(THAI-)LAND IN BEWEGUNG:

NOSTALGIEN UND INLÄNDISCHE TOURISMUSMOBILITÄTEN

Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades
der Sozialwissenschaftlichen Fakultät
der Georg-August-Universität Göttingen

vorgelegt von
Jelka Günther
geboren in Vorwerk

Göttingen, 2018

Erstgutachterin: Prof. Dr. Andrea Lauser

Zweitgutachter: Dr. Jovan Maud

Weitere Mitglieder der Prüfungskommission:

Drittgutachter: Prof. Dr. Guido Sprenger

Tag der mündlichen Prüfung: 27.04.2018

Zusammenfassung

Diese Dissertation beleuchtet die vielfältigen Mobilitätsdynamiken und gesellschaftlichen Transformationsprozesse, in die die Entwicklung des thailändischen Inlandstourismus eingebettet ist. Sie basiert auf ethnografischer Feldforschung in Chiang Khan, einem kleinen nordostthailändischen Ort, der erst jüngst als populäres Reiseziel von thailändischen Touristen entdeckt worden ist. Statt überkommene Dichotomien von internationalem/ inländischem und westlichem/ nicht-westlichem Tourismus oder Tourismus/ Migration zu reproduzieren, nimmt die Autorin die Verschränkung von Mobilitäten in den Blick und kontextualisiert sie vor dem Hintergrund politisierter Stadt-Land-Beziehungen im gegenwärtigen Thailand.

Maßgeblicher Motor für den Aufschwung des Inlandstourismus sind nostalgische Sehnsüchte der modernen Bangkoker Stadtgesellschaft nach dem Dorfidyll, mit denen ländliche Orte wie Chiang Khan nicht länger nur als zurückgeblieben verunglimpft, sondern auch als stehen geblieben zelebriert werden. Derartig idealisierende Projektionen, aber auch kritische Urteile der ‚Gastgeber' über ihr Gegenüber aus der Stadt, widersprechen verengten Auslegungen, die Tourismus lediglich als Reflektor von Machtrelationen zwischen ‚Nord' und ‚Süd' und dem Aufeinanderprallen des ‚Globalen' mit dem ‚Lokalen' behandelt. Sie zeigen, dass auch innerstaatliche touristische Begegnungen von Machtdifferenzen und Konstruktionen des Anderen geprägt sind.

Derartige ‚Wir-Sie' Unterscheidungen zwischen dem urbanen Bangkok und den ländlichen Provinzen insbesondere des Nordostens (der Isan-Region) können nicht losgelöst von dem innenpolitischen Konflikt des letzten Jahrzehnts zwischen ‚Rothemden' und ‚Gelbhemden' betrachtet werden. Diese Ethnografie wirft daher Licht auf ein ungleiches Land, das im Ringen um soziale Hierarchien, ökonomische Verteilungsgerechtigkeiten und politische Machtbefugnisse zwischen Stadt und Land gespalten scheint. Sie zeichnet das Bild eines im doppelten Wortsinn (Thai-)Lands in Bewegung, in dem der Fortgang der Urbanisierung und die Dominanz der urbanen Mittel- und Oberklassen zumindest in Frage gestellt werden.

Summary

This dissertation examines the manifold mobility dynamics and social transformations in which the development of domestic tourism in Thailand is embedded. It is based on ethnographic fieldwork in Chiang Khan, a small town in the Northeast of Thailand, which has only recently been ‘discovered’ as a popular destination for Thai tourists. Instead of reproducing traditional dichotomies of international/ domestic and western/ non-western tourism or tourism/ migration, the author analyses the entanglement of various mobilities and contextualizes them against the background of politicized urban-rural relations in contemporary Thailand.

The rise of domestic tourism is related to nostalgic longings for the countryside of Bangkok’s middle and upper classes. They no longer imagine rural places such as Chiang Khan as underdeveloped hinterlands but romanticize them as lands before time. These idealizing projections and the critical judgements of the 'hosts' about their city-counterparts complicate narrow interpretations that examine tourism merely as a reflection of North-South power relations and global/ local clashes. They show that domestic touristic encounters are similarly shaped by power differences and constructions of the other.

Such ‘we-they’ distinctions between urban Bangkok and the rural provinces, especially of the Northeast (the Isan region), cannot be separated from the political conflict of the last decade between the 'red shirts' and the 'yellow shirts.' This ethnography therefore sheds light on an unequal country that seems to be divided between city and country in the struggle over social hierarchies, economic distributive justice and political power. It paints a picture of a country in transition in which the progress of urbanization and the dominance of the urban middle and upper classes are increasingly called into question.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis ..... **vi**

Abbildungsverzeichnis ..... **vi**

Anmerkungen zu Transliterationen und Übersetzungen ..... **viii**

Anmerkungen zur gendersensiblen Sprache ..... **viii**

Danksagungen ..... **ix**

1 Einleitung **1**

1.1 Stadt-Land-Relationen an der thailändisch-laotischen Grenze 6

1.2 Die banale Allgegenwart von Tourismus als Herausforderung an eine Tourismusethnografie 8

1.2.1 Die Befreiung aus analytischen Zwängen: Tourismus und das Mobilitätsparadigma *11*

1.2.2 Die Emanzipation vom Touristen: Gastgeberinnen und Tourismusarbeit *15*

1.3 Gespalten zwischen Stadt und Land?: Konzeption einer verzwickten Beziehung 16

1.3.1 Mobilitäten und soziale Grenzziehungen *17*

1.3.2 Dialektische Stadtethnografie. Oder: Zur Relevanz einer ‚Dorfstudie' *18*

1.3.3 Konkurrierende Ordnungen *21*

1.4 Zwei Perspektiven auf die touristische Entwicklung Chiang Khans 23

1.4.1 Touristische Imaginäre *23*

1.4.2 Touristische Performanzen *24*

1.5 Altertümliches, erholsames Chiang Khan: Überblick über die Kapitel 25

2 Methodisches Vorgehen **30**

2.1 Feldforschungsidentitäten 31

2.2 Forschungsbeziehungen: Zwischen Datenerhebung und Intimität 36

2.2.1 Auf ‚Datensuche' *37*

2.2.2 Soziale Beziehungen als ‚Datenträger'. Oder: Ein Plädoyer für Intimität *41*

2.2.3 Mein Datenmaterial *46*

2.3 Von der ethnografischen Feldforschung zur Ethnografie 47
2.3.1 Datenanalyse 48
2.3.2 Schreibprozess 49

3 Stadt – Land – Isan 52
3.1 Gelb gegen Rot: Stadt gegen Land? 53
3.2 Vormachtstellung der Stadt und konkurrierende Ordnungen 57
3.2.1 Bangkok-Zentrismus 59
3.2.2 (Un-)Wirklichkeit und Wirkmacht der Stadt-Land-Kluft 64
3.3 Integrierung und Marginalisierung des Isan 67
3.3.1 Zwischen Thailand und Laos? 68
3.3.2 Zwischen Bangkok und Isan 70
3.4 Chiang Khan zwischen Stadt und Land 78

..... 81

MUEANG BORAN: ALTERTÜMLICHES CHIANG KHAN 81

4 Urbane Nostalgien: Die Entdeckung Chiang Khans 82
4.1 Nostalgie und die Politisierung der Stadt-Land-Beziehungen 83
4.2 Nostalgie als touristisches Imaginär 89
4.2.1 Genese des thailändischen Inlandstourismus 90
4.2.2 Entdeckung des Isan 95
4.3 Lokalisation der Nostalgie in Chiang Khan 103
4.3.1 Entdeckung Chiang Khans 104
4.3.2 Konsum und Produktion von Nostalgie 112
4.4 Ambivalente Nostalgie 117

5 Rurale Nostalgien: Chiang Khan im Wandel 119
5.1 Vergängliche Nostalgie 122
5.1.1 Wandel und Auswirkungen der touristischen Entwicklung 123
5.1.2 Zwischen dem Chiang Khan vergangener Zeiten und kommender Tage 126
5.2 Wandel als Verlustdiskurs 137
5.3 Wessen Verlust? 139

5.3.1 Zum Leidwesen der ausländischen Touristinnen *139*
5.3.2 Zum Leidwesen der ersten Touristen und Zugezogenen *140*
5.3.3 Verlust von Gemeinschaftlichkeit *142*
5.4 Bewahren der Vergangenheit: Nostalgische Praxis 155
5.4.1 Inwertsetzung, Wandel und Verlust der alten Holzhäuser *156*
5.4.2 Aufrechterhaltung des Imaginärs von ‚alten' Holzhäusern *159*
5.5 Nostalgische Beständigkeit 167

..... 170

MUEANG PHAK PHON: ERHOLSAMES CHIANG KHAN 170

6 Mobilitäten zwischen Stadt und Land, Performanzen zwischen Arbeit und Erholung 171
6.1 Von Arbeit zu Erholung 173
6.2 Performanzen zwischen Tourismus und Erholung 177
6.3 Mehr Arbeit als Erholung 194
6.4 Zwischen Tourismus und Migration: Chiang Khans ‚Lifestyle Migrantinnen' 196
6.5 Verflechtung von Tourismus mit anderen Stadt-Land-Mobilitäten 204

7 Internationale Touristen und die Anderen aus der Stadt. Oder: Wer ist der bessere Tourist? 207
7.1 Internationaler Tourismus in Thailand jenseits einer Dichotomisierung 209
7.1.1 Genese und Regulierung des internationalen Tourismus *210*
7.1.2 Relationen zwischen internationalem und inländischem Tourismus *214*
7.2 Vor der Entdeckung Chiang Khans: Begegnungen mit *farang* 218
7.3 Tourismus und die ‚Anderen'. Oder: Wer ist der ‚bessere' Tourist? 220
7.3.1 Die ‚Anderen' aus der Stadt *222*
7.3.2 Die gewollten Touristen aus dem Ausland *227*
7.3.3 Touristische Performanzen vis-à-vis dem Westen und der Stadt *235*
7.4 Westlicher und nicht-westlicher Tourismus in Relation 238

8 Schlussbetrachtung 240
8.1 Dialektische Aufrechterhaltung von Stadt und Land 240

8.1.1 Das urbane Imaginär von der altertümlichen Stadt in zeitlicher Dialektik 242

8.1.2 Performanzen unterschiedlicher Geschwindigkeiten in der erholsamen Stadt 245

8.1.3 Aufbegehren der Provinz? 246

8.2 Mobilitätsverflechtungen zwischen Stadt und Land, Thailand und der Welt 247

8.3 Was bleibt? Ein Plädoyer für die (Tourismus-)Ethnografie 248

Referenzen 250

Eidesstattliche Erklärung 277

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.1 Anzahl der Touristinnen in Chiang Khan (2011-2013) 4
Tabelle 1.2 Anzahl der Inlandsreisen (1998-2016).....11
Tabelle 6.1 Schematische Darstellung touristischer Performanzen aus Sicht ihrer Gastgeber.....186
Tabelle 7.1 Internationale Ankünfte ausländischer Touristen (1960-2016) 211
Tabelle 8.1 Dialektische Aufrechterhaltung von Stadt und Land 242

Abbildungsverzeichnis[1]

Abbildung 1.1 Der morgendliche Almosengang in Chiang Khan 2
Abbildung 1.2 „Kulturstadt am Ufer des Mekong“ (Postkarte ©*idea DD*) 4
Abbildung 1.3 Trauernde Thais neben Touristen am Königspalast in Bangkok 10
Abbildung 3.1 Karte Chiang Khans 79
Abbildung 4.1 „Chiang Khan vergangener Zeiten: In antiken Holzhäusern liegt ein Duft nach Altem und Coolem“ (Postkarte ©*idea DD*).....82
Abbildung 4.2 Alte Marktstadt im Freilichtmuseum „Mueang Boran“.....95
Abbildung 4.3 Souvenirladen „*idea dede*“ (©H. Günther).....107
Abbildung 4.4 „Chiang Khan: Die Strömung, die langsam zu fließen vermag“ (Postkarte ©*applezaa.multiply.com*) & „Schönheit in der Stille“ (Postkarte ©*idea DD*).....110
Abbildung 4.5 „Chiang Khan: Bei Einsamkeit begebe dich in die Entschleunigung“ (Postkarte ©*idea DD*) & „Chiang Khan: Behalte es in Erinnerung. Behalte Loei in Erinnerung“ (Postkarte ©*chamwailoei*) 111
Abbildung 4.6 Sanakham in Laos: Keine Motive für Postkarten?! 113
Abbildung 4.7 Vintageästhetik in Phi Toeys Café 116
Abbildung 5.1 Zuschauerinnen der Langbootrennen auf dem Mekong zu *Ok Phansa* 120
Abbildung 5.2 *Phasat Loi Khro* 130
Abbildung 5.3 Parade mit den aus Wachs geschnitzten Schlössern 132
Abbildung 5.4 Langbootrennen und erleuchtete Boote auf dem Mekong 133
Abbildung 5.5 Plakat der TAT Loei zur Bewerbung der Ok Phansa Feierlichkeiten in Chiang Khan.....134

[1] Sofern die Fotos nicht anders gekennzeichnet sind, wurden die Aufnahmen von mir gemacht.

Abbildung 5.6 Inszenierung von *Ok Phansa* in Chiang Khan für das Magazin „Osotho“ 135
Abbildung 5.7 Das nostalgische Imaginär von Khemarat.....142
Abbildung 5.8 Alte und neue ‚Holz’häuser ©H. Günther 158
Abbildung 5.9 Umsetzung und Missachtung des Gemeinderechts ©H. Günther.....161
Abbildung 5.10 Der *7 Eleven* nach den Renovierungsarbeiten 163
Abbildung 5.11 Die *Kasikorn* Bank an der Srichiangkhan Straße.....164
Abbildung 5.12 Die *Krungthai* Bank an der Chaikhong Straße ©H. Günther 165
Abbildung 5.13 Fotos vor dem ‚alten‘ und ‚neuen‘ Chiang Khan ©H. Günther.....167
Abbildung 6.1 „Lifestyle Chiang Khan“ (Postkarte ©*idea DD*).....171
Abbildung 6.2 Phi Ots Postkartenstand.....181
Abbildung 7.1 „*Ban Naeo Non*“.....208
Abbildung 7.2 Chiang Khan als Tor nach Laos – ein beliebtes Fotomotiv 218

Anmerkungen zu Transliterationen und Übersetzungen

Die Transliterationen thailändischer Begriffe folgen dem *Royal Thai General System*. In Zitaten wurde die Originaltransliteration übernommen und nicht angepasst.

Die Übersetzungen thailändischer Quellen und Interviews habe ich eigenständig nach bestem Gewissen verfasst. Die in wörtlicher Rede verfassten Zitate aus Interviews sind keine originalgetreuen Übersetzungen, sondern wurden an die Schriftsprache angeglichen.

Im Thailändischen werden Namen bei der Anrede häufig Pronomen vorangestellt, die oft in Anlehnung an Verwandtschaftsverhältnisse eine Beziehungsebene zum Ausdruck bringen. Weil sie Aufschluss darüber geben, in welcher Relation ich mich zu meinen Gesprächspartnerinnen verortet habe, bilde ich sie auch im Text ab. Die wichtigsten Pronomen sind *Khun* („Herr“/ „Sie“), *Phi* („größerer Bruder, größere Schwester“), (*Khun*) *Ya/ Yai* („Großmutter“ väterlicher- beziehungsweise mütterlicherseits), (*Khun*) *Ta* („Großvater“), *Pa* („Tante“), *Lung* („Onkel“) und *Achan* („Lehrer“).

Anmerkungen zur gendersensiblen Sprache

Der Lesbarkeit wegen verwende ich in dieser Arbeit die männlichen und weiblichen Personen- und Verbbezeichnungen alternierend. Damit sollen, sofern es inhaltlich nicht anders zum Ausdruck gebracht wird, alle geschlechtlichen Identitäten einbezogen werden.

Danksagungen

Das Verfassen einer Dissertation, von der Idee über die Feldforschung bis zum Auswertungs- und Schreibprozess, ist ein derart langer Prozess, dass mir ein Ende manchmal in ferner Zukunft schien. Jetzt kann ich kaum glauben, dass ich nun an einem Punkt angekommen bin, an dem ich nostalgisch zurückblicken kann. In dieser Rückbesinnung wird aus meinen Erinnerungen an so manch harte Zeit ein Gefühl tiefer Dankbarkeit gegenüber all jenen, die mir die Promotion ermöglicht und über die Jahre zur Seite gestanden haben.

Mein Dank gilt dem *Deutschen Akademischen Austauschdienst* (DAAD), durch dessen Bewilligung eines einjährigen Forschungsstipendiums mein Forschungsprojekt seinen Anfang nehmen konnte. Der *National Research Council of Thailand* (NRCT) hat mir unbürokratisch zu einer Forschungsgenehmigung verholfen. Während meiner Feldforschung hatte ich durch die Affilierung am *Regional Centre for Social Sciences* (RCSD) an der Chiang Mai University und am *Research Institute for Languages and Cultures of Asia* an der Mahidol University in Bangkok perfekte Bedingungen, um mich ganz auf meine Forschung zu konzentrieren. Ich danke Dr. Chayan Vaddhanaphuti und Assoc. Prof. Alexander Horstmann, die diese institutionelle Anbindung möglich gemacht haben. Achan Suriya Smutkupt, der sich mir insbesondere in der Anfangsphase in Chiang Mai angenommen hat, hat mir Orientierung beim Einstieg in die Feldforschung gegeben.

Diese Dissertation wäre nie geschrieben worden, wenn mich nicht so viele Menschen in Chiang Khan mit offenen Armen empfangen und in ihr Leben integriert hätten. Ich danke Phi Noi, für ihr unablässiges Interesse, das sie meinen Fragen entgegengebracht hat und ihre ständige Bereitschaft, mir bei meinen Anliegen zu helfen. Ich danke Phi Iew, die mir nicht nur Einblicke in die Arbeit der *Tourism Authority of Thailand* (TAT) gewährt, sondern mich auch in ihre Familie aufgenommen hat. Ich danke Ya Goi, ihren Töchtern, ihrem Massageteam und ihren Nachbarinnen, dass sie mich wie selbstverständlich in ihren Alltag einbezogen haben. Ich danke Yai San für gute Nachbarschaft. Ich danke Phi Ot und May dafür, dass ich abends auf der Walking Street immer einen Platz zum Sitzen hatte. Ich danke Phi Gon und Phi Ben für ihr stets gutes Essen. Ich danke Khun Somboon, der mir mit seiner Kunst das Besondere am Alltäglichen aufgezeigt hat. Ich danke Khru Neng, dessen Yogastunden mir wertvolle Regeneration beschert haben. Ich danke Peter, Nil und Liang, mit denen ich das Gefühl

der Vertrautheit in der Fremde teilte. Ich danke Phi Che und Phi Bum, bei denen ich ein zweites zu Hause gefunden habe.

Zu ausgesprochenem Dank verpflichtet bin ich auch all jenen, die mir von akademischer Seite eine unverzichtbare Unterstützung waren. In erster Linie danke ich meiner Betreuerin Prof. Dr. Andrea Lauser und meinem Betreuer Dr. Jovan Maud. Danke Andrea, dafür, dass du mich nicht nur wissenschaftlich, sondern auch persönlich, durch alle Phasen hingebungsvoll begleitet hast und ich mir deiner Wertschätzung immer sicher sein konnte. Danke Jovan, auch für deinen Rückhalt: Dein Interesse, deine Expertise und dein Engagement haben dieser Arbeit entscheidene Impulse gegeben. Eine langjährige Mentorin war auch Dr. Karin Klenke. Danke, Karin, du hast mich schon als Studentin für Ethnologie und Wissenschaft begeistert. Ich danke allen im Examenskolloquium, Paul, Krizzi, Dinh, Yonathan und Sophie, für ihr Feedback und die freundschaftliche Atmosphäre, die es mir leicht gemacht hat, Texte aus der Hand zu geben. Ich danke allen Kolleginnen und Kollegen am Institut für Ethnologie, die mir durch gute Zusammenarbeit den Rücken freigehalten haben und wegen denen ich gerne ins Büro gekommen bin. Mein Dank gilt auch Sarah, ohne die ich nie nach Chiang Khan gefunden hätte. Danke Sarah, mit dir die ‚Leiden'schaften am Forschen und Schreiben zu teilen, hat so gutgetan.

Auch allen, die nicht nur mitgelesen und mitgelitten haben, sondern im richtigen Moment für die nötige Ablenkung gesorgt haben, bin ich sehr dankbar: Danke, Julia für *Jumps & Waves*, Annika für entspannende Massagen, Caro für den perfekten Start in arbeitsame Wochenenden, Toni für Motivation und Ablenkung in einer tollen Büro-gemeinschaft, Jannik für Kontinuität beim Mittagessen, Sophie für gemeinsame Balkon-Abende, Lea für erholsame Abendessen, Meret für Kaffee-Auszeiten und Michael für die Song-Auswahl vor meiner Verteidigung.

Marie, dir danke ich für unsere wunderbare Freundschaft. Ich danke dir, dass du mich mit deinen Kommentaren beim Überarbeiten zum Lachen gebracht hast, dafür, dass du mir nicht nur immer wieder zuhörst, sondern stets die richtigen Worte findest und für all die Oasen, die wir uns immer wieder gemeinsam geschaffen haben.

Auf dem langen Weg bis hierhin ist mir vor allem eines sehr bewusst geworden: Es ist von unschätzbarem Wert von einer Familie bedingungslos getragen zu werden. Frauke und Thore, danke, dass ich immer auf euch zählen kann. Ma und Pa, es hat mir sehr viel bedeutet, dass ich euch in meine Thailand-Welt, die mich nun schon mein halbes Leben prägt, mitnehmen konnte. Ich bin euch unendlich dankbar dafür, was ihr mir ermöglicht habt. Auch dank euch habe ich es bis hierhin geschafft.

(THAI-)LAND IN BEWEGUNG:

NOSTALGIEN UND INLÄNDISCHE TOURISMUSMOBILITÄTEN

1 Einleitung

Die Morgendämmerung setzte gerade ein, als ich wie gewohnt das Haus verließ, rechtzeitig mit dem Trommelläuten im benachbarten Tempel Wat Tha Kok. Die kühlere Jahreszeit ließ mich in meinem Wickelrock frösteln. Leichter Nebel lag über der Straße, verdichtete sich über dem Mekong und verschluckte das gegenüberliegende laotische Ufer. Im Vorbeigehen nickte ich einer Verkäuferin zu, die ihre Grillkohle schon zum Glühen gebracht hatte und anfing, darüber khao chi*, mit Ei ummantelten Klebreis, zu grillen, während sie ihre Hände über dem warmen Feuer rieb. Am Straßenrand reihten sich etliche bunte Bambusmatten aneinander und kündigten eine größere Reisegruppe an. „Guten Morgen, Chiap" begrüßte mich Pa To, denn hier kannten mich alle nur unter meinem thailändischen Spitznamen.*[2] *Pa To war wie immer als erste aus der Nachbarschaft da und hatte ihren Handkarren schon von ihrem Haus in der Seitengasse an den Straßenrand der Chaikhong Straße gezogen. Täglich stand sie um vier Uhr morgens auf, um die Tradition ihrer verstorbenen Mutter fortzusetzen, die aufwendige Zubereitung des Klebreises*[3] *für sich und ihre Nachbarinnen zu übernehmen. Auch mir füllte sie für 20 Baht meinen Klebreiskorb und forderte mich auf, ruhig als erste auf einer ihrer Matten Platz zu nehmen. Ya Goi, zurechtgemacht im Sarong aus Baumwollwebstoff der Tai Dam und mit Schärpe um die Schulter, öffnete die mit einem Konterfrei von ihr bemalte Holztür von ihrem Massagesalon und setzte sich neben mich auf einen Plastikstuhl. Die silberne Schüssel samt Klebreiskorb und in Bananenblätter gewickelte Süßspeisen hielt sie mit beiden Händen auf ihrem Schoß, während sie mit ihren Bekannten, die nach und nach eintrafen, in gewohnt schnell gesprochenem lokalen Dialekt plauderte. Ich schnappte auf, dass sich bei Ya Goi später am Vormittag schon wieder ein Fernsehteam angekündigt hatte, ließ mich dann aber vom Treiben auf der Straße ablenken.*

Ein grauer Van, der um diese Uhrzeit hier eigentlich nicht entlangfahren durfte, hielt, damit eine Gruppe Touristen, einige von ihnen in dicken Jacken und Wollmützen gekleidet, aussteigen konnte. Sie umringten Pa To und kauften mehrere Almosensets

---

[2] Von Geburt an tragen Thais Spitznamen, die statt der Vornamen als Rufnamen verwendet werden. Spitznamen können Eigenschaften bezeichnen, die dem Kind zugeschrieben wurden, oder konträre Charakteristika hervorheben, um die Geister zu verwirren. Chiap bedeutet übersetzt das Zwitschern oder Tschilpen kleiner Küken.

[3] Klebreis ist das Grundnahrungsmittel in dieser Region. Er wird nicht wie andere Reissorten gekocht, sondern über Nacht eingeweicht und dann über Wasserdampf gegart (Trenk 2012: 118).

bestehend aus einem Klebreiskorb, Wasserflaschen, Milch- oder Saftkartons, Süßwaren und einem Blumengebinde. Vom Fahrrad aus versuchte eine Frau in Plastiktüten verpackte Speisen an Touristinnen zu verkaufen, die aus den Gästehäusern auf die Straße traten. Vor den Linsen unzähliger Handys und Fotokameras wurde gepost; hinter den Almosengaben kniend, verträumt vor der Holzfassade des noch geschlossenen Souvenirladens von Ya Gois Tochter oder mitten auf der Straße in die Luft springend. Mir entging nicht, dass ich als einzige farang *(westliche Ausländerin) auch zum beliebten Motiv der Szenerie wurde.*

Abbildung 1.1 Der morgendliche Almosengang in Chiang Khan

Als sich von rechts die Mönche des Tempels Wat Pa Dtai näherten, ermahnte Ya Goi die Touristen ihre Schuhe auszuziehen. Angeführt vom Abt gingen die Mönche an uns vorbei und ich hob den Klebreiskorb kurz über meinen Kopf bevor ich jedem der Mönche eine Handvoll Klebreis in ihre bereits bis zum Rand gefüllten Almosenschalen gab. Einige Reiskörner blieben dabei an meinen Fingern kleben. Das liege an der frischen Ernte, erklärte mir Pa To fast entschuldigend. Sie hielt inne, als die Mönche einen kurzen Sprechgesang anstimmten, den wir mit vor der Brust gefalteten Händen abwarteten. „Sathu“ murmelte es rechts und links von mir. Ich erhob die Hände zur Stirn. Neben mir sprangen die Touristinnen auf. Als würde sie dies kommentieren, erklärte mir Ya Goi mit ihrer energischen Stimme, die keinen Widerspruch zuließ, dass die Touristinnen Chiang

*Khan nicht verstehen würden. Chiang Khan sei eine Erholungsstadt (*mueang[4] phak phon*), gut geeignet zum Fahrrad Fahren. Thais wüssten nicht, wie man sich zum Almosen Geben anziehe. Kurze Hosen, dabei deutete sie auf ihre Oberschenkel, seien nicht angemessen. Inzwischen sind die Mönche vom Tempel Wat Si Ponmad auf unserer Höhe angekommen. Sie gingen, nachdem wir ihre Schalen gefüllt hatten, weiter, ohne den Segen auszusprechen. Gegen sieben Uhr hatte uns die letzte Mönchsgruppe passiert, so dass ich mich verabschiedete und das Moped für den kurzen Weg zum Tempel Wat Si Ponmad nahm.*

Dort half ich mit, den Inhalt der Almosenschalen zu sortieren und die Vielfalt auf mehrere Haufen zu verteilen: Blumengebinde wurden beiseite gelegt; Bananen und Süßes in Bananenblättern kamen in eine Schüssel, in Plastikfolie gewickelte Schoko- und Keksriegel in eine andere; Wasserflaschen, Saft- und Milchkartons sammelten sich neben in Plastiktüten portionierten Essensbeigaben; hart gekochte Eier und Orangen bildeten jeweils Extrahaufen; ganze Fische konnte ich ohne Hilfe nicht zuordnen; Geldscheine und Münzen gab ich direkt weiter; die vielen kleinen Bällchen Klebreis, inzwischen nicht mehr ganz so ansehnlich, wurden in großen Körben zu einer Masse zusammengefügt. Währenddessen füllten andere Frauen viele kleine Schüsseln mit einer Auswahl der Essensgaben und richteten sie auf mehreren Tabletts an, eins für jeden Mönch beziehungsweise mehrere Novizen. Übriggebliebenes wanderte in die Küche der Tempelanlage. Später beobachtete ich, dass sich Kinder dort Tüten mit Süßigkeiten gegen wenige Baht abholten. Die großen Körbe Klebreis sah ich auf den Rücksitzen der Mopeds einiger Mitglieder der Tempelgemeinde, die sich nach den Sprechgesängen der Mönche auf den Heimweg machten (redigierter Auszug aus meinen Feldnotizen, 10.12.2013).

Wandel (*khwam plianplaeng*) war in meinen Gesprächen mit den Bewohnerinnen Chiang Khans das alles dominierende Thema und wurde am häufigsten am Beispiel des Almosengangs illustriert. Seitdem seit ein paar Jahren jährlich mehrere Hunderttausend thailändische Touristinnen nach Chiang Khan kamen (Tabelle 1.1), wurde morgens den Mönchen nicht mehr nur, wie es hier lange üblich war, Klebreis übergeben, sondern eine breite Palette an üppigen Gaben.

[4] *Mueang* wird üblicherweise mit Stadt übersetzt. Der Begriff verweist aber auch auf die vormoderne politische Ordnung Siams (siehe Kapitel 3) und korreliert daher nicht mit der vom deutschen Wort „Stadt“ angedeuteten Größe einer Siedlungsstruktur (Herzfeld 2016b). In Kapitel 3 werde ich näher auf die Frage eingehen, wie Chiang Khan relational zu den Kategorien Stadt und Dorf positioniert ist.

Tabelle 1.1 Anzahl der Touristinnen in Chiang Khan (2011-2013)

Jahr	Anzahl der Touristinnen
2011	260.548
2012	475.663
2013	591.184

Quelle: Statistik erstellt von der Gemeindeverwaltung Chiang Khans (2014)

Indem die Touristen mehr als nur Klebreis gaben, modifizierten sie gleichsam das, weswegen sie in den äußersten Nordosten Thailands, die Isan-Region,[5] gekommen waren. Als lokale Kultur wurde der Almosengang mit Klebreis in zahlreichen Reisereportagen im Fernsehen beworben – und in Wahrheit nur noch auf den Bildschirmen zu sehen seien, bemerkte Phi Iew, Mitarbeiterin der *Tourism Authority of Thailand* (TAT), einmal zynisch. Auch Postkarten (Abb. 1.2) retteten vergangene Bilder orangener Roben vor verlassenen und zerfallen wirkenden Holzhäusern in die Gegenwart. Die Postkarten inszenierten nostalgische Sinnbilder einer rapide industrialisierten und urbanisierten Gesellschaft, die Orte wie Chiang Khan in die Vergangenheit des modernen Bangkoks katapultierten. Die ersten Touristen, von denen einige Chiang Khan zu ihrem neuen Zuhause machten, visualisierten Chiang Khan als *mueang boran* (altertümliche Stadt) und trugen zu dessen Bekanntheit in den sozialen Medien bei.

Abbildung 1.2 „Kulturstadt am Ufer des Mekong“ (Postkarte ©*idea DD*)

[5] Isan ist Pali und bedeutet Nordosten (E. Cohen 1993: 147 Fn. 2). Im Folgenden wird Isan im maskulinen Genus in Anlehnung an die Bezeichnung ‚der Nordosten‘ verwendet.

Auch in Chiang Khan schaute man sehnsüchtig zurück in die Vergangenheit. Viele beklagten, dass ihr Zusammenleben als Dorfgemeinschaft im Schwinden begriffen war. Früher hätte man den Mönchen Klebreis in die Almosenschalen gegeben und die restlichen Essensbeigaben anschließend in die Tempel gebracht. Heute nähme sich kaum noch jemand Zeit, mit den Nachbarn auf diese Weise Neuigkeiten auszutauschen. Man sei zu beschäftigt, schließlich müsse man die vielen, oft anspruchsvollen Gäste beherbergen und bewirten. Statt kollektiv in den *salas*, den Versammlungsräumen der Tempel, zu essen, haste man wie in der Stadt durch den Alltag und stünde zueinander in Konkurrenz. Geschäftsinteressen würden den Erhalt ihrer Traditionen verhindern, denn mit dem Verkauf ganzer Almosensets ließe sich mehr verdienen als mit dem Verkauf von Klebreis allein.

Einige insistierten, dass Touristinnen nach der ersten Boomphase nur weiterhin nach Chiang Khan kämen, wenn das Klebreisgeben, das der Eigenwerbung zufolge einzigartig innerhalb Thailands ist und auf eine Tradition in der laotischen Königsstadt Luang Prabang zurückgeht, erhalten bliebe. Zum thailändischen Neujahr im April ließ beispielsweise die Gemeindeverwaltung Chiang Khans Poster zu den „Do's and Don'ts" in Chiang Khan aufhängen, die sie in Zusammenarbeit mit der TAT und der Fakultät für Tourismus und Hotelmanagement der Mahasarakham Universität erstellt hatten. Auf Thai und auf Englisch wurden die Besucherinnen darum gebeten, den Mönchen nur Klebreis in die Almosenschalen zu legen und Essensbeilagen in die Tempel zu bringen. Für andere sprach nichts dagegen, mit der Zeit zu gehen und neben Klebreis auch andere Waren zu geben beziehungsweise geben zu lassen. Sie achteten darauf, keine verderblichen Lebensmittel auszuwählen oder hielten sich ganz zurück, um in der Hochsaison Überfluss für die Tempel zu begrenzen. Dass die Touristen sich ihrerseits nicht auf die Gabe von Klebreis beschränkten, wurde vor allem dadurch erklärt, dass sie mit den regionalen Gepflogenheiten des Isan nicht vertraut waren. In Zentralthailand geben Laien Reis *und* Essensbeigaben in die Almosenschalen. Wie Ya Goi kommentierten viele zudem vorwurfsvoll, dass die Touristinnen die Hektik der Stadt in Chiang Khan, das sich als *mueang phak phon* (Erholungsstadt), nicht als *mueang thong thiao* (Tourismusstadt) verstanden wissen wollte, nicht ablegen konnten. Weil die Touristen immerzu in Eile waren, erwarteten sie, dass ihnen der Segen von den Mönchen bereits auf der Straße ausgesprochen wurde, obwohl es in Chiang Khan üblich war, dass dieser erst im Tempel ausgesprochen wird.

Verglichen wurden die thailändischen Touristen mit einer Welle früherer, ausländischer Touristen. Diese waren in guter Erinnerung geblieben. Paradoxerweise hatten sie sich besser angepasst und hatten mehr Respekt gezeigt für die lokalen Gegebenheiten als die kulturell vertrauteren Thais.

1.1 Stadt-Land-Relationen an der thailändisch-laotischen Grenze

Im sich morgendlich wiederholenden Almosengang verdichteten sich die Themen meiner ethnografischen Feldforschung und verlangten nach einer Anpassung meiner vorab ausgearbeiteten Fragestellungen. Der kleine Ort Chiang Khan an der thailändisch-laotischen Grenze hatte während einer explorativen Vorbereitungsreise im Februar 2012 mein Interesse geweckt,[6] weil er den Gegenpol zu den prototypischen Transitorten der wirtschaftlich ‚geöffneten' Grenzräume Südostasiens zu bilden schien. In nur wenigen Jahren war Chiang Khan zu einem beliebten Ziel des thailändischen Inlandstourismus geworden – und ‚boomte'. Allerdings zeichnete der Ort sich nicht durch grenzüberschreitende Betriebsamkeit aus, der sich eine Ethnologie von Grenzregionen insbesondere auf dem Feld des Grenzhandels zugewandt hatte (z.B. Donnan/ Wilson 1999; Evans/ Hutton/ Eng 2000; Gainsborough 2009; Horstmann 2011; A. Walker 1999). Stattdessen verkaufte er sich als „quiet" und „idyllic town" auf einer ehemals hektischen Handelsroute (Anchalee 2011).

Ich formulierte mein Dissertationsprojekt mit der Frage, welche Repräsentationen und Imaginationen des Lebens an und jenseits der Grenze in den Bildern der Vermarktung und den Interaktionen zwischen thailändischen Touristinnen, den Bewohnern Chiang Khans und der laotischen Grenzregion konstruiert, projiziert und konsumiert werden (Günther 2012). Die erwarteten nostalgischen Imaginäre drängten sich auch gleich zu Beginn meiner 12-monatigen Feldforschung Mitte März 2013 auf. Je länger ich allerdings den Alltag in Chiang Khan teilte, desto mehr verstand ich, dass die sozio-räumliche Ordnung nicht über die geopolitische Grenze zwischen Thailand und Laos hergestellt wurde, sondern über innerthailändische Grenzziehungen zwischen Stadt und Land. Zwar wurde die Gabe von Klebreis durch eine migrationsgeschichtliche und kulturelle

[6] Dass Chiang Khan auf meine Reiseroute entlang der thailändisch-laotischen Grenze gelangte, verdanke ich Sarah Elsing, die ich auf meiner Vorbereitungsreise kennenlernte. Sie forschte nur etwa 40km von Chiang Khan entfernt und nahm mich dorthin auf Einladung einer Bekannten von ihr mit. Zu zweit erkundeten wir, was uns ein vielversprechendes Feld für unser geteiltes Interesse an der Grenzethnologie zu sein schien.

Verbundenheit mit dem laotischen Luang Prabang erklärt. Die Praktiken, Deutungen und Symboliken des Almosengangs verwiesen jedoch auf eine Dichotomie städtischer und ländlicher Lebenswelten: Die ersten Bangkoker Touristen entdeckten im Almosengang eine lokale Lebensweise (*withi chiwit thong thin*), die auf romantisierende Vorstellungen des Dorfes als genuin Thai rekurriert. Das Bedauern darüber, dass man sich in Chiang Khan weniger in den Tempeln als Gemeinschaft zusammenfand sowie die Befürchtung, dass Geschäft und Wettbewerb nun auch hier wie in der Stadt zunehmen würden, essentialisiert Auffassungen urbaner und ruraler Wirklichkeiten. Touristinnen, die nach Almosensets verlangten und durch unangemessene Kleidung keinen Respekt zeigten, wurden nicht als vertraute Gäste, sondern als die Anderen aus der Stadt empfangen.

Meine Dissertation widmet sich daher der Frage: *Wie sind touristische Narrative, bildliche Inszenierungen und Begegnungen im Zuge der touristischen Entwicklung Chiang Khans in gegenwärtige Beziehungen zwischen Stadt und Land beziehungsweise Bangkok und dem Isan eingebettet*?

Durch die Fokussierung auf Chiang Khan als Knotenpunkt des inländischen Tourismus lenkt diese Dissertation den Blick auf Mobilitäten zwischen Stadt und Land, die weit verbreitete Diskurse einer Stadt-Land-Kluft, wie sie beispielsweise auch im jüngsten politischen Konflikt um die Rolle von Demokratie und Monarchie im Land zum Ausdruck gebracht wurden, hinterfragen. Sie zeigt aber auch auf, wie im Zusammenhang von Modernitätsdebatten und Nostalgiediskursen sowie gesellschaftlichen Normen von Arbeit und Freizeit trotz und wegen dieser Konnektivität Stadt und Land als wirkmächtige Ordnungskategorien des Sozialen aufrechterhalten werden.

So wie der Almosengang wie durch eine Lupe die Bedeutungszusammenhänge in Chiang Khan und den Gegenstand dieser Ethnografie veranschaulicht hat, so versinnbildlicht Chiang Khan einen Stein im Mosaik. Chiang Khan ist zwar ein kleiner Ort am Rande Thailands, aber er wirft Licht auf Sinnzusammenhänge in der thailändischen Gesellschaft und eignet sich als Ausgangspunkt zur Behandlung großer Themen der Mobilitäts- und Stadtethnologie.[7]

[7] In Anlehnung an den Buchtitel „Small Places, Large Issues“ von Eriksen (2015).

1.2 Die banale Allgegenwart von Tourismus als Herausforderung an eine Tourismusethnografie

Bereits meine Fragestellung verdeutlicht, dass ich als Ethnologin Tourismus nicht als klar abgrenzbares Phänomen begreife, sondern eine holistische Betrachtung im Sinne einer umfänglichen Einbettung unterstütze. Tourismus, eine der finanzkräftigsten Industrien der Welt, ist längst als legitimes Forschungsfeld der Ethnologie anerkannt (Burns 1999; Graburn 1983; Holden 2005; Nash 1996) und inzwischen mehr als nur ein spezifischer Interessensgegenstand. Weltweit ist er untrennbar mit dem sozialen, kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Leben verwoben, so dass eine Analyse nur ethnologisch kontextualisiert erfolgen kann (Leite/ Graburn 2009). Tourismus wird so von lokal verorteten Gast-Gastgeber-Interaktionen (Smith 1978) auf einen unentwirrbaren Aspekt des Alltäglichen ausgeweitet (Franklin/ Crang 2001). Diese komplexe Sicht auf Tourismus stellt etablierte Paradigmen infrage und dekonstruiert sämtliche binäre Kategorien, die bisher zur Definition des Untersuchungsgegenstandes herangezogen wurden (Alneng 2002; E. Cohen/ S.A. Cohen 2015a, 2012a; Franklin/ Crang 2001; Franklin 2007).

Denn Tourismus ist nicht außerordentlich, sondern allgegenwärtig. Er ist nicht an spezifische Orte und Zeiten und damit an physische Mobilität gebunden, sondern prägt die Vorstellungen und Wahrnehmungen überall auf der Welt: „Tourism is at least part of the way we now perceive the world around us, wherever we are and whatever we do. It is a way of seeing and sensing the world“ (Franklin/ Crang 2001: 8). Touristinnen mögen sich außergewöhnliche Erlebnisse wünschen, ihr Reiseverhalten aber ist häufig habituell und routiniert (Edensor 1998, 2001, 2009). Auch das Gegensatzpaar ‚zu Hause‘ und ‚in der Fremde‘ löst sich insbesondere im inländischen Tourismus auf, aber auch dann, wenn man Reisezielarrangements betrachtet, die in der Ferne alle Bedürfnisse und Annehmlichkeiten des Heimischen erfüllen. Eine Dichotomisierung von Arbeit und Freizeit lässt sich ebenfalls nicht weiter aufrechterhalten: Geschäftsreisende verbinden Arbeit mit Tourismus (Rickly/ Hannam/ Mostafanezhad 2017; Uriely 2001) und es ist Arbeit, Tourismus eine Ästhetik zu verleihen und dem Freizeitbedürfnis anderer eine Bühne zu bieten (Chio 2014; Veijola 2010). In der empirischen Annäherung an Themenfelder wie der Ruhestandsmigration in touristischen Zentren Südostasiens fällt es schwer, zwischen Tourismus und Migration zu differenzieren (Husa et al. 2014; Shibuya 2014; Toyota im Erscheinen; Vielhalber et al. 2014). Eine Aufteilung der Welt in

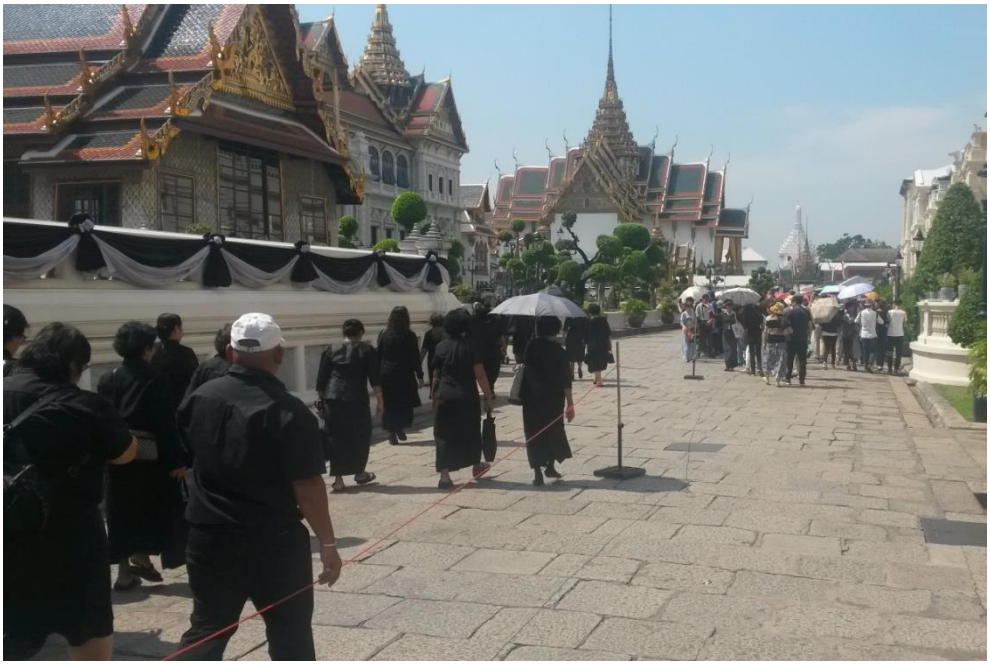
westliche Touristinnen und nicht-westliche Gastgeber ist ebenso wenig zeitgemäß (Alneng 2002; Winter/ Teo/ Chang 2009a) wie die Zuschreibung von Mobilität und Handlungsfähigkeit ausschließlich auf Seiten der Touristen. Urrys „gaze“ (2002) gehört nicht nur den Touristen, denn das Touristische wird gleichermaßen von denjenigen in Gastgeberrollen formuliert (Y. W. Chan 2006; Maoz 2006). Wurde Tourismus lange über die Entfremdung in der Moderne und die Suche nach Ursprünglichkeit in fremden Kulturen definiert (MacCannell 1999 [1976]), wird die Sehnsucht nach Authentizität inzwischen allenfalls als eine von vielen möglichen Motivationen für touristische Erfahrungen gesehen, von denen sich manche, die sogenannten „Post-Touristen“ (Smith/ Macleod/ Robertson 2010: 129-133), gänzlich distanzieren. Denken lässt sich Tourismus auch nicht ohne seine Negationen: Welcher Tourist ist schon gern unter seines gleichen und sucht nicht die unverfälschte Abgeschiedenheit abseits der ausgetretenen Pfade?

Wenn mit diesen konzeptuellen und theoretischen Herausforderungen angedeutet sein mag, Tourismus als Untersuchungsgegenstand zu verwerfen, dann rechtfertigt doch die herausragende Bedeutung, die Tourismus gerade in einem Land wie Thailand hat, ihn erst recht zum Thema zu machen. Allein ein Blick auf die Entwicklung der internationalen Ankunftszahlen (Tabelle 7.1) drückt die ökonomische Relevanz der Industrie aus.

Gemessen an den Einkünften rangierte Thailand 2016 auf Platz sechs der bedeutendsten Reiseländer weltweit. Werden die Ankunftszahlen zugrunde gelegt, platziert die *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) Thailand an elfter Stelle (UNWTO 2016: 6). Noch eindrücklicher als abstrakte Zahlen wurde mir die Relevanz des Tourismus für das Leben in Thailand aber vor Augen geführt, als ich im Januar 2017 während des nationalen Trauerjahres nach dem Tod von König Bhumibol am 13. Oktober 2016, während einer Konferenzreise in Bangkok den Königspalast besuchte. Auf der einen Seite bewunderten bunt gekleidete, quirlig umherlaufende und freudig vor den Kameras posierende Touristinnen die in der heißen Sonne gold glitzernden Stupas, die übergroßen Yaks (Riesen der thailändischen Mythologie) und den berühmten Jadebuddha. Unter ihnen waren auffällig viele Chinesen, die zahlenmäßig stärkste Nationalität unter den ausländischen Touristen. Gerade waren sie besonders präsent, da das chinesische Neujahr, ein traditioneller Reiseanlass, erst wenige Tage zurück lag. Auf der anderen Seite, mit rotem Absperrband räumlich abgetrennt, warteten in einer langen Schlange, die durch die Wandelgänge des Tempelkomplexes führte, in

schwarz gekleidete, in sich gekehrte Thais darauf, zum Dusit Maha Prasad Palast vorgelassen zu werden, um ihrem König den letzten Respekt zu erweisen.

Abbildung 1.3 Trauernde Thais neben Touristen am Königspalast in Bangkok



Die Trauer war auch knapp 100 Tage nach seinem Tod weiterhin ungebrochen. Keine Institution ist in Thailand bedeutsamer als die Monarchie und niemand stand höher in der gesellschaftlichen Hierarchie und Anerkennung als König Bhumibol. Dennoch wurde der Hauptschauplatz der überwältigenden nationalen Trauer nach nur kurzzeitiger Schließung am 1. November 2016 wieder der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Thailand ist aber nicht nur Gastgeber-Land für westliche und vermehrt asiatische Touristinnen, sondern auch für die eigenen Landsleute. Thais sind, von der Forschung fast unbemerkt,[8] zu einer signifikanten Zielgruppe der profitablen Branche geworden. Die Zahl der inländischen Reisen ist in den letzten Jahren stetig angestiegen (Tabelle 1.2). Zuletzt 2016 brachte der inländische Markt ein Drittel der Gesamteinkünfte durch Tourismus ein: Er trug mit 866 Mio. Baht (US$ 24,53 Mio.) zum Gesamtvolumen von 2,52 Mrd. Baht (US$ 71 Mio.) bei (TAT 2017). Weltweit gesehen ist der Anteil des Inlandstourismus an den Branchenerlösen sogar noch höher: Schätzungen summieren ihn auf drei Viertel (Aramberri 2004: 1). Inzwischen haben nationale Regierungen, wie die thailändische, das wirtschaftliche Potential erkannt und fördern explizit auch den

[8] Lange wurde Thailand lediglich als Reiseziel westlicher Touristen zur Kenntnis genommen (E. Cohen 1996, 2008a). Nur wenige Ausnahmen (E. Cohen 2014a; Evrard/ Prasit 2009; King/ Parnwell 2011; Rotheray 2016) rückten den inländischen Tourismus in den Vordergrund.

inländischen Markt, nachdem lange nur der internationale Tourismus wegen seiner Deviseneinnahmen im Vordergrund stand (E. Cohen/ S.A. Cohen 2015a: 19-20). Bedeutsam ist der Inlandstourismus aber nicht nur wegen seines Beitrags zur thailändischen Wirtschaft. Das Beispiel Chiang Khan zeigt, dass er neue Mobilitätsmuster hervorbringt und eine Arena der Aushandlung von Stadt-Land-Beziehungen ist, in der das Verhältnis vom Zentrum zur Peripherie zwischen Bangkok und dem im nationalen Kontext marginalisierten Isan ausgehandelt wird.

Tabelle 1.2 Anzahl der Inlandsreisen (1998-2016)

Jahr	Anzahl der Reisen (in Mio., geschätzt)
1998	51,68
2007	83,23
2011	91,00
2012	93,00 (Zielsetzung der TAT)
2013	107,4 (Zielsetzung der TAT)
2014	136,8 (Zielsetzung der TAT)
2015	148,0
2016	145,0

Quellen: 1998, 2007, 2011: E. Cohen 2014a: 248; 2012: TAT 2011c zitiert in Lunda 2014: 408; 2013: TAT 2012a; 2014: TAT 2013c; 2015: TAT 2016; 2016: TAT 2017.

Es sind diese Kontexte von gesellschaftlicher Tragweite, die es unabdingbar machen, Tourismus als gestalterische Kraft des Sozialen in den Blick zu nehmen. Mit dem folgenden Abschnitt spreche ich mich für Mobilitäten als analytische Antwort auf die konzeptuellen Problemlagen eines überkommenen Tourismusbegriffs aus.

1.2.1 Die Befreiung aus analytischen Zwängen: Tourismus und das Mobilitätsparadigma

Die Theorien sind insbesondere deswegen fragwürdig geworden, weil sie lange ausschließlich in Verbindung mit westlichem, internationalem Tourismus formuliert wurden. Im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen aber nicht die gemeinhin geläufigeren Motive westlicher Touristen vor den exotischen Kulissen von Thailands Stränden und Tempeln, sondern Begegnungen wie jene während des Almosengangs zwischen den Bewohnerinnen Chiang Khans und thailändischen Inlandstouristen. Diese lassen sich besser mit einem Verständnis begreifen, das Tourismus als eine Form der Mobilität ansieht, die mit anderen Mobilitätsformen verwoben ist, als „fuzzy strain within a bundle of discretionary mobilities“ (E. Cohen/ S.A. Cohen 2015a: 34). Diese Lesart ist getragen vom „neuen Mobilitätsparadigma“ der Sozialwissenschaften (Adey et al. 2014; E. Cohen/

S.A. Cohen 2015a, 2015b; Hannam/ Sheller/ Urry 2006; Mavrič/ Urry 2009; Franklin 2014; Salazar 2010b, 2014a; Salazar/ Smart 2011). Hannam, Sheller und Urry (2006) zufolge erschütterten die mobilen Ströme des 21. Jahrhunderts die angestammten sozialwissenschaftlichen Annahmen von Territorialität und Sesshaftigkeit als Norm gesellschaftlicher Wirklichkeit. Sie erhoben daher die Zusammenhänge zwischen physischer, virtueller und imaginierter Mobilität jeglicher Reichweite von Menschen, Dingen, Kapital und Wissen zu zeitgemäßeren Fragestellungen.[9]

Im Kontext dieses Mobilitätsparadigmas wird Tourismus von drei wesentlichen Verzerrungen befreit, die Tourismus als modern-westlich, international und separat zu anderen Mobilitäten determinierten.

Erstens dominierte MacCannells Konzept des Touristen als „modern-man-in-general" (1999 [1976]: 1) lange die Forschung mit der Annahme, dass Tourismus aus der Sehnsucht nach dem Ursprünglichen jenseits der modern-westlichen Welt – aus der Suche nach Authentizität – entsteht. Diese Westen-zentristische Sichtweise wurde inzwischen aus asiatischer Perspektive widerlegt. Yuk Wah Chan (2006) hat beispielsweise gezeigt, dass chinesische Touristinnen ganz im Gegenteil nach „authentic modernities" streben:

> „[T]he Chinese tourists, feeling that modernity is still inadequate at home, travel elsewhere to 'check out' different versions of modernity as to fill their own 'modern' imaginings" (2006: 202).

Zunehmend offenbar wurde, dass die Region nicht nur bloßes Reiseziel ist, sondern selbst mobile Konsumentinnen hervorbringt (Winter/ Teo/ Chang 2009b: 4; vgl. Alneng 2002; Cochrane 2008; Edensor 1998; Hitchcock/ King/ Parnwell 2009; Nyíri 2006; Ploysri/ King 2014; Winter 2007, 2009b; Winter/ Teo/ Chang 2009a). Die von westlichen Touristen abweichenden Motivationen und Erwartungen eines wachsenden asiatischen Marktes, denen sich auch Reiseführer (Salazar 2008), Hotel- und Restaurantbetreiber (Hitchcock/ Putra 2008) und Souvenirverkäufer (Winter 2009a) anpassen mussten, verlangten nach eigenen, vom westlichen Bias unabhängigen Theorien und Konzepten. Ich folge daher Erik Cohen und Scott A. Cohen, die im Mobilitätsparadigma eine Antwort auf die Westen-zentristische Verzerrung der Tourismusforschung sehen:

---

[9] Glick Schiller und Salazar (2013) sehen in diesem Paradigmenwechsel die Gefahr, dass Mobilität normalisiert oder glorifiziert wird. Sie fordern mit ihrem Konzept der „regimes of mobility" folgerichtig, die Machtverhältnisse zwischen Mobilität und Immobilität zu fokussieren und die Verflechtungen zwischen privilegierter, forcierter und stigmatisierender Mobilität zu untersuchen. Im Laufe dieser Arbeit wird deutlich werden, wie unterschiedlich konnotierte stadtwärtige Arbeitsmigration und landwärtiger Tourismus in Thailand ineinandergreifen.

> „[T]he mobilities paradigm moves beyond Eurocentrism in tourism studies by not distinguishing between a center and periphery of tourist activity, not assuming a singular point of dissemination of tourism, and not prioritizing particular motivations for tourism. It thus decenters modernist tourism discourse that positioned 'tourism' as a modern Western phenomena whereby the emphasis was placed all too often on international North-to-South or West-to-East tourism" (2015b: 164).

Damit ist, zweitens, angesprochen, dass sich das Mobilitätsparadigma laut Erik Cohen und Scott A. Cohen (2015a, 2015b) auch eignet, um regionalen und inländischen Tourismus, der trotz des aufgezeigten Ausmaßes empirisch bisher unbeachtet blieb und damit nicht zur theoretischen Bestimmung des Feldes beitrug (Ghimire 2001; Singh 2009a; Walton 2009), endlich in die Analysen einzubeziehen. Die vorherrschende Fokussierung auf westliche Touristen und nicht-westliche[10] Gastgeber reduzierte den Gegenstand auf internationalen respektive interkontinentalen Tourismus, bei dem das hegemoniale Machtgefälle zwischen ‚Nord' und ‚Süd' beziehungsweise ‚Ost' und ‚West' das Erkenntnisinteresse bestimmte (Winter/ Teo/ Chang 2009b: 4; vgl. Aramberri 2004). Denn Touristen drängten sich anfänglich vor allem jenen Ethnologen auf, die noch klassischerweise in den entlegenen Gebieten forschten, die mit ihrer Exotik westliche Touristen anzogen. Daher stellten sich den Ethnologinnen vornehmlich Fragen nach den Auswirkungen dieser ungleichen Begegnungen zwischen ‚Gastgebern und Gästen' (Smith 1978).[11] Anders als das einträchtige Wortpaar anklingen lässt, ging man nicht von einer sozialen Reziprozität zwischen Gleichgestellten aus (Smith 1978: 7), sondern betrachtete die Reiseziele des „globalen Südens" als ohnmächtig, arm und kolonisiert gegenüber den übermächtigen Einflüssen des reichen Nordens (Leite/ Graburn 2009: 40). Mit der Hinwendung zum nicht-westlichen regionalen oder inländischen Tourismus schien dieses Machtgefälle zwischen Norden und Süden, global und lokal, außen und innen nicht mehr von Belang zu sein. Ich argumentiere hingegen, dass die Relationen im

[10] Der Terminus „nicht-westlicher" Tourismus wurde in der Debatte um den Westen-Zentrismus der Tourismusforschung geprägt (Alneng 2002; Winter/ Teo/ Chang 2009a). Ich verwende ihn in diesem Sinne zur Abgrenzung, trotz der Problematik, die er birgt: Es handelt sich um eine negative Definition, die eine Homogenität der nicht-europäischen und nicht-anglo-amerikanischen Welt suggeriert. E. Cohen und S.A. Cohen (2015a) verwenden aus diesem Grund „emerging world regions".

[11] Die so häufig verwendete Beziehung zwischen Touristen und Gastgebern kann nicht als strukturalistische Zweiteilung verstanden werden (Sherlock 2001). An der Interaktion sind die unterschiedlichsten Akteure beteiligt, die von dieser Aufteilung nicht reflektiert werden (Leite/ Graburn 2009: 47f). In Chiang Khan waren beispielsweise Mitarbeiterinnen der TAT und der Gemeindeverwaltung maßgeblich beteiligte Akteure. Ferner verstehe und verwende ich die beiden Termini (Tourist und Gastgeber) als überlappende situationsabhängige Positionierungen (Kapitel 6).

inländischen Tourismus durchaus in kontextspezifische Machtdynamiken, in diesem Fall in Stadt-Land-Hierarchien, eingebettet sind.

Gerade mit Blick auf inländischen Tourismus, der sich nur schwer von tradierten Reiseanlässen, wie dem Besuch von Freunden und Verwandten oder Pilgerfahrten,[12] abgrenzen lässt (Ghimire 2001: 4), bietet das Mobilitätsparadigma, drittens, eine Perspektive, Verflechtungen der Mobilitätsformen in den Blick zu nehmen statt Tourismus auf eine gesonderte Strömung zu beschränken.[13] Es ermöglicht mit neuem Blick die Untersuchung der Verschränkung von Migration und Tourismus (C. Chan 2017; Hall/ A.M. Williams 2002; O'Reilly 2003; A.M. Williams/ Hall 2000, 2002).[14] Lindquist (2010) hat beispielsweise eindrücklich gezeigt, wie die indonesische Insel Batam als Knotenpunkt im Wachstumsdreieck zwischen Indonesien, Malaysia und Singapur indonesische Fabrikarbeiterinnen, Prostituierte und Arbeitsmigranten und Touristen aus der Arbeiterklasse Singapurs zusammenbringt. Seine Forschung verdeutlicht den Wert, sich dem Geflecht von Mobilitäten in räumlicher Verortung zu widmen:

> „Studying mobility by remaining in place […] offers a type of perspective that is concerned more with the social organization of mobility than with particular circuits, more with a system than a place of origin or a specific destination" (Lindquist 2009: 10).

Auch ich folgte nicht den Touristinnen als mobile Subjekte durch die Stationen ihrer Reiseantizipation, -erlebnisse und rückwirkenden Bedeutungszuschreibungen,[15] sondern betrachtete, wie die touristischen Mobilitäten in Chiang Khan im Cliffordschen Kultursinne als „sit[e] traversed" (1992: 103) Spuren hinterließen, verhandelt und orchestriert wurden.[16]

---

[12] Auch im internationalen Tourismus wurde bereits auf die Schnittstellen zwischen Pilgerwesen und Tourismus verwiesen (Timothy/ Olsen 2006; vgl. Askew 2008; Askew/ E. Cohen 2004 für Beispiele aus Thailand).

[13] Damit wende ich mich auch gegen Unterscheidungen zwischen ‚traditionellen' (Ghimire 2001), ‚vormodernen' (E. Cohen/ S.A. Cohen 2015a) oder ‚einheimischen' („home-grown", „native" oder „vernacular") (Singh 2009b) Formen des Reisens gegenüber ‚modernem', ‚gegenwärtigem', ‚neuem' inländischen Tourismus.

[14] Zum Ineinandergreifen der Mobilitäten in Südostasien siehe Husa/ Trupp/ Wohlschlägl 2014 und Trupp/ Dolezal 2013.

[15] Die methodischen Herausforderungen dabei bearbeiten Frohlick/ Jarrison 2008 und Palmer 2001. Für einen Überblick über die methodische Annäherung an Tourismus und Mobilität als Untersuchungsgegenstand der Ethnologie siehe Adams 2012; Graburn 2002; Nash 2000; Salazar 2011 oder Salazar/ Elliot/ Norum 2017.

[16] Zur wechselseitigen Beziehung zwischen Ort und mobilen Performanzen siehe Coleman/ Crang 2002.

1.2.2 Die Emanzipation vom Touristen: Gastgeberinnen und Tourismusarbeit

Aus dieser methodischen Sesshaftigkeit folgte, dass ich teilnehmend beobachtend eine Position unter denen eingenommen habe, die mit den Touristinnen in Chiang Khan interagierten. Seite an Seite haben wir, die Gastgeber und ich, die Touristinnen beobachtet, eingeordnet und – mit unterschiedlichen Motiven – versucht zu verstehen. Ich wollte verstehen, in welche gesamtgesellschaftlichen Dynamiken sich der Aufschwung Chiang Khans einbettet. Meine Gesprächspartner waren auf ihre Deutungen angewiesen, um im kompetitiven Tourismusgeschäft zu bestehen. Andere analysierten sie, um das bewahren zu können, was durch die Präsenz der Touristen bedroht zu sein schien. Meine Feldforschung begann zu einem Zeitpunkt, als Chiang Khan bereits einige Jahre einen Boom erlebte und der Wandel in vollem Gange war. Ich begleitete dabei sowohl solche, die erst ihren Einstieg ins Tourismusgeschäft vorbereiteten, und solche, die schon länger dabei waren und auf die Veränderungen reagierten, als auch solche, die der Tourismusarbeit den Rücken kehren wollten.

Einher geht diese Forschungsstrategie mit einer theoretischen Positionierung, die sich gegen die von Franklin beanstandete „touristcentricity“ (2007: 132) wendet. Deutlich wird diese an den zwei paradigmatischen Ansätzen der Tourismustheorie: MacCannells (1999 [1976]) Authentizitätsargument ebenso wie Urrys (2002) „tourist gaze“ konzentrierten sich ausschließlich auf die Blickwinkel und Beweggründe der Touristen auf der Suche nach nicht-alltäglichen Tourismuswelten. Durch die Nähe zu den Bewohnern Chiang Khans folge ich richtungsweisenden Arbeiten, die bereits auch den Gastgebern einen aktiven Blick attestiert haben (Y. W. Chan 2006; Maoz 2006) und nehme das Gegenüber der Touristen in den Blick.

Gastgeber sind als primäre Akteure – Schätzungen zufolge arbeiten eine von zehn Thais direkt oder indirekt in der gesamten Tourismusbranche Thailands (Herman 2015) – wesentlich an der Schaffung und Performanz von Tourismus beteiligt:

> „[T]ourism [is] no longer an activity engaged in by *tourists* but rather something enacted and made possible by those who do the work of tourism. […] [M]eaning-making in tourism is not the exclusive purview of those who travel from destination to destination, from sight to sight. Rather […] the people and communities who do the work of tourism are just as, if not more, invested in making tourism meaningful“ (Chio 2014: xvi-xviii, Hervorh. i. Orig).

Die Bewohnerinnen Chiang Khans leisteten, mit Chio (2014) gesprochen, Tourismusarbeit. Als *mueang phak phon*, als erholsame Stadt, setzte Chiang Khan auf das nostalgische Narrativ, das die Stadt der Arbeit und das Land der Erholung vorbehielt.

Weil die Freizeit der einen (der Städter) die Arbeit der anderen (der Landbevölkerung) bedeutete (vgl. Chio 2014: xvii), wurde mir insbesondere in der Hochsaison allzu deutlich vor Augen geführt, dass das Klischee ländlichen Müßiggangs nur eines war: urbane Nostalgie.

Für die Chiang Khaner erwies sich Tourismus, ganz anders als die binären Begriffsbestimmungen es nahelegten, nicht nur als Arbeit, sondern auch als alltagsbestimmend. Im Bedauern um den Verlust ländlicher Gemeinschaft wurde vielfach zum Ausdruck gebracht, dass der Tourismus einen anderen Rhythmus nach Chiang Khan gebracht hatte. Während man früher zeitig zu Bett ging, schließlich begann der nächste Tag früh mit der Zubereitung von Klebreis als Almosengabe, sei man nun bis spät abends mit der Bewirtung der Touristen beschäftigt. Mit ihrer Tourismusarbeit, die sich bei vielen am normativen Maßstab von Tourismus gleich Erholung orientierte, hatten sie aber keinenErfolg: Trotz Hausregeln, die nächtliche Partys in Unterkünften untersagten, entstand wegen der Ruhestörung durch Touristen Ärger mit den Nachbarn. Die allmähliche Zerstörung der nostalgischen Imagination Chiang Khans konnte durch Tourismusarbeit nicht aufgehalten werden. Längst war Chiang Khan kein Ort mehr, wie ihn noch die ersten Touristen in sentimentaler Erinnerung hatten: ein Ort, an dem bereits ab 18 Uhr die Türen der Holzhäuser verschlossen waren. Angesichts des nicht aufzuhaltenden Wandels übten viele Kritik an den Touristinnen, die die Eile der Stadt auch nach Chiang Khan trugen. Verknüpft damit war ein kritischer Blick auf das Leben in der Stadt, der erst durch eine ethnografische Kontextualisierung der touristischen Interaktionen in Machtdynamiken zwischen Stadt und Land zum Ausdruck kommt.

1.3 Gespalten zwischen Stadt und Land?: Konzeption einer verzwickten Beziehung

Derartige Dynamiken werfen Licht auf ein ungleiches Land (Pasuk/ Baker 2016a), in dem sich Zugang zu Status, politischer Macht, Bildung oder wirtschaftlichem Kapital auf die Hauptstadt konzentrieren zum Nachteil insbesondere der nordöstlichen Provinzen. Sie werfen Licht auf ein Land, das im Ringen um Demokratie und politische Gleichbehandlung in zwei Lager gespalten zu sein schien. Während die *United Front For Democracy Against Dictatorship* (UDD), besser bekannt als ‚Rothemden', für das Gewicht der politischen Stimme der Landbevölkerung kämpfte, protestierte die *People's Alliance for Democracy* (PAD) in gelben Shirts für das Festhalten an einem konservativen

Regierungsmodell, das ihren urbanen, royal-aristokratischen Kreisen Einfluss sicherte. Sie werfen aber auch Licht auf die multiplen Verbindungen zwischen den Provinzen und Bangkok und die komplexe Integration von Stadt und Land, die analytischen Darstellungen einer Stadt-Land-Kluft in Thailand widersprechen.

Stadt und Land, das machen diese Beispiele deutlich, sind Ordnungskategorien des Sozialen. Mit ihnen werden binäre Oppositionen lokalisiert wie Moderne/ Tradition, Kultur/ Natur, Kultiviertheit/ Rückständigkeit oder Individualismus/ Gemeinschaftlichkeit, Arbeit/ Freizeit, Eile/ Ruhe. Diese Taxonomien stellen zeitliche Abfolgen her, ordnen soziale Hierarchien und drücken gesellschaftliche (Macht-) Verhältnisse aus. Ich wende mich daher Unterscheidungen zwischen Stadt und Land zu, denn sie haben trotz berechtigter Forschungsergebnisse, die an der Absolutheit der Unterscheidung Zweifel aufkommen ließen, Bestand.

1.3.1 Mobilitäten und soziale Grenzziehungen

Inzwischen wurde längst überzeugend belegt, dass der städtische Raum keine spezifische Lebensweise hervorbringt (Wirth 2010 [1938]). Ethnologinnen, die ihren Gesprächspartnern in die Stadt gefolgt waren, verfolgten, wie die Migrantinnen sich an ihr städtisches Umfeld anpassten und weiterhin enge soziale Kontakte in der Stadt pflegten – eine Beobachtung, die der Charakterisierung städtischer Gesellschaften als individualistisch und anonym entgegenstand.[17] Die Beziehungen, die die Migranten zu ihren Heimatdörfern aufrecht erhielten, machten deutlich, dass Stadt und Land in vielschichtigeren Relationen zueinander stehen, als dass man sie als Kontinuum (Redfield 1947) bezeichnen oder um Mischtypen (McGee 1991) ergänzen könnte. Thompson, Bunnell und Parthasarathy formulieren daher in Anlehnung an Castells (1996) Netzwerkgesellschaft: „[T]he rural-urban relationships of contemporary Asia are configured in a complex often irregularly structured, non-linear space of flows“ (2013: 2).

In einer vernetzten Welt im Zuge der voranschreitenden Urbanisierung Südostasiens (Jones 1997) ist es also zunehmend schwer, eindeutige Grenzen zu ziehen, wo die Stadt (als soziale Einheit, nicht als Administrationsbezirk auf der Landkarte) aufhört und wo das Land beginnt (Hengartner/ Kokot/ Wildner 2000: 7-9). Und trotzdem bleibt die Idee vom Dualismus aus Stadt und Land weit verbreitet:

[17] Für eine Übersicht derartiger Forschungsarbeiten in Südostasien siehe King/ Wilder 2003.

> „[T]he persisting imaginings of rural-urban difference are themselves more an idea (or ideology) with ideological effects that flow along with people, commodities and the like […] rather than being a substantive reality. It remains important that people continue to think in terms of living in cities or villages as different ways of life, even if the substance of that difference is now diminishingly small in many cases" (Thompson/ Bunnell/ Parthasarathy 2013: 3; vgl. Zenner 2012).

Raymond Williams (1993 [1973]) hat mit seinem einflussreichen Werk „The Country and the City" aufgezeigt, dass sich ungeachtet veränderter historischer Realitäten im Zuge der Expansion kapitalistischer Produktionsformen eine bemerkenswerte Kontinuität von Vorstellungen ländlicher Unschuld oder städtischer Zivilisiertheit in der englischen Literatur seit dem 16 Jahrhundert gehalten haben. Selbst dort, wo augenscheinlich Stadt und Land in ihrer Reinheit aufgehoben sind, behalten sie als Idealkategorien ihre Gültigkeit. Harms (2011) hat gezeigt, dass am Stadtrand von Ho Chi Minh City in Vietnam, wo Stadt und Land allzu sichtbar ineinander übergehen, diese als Dichotomie reproduziert, manipuliert und performt wurden:

> „[A]t the very same time that the pace of urbanization increases (and the blurring of the objective distinction between country and city intensifies), the production and reproduction of the ideal image of the pure countryside also increases" (Harms 2011: 57).

Anders als bei James Fergusons (1997) Studie im Kupfergürtel von Sambia, wo die Verräumlichung ideologischer Gegensätze sich auflöste, sobald Stadt und Land miteinander in Kontakt traten, wurde die Stadt-Land-Ordnung in Chiang Khan trotz und wegen der Mobilitäten aufrecht erhalten, auch wenn längst nicht nur Bangkoker nach Chiang Khan kamen, sondern Thais aus allen Provinzen.

1.3.2 Dialektische Stadtethnografie. Oder: Zur Relevanz einer ‚Dorfstudie'

Raymond Williams zufolge steckt die Betrachtung von Stadt und Land fest in einer „crisis of perspective". Idealisierte Mythen eines vergangenen besseren ländlichen Englands wurden in der englischen Literatur zu jeder Zeit auf frühere Zeiten projiziert: „When we moved back in time, consistently directed to an earlier and happier rural England, we could find no place, no period, in which we could seriously rest" (1993 [1973]: 35). Die Rückwärtsgewandtheit beschreibt er wie eine Rolltreppe, die niemals stehen bleibt. Allerdings handelt es sich nicht um eine einzige Treppe, einen unilinearen Rückgang in die Vergangenheit, sondern um eine mehrdimensionalere Bewegung. Zu unterschiedlichen Zeiten wurde mit dem guten alten England Unterschiedliches verknüpft (1993 [1973]: 12).

Für eine Krise der Perspektivität hinsichtlich der Relationen zwischen Stadt und Land sprechen noch weitere Aspekte. Je nachdem, in welche Richtung Mobilitäten verlaufen, werden je konträre Assoziationen aktiviert, die das Städtische und Ländliche festschreiben. Stadtethnologische Forschungen haben sich bisher jedoch einseitig der stadtwärtigen Migration (Brettel/ Kemper 2010) gewidmet und einen Bias zugunsten von Städten als Anziehungspunkte produziert, mit denen das Versprechen moderner, statuserhöhender Lebensentwürfe verbunden ist.[18] Meine Ethnografie des thailändischen Inlandstourismus, dessen Dynamiken eng mit einer Aufwertung und Kommodifizierung des Lokalen, des Ruralen und des kulturellen Erbes verbunden sind (Evrard/ Prasit 2009), beleuchtet demgegenüber landwärtige Mobilitäten. Das Streben nach gestriger Ländlichkeit und ländlicher Entspanntheit, die sich in der Repräsentation von Chiang Khan als *mueang boran* und *mueang phak phon* manifestiert, macht aus der Stadt als Pull-Faktor die bislang unterrepräsentierte Stadt als Push-Faktor, die trotz und vielleicht gerade wegen dystopischer Prognosen, dass zukünftig überall auf der Welt immer größere Anteile der Bevölkerung in Städten leben werden, seine Berechtigung hat.

Allein die stadtzentrierte Perspektive nachzuzeichnen wäre folglich irreführend. Nach diesem, auch in anderen Teilen Südostasiens weit verbreiteten dominierenden Narrativ, sind Dörfer die ‚vergessenen' Anderen stadtzentrierter Modernen:

> „Malay *kampung* (villages) are modernity's significant other in contemporary discourse. In the politics of memory and forgetting, the *kampung* is a site of nostalgic memory, viewed in most popular discourse from dominant urban-centric élite perspectives embedded in new middle-class subjectivities" (Thompson 2004: 2357; vgl. Thompson 2002).

Die romantisierenden und idealisierten Imaginationen von Ländlichkeit, die ich in dieser Arbeit in insbesondere seit der Asiatischen Finanzkrise virulenten Nostalgiediskursen verorten werde, vergessen die gelebten Wirklichkeiten von Orten wie Chiang Khan im heutigen Isan. Sie vergessen, dass der ländliche Raum längst nicht mehr (wenn überhaupt jemals) in subsistenzorientierter Abschottung verharrt, sondern eingebunden ist in nationale wie globale Wirtschaftsordnungen. Sie vergessen, um mit Keyes (2012a) zu sprechen, dass aus ihnen „cosmopolitan villagers" geworden sind, die konservative Stadt-Land-Dichotomien transzendieren. Dieses Vergessen ist eingebettet in gesellschaftliche Hegemonien, in denen urbane Eliten und die Mittelklasse die diskursive Macht besitzen, ihre Version fortschrittlicher Moderne für sich zu beanspruchen und im Raum zu

[18] Ausnahmen bilden Forschungen zur Desurbanisierung, der Abwanderung von der Stadt aufs Land (Halfacree 2012; Halliday/ Coombes 1995; C. J. A. Mitchell 2004).

lokalisieren. Die nordöstlichen Provinzen der Isan-Region wurden, von Bangkok aus betrachtet, an der räumlichen Peripherie und in der zeitlichen Abgeschiedenheit lokalisiert:

> „Isan […] has long been conceptualized and represented in these terms: not yet developed, not yet disrupted by modernity, not yet educated, not yet capitalist, not yet ready to partake in democratic electoral politics. […] While its residents and citizens have been pivotal in the production of Bangkok's hegemony – its urbanization, its industrial capacity and its economic dominance over the country – they often remain stuck, by Bangkok-centric discourses, in the realm of the 'not yet'" (Elinoff/ Sopranzetti 2012: 300).

Über die in Bangkok ansässigen Medien sowie intellektuelle und politische Kreise werden moralische Maßstäbe urbaner Eliten und der Mittelklasse zur öffentlichen Meinung. Rurales Aufstreben nach sozialem Aufstieg und Teilhabe wurden in der vom verstorbenen König Bhumibol propagierten Suffizienzwirtschaft zur gierigen Unverhältnismäßigkeit umformuliert (A. Walker 2010). In dem politischen Konflikt zwischen ‚Rot-' und ‚Gelbhemden' wurde der überproportional mit dem Isan verbundenen Anhängerschaft des ehemaligen Premierministers Thaksin Shinawatra (2001-2006) und seines Familienclans, die die Interessen der Landbevölkerung vertraten und an etablierten Machtstrukturen rüttelten, die Kompetenz abgesprochen, mit ihrer demokratischen Mehrheit die ‚guten' Führungspersönlichkeiten für das Land zu wählen (Hewison/ Kengkij 2010; Mills 2014). Die soziale Mobilität, die sich viele Frauen im Isan mit einer Heirat eines westlichen Ehemannes versprachen, wurde verurteilt als Materialismus und Konsumerismus, der thailändische Werte verrate (Sunanta 2013). Diese Dominanz und Ignoranz der Stadt spricht auch aus der Vermutung eines gut situierten Bangkoker Hotelbetreibers in Chiang Khan. Er führte die lokale Praxis, die Essensbeilagen erst im Anschluss an den Almosengang in die Tempel zu bringen, darauf zurück, dass man in Chiang Khan möglicherweise einfach nicht rechtzeitig bis zum Eintreffen der Mönche mit der Zubereitung fertig sei. Schließlich sei das Dämpfen des Klebreises so aufwendig.

Der thailändische Inlandstourismus ordnet diese Stadt-Land-Relationen neu: Migrantinnen aus dem Isan arbeiteten gewöhnlich in Bangkok im Niedriglohnsektor und waren es gewohnt, dass auf sie herabgeschaut wurde (Vorng 2017: 113-144). In Chiang Khan fanden sie sich nun in einer Position, aus der heraus sie städtische Touristen und ihre unpassenden Ansprüche und Eigenarten bewerten konnten. Um diese neue Anordnung der Beziehungen zu verstehen, bedarf es einer multiperspektivischen Dialektik auf Stadt-Land-Relationen, die die Faszination für Orte wie Chiang Khan vor

dem Hintergrund stadtzentristischer Positionen einordnet und zugleich das Zentrum-Peripherie-Modell, auf dem die räumliche Ordnung Siams seit der Vormoderne beruht, hinterfragt (A. Walker 1999). Mit den Stimmen aus Chiang Khan macht sich diese Ethnografie für eine ‚provinzialisierende' Stadtethnografie stark (vgl. Elinoff/ Sopranzetti 2012; Chakrabarty 2010). Denn als Ethnografie, die nicht Gefahr laufen will, das nostalgische ‚Vergessen' des stadtzentrierten Südostasiens zu reproduzieren, spürt sie in Chiang Khan die Narrative des Wandels in Folge der städtischen Vereinnahmung als immanent rurale Nostalgien auf und beleuchtet so gesellschaftliche Kontroversen um die raumgreifenden Urbanisierungsprozesse und Dominanzansprüche der Stadtgesellschaften. Auch wenn meine ethnografische Feldforschung aus intimen Beziehungen (Wolcott 2005) zu den Bewohnerinnen Chiang Khans bestand, und damit nicht multi-lokal (Marcus 1995) war, so ist sie dennoch multiperspektivisch (Taylor 1999). In diesem Sinne verstehe ich diese Ethnografie auch als eine Ethnografie der Stadt, denn sie behandelt urbane Bedürfnisse und Ansprüche ebenso wie die Verhandlung dieses urbanen Hegemonieanspruches. Ich möchte damit beitragen zu einer Enträumlichung eines Untersuchungsbereiches, der Stadtethnologie, die an der Dichotomisierung von Stadt und Land trotz der aufgezeigten Verknüpfungen und fließenden Grenzen festhält (Herzfeld 2016b; Thompson/ Bunnell/ Parthasarathy 2013: 4).

1.3.3 Konkurrierende Ordnungen

Die Stadt-Land-Hierarchien werden aber nicht nur durch eine Dialektik der Perspektiven verständlich, sondern sind zur gleichen Zeit und im selben Raum miteinander konkurrierende Ordnungen. Ich folge daher dem Plädoyer von Streck, durch die Kompetenz für eine „Art mehrfach schielenden Blic[k]" (2013: 50) das „Nebeneinander unterschiedlicher Betrachtungsweisen in ein und demselben Kontext" (2013: 47), das charakteristisch für alle Gesellschaften dieser Welt ist, zu fassen. Ich beschreibe daher die nur scheinbar widersprüchlichen Diskurse, die einerseits Bangkok zum gesellschaftlichen Zentrum machen, andererseits die Aufrechterhaltung der gesellschaftlichen Ordnung auf die Peripherie projizieren, als „Mosaik von Sinnprovinzen und Sinnangeboten" (ebd.).

Die übergeordnete Stellung der Stadt lässt sich zurückführen auf die vormoderne politische Ordnung Siams, die aus hierarchisch angeordneten Stadtstaaten (*mueang*)

bestand. Innerhalb dieser *mueang* konzentrierten sich, ähnlich wie es für andere Systeme Südostasiens beschrieben wurde, die Macht und das Charisma des herrschenden Souveräns und strahlten konzentrisch mit abnehmender Intensität nach außen an die Peripherie ab. Fortgeschrieben wurde die Dominanz der Stadt über das sie umgebende Hinterland Ende des 19. Jahrhunderts. Um sich den europäischen Kolonialmächten, die die Nachbarländer eingenommen hatten und auch Siams Unabhängigkeit bedrohten, als ebenbürtig zu präsentieren, definierte die Elite die Stadt als zivilisiert und ebenbürtig zu Europa im Unterschied zu den Dschungel- und Dorfregionen (Thongchai 2000). In den fast zeitgleich entstandenen Ethnografien zu Chiang Mai und Bangkok von Johnson (2014) und Herzfeld (2016a) wird deutlich, dass das Vermächtnis der *mueang* sich bis heute – allerdings sehr unterschiedlich – auswirkt. Sie beschreiben konkurrierende Ordnungen. Johnson (2014) fand Anhaltspunkte, dass in Chiang Mai die Vorstellung der Stadt als Zentrum fortbesteht:

> „*Mueang* are animated sites: centers of civilization, refinement […], and spiritual antennae that radiate prosperity and wealth to the countryside. They are the home of politics, of religion, and of rulers. They claim to have within them a spiritual and civilizational force that the countryside and wilderness lack" (2014: 41).

Herzfeld (2016a) stellt hingegen mit seiner Ethnografie zur seit Jahrzehnten von Umsiedlungsplänen der Bangkoker Regierung bedrohten Gemeinde Pom Mahakhan im historischen Zentrum von Bangkok das Konzept der Stadt als Zentrum in Frage: Durch das Fortbestehen moralischer Gemeinschaften, die nach dem segmentären Prinzip der *mueang* Egalitarismus auf allen Ebenen reproduziert, wird die Hierarchie konterkariert: „For the *moeang* is not merely the urban center […]. It demarcates the entire conceptual space – the moral community" (2016a: 48). Zusammengelesen verweisen Johnson (2014) und Herzfeld (2016a) auf zwei miteinander konkurrierende Ordnungen, die die Stadt sowohl zum Zentrum erheben als auch gleichzeitig dezentrieren. Auch mit Blick auf Chiang Khan wird deutlich, dass die nostalgischen Imaginationen, die das Land für den Tourismus geöffnet haben, die Vorstellungen der Stadt als zivilisatorisches Zentrum nicht abgelöst haben, sondern ko-existieren. Die Stadt ist zugleich Versprechen und Verderben (Johnson 2013). Ähnlich nebeneinander existieren gegensätzliche Bilder des Isan: Aus stadtzentristischer Sicht haften dem Isan und seiner Bevölkerung negative Assoziationen an. Im inländischen Tourismus hingegen wird der Isan erfolgreich mit neuen Bildern von intakter Natur und Kultur beworben.

1.4 Zwei Perspektiven auf die touristische Entwicklung Chiang Khans

Um meine Fragestellung zu beantworten, wie sich die touristische Entwicklung Chiang Khans in die sozio-räumliche Ordnung Thailands einbettet, gilt es nun, diese Auslegungen von Tourismus und Stadt-Land-Beziehungen aufeinander zu beziehen. Die neueren Konzepte der Tourismusforschung, „tourism imaginaries" (Salazar 2010a, 2012; Salazar/ Graburn 2014a) und „tourist performances" (Edensor 1998, 2001, 2009) eröffnen dabei zwei analytische Perspektiven, die ich im Verlauf dieser Arbeit nachzeichnen werde: Im ersten Teil, *Mueang boran: Altertümliches Chiang Khan* (Kapitel 4 & 5), verfolge ich nostalgische Vorstellungen vom Landleben als ‚touristische Imaginäre', die sich als Motor des thailändischen Inlandstourismus und Motiv der Verhandlung touristischer Wandelprozesse erwiesen haben. Der zweite Teil, *Mueang phak phon: Erholsames Chiang Khan* (Kapitel 6 & 7) beleuchtet unter dem theoretischen Betrachtungswinkel der ‚touristischen Performanz', wie die Bedeutungen von Arbeit und Erholung zwischen den Kategorien von Stadt und Land ausgehandelt werden und mit normativen Anforderungen an das Tourist-sein einhergehen.

1.4.1 Touristische Imaginäre

Ohne Verknüpfungen anderer Orte und fremder Kulturen mit verlockenden Assoziationen wäre Tourismus kaum denkbar. Ohne die Projektion imaginierter Landidylle auf Chiang Khan wäre dieser Ort im Isan nicht als touristischer Ort entdeckt worden. Wie Reiseziele in erstaunlicher Repetition mit den immer gleichen essentialisierenden, orientalisierenden und exotisierenden Bildern des Außeralltäglichen und Anderen arrangiert werden, beschäftigt seit jeher die Tourismusforschung (z.B. Adams 2004; Bruner 2005; Echtner/ Prasad 2003; Hennig 2002; Selwyn 1996, 2007; vgl. Kortländer 2000 für Thailand). Unter dem Sammelbegriff der touristischen Imaginäre (um die Nähe zum Leitbild der „tourism imaginaries" aufscheinen zu lassen, verwende ich die eingedeutschte Abwandlung) wird diese Bedeutung der menschlichen Vorstellungskraft für den Tourismus aufgegriffen. Touristische Imaginäre umfassen dabei sämtliche Diskurse, Bilder, Fantasien, Stereotype und Repräsentationen, die Tourismus erst möglich machen. Sie bedürfen der individuellen Imagination, sind aber mehr als das: Sie sind kollektiv geteilte, weit verbreitete und zirkulierende Vorstellungswelten, die in einem von Macht durchdrungenen komplexen Zusammenspiel aus sozio-kulturellen Rahmenbedingungen (Erziehung, Bildung etc.) und medialen

Kanälen (Reiseführer, Dokumentarfilme, Literatur, Werbung etc.) entstehen. Salazar zufolge sind touristische Imaginäre „socially transmitted representational assemblages that interact with people's personal imaginings and are used as meaning-making and world-shaping devices" (2012: 864).

Gerade die intellektuelle Heterogenität, mit der das Konzept Anwendung findet (Leite 2014: 261), macht es zu einem brauchbaren Analyseinstrument: Mit touristischen Imaginären kann nachvollzogen werden, wie Ideen vom thailändischen Dorfleben auf der einen Seite weit geteilte Gedankenwelten („shared mental life", ebd.) sind, aber auf der anderen Seite ganz konkret auf vielfältige Art und Weise in Erzählungen, bildlichen und materiellen Darstellungen oder körperlichen Aktivitäten im Tourismus Ausdruck finden. Zudem fügt es sich in mein Verständnis einer Tourismusethnografie: Denn erstens erfasst es (anders als bspw. das verwandte Konzept der „Mythen" (Hennig 2002; Selwyn 1996)) Kräfteverhältnisse auch jenseits der etablierten Nord-Süd-Richtung, wie sie in aus der Kolonialzeit tradierten Ländervorstellungen vom Paradies zum Ausdruck kommen, und ist somit offen für die Dialektik der Gast-Gastgeber-Beziehung (Salazar/ Graburn 2014b: 15-16). Zweitens exemplifiziert es, dass Imaginäre die Welt häufig in Dichotomien organisieren (2014b: 1), so dass ihm das aufgezeigte Paradoxon aus feststehender Stadt-Land-Opposition und zuwiderlaufenden Mobilitäten inhärent ist. Drittens ist es sensitiv für temporale Aspekte (2014b: 9-10), die insbesondere für die nostalgische Raum-Zeit-Verschränkung, die Chiang Khan in die rurale Vergangenheit Thailands versetzt, von Relevanz sind.

1.4.2 Touristische Performanzen

Mit einer Fokusverschiebung auf touristische Performanzen, von Vorstellungswelten hin zu Aktivitäten, nehme ich im zweiten Teil dieser Arbeit die aktive politische Förderung des inländischen Tourismus durch die *Tourism Authority of Thailand* in den Blick, die eng damit verbunden war, Tourismus als notwendige Erholung von der Arbeit in der Stadt zu propagieren.

Um herauszustellen, dass Tourismus nicht (nur) dem Verlangen nach außeralltäglichen visuellen Eindrücken (Urry 2002) und authentischen Erfahrungen (MacCannell 1999 [1976]) entspringt, sondern auch eine stets spezifische Praxis beinhaltet, fokussiert Edensor (1998, 2001, 2009) zurückgreifend auf das einflussreiche Werk Goffmans (1959) die bewusste und unbewusste habituelle Praxis von Touristinnen.

Durch die Einbeziehung intuitiver Gewohnheiten, die jeder Tourist mit seinem Gepäck mit sich führt, wendet Edensor sich ausdrücklich gegen die Konzipierung von Tourismus als außeralltäglich, auch wenn die Ausübung häufig auf die Abkehr vom Alltäglichen abzielt (Edensor 2009: 549).

Ich bediene mich einem Ausschnitt aus Edensors umfangreicher touristischer Performanztheorie (die eingebettet ist in seinem Interesse an der sozio-räumlichen Organisation und Regulation von touristischen Räumen), um aufzuzeigen, dass Tourismus mit normativen Vorstellungen von ‚richtigem' und ‚gutem' touristischen Verhalten einhergeht. Ebenso wie Edensor verwende ich Performanz als Metapher (1998: 8), um auszudrücken, dass für Touristen, sobald sie die ‚Bühne' – die „touristscape" (Edensor 2009: 549) Chiang Khans – betraten, bestimmte ‚Rollen' vorgesