theme parks to embracing the lifestyle of a particular character from a TV show or from real life. It is merely a matter of fantasy, Walt Disney's favorite word. Whether one plays a desperado on the abandoned sets of Sergio Leone's »Spaghetti Westerns« in Almería, Spain, themselves tourist destinations, or imagines one is a Turkish sultan in the famously themed Big Sister bordello in Prague with its various rooms offering a variety of experiences, the degree of verisimilitude enables the willing suspension of disbelief. Likewise, one can purchase films depicting one's performance as a gun-slinger or a porn star. One becomes one's character. The border between the virtual world and the real world disappears.

Reiner Riedler documents these strange new worlds with humor and sensitivity. His seemingly flat images belie the subtle irony in his approach to this new phenomenon. Here history repeats itself not as farce, but as a commodity masquerading as experience. Fantasy likewise becomes reality for the people in Riedler's photographs, whether they are slaloming down a ski slope in the middle of the desert or dining with their fellow Klingons in the Star Trek theme park located in an otherwise non-descript hotel in Las Vegas. As Riedler shows us, for the people taking part in these adventures, these are no longer »fake holidays« but virtually the real thing. Paradise lost is now paradise found, signed, sealed, and delivered by the owners of the theme parks to the people who seek their own notions of paradise in its most conveniently marketed form.

Wherever the changes in consumer culture lead, it is certain that Reiner Riedler will boldly go for the ride and bring back the pictures to prove he was there just like any tourist or anthropologist. For the owners of the theme parks themselves, they have long since adopted the blessing of Star Trek's Mr. Spock, »live long and prosper«. Indeed.

Sehnsucht

Yearning

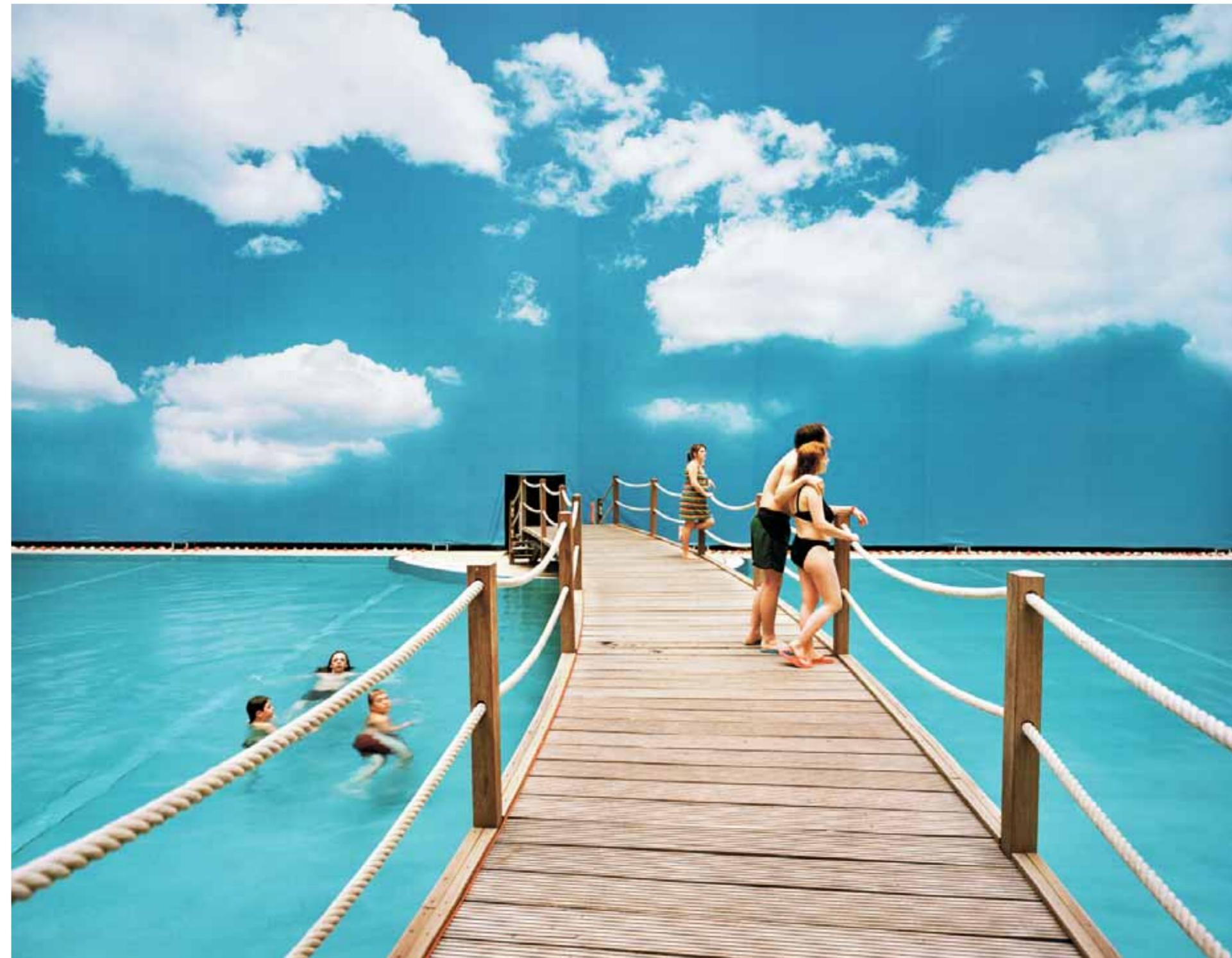
Animateur, Topkapi Palace Hotel, Antalya, Türkiye, 2006
Host, Topkapi Palace Hotel, Antalya, Turkey, 2006



Disney's Typhoon Lagoon Water Park, Orlando, Florida, USA, 2005
Disney's Typhoon Lagoon Water Park, Orlando, Florida, USA, 2005



Freizeitpark Tropical Islands, Berlin-Brandenburg, Deutschland, 2007
Tropical Islands Resort, Berlin-Brandenburg, Germany, 2007



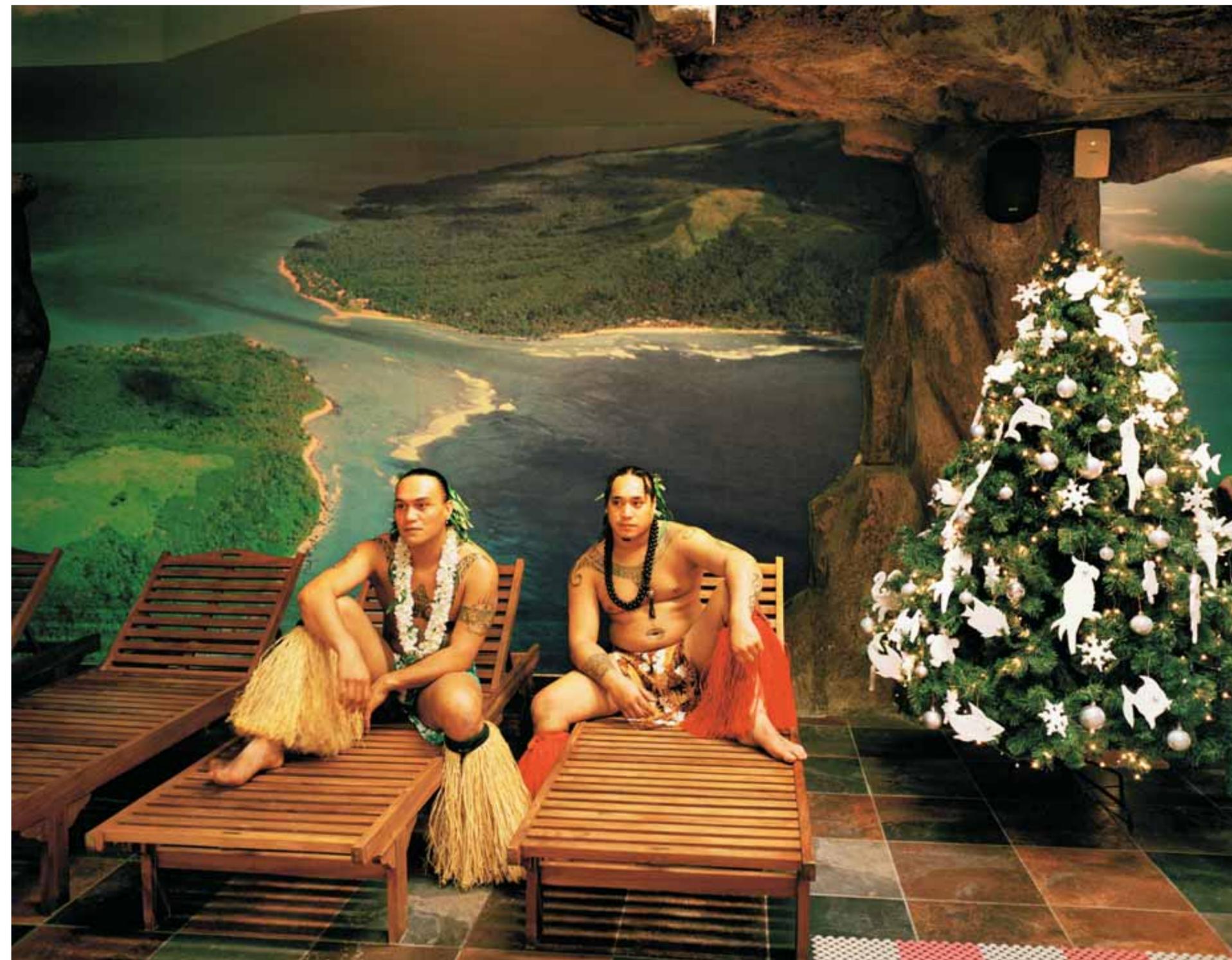
Hochzeitsaufnahmen, Freizeitpark Window of the World, Shenzhen, China, 2008
Wedding Photographs, Window of the World Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Shanghai Wild Animal Park, Shanghai, China, 2008
Shanghai Wild Animal Park, Shanghai, China, 2008



Polynesische Tänzer, Vichy Aqua Park, Vilnius, Litauen, 2008
Polynesian Dancers, Vichy Aqua Park, Vilnius, Lithuania, 2008



Ferienpark Center Parks Bisingen, Bisingen, Deutschland, 2007
Center Parks Bisingen Holiday Park, Bisingen, Germany, 2007



Insektenschutz, Titanic Resort Hotel, Antalya, Türkei, 2006
Insect Screen, Titanic Resort Hotel, Antalya, Turkey, 2006



Indoor-Skihalle Ski Dubai, Dubai, 2006
Ski Dubai Indoor Ski Centre, Dubai, 2006



Wärmelampen, Ferienpark Center Parks Bispingen, Bispingen, Deutschland, 2007
Heat Lamps, Center Parks Bispingen Holiday Park, Bispingen, Germany, 2007



Freizeitpark Tropical Islands, Berlin-Brandenburg, Deutschland, 2007
Tropical Islands Resort, Berlin-Brandenburg, Germany, 2007



Wunderland

Wonderland

Parkaufsicht, Epcot, Disney World, USA, 2005
Park Security, Epcot, Disney World, USA, 2005



Excalibur Hotel Las Vegas, Las Vegas, USA, 2005
Excalibur Hotel Las Vegas, Las Vegas, USA, 2005



Eishöhle, Indoor-Skiihalle Ski Dubai, Dubai, 2006
Ice Cave, Indoor Ski Centre, Ski Dubai, Dubai, 2006



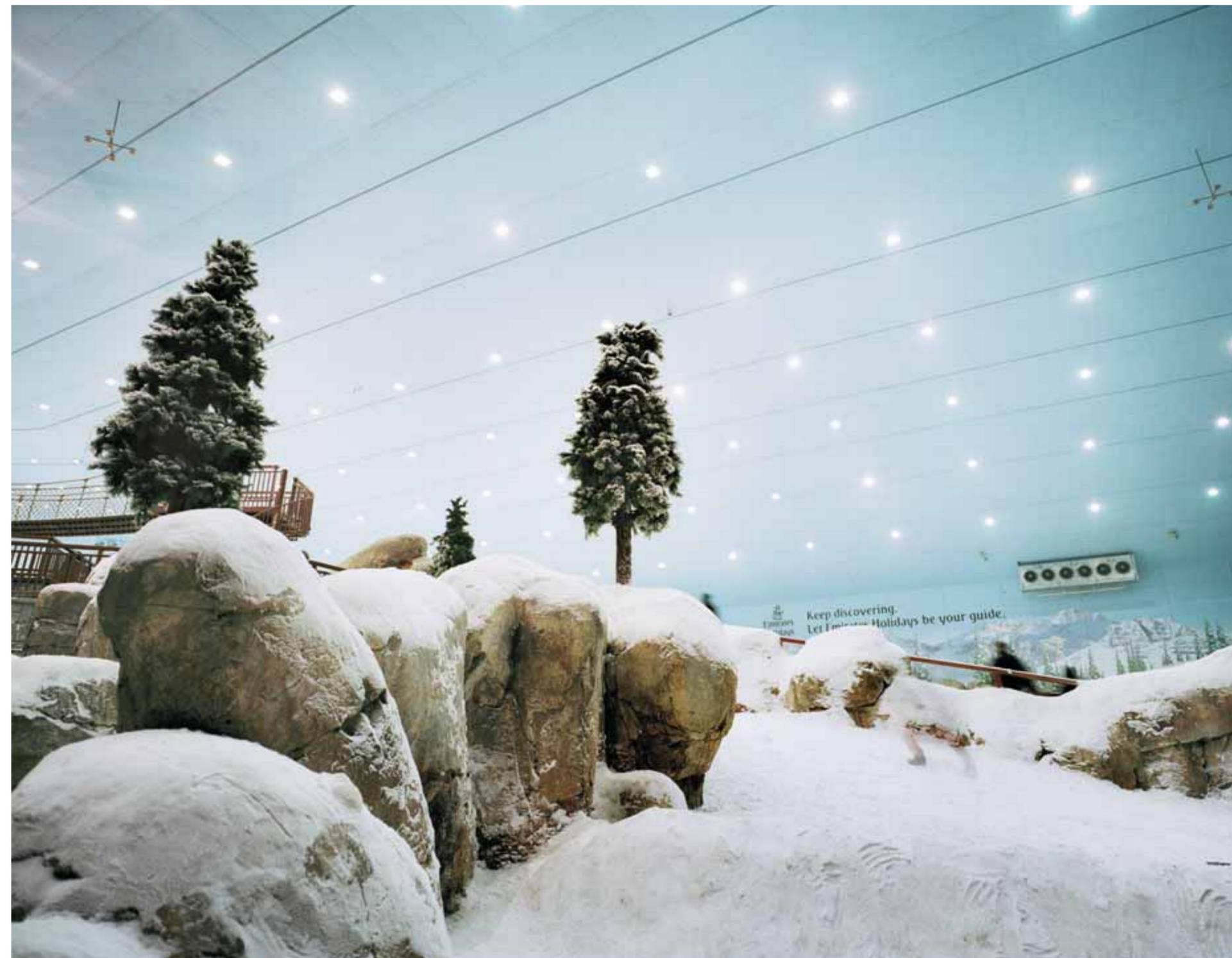
Sommer-Sand Strand Lago Bay, Hamburg, Deutschland, 2004
Lago Bay Summer-Sand Beach, Hamburg, Germany, 2004



Indoor-Skihalle Alpincenter Bottrop, Bottrop, Deutschland, 2004
Alpincenter Bottrop Indoor Ski Centre, Bottrop, Germany, 2004



Indoor-Skihalle Ski Dubai, Dubai, 2006
Ski Dubai Indoor Ski Centre, Dubai, 2006



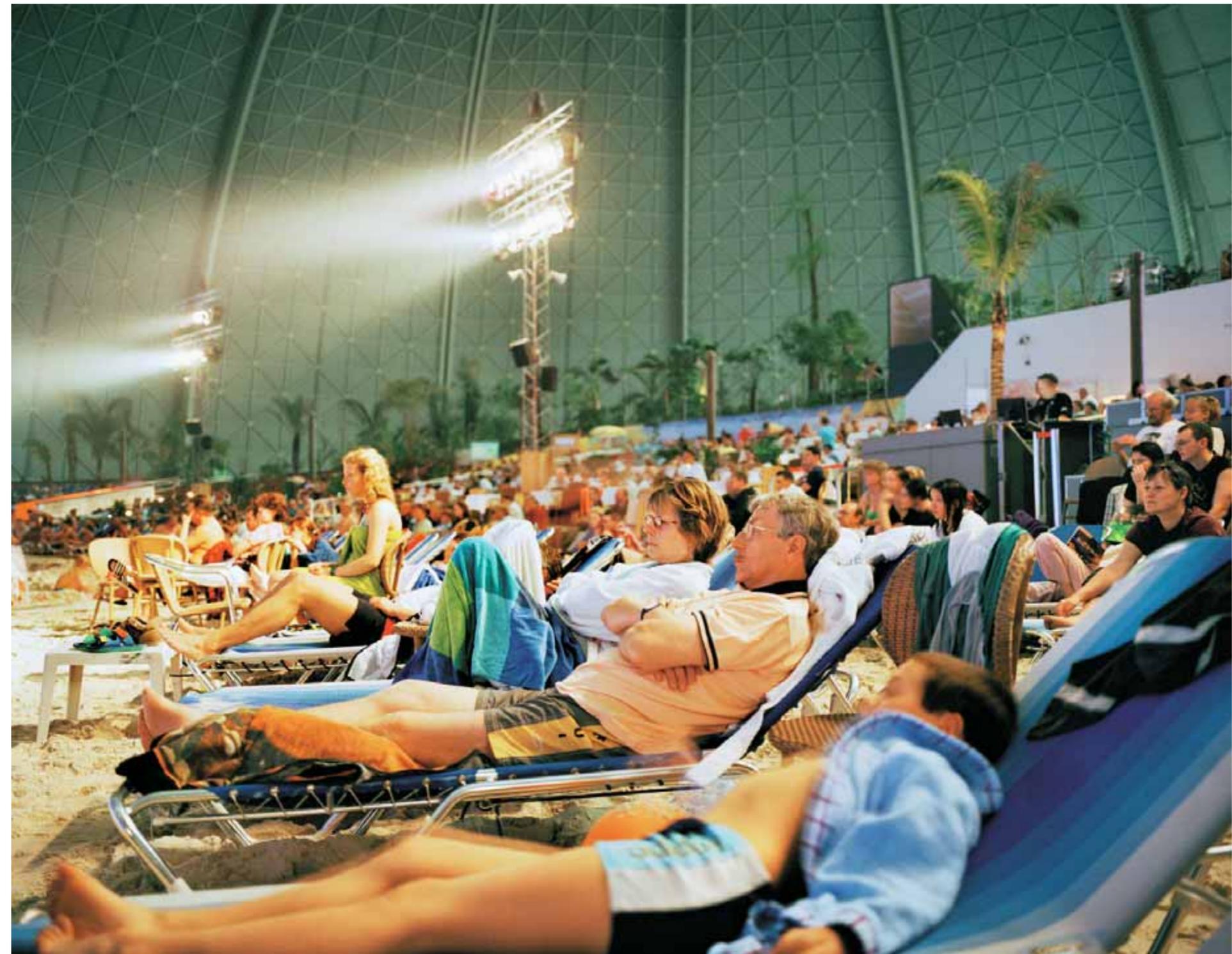
Blick über Las Vegas, USA, 2005
View of Las Vegas, USA, 2005



New York – New York Hotel, Las Vegas, USA, 2005
New York – New York Hotel, Las Vegas, USA, 2005



Abendshow, Freizeitpark Tropical Islands, Berlin-Brandenburg, Deutschland, 2007
Evening Show, Tropical Islands Resort, Berlin-Brandenburg, Germany, 2007



Titanic Resort Hotel, Antalya, Türkiye, 2006
Titanic Resort Hotel, Antalya, Turkey, 2006



Freizeitanlage, Shanghai Ocean Aquarium, Shanghai, China, 2008
Leisure Facility, Shanghai Ocean Aquarium, Shanghai, China, 2008



Disney's Typhoon Lagoon Water Park, Orlando, Florida, USA, 2005
Disney's Typhoon Lagoon Water Park, Orlando, Florida, USA, 2005



Niagarafälle, Freizeitpark Window of the World, Shenzhen, China, 2008
Niagara Falls, Window of the World Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Movie Park Germany, Bottrop, Deutschland, 2007
Movie Park Germany, Bottrop, Germany, 2007



Verwandlung

Transformation

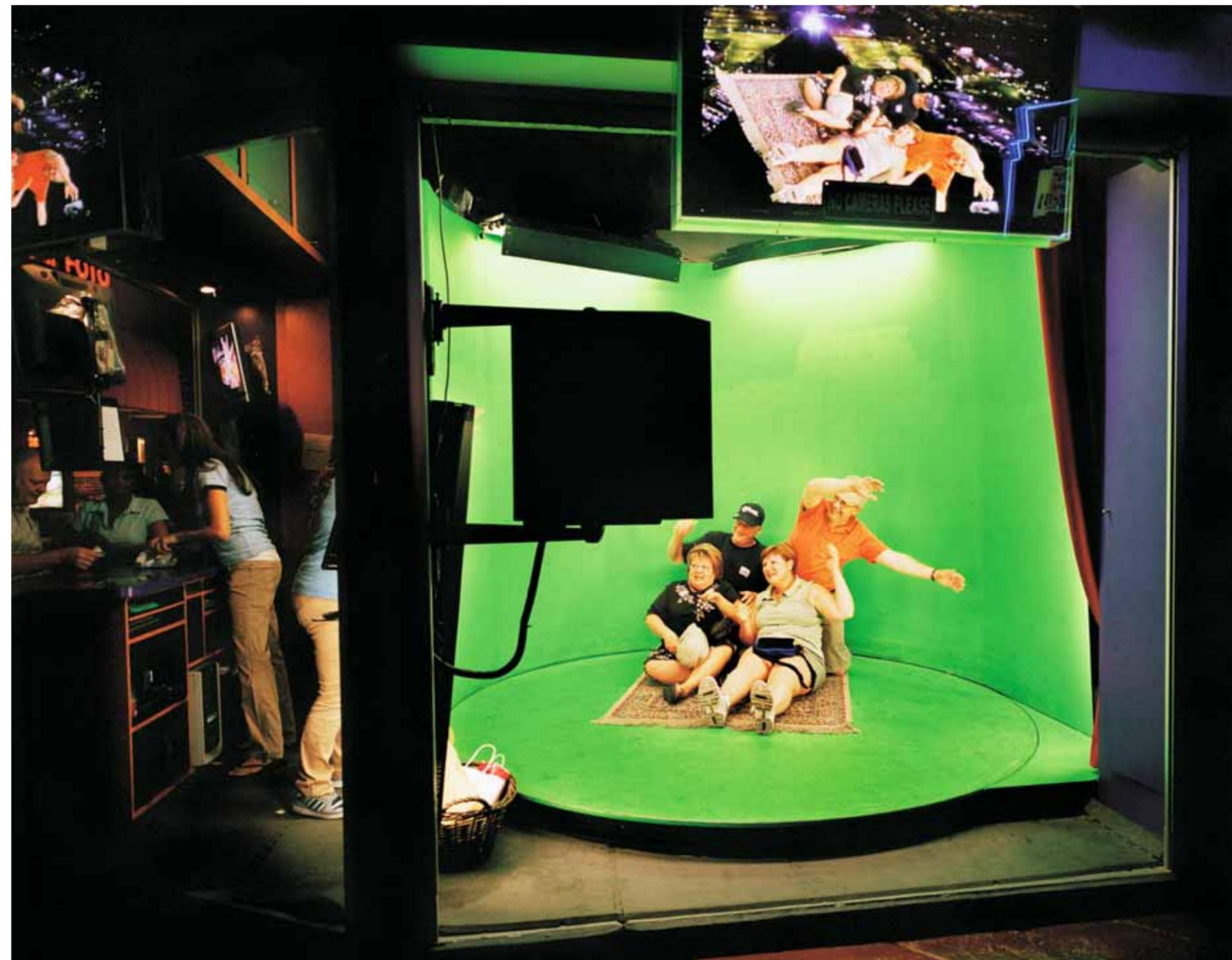
Superman über dem Roten Platz, Topkapi Palace Hotel, Antalya, Türkei, 2006
Superman above Red Square, Topkapi Palace Hotel, Antalya, Turkey, 2006



Freizeitpark Window of the World, Shenzhen, China, 2008
Window of the World Theme Park, Shenzhen, China, 2008



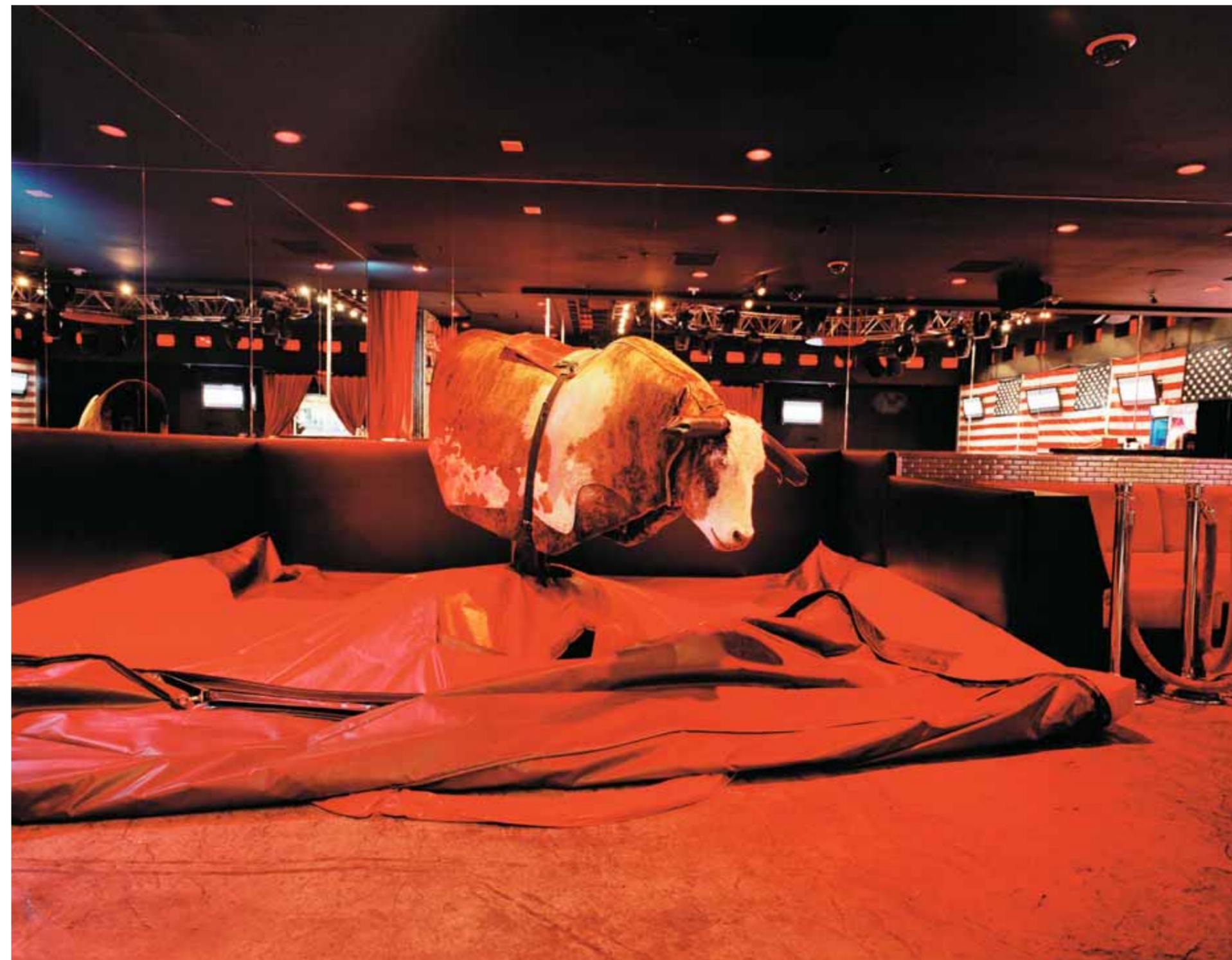
Flug über Las Vegas, Las Vegas, 2005
Flight over Las Vegas, Las Vegas, 2005



Star Trek Experience, Las Vegas Hilton, Las Vegas, USA, 2005
Star Trek Experience, Las Vegas Hilton, Las Vegas, USA, 2005



Bulle in einer Bar am »Strip«, Las Vegas, USA, 2005
Cop in a Bar on the »Strip«, Las Vegas, USA, 2005



Rollenspieler, Wien, Österreich, 2006
Role Player, Vienna, Austria, 2006



Freizeitpark Window of the World, Shenzhen, China, 2008
Window of the World Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Star Trek Experience, Las Vegas Hilton, Las Vegas, USA, 2005
Star Trek Experience, Las Vegas Hilton, Las Vegas, USA, 2005



Mexiko, Epcot, Disney World, Orlando, Florida, USA, 2005
Mexico, Epcot, Disney World, Orlando, Florida, USA, 2005



Topkapi Palace Hotel, Antalya, Türkiye, 2006
Topkapi Palace Hotel, Antalya, Turkey, 2006



Freizeitpark Sega Joypolis Tokyo, Tokio, Japan, 2009
Sega Joypolis Tokyo Amusement Park, Tokyo, Japan, 2009



Karaoke-Club Karaoke Kan, Tokio, Japan, 2009
Karaoke Kan Karaoke Club, Tokyo, Japan, 2009



Cosplayer, Freizeitpark Yomuri Land, Tokio, Japan, 2009
Cosplayer, Yomuri Land Amusement Park, Tokyo, Japan, 2009



Petersplatz, Freizeitpark Window of the World, Shenzhen, China, 2008
St. Peter's Square, Window of the World Theme Park, Shenzhen, China, 2008



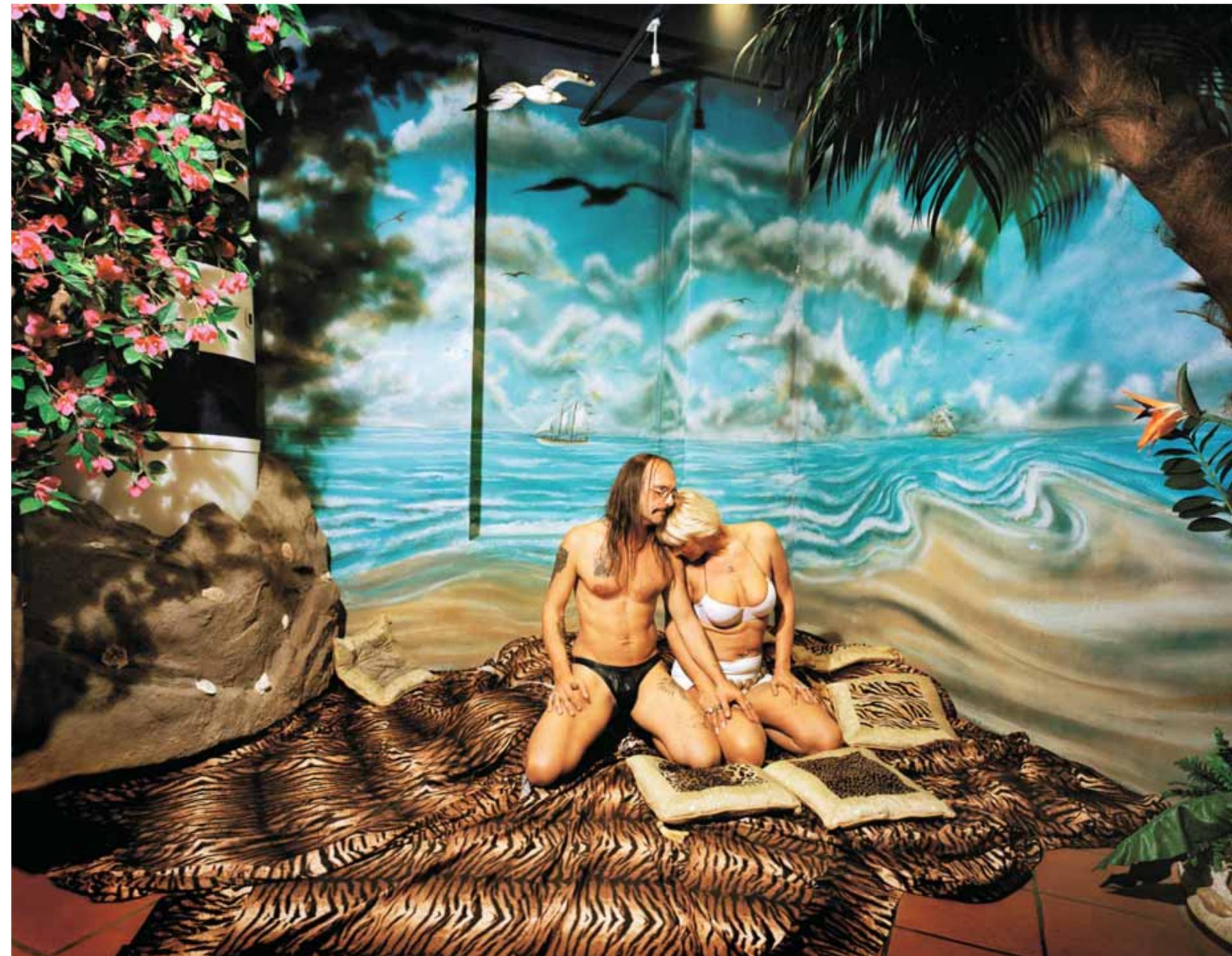
Cosplayer, Tokyo Dome City, Tokio, Japan, 2009
Cosplayer, Tokyo Dome City, Tokyo, Japan, 2009



Leidenschaft

Passion

Swingerclub Frevoli, Wien, Österreich, 2008
Frevoli Swinger Club, Vienna, Austria, 2008



Fetishclub Kitty Cat Club, München, Deutschland, 2007
Kitty Cat Club Fetish Club, Munich, Germany, 2007



Partygast im Latex – Vakuumiergerät, Fetishclub Kitty Cat Club, München, Deutschland, 2007
Party Guest in Latex – Vacuum Device, Kitty Cat Club Fetish Club, Munich, Germany, 2007



Swingerclub Caribik, Amstetten, Österreich, 2007
Caribik Swinger Club, Amstetten, Austria, 2007



Partygast, Fetishclub Kitty Cat Club, München, Deutschland, 2007
Party Guest, Kitty Cat Club Fetish Club, Munich, Germany, 2007



Swingerpaar Public Couple, Wien, Österreich, 2006
Swinger Couple Public Couple, Vienna, Austria, 2006



Machtspiele

Power Games

Paintball-Spieler, Trautmannsdorf, Österreich, 2006
Paintball Player, Trautmannsdorf, Austria, 2006



Kreuzigung, Themenpark The Holy Land Experience, Orlando, Florida, USA, 2005
Crucifixion, The Holy Land Experience Theme Park, Orlando, Florida, USA, 2005



Militär-Themenpark Minsk World, Shenzhen, China, 2008
Minsk World Military Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Cosplayer, Freizeitpark Yomuri Land, Tokio, Japan, 2009
Cosplayer, Yomuri Land Amusement Park, Tokyo, Japan, 2009



Bogenschütze, Westernstadt Pullmann City, Eging am See, Deutschland, 2009
Archer, Pullmann City Western Town, Eging am See, Germany, 2009



Militär-Themenpark Minsk World, Shenzhen, China, 2008
Minsk World Military Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Paintball-Spieler, Trautmannsdorf, Österreich, 2006
Paintball Player, Trautmannsdorf, Austria, 2006



Themenpark The Holy Land Experience, Orlando, Florida, USA, 2005
The Holy Land Experience Theme Park, Orlando, Florida, USA, 2005



Militär-Themenpark Minsk World, Shenzhen, China, 2008
Minsk World Military Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Militär-Themenpark Minsk World, Shenzhen, China, 2008
Minsk World Military Theme Park, Shenzhen, China, 2008



Der aufgemalte Himmel – Erlebnis und Simulation

Von Jens Lindworsky

Skifahrer poltern mit klobigen Schuhen über den Bretterboden, noch verschwitzt von der Piste, den Anorak um die Hüften gewickelt. Sie tragen Tablets mit Bier, Brezeln und Weißwürsten zu Holztischen mit bunten Sonnenschirmen. Aus Lautsprechern ertönt die typische Hütten Musik, die Tische mit der besten Aussicht sind immer am schnellsten besetzt. In den Skigeieten der Alpen gibt es Tausende solcher Biergärten.

Doch von dieser »Sonnenterrasse« blickt man nicht etwa auf ein Bergpanorama – zu Füßen der Wintersportler liegt eine Kokerei, aus der weiße Dampfwolken aufsteigen, in der Ferne sieht man Schlote und Fördertürme. Das Alpincenter Bottrop liegt im Ruhrgebiet, Hunderte Kilometer nördlich der Berge, auf der Abraumhalde eines Kohlebergwerks. Ein kleines, künstliches Skiparadies inmitten einer Industrielandschaft. Auch im Sommer, wenn über dem grünen Blechdach der lang gezogenen Skihalle die Hitze wabert, herrscht auf der Piste Betrieb. Anfänger absolvieren ihren ersten Skikurs, Snowboarder üben neue Tricks, andere testen Material, bringen sich für den Winter in Form oder genießen einfach einen Tag im Schnee.

Was man hier erlebt, geht aber weit über den reinen Sport hinaus. Malte Völlmecke, einer der Geschäftsführer des Alpincenters, ist überzeugt, dass hier weitgehend die gleichen Gefühle ausgelöst werden wie in einem Skiort in den Bergen. Spätestens die Kellnerinnen im Dirndl und der Jaagertee lassen den Funken überspringen: Im »Hasenstall«, einer perfekt nachgebauten Skihütte, tanzen oft schon am späten Nachmittag die Gäste auf den Bänken und singen den »Anton aus Tirol«. »Die Erlebnisorientierung ist die unmittelbarste Form auf der Suche nach Glück«, schreibt der empirische Sozialforscher Prof. Gerhard der Schulze in seinem Buch »Die Erlebnisgesellschaft« (1).

Dabei ist das zentrale Projekt des Menschen, sich ein schönes Leben zu gestalten, und man erreicht es, indem man sich möglichst viele schöne Erlebnisse verschafft. Das Erleben rückt in den Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit, es wird gesucht, gestaltet, und nicht selten ist es der ausschließliche Zweck einer Handlung. Das geht so weit, dass praktisch der Nutzen von Gebrauchsgütern und Dienstleistungen an Bedeutung verliert – was zählt, ist deren emotionaler Zusatznutzen. Man fährt eine Harley-Davidson nicht, um von A nach B zu gelangen, die Maschine dient vielmehr der Erzeugung von Gefühlen. William G. Davidson brachte es auf den Punkt: »Wir verkaufen einen Lebensstil, das Motorrad gibt es gratis dazu.«

Wenig verwunderlich reagiert der Markt, indem er uns jedes halbwegs erstrebenswerte Erlebnis in organisierter Form anbietet. Nicht nur im Original, etwa als Ski- oder Strandurlaub, sondern auch als Simulation jeder Art. Die Palette reicht vom Palmenstrand in der Halle über simulierte arktische Stürme bis hin zum Gulag-Aufenthalt, bei dem als Wärter verkleidete Schauspieler die Gäste schikanieren.

»Einen Trip in tropische Gefilde können sich jetzt alle leisten. Ganz ohne Kofferpacken«, verspricht etwa die Werbung des Tropical Islands Resort, das sich selbst als »authentisches Tropenparadies von Menschenhand« beschreibt. Das Paradies liegt eine Autostunde von Berlin entfernt in einer Halle, die ursprünglich für den Bau von Luftschiffen errichtet worden ist. Dies ist die erste Station unserer Reise durch künstliche Freizeitwelten. Der Aufwand, mit dem hier Ferienstimmung erzeugt wird, ist beeindruckend. Es gibt originalgetreu nachgebaute Häuser aus

verschiedenen Südseeregionen und einen botanischen Garten – den größten, der bislang in einer Halle angepflanzt wurde. Es gibt einen langen Sandstrand voller Sonnenliegen, auf dem sich das »Strandleben« wie automatisch einstellt: Kinder bauen Sandburgen, man flaniert in Bikini und Badehose auf und ab, liest, döst oder badet. Aus Lautsprechern, die als Steine getarnt sind, rauscht das Meer und zwitschern Vögel. Meist werden die Geräusche aber von Musik übertönt – von Lambada-Kursen, von der Show der chinesischen Artisten oder dem Auftritt der balinesischen Tänzerinnen. Bis spät in die Nacht ist die Halle mit Unruhe erfüllt. Wir übernachten in einem der Zelte nahe den Beachvolleyballplätzen, und es ist der Sand im Schlafsack, der mich an vergangene Ferien erinnert, mir ein unvorhergesehenes Gefühl von Urlaub verschafft. Die kleine Illusion platzt nächsten Tag: Als ich aus dem Zelt steige, erwarte ich unwillkürlich kühle, frische Morgenluft. Doch die Luft ist warm und abgestanden, wie am Abend zuvor. Das ist irritierend, als wäre etwas an diesem Morgen nicht real.

Es sind solche kleinen Brüche, die ich auf so vielen von Reiners Bildern wiederfinde, diese leisen Enttäuschungen zwischen dem, was etwas sein will, und dem, wie es sich anfühlt. Als wir an der türkischen Riviera ein Hotel besuchen, das dem Roten Platz in Moskau nachempfunden ist, ist dieses Gefühl wieder da. Das Kremlin Palace Resort Hotel ist mit seinem verkleinerten Nachbau der Basilius-Kathedrale auf einen Schlag bekannt geworden. Dass dieses Hotel ausgerechnet bei Russen so beliebt ist, war auch für die Hotelleitung eine Überraschung. Belma Basank aus dem Management berichtet von russischen Gästen, die selbst noch nie in Moskau waren und ihren Kindern hier in der Türkei die Wahrzeichen ihrer Hauptstadt »zeigen«. In Badehose und Bikini. Als Kind war ich einmal mit meinen Eltern in einem Campingbus an genau diesem Küstenstrich. Die Türkei als solche war für uns Attraktion genug, fremd und aufregend mit ihren Moscheen und Basaren, mit den römischen Ruinen und den kontaktfreudigen Leuten. Dass diese Gegend jetzt wegen einer Nachbildung des Roten Platzes berühmt ist, kommt mir etwas merkwürdig vor. An einem Nachmittag gibt es im Hotel eine Show, in der sich die Türkei präsentiert. Die Musiker sind ausgezeichnet, aber die als Wasserverkäufer und Schuhputzer verkleideten Statisten ernüchtern mich. Als Kind habe ich solche Berufe in Wirklichkeit gesehen. Nun sehe ich sie als Folkloreshow wieder, mit aufgeklebten Schnurrbärten und viel zu bunt gerateten Kostümen, in einem Hotel, das von der wirklichen Türkei weitgehend abgeschirmt ist. Der empirische Sozialforscher Professor Peter Zellmann sieht auch in solchen Begegnungen noch viel Positives: Es ist immer noch besser, die Türkei in einem Cluburlaub kennenzulernen als überhaupt nicht. Allgemein sieht er in den neuen Freizeitangeboten mit ihren Inszenierungen und

Simulationen wunderbare Möglichkeiten zum Ausprobieren und Kennenlernen neuer Dinge. So manches in diesen virtuellen Welten mag etwas seicht sein, aber hier finden leicht verfügbare erste Kontakte und Erfahrungen statt und jedem steht frei, mehr daraus zu machen. So mag die Skipiste der Allrounder Winter World bei Neuss weder sehr lang noch sehr steil sein – manch begeisterter Skifahrer aus dem Ruhrgebiet konnte hier die Skilehrerausbildung machen und arbeitet nun im Winter in den Bergen. Junge Snowboardfahrer aus der Region haben bei manchem Air-and-Style-Nachwuchswettbewerb in den Alpen sämtliche Preise abgeräumt, nachdem sie in der Halle auch im Sommer ihre Sprünge trainieren konnten. »Die anderen sahen dagegen aus wie Anfänger!«, erinnert sich Johannes Janz, einer der Gründer der Winterworld.

Keine Zweifel: Die künstlichen Welten holen auf. In Neuss ist es erstmals gelungen, echte Schneeflocken in einer Skihalle rieseln zu lassen. Manches Skigebiet in den Bergen kann da in schnee-armen Wintern nicht mithalten, was die Qualität der Pisten betrifft: Schneekanonen erzeugen nur Eiskristalle, auf denen das Fahren weniger angenehm ist. Sollten die Winter in Zukunft noch schneeärmer werden, gibt es bereits Pläne für die Überdachung einzelner Hänge in den Bergen, vielleicht sogar für deren Kühlung. Solche »Snow Bubbles« würden den Unterschied zwischen Original (Wintersportort) und Imitation (Skihalle) praktisch aufheben. Mitunter scheint diese Unterscheidung schon jetzt belanglos: Für Sporttaucher sind versunkene Schiffe eine Attraktion, besonders wenn sie nach längerer Zeit überwachsen und von Fischen besiedelt sind. Also haben viele Urlaubsorte ihr Tauchrevier attraktiver gemacht, indem sie Schiffe bis hin zu Flugzeugträgern versenkt haben. Der nächste Schritt, künstlich aufgeschüttete Riffe, auf denen mit speziellen Verfahren Korallen angesiedelt werden, ist auch keine Seltenheit mehr. Und der übernächste Schritt erfreut sich in Duisburg wachsender Beliebtheit: Hier hat man einen ausgedienten Gasometer dreizehn Meter hoch mit Wasser gefüllt und so in das größte künstliche Tauchrevier zu kommerziellen Zwecken verwandelt. In den Lichtkegeln ihrer Unterwassertaschenlampen sehen die Taucher ein künstliches Riff, Autowracks, ein Sportflugzeug und eine versenkte 11-Meter-Yacht. Manchmal sind Duplikate ohnehin die einzige Möglichkeit, etwas zu erleben – wie etwa bei den steinzeitlichen Höhlenmalereien von Lascaux. Weil die Bilder von den Ausdünstungen der Besucher bedroht waren, wurde die Höhle 1963 für das Publikum gesperrt. Als Ersatz baute man in unmittelbarer Nähe eine präzise Nachbildung der Fundstelle: Lascaux II. Zehntausende sahen sich seitdem lieber die Kunsthöhle an als gar keine. Inwieweit das Hotel The Venetian in Las Vegas tatsächlich das Gefühl vermittelt, das man in Venedig hätte – so die Werbung (2) –, mag dem Geschmack des Publikums überlassen sein. Hier trainieren

sich die Gondolieri in ihrer zweiwöchigen Ausbildung einen italienischen Akzent an, lernen ein paar italienische Lieder sowie die nötigsten Sätze und denken sich eine italienische Lebensgeschichte samt Herkunftsort aus. Die Gondeln haben ein verstecktes Pedal, das einen Elektromotor zuschaltet. Das Wasser riecht nach Chlor statt nach Canale, ein Teil der Anlage ist überdacht und klimatisiert, hier lassen computergesteuerte Lichteffekte den aufgemalten Himmel auf Knopfdruck in einem künstlichen Abendrot erstrahlen.

Nicht wenige Menschen würden in solche – und noch künstlichere – Welten einziehen, wenn man sie ließe. Wohl jeder Themenpark hat Dauergäste mit Saisonkarten, die praktisch ihre ganze Freizeit dort verbringen. Sie nutzen den Park wie öffentlichen Raum, wie die wirkliche Welt, wie ihr Zuhause. Ein solcher Dauergast ist Sven, den wir im Movie Park bei Bottrop treffen. »Ich bin schon sieben Jahre dabei«, erzählt er, »wir sind eine Gruppe von über 30 Leuten – ich würde sagen, es ist wie eine Familie.« Die Fahrgeschäfte benutzen sie am liebsten unter der Woche, wenn es keine Warteschlangen gibt und man beliebig oft hintereinander fahren kann. Sven schätzt, dass er die Crazy Action Stunt Show bereits über hundert Mal gesehen hat. Auch die Programme der anderen Showbühnen kann er »schon rückwärts pfeifen«. Mit den Stuntleuten ist er per Du, die Angestellten an den Buden kennt er namentlich, einige davon zählt er zu seinen Freunden. Dass man ihn nicht zuletzt deshalb freundlich behandelt, weil er in seiner Welt zahlender Gast ist, weiß er aber.

Treiben neue Inszenierungen, Simulationen und Kunstwelten einen weiteren Keil zwischen uns und die Wirklichkeit oder bieten sie nie da gewesene Möglichkeiten und erleichtern den Zugang zu entlegenen Erfahrungen? Geht es nach Jean Baudrillard, so wird der Kontakt zwischen dem Menschen und der Welt geringer, während jener zwischen Mensch und Medien intensiver wird. Medien und die Wirklichkeit beeinflussen einander und verschmelzen zu einer Hyperrealität. Die Wirklichkeit verschwindet hinter ihren Bildern, Vorbild und Abbild des modernen Simulacrums sind ununterscheidbar.

Teenager fangen an, sich zu benehmen wie die Figuren amerikanischer Jugendserien, die ja eigentlich das Leben der Teenager beschreiben sollen. Aus Italien ist bekannt, dass Mitglieder der Mafia in ihren Gesten und ihrer Kleidung amerikanische Mafia-Filme kopieren. Seit Quentin Tarantinos Pulp Fiction von 1994 halten viele junge Mafiosi ihre Pistolen beim Schießen schräg, obwohl sie dann schlechter treffen.

Wie nah kann man durch Simulation den Gefühlen kommen, die andere Menschen gehabt haben?

In der bayerischen Westernstadt Pullman City versucht eine Gruppe von »Authentikern, dem wilden Westen so nahezukommen wie nur möglich. In einem abseits gelegenen Waldstück unterhalb der eigentlichen Westernstadt haben sie eine kleine Siedlung errichtet: selbst gezimmerte Hütten aus verschiedenen Epochen des »wilden Westens«. Aussehen und Bauweise der Hütten sind mitunter fanatisch genau recherchiert und historisch belegt. Viele kommen fast jedes Wochenende und in den Ferien hierher, um sich so weit wie möglich in eine andere Welt, in eine andere Zeit zu versetzen. Manche versuchen, alles aus ihrem Umfeld zu entfernen, was es damals noch nicht gab. Dann gibt es zum Frühstück Bohnen, gekocht auf einem Lagerfeuer, das mit einem Feuerstein entzündet wurde, wobei der Zunder durch Verschmoren von Baumwolle zuvor selbst hergestellt worden ist. Nach historischer Anleitung, versteht sich. Das Hobby ist wie ein Sog. Es gibt Leute, die studieren jahrelang Originalquellen, um an detailliertes Wissen zu kommen.

Ein Authentiker, der einen Büffeljäger verkörpert, durfte einmal nach mühsamen Verhandlungen einen schlachtreifen Bison mit seinem Nachbau einer historischen Flinte abschließen. Legal, unter der Aufsicht eines Jägers. Die besten Momente, die perfekten Erlebnisse, so beschreibt es ein besonders detailverliebter Authentiker, seien wie ein »Zeitflash, so beeindruckend, dass du es nicht in Worte fassen kannst. Du begreifst es gar nicht und willst nur noch dort bleiben.« Vergleichbare Annäherungen an die Geschichte gibt es von der Römerzeit bis zum Zweiten Weltkrieg. Es fällt auf, dass im Wesentlichen nur Themen aufgegriffen werden, die auch in den Medien präsent sind, allen voran im Film. Wer sich dann genauer mit einer Epoche befasst, erkennt schnell, wie unrealistisch jene Darstellungen sind, die zuerst das Interesse geweckt haben.

Doch ein verlässlicher Indikator für Sehnsüchte der Menschheit ist der Film allemal, besonders der Science-Fiction-Film. Ein Leitmotiv ist dabei die »perfekte Simulation«, und es gibt variantenreiche technische Realisierungen dieser Vision. Da werden Abenteuer etwa direkt im Bewusstsein erzeugt, indem man das Gehirn manipuliert, wie in Paul Verhoevens Film Total Recall von 1990. Das konzeptuelle Gegenteil findet man nicht zuletzt in der TV-Serie Raumschiff Enterprise: Die nächste Generation in Form des »Holodecks«. Hier wird in einem leeren Raum durch holografische Projektionen jede erdenkliche Szenerie erschaffen und mit allen Sinnen wahrnehmbar gemacht – täuschend echt, versteht sich, was mitunter schmerzhaft ist, und bei Versagen der Sicherheitssysteme auch mal lebensgefährlich.

Während diese Ideen technisch unmöglich sein dürften, entwirft Michael Crichton in seinem Film Westworld von 1973 ein weniger utopisches Szenario: drei Themenparks, die das antike Rom, eine

mittelalterliche Stadt und eine Westernstadt darstellen und von Robotern bevölkert sind, die mit den Gästen interagieren. »Worlds, where you can live out your every fantasy«, heißt es im Film, man erlebt mit den Androiden etwa römische Orgien, Schwertkämpfe und Pistolenduelle. Was die Orgien betrifft, haben die Fortschritte der Robotik diese Utopie bereits in greifbare Nähe gerückt. Die Hightech-Sexpuppe Andy der deutschen Firma First Androids hat in der Luxusversion einen spürbaren Puls, kann lächeln und zärtlich küssen und hat ein stufenlos regelbares Blowjob-System. Die Firma baut auch männliche Sexmaschinen und will in einem nächsten Schritt ihren automatischen Liebhabern künstliche Intelligenz einprogrammieren, damit sie auch als Gesprächspartner befriedigen. Hier hapert es bislang bei den Automaten, also sind für Anregungen oberhalb der Gürtellinie bis auf Weiteres Menschen wesentlich interessanter – auch ohne viel technischen Aufwand.

Das dänisch-deutsche Künstlerduo Signa geht hier neue Wege, indem es in leer stehenden Räumen akribisch ausgefüllte Szenarien einrichtet. Für das Kunstfestival Steirischer Herbst eröffneten sie 2008 in Graz den »Komplex Nord«, eine spartanisch eingerichtete, etwas unheimliche Demenzstation. Die Besucher wurden darin als Patienten eingewiesen, mussten alle persönlichen Gegenstände abgeben und Anstaltskleidung tragen. Dann wurden sie von Schauspielern, die als Ärzte und Pfleger in der Anstalt auftraten, bis zur Entmündigung betreut.

Man blieb mindestens sechs Stunden, wahlweise länger und auch über Nacht, und nahm an einem »Therapieprogramm« teil, das einiges an Überwindung verlangte. Immer wieder entstehen bei diesen Installationen Momente, in denen die Grenze zwischen Schein und Wirklichkeit unklar wird. Die Firma London Quest geht bei manchen ihrer Inszenierungen noch einen Schritt weiter. Es kommt mitunter dazu, dass die Kunden sich in der Öffentlichkeit oder in der Arbeit befinden und nicht unterscheiden können, ob eine Situation real ist oder nicht. Dazu arbeitet Mastermind Andrew Pawlby mit Schauspielern, die sich unerkannt in eine Umgebung einschleichen, um den Kunden maßgeschneiderte künstliche Abenteuer zu bereiten. Pawlby erzählt etwa von jungen Anwälten, die nach einem schwierigen Vertragsabschluss abends im Pub zufällig eine Meldung im Radio hören, die ihre eben ausgehandelten Verträge in ein Debakel verwandelt. Am nächsten Tag durchleben sie turbulente Nachverhandlungen und ahnen nicht, dass die Radiomeldung gefälscht war, die Partnerfirma inszeniert und ihre Vertragspartner Schauspieler sind. Simulationen, die uns derart täuschen, dass sie uns als die Wirklichkeit vorkommen, sind eine seltene Ausnahme. Meist unterscheiden wir natürlich zwischen Original und Fälschung … zumindest im Moment.

So manche Simulation könnte aber eines Tages nachträglich zur Wirklichkeit werden – subjektiv, in unserem Gehirn. Denn das Gedächtnis funktioniert keineswegs wie ein untrügbarer Speicher, auch wenn wir das gerne glauben. Gerade wenn es um Episoden aus dem eigenen Leben geht, verändert und ergänzt das Gehirn die Erinnerungen, passt sie dem jeweils aktuellen Bedarf an Erfahrungen an. Was erinnert wird, ist wandelbar. In Experimenten konnten Psychologen bereits mit verschiedenen Methoden sogar ganz neue, falsche Erinnerungen erzeugen. Die Probanden waren dann etwa sicher, sie seien als Kind einmal im Kaufhaus verloren gegangen, konnten sich sogar an Einzelheiten der Episode erinnern – obwohl die Begebenheit nie stattgefunden hat.

Auch hat man Fälle von Kriegsveteranen untersucht, die Teile von Filmen als eigene Erlebnisse berichtet haben – fest davon überzeugt, sie hätten die Geschichten selbst erlebt. Ronald Reagan war ein prominentes Beispiel dafür: Er erzählte – Jahre vor seiner Alzheimer-Erkrankung – gelegentlich von einer dramatischen Notlandung, die er im Zweiten Weltkrieg durchgemacht haben wollte. Tatsächlich stammte die Szene aus dem Propaganda-Streifen Wing and a Prayer von 1944. Da die neuen Simulationen schon jetzt wesentlich eindrucksvoller und realistischer sind als Filme, darf man wohl annehmen, dass in unseren Erinnerungen in Zukunft noch so einiges durcheinander kommen könnte …

1) Gerhard Schulze, Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart, Campus Verlag, Frankfurt/Main, 1992

2) Im Original: »The feeling you would experience when you were actually in Venice – here in Las Vegas«

The Painted Sky – Experience and Simulation

By Jens Lindworsky

Skiers are clattering across the wooden floor boards in clumsy boots, still sweaty from the ski run, anoraks wrapped around their hips. They are carrying trays laden with beer, pretzels and weißwurst to wooden tables with bright sunshades. The loudspeakers are blaring out the typical Alpine-hut music; the tables with the best view are always taken first. There are thousands of beer gardens like this in the skiing areas of the Alps. But what you are looking at from this »sun terrace« is not a mountain panorama at all – beneath the skiers and snowboarders is a coking plant belching out white clouds of steam, and in the distance you can see smokestacks and pitheads. The Bottrop Alpine Centre is located in the Ruhr, hundreds of kilometres to the north of the mountains, on the slag heap of a coal mine. A small, artificial paradise for skiers right in the heart of an industrial landscape. The ski run is busy even in summer, when the air above the long green tin roof of the indoor ski centre goes hazy from the heat. The beginners are taking their first skiing lessons, snowboarders are practising new tricks, others are testing material, getting themselves fit for winter or simply enjoying a day in the snow. And what you are experiencing here goes far beyond pure sport. Malte Völlmecke, one of the managers of the Alpine Centre, is convinced that the feelings created here are just the same as those in a mountain ski resort. The sight of the waitresses in their dirndl dresses and the jaagertee is the last thing needed to set the sparks flying. And often by late afternoon in the »Hasenstall«, a perfect replica of a ski hut, the guests are dancing on the benches and singing »Anton aus Tirol«. »Orientation on experience is the search for happiness in its most direct form«, as the empirical social

research scientist, Professor Gerhard Schulze, writes in his book »Die Erlebnisgesellschaft« [The Experience Society] (1). Man's central project is to create for himself a beautiful life, and this is achieved by having as many beautiful experiences as possible. Experience becomes the focus of our attention, is sought, designed and quite often the only purpose behind an action. This can go so far that the practical usefulness of consumer goods and services begins to lose its importance – what counts is their additional emotional benefit. You don't drive a Harley-Davidson simply to get from A to B; the bikes are there to create feelings. William G. Davidson got to the heart of it when he said: »What we are selling is a lifestyle, the motorbike comes free.« It's no surprise then, if the market reacts by offering us any halfway desirable experience in an organised form. Not only in the original, like a skiing or beach holiday, for example, but also as any kind of simulation of it. The range covers everything from the indoor palm beach, simulated arctic storms and even a stay at a gulag where the guests are bullied by actors dressed up as guards.

»Now everybody can afford a trip to tropical climes without even packing a suitcase«, is the promise, for example, of the advertisement for the Tropical Islands Resort, which describes itself as an »authentic man-made tropical paradise«. The paradise is just a one-hour drive from Berlin, in a hangar that was originally built for the construction of zeppelins. This is the first stop in our journey through artificial leisure worlds. The efforts made to create a holiday atmosphere are impressive. There are true-to-life copies of dwellings from various South-Sea

regions and a botanical garden – the largest ever to be planted in a hall. There is a long sandy beach full of sun loungers, where the »beach life« comes automatically: Children are building sand castles, people in bikinis and bathing trunks are strolling about, reading, dozing or swimming. From loudspeakers camouflaged as rocks come the murmur of the sea and the chirping of birds. Most of the time, though, the sounds are drowned by music – by lambada courses, by the Chinese artists' show or the Balinese dancers' performances. The hall is filled with pandemonium until late at night. We spend the night in one of the tents close to the beach volleyball courts and it's the sand in my sleeping bag that reminds me of past vacations, giving me an unexpected feeling of being on holiday. The next morning shatters this tiny illusion: Getting out of the tent, I instinctively expect to feel the cool, fresh morning air. But it's warm and stale, just like the previous evening. Somewhat confusing, as if there is something not quite real about this morning.

It is these small incongruities that I find in so many of Reiner's pictures, these slightly disappointing discrepancies between what something wants to be and what it really feels like. And this feeling returns when we are staying on the Turkish Riviera, at a hotel that has been modelled on Red Square in Moscow. Its scaled-down replica of St. Basil's Cathedral has made the Kremlin Palace Resort Hotel famous overnight. The fact that this hotel is especially popular with Russians of all people came as a surprise even to the hotel's management. Belma Basank, one of the managers, tells of Russian guests who themselves have never been to Moscow »showing« their children their capital's landmarks here in Turkey, in swimming trunks and bikinis.

As a child I once visited this very stretch of coast with my parents, in a camper. Turkey as such was attraction enough for us, exotic and exciting as it was with its mosques and bazaars, its Roman ruins and sociable people. It strikes me as being rather strange that this region is now famous for its replica of Red Square.

One afternoon, the hotel puts on a show presenting Turkey. The musicians are excellent, but I am brought back to earth by the extras dressed up as watersellers and bootblacks. As a child, I had seen these professions in reality. And now I am seeing them again as a folkloristic show, with stuck-on moustaches and costumes far too colourful, in a hotel that is for the most part cut off from the real Turkey.

Professor Peter Zellmann, the empirical social research scientist, still sees a lot of positive things in encounters of this kind: It is still better to get to know Turkey on a club holiday than not at all. In general, he sees the new leisure activities with their scenarios and simulations as wonderful opportunities for trying out and getting to know new things. There might be a good many things in these

virtual worlds that are quite trivial, but this is the place to make those first, readily available contacts and to enjoy those first experiences; and everybody is free to make more of it. The ski run at the Allrounder Winter World near Neuss may be neither very long nor very steep, and yet a good many ski enthusiasts from the Ruhr have been able to train as ski instructors here and are now working in the mountains in winter. At quite a few air-and-style junior competitions in the Alps young snowboarders from the region walked off with all the trophies after being able to practise their jumps at the centre in summer as well. »They made the others look like beginners!«, Johannes Janz, one of the founders of Winterworld, recalls. There's no doubt about it: The artificial worlds are catching up. Neuss was the first to succeed in making it snow real snow in an indoor ski centre. In winters with little snow it's difficult for some mountain skiing areas to match that in terms of the quality of the ski runs: Snow cannons only produce ice crystals, which are not so pleasant to ski on.

Should there be even less snow in winter in future, there are already plans to roof over some of the slopes in the mountains, maybe even to cool them. These »snow bubbles« would effectively eliminate the difference between the original (ski resort) and its imitation (indoor ski centre). In some cases this distinction already seems to have become irrelevant: Sunken ships are an attraction for scuba divers, especially if they have long been grown over and inhabited by fish. So many holiday destinations have made their dive sites more attractive by sinking ships, or even aircraft carriers. The next step, artificial reefs on which corals have been established using special techniques, are no rarity any more, either. And the next step after that is enjoying increasing popularity in Duisburg: Here, a disused gasometer has been filled with water to a height of thirteen metres, transforming it into the biggest artificial dive site to be used for commercial purposes. In the light cones of their underwater torches the divers can see an artificial reef, car wrecks, a sporting aircraft and a sunken 11-metre yacht.

Anyway, duplicates can sometimes be the only opportunity to experience things, for example, in the case of the Lascaux stone-age cave paintings. The paintings were in danger of being destroyed by visitors' transpiration, so the cave had to be closed to the public in 1963. Instead, a precise replica of the find was built right next to it: Lascaux II. Since then, tens of thousands have preferred to visit the artificial cave rather than none at all. The extent to which the The Venetian hotel in Las Vegas gives you the feeling you would experience if you were actually in Venice – so the claim – may be a matter for the guests to decide. During their two weeks of training, the gondolieri acquire an Italian accent, learn a few Italian songs and one or

two essential phrases and invent an Italian life story and birthplace of their own. The gondolas have a hidden pedal to switch on an electric motor. The water smells of chlorine instead of canale, part of the facility is roofed-in and air-conditioned and computer-controlled lighting effects make it possible to change the painted sky into the glow of an artificial sunset at the touch of a button. Quite a few people would move into worlds like this, and even more artificial ones, if only they could. Probably every theme park has its regular visitors with season tickets who spend practically all their leisure time there. They use the park like public space, like the real world, like their home. Sven, whom we meet at the Movie Park near Bottrop, is one of these regular visitors. »I've been doing this for seven years«, he says, »there are more than thirty of us in our group – I would say it's more like a family.« They prefer to use the fun rides during the week, when there are no queues and you can take a ride as often as you like. Sven reckons that he has already seen the Crazy Action Stunt Show more than a hundred times. And he can already repeat the programmes of the other shows »standing on his head«. He is on first-name terms with the stuntmen, he knows the people in charge of the stalls by name and rates some of them among his friends. But the friendly treatment he receives is not least due to the fact that he is a paying guest in his world, and that is something he's well aware of.

Are new scenarios, simulations and artificial worlds driving yet another wedge between us and reality, or do they offer possibilities hitherto unrealised, making it easier to access out-of-the-way experiences? If we are to believe Jean Baudrillard, the contact between man and the world is becoming weaker, whereas the contact between man and the media is becoming more intense. Actuality and the media have a mutual effect on one another, merging into a hyper-reality. Actuality disappears behind its images, the model and the copy of the modern simulacrum become indistinguishable. Teenagers start behaving like the characters in American serials for young people that are actually supposed to describe the lives of teenagers. In Italy, as we know, members of the Mafia copy the gestures and clothes they see in American Mafia movies. Ever since Quentin Tarantino's Pulp Fiction in 1994, many young Mafiosi hold their shooters at a slant, even though this spoils their aim. How close can simulation bring us to the feelings other people have had in the past? In Pullman City, the Bavarian western town, a group of »authentic« are trying to get as close to the Wild West as they possibly can. In a remote piece of forest below the town itself they have established a little settlement of wooden cabins they have built themselves, from various epochs of the Wild West. The appearance of the cabins and the construction techniques used have been historically researched

with a sometimes fanatic precision. Many of the aficionados come here almost every weekend and during their holidays, in order to take themselves back, as far as possible, to another world, to another time. Some of them attempt to free their surroundings of everything that did not exist at the time. They have beans for breakfast cooked on a camp fire lit with a flint, and the tinder they use they have produced by charring cotton, all based on historical instructions, of course. The hobby is like a maelstrom, with some people spending years studying original sources in order to obtain detailed knowledge. After painstaking negotiations one authentic, playing the part of a buffalo hunter, once obtained permission to shoot a bison that was ready for slaughter with his replica of a historical shotgun; all quite legally, supervised by a hunter. The best moments, the perfect experiences, as described by one authentic with a particular fondness for detail, are like a »time flash, so impressive that you cannot put it into words. You simply cannot grasp it, and all you want to do is stay there.« There are comparable approximations to history, from the time of the Romans to the Second World War. What is striking, is that, for the most part, the only themes to be taken up are the ones that are also present in the media, most of all in the movies. Then, anyone starting to examine an epoch in more detail soon comes to realise just how unrealistic those portrayals are that first awakened their interest.

But film is, at any rate, a reliable indicator of humanity's longings, especially the science fiction film. One leitmotif here is the »perfect simulation«, and the ways of implementing this vision are many and varied. For instance, adventures are created directly in people's consciousness by manipulating their brains, as in Paul Verhoeven's film Total Recall from 1990. The counterpart to this idea can be found in the TV-series Star Trek: The next Generation, in the form of the »holodeck«. Here, any scene imaginable is created in an empty room by means of a system of holographic projections that can be perceived by all the senses – remarkably real, of course, and this can sometimes turn out to be painful or even life-threatening, if the failsafe systems happen to break down. Although it may well be technically impossible to implement these ideas, Michael Crichton depicts a less utopian scenario in his film Westworld in 1973: three theme parks representing ancient Rome, a medieval town and a town in the Wild West populated by robots that interact with the visitors. »Worlds, where you can live out your every fantasy«, it says in the film; together with the androids you can, for example, take part in Roman orgies, sword fights and shootouts. Thanks to progress in robotics, this utopia has already come within reach as far as the orgies are

concerned. The luxury version of Andy, the hightech sex doll from the German company First Androids has a pulse you can feel, it can smile and give tender kisses and has an infinitely variable blowjob-system. The company also builds male sex machines and the next step it is planning to take is to program its automatic lover with artificial intelligence, so that it can also satisfy people as a conversational partner. These first androids are still causing problems here, so for the time being humans will continue to be much more interesting as far as excitement above the waist is concerned, and without a great deal of sophisticated technology. Signa, the Danish-German artist-duo, are treading new paths here, setting up meticulously thought-out scenarios in buildings that are standing empty. For the Steirischer Herbst [Styrian Autumn] art festival in Graz in 2008 they opened the »Complex North«, a spartanly furnished, slightly eerie ward for people suffering from dementia. The visitors were admitted as patients and were made to hand in all their personal belongings and put on institutional clothing. They were then looked after by actors playing the roles of doctors and nurses working for the institution and were treated as if they had been placed under guardianship and were incapable of managing their own affairs. People stayed for at least six hours, and those who wanted to could stay longer, even overnight, and take part in a »programme of therapy«, which called for some considerable will-power. Time and again, these installations have moments when the boundary between appearance and reality becomes unclear. The London Quest company takes its scenarios one step further still. Every now and then their customers will find themselves among members of the public, or at work, without being able to decide whether a situation is real or not. To achieve this, mastermind Andrew Pawlby works with actors who surreptitiously become part of the customer's milieu in order to get him involved in artificial custom-made adventures. Pawlby tells the story, for example, of some young lawyers in a pub one evening after concluding some difficult contracts. By chance they hear a radio announcement that turns the contracts they have only just negotiated into a fiasco. The next day they have to go through some stormy follow-up negotiations, totally unaware that the message on the radio was a fake, the partner company is fictitious and their contractual partners are actors. Simulations that can deceive us into thinking they are reality are a rare exception. Of course, we can usually distinguish between the original and the fake ... or for the moment at least. But some simulations might later, one day, turn into reality – subjectively, in our brain. This is because memory does not function in any way like an infallible storage unit, even if we like to think so. The brain changes and supplements our memories, especially when it comes to episodes from our own

lives, and adapts them to what is currently required in terms of experience. What is remembered can be changed. Psychologists have already performed experiments in which they used a variety of methods to successfully create completely new, false memories. The participants in the experiments were afterwards quite certain, for example, that, during their childhood, they had once been lost in a department store; they could even remember details of the episode – although the event had never taken place. Cases have also been investigated of war veterans who reported parts of films as their own experiences – firmly convinced that they had experienced the stories themselves. A prominent example of this was Ronald Reagan: Years before he fell ill with Alzheimer's, he would talk about a dramatic emergency landing he thought he'd made in the Second World War. What he was actually talking about was a scene from the propaganda film Wing and a Prayer in 1944. The new simulations are, even now, much more impressive and realistic than films, so it is probably fair to assume that our memories might get quite a few things mixed up in future ...

1) Gerhard Schulze, Die Erlebnisgesellschaft: Kulturosoziologie der Gegenwart, Campus Verlag, Frankfurt/Main, 1992

Biografie: Reiner Riedler

Geboren 1968 in Gmunden, Österreich. Nach der Matura geht er nach Wien und beginnt das Studium der Ethnologie. 1991 fällt er den Entschluss, sich ganz der Fotografie zu widmen und belegt das Kolleg für Fotografie an der Höheren Graphischen Lehr- und Versuchsanstalt in Wien. Zunächst arbeitet er für Zeitschriften und Magazine. Seine Bilder werden in Magazinen wie »National Geographic«, »Stern«, »Der Spiegel«, »New York Times«, »Newsweek« , »Fortune«, »Le Monde«, »Ojodepez« etc. publiziert. Eigene Projekte, die hauptsächlich nach Osteuropa und Russland führen, werden in der Folge als Bücher herausgegeben: »Albanien, Leben an der Peripherie« (2001), Triton Verlag, Wien; »Ukraine. Fotografien« (2003), Edition Fotohof im Otto Müller Verlag »Gestürmte Festung Europa« (2007), Styria Verlag. Als Dokumentarfotograf nimmt er Stellung zu wichtigen Themen unserer Zeit. Der Mensch in seiner Umgebung steht dabei immer im Zentrum seiner Blickrichtung. Neben seiner Tätigkeit als Fotograf hält er auch Workshops. Reiner Riedler wird von der Agentur Anzenberger/Wien, der Galerie Momentum/Wien und der Heartgalerie/Paris vertreten. Reiner Riedler ist verheiratet und hat einen Sohn. Er lebt und arbeitet in Wien.

Ausstellungen

Einzelausstellungen (Auswahl):

- 2009 *Fake Holidays*, Lodz Art Center, Fotofestival Lodz
- Fake Holidays*, Northern Photographic Centre, Oulu City
- Reiner Riedler*, Fotoforum West, Innsbruck
- Fake Holidays*, Gallery AVLA NLB, Ljubljana, Slovenia
- 2008 *Fake Holidays*, Heart Galerie, Paris, Mois de la Photo, Paris
- Fake Holidays*, Fabryka Trzciny, Warsawa, Fotofestival Lodz
- Fake Holidays*, Austrian Cultural Forum, Month of Photography, Bratislava
- Fake Holidays*, Open Air Installation, Images 08, Vevey
- Fake Holidays*, Backlight Festival, Tampere
- 2006 *The Possibility of an Island*, Sirius Art Center/Cork
- Russian Circus*, Anzenberger Gallery, Monat der Fotografie Wien
- Russian Circus*, Month of Photography Crakow
- 2004 *Ukraine*, Fotogalerie Weinberg/Kefermarkt
- 2002 *Ukraine*, Nikon Image House/Zürich
- 2001 *Ukraine*, Rathaus Ivano-Frankivsk/Ukraine
- Albanien, Leben an der Peripherie*, Alte Schieberkammer/Wien
- 1996 *Pilgrimages*, Galerie Profil/Bratislava

Gruppenausstellungen (Auswahl):

- 2010 *Dreamland*, Centre Pompidou, Paris
- 2009 *The Robinson Centrifuge*, Künstlervereinigung Maerz, Linz
- Tourism. Spaces of Fiction*, Disseny Hub Barcelona, Barcelona
- Vraoum!*, La Maison Rouge, Paris
- Die ideale Ausstellung*, Weimarer Kunstfest, ACC Galerie Weimar
- 2008 *Tourismus – All Inclusive*, Kunsthalle Schirn, Frankfurt
- The other side*, Brick 5, Monat der Fotografie, Wien
- Wolfsburg-Wien, Städteansichten*, Goethe-Institut Bangkok
- Kunst hilft Afrika* – Lentos Kunstmuseum Linz, Linz
- 2007 *Fake Holidays*, Darmstädter Fototage
- 24 Stunden in Wien*, Leopold Museum, Wien
- 2006 *Fake Holidays*, Fotofestival Boutographie, Montpellier
- Land in Sicht*, Galerie Time, Monat der Fotografie Wien
- 2005 *Ukraine*, Fotosommer Stuttgart
- Fake Holidays*, Wiesbadener Fototage
- 2004 *Poverty has faces in Europe*, Europäisches Parlament Brüssel
- Das Wunder Mensch – Internationale Fotokunst*, Museum Moderner Kunst, Passau
- 2003 *Ukraine*, Fotohof Salzburg
- Armut*, Wien Museum, Wien
- Armut*, Sozialamt Graz
- 2001 *Austrian Documentary Photography*, Leica Gallery New York
- 1998 *Aperto*, Galerie Station U3, Wien
- 1997 *Obdachlos*, Fotogalerie Wien

Preise

Bild der Wissenschaft – Fotopreis 2008, Spezial Preis
Nominiert für den Grand Prix of Lodz 2008
Finalist of the Photolucida Critical Mass 2008
Px3 Public Choice Awards 2008, 2. Platz
Gewinner des Grand Prix of Kaunas 2007
Humanitarian Photo Award 2006, 2. Platz und Honorable Mention
Bruno Kreisky Award 2006 für das Buch »Gestürmte Festung Europa«
von Corinna Milborn, Fotografien von Reiner Riedler
Nominee of the International Colour Award 2006
Nominiert für die World Press Masterclass 1999

Biography: Reiner Riedler

Born in Gmunden, Austria, in 1968.

After his Matura (final school leaving examination), he goes to Vienna and begins to study ethnology. In 1991, he takes his decision to devote himself completely to photography and enrolls with the Kolleg für Fotografie at the Höhere Graphische Lehr- und Versuchsanstalt in Vienna. He starts working for journals and magazines. His photos are published in magazines like »National Geographic«, »Stern«, »Der Spiegel«, »New York Times«, »Newsweek«, »Fortune«, »Le Monde«, »Ojodepez«, etc. His own projects, mainly taking him to Eastern Europe and Russia, are published as books: »Albanien, Leben an der Peripherie« (2001), Triton Verlag, Wien
»Ukraine. Fotografien« (2003), Edition Fotohof im Otto Müller Verlag
»Gestürmte Festung Europa« (2007), Styria Verlag

As a documentary photographer he comments on important themes of our time. His line of vision is always directed towards man in his environment.

In addition to his work as a photographer, he also holds workshops. Reiner Riedler is represented by the Anzenberger Agency/Vienna, the Momentum Gallery/Vienna and heartgalerie/Paris.

Reiner Riedler is married and has a son. He lives and works in Vienna.

Exhibitions

Solo exhibitions (selection):

- 2009 *Fake Holidays*, Lodz Art Center, Lodz Photo Festival
- Fake Holidays*, Northern Photographic Centre, Oulu City
- Reiner Riedler*, Fotoforum West, Innsbruck
- Fake Holidays*, Gallery AVLA NLB, Ljubljana, Slovenia
- 2008 *Fake Holidays*, Heart Gallery, Paris, Mois de la Photo, Paris
- Fake Holidays*, Fabryka Trzciny, Warszawa, Lodz Photo Festival
- Fake Holidays*, Austrian Cultural Forum, Month of Photography, Bratislava
- Fake Holidays*, Open Air Installation, Images 08, Vevey
- Fake Holidays*, Backlight Festival, Tampere
- 2006 *The Possibility of an Island*, Sirius Art Center/Cork
- Russian Circus*, Anzenberger Gallery, Month of Photography, Wien
- Russian Circus*, Month of Photography, Krakow
- 2004 *Ukraine*, Fotogalerie Weinberg/Kefermarkt
- 2002 *Ukraine*, Nikon Image House/Zürich
- 2001 *Ukraine*, Town Hall Ivano-Frankivsk/Ukraine
- Albanien, Leben an der Peripherie*, Alte Schieberkammer/Wien
- 1996 *Pilgrimages*, Profil Gallery/Bratislava

Group exhibitions (selection):

- 2010 *Dreamland*, Centre Pompidou, Paris
- 2009 *The Robinson Centrifuge*, Künstlervereinigung Maerz, Linz
- Tourism. Spaces of Fiction*, Disseny Hub Barcelona, Barcelona
- Vraoum!*, La Maison Rouge, Paris
- Die ideale Ausstellung*, Weimarer Kunstfest, ACC Gallery Weimar
- 2008 *Tourismus – All Inclusive*, Kunsthalle Schirn, Frankfurt
- The other side*, Brick 5, Month of Photography, Wien
- Wolfsburg-Wien, Städteansichten*, Goethe-Institut Bangkok
- Kunst hilft Afrika* – Lentos Kunstmuseum Linz, Linz
- 2007 *Fake Holidays*, Darmstädter Fototage
- 24 Stunden in Wien*, Leopold Museum, Wien
- 2006 *Fake Holidays*, Fotofestival Boutographie, Montpellier
- Land in Sicht*, Galerie Time, Month of Photography, Wien
- 2005 *Ukraine*, Fotosommer Stuttgart
- Fake Holidays*, Wiesbadener Fototage
- 2004 *Poverty has faces in Europe*, European Parliament Brussels
- Das Wunder Mensch – Internationale Fotokunst*, Museum Moderner Kunst, Passau
- 2003 *Ukraine*, Fotohof Salzburg
- Armut*, Wien Museum, Wien
- Armut*, Social Security Office Graz
- 2001 *Austrian Documentary Photography*, Leica Gallery New York
- 1998 *Aperto*, Galerie Station U3, Wien
- 1997 *Obdachlos*, Fotogalerie Wien

Awards

Bild der Wissenschaft – Photo Award 2008, Special Award
Nominated for the Lodz Grand Prix 2008
Finalist of the Photolucida Critical Mass 2008
Px3 Public Choice Awards 2008, 2nd Place
Winner of the Grand Prix of Kaunas 2007
Humanitarian Photo Award 2006, 2nd Prize and Honourable Mention
Bruno Kreisky Award 2006 for the book »Gestürmte Festung Europa«
by Corinna Milborn, photographs by Reiner Riedler
Nominee of the International Colour Award 2006
Nominated für die World Press Masterclass 1999

Verleger/Publisher: moser verlag GmbH München
Widenmayerstrasse 16, D-80538 München
Tel. +49 (0)89-29 00 15-29 / Fax +49 (0)89-29 00 15 15
E-Mail: info@moser-verlag.com
www.moser-verlag.com

Art Direction: Horst Moser

Texte/Texts: Bill Kouwenhoven, Jens Lindworsky

Übersetzung/Translation: Walter Popp, David Smith

Layout: Claudia Diem, Lucie Schmid

Projektmanagement/Project Management: Claudia Diem

Schlusskorrektur/Final Editing: Susanne Traub-Schweiger

Reinzeichnung/Final Artwork and Typesetting: Peter Oberressl

Gesamtherstellung/Overall Production: DruckConcept, Christiane Rothe

Erstausgabe/First Edition

© 2009 moser verlag GmbH München

© für die Fotografien/for the photos: Reiner Riedler

ISBN 978-3-9812344-4-2

Printed in Italy

Fotos/Photos: Reiner Riedler (Foto/Photo)/Agentur Anzenberger

Titelbild/Cover Photo: Reiner Riedler (Foto/Photo)/Agentur Anzenberger

Disney's Typhoon Lagoon Water Park, Orlando, Florida, USA, 2005

Vertretungen/Representations: Agentur Anzenberger, Wien, www.anzenberger.com

Galerien/Galleries: Heartgalerie, Paris, www.heartgalerie.fr

Galerie Momentum, Wien, www.momentum.co.at

Ausstellungsorganisation/Exhibition-Management:

Anika Handelt, Wien, www.anikahandelt.com

Dieses Buch ist meiner Familie, meiner Frau Daniela und meinem Sohn Luka, gewidmet.

This book is dedicated to my family, my wife Daniela and my son Luka.

Mein besonderer Dank gilt Jens Lindworsky für die unzähligen Diskussionen und die gemeinsamen Abenteuer, Frank Robert für seine Hilfe beim Konzept und der Bildauswahl, Matthias Ulrich und Mindaugas Kavaliauskas für ihre Wertschätzung.

Special thanks to Jens Lindworsky for the countless discussions and the adventures we shared, Frank Robert for his help with the design and with the selection of the pictures, Matthias Ulrich and Mindaugas Kavaliauskas for their appreciation.

Dank an/Thanks to:

Jean Philippe Aka, Peggy Sue Amison, Regina Anzenberger, Michael Appelt, Nathalie Belayche, Raphaël Biollay, Vladimir Birgus, Krzysztof Candrowicz, Rosa Chen, Ulrich Haas-Pursiainen, Maho Harada, Carlos Ipser, Goran Jonke, Krzysztof Jurecki, Eva Kerschbaum, Lidwine Kervella, Zuzana Lapitkova, Valerie Loudon, Vaclav Macek, Nariman Mansouri, Daniele Mattioli, Harald Menk, Sedjro Mensah, Monika Obermeier, Bojan Radovic, Agnes Reinthaler, Philippe Sanguinetti, Mika Sato, Tina Schelhorn, Eva Schimmer, Caroline Seidler, Klavdij Sluban, Moritz Stipsicz, Marta Szymanska, Peter Vass, Cecile Vazeille, James Wellford, Holger Weimann, Rhonda Wilson.

Es ist festzuhalten, dass die im Buch vorkommenden Orte und Menschen – sofern sie nicht von sich aus eine Beziehung eingehen – in keiner Form in Verbindung zueinander stehen.

It should be noted that the locations and people in this book – unless they enter into a relationship of their own accord – are in no way connected with each other.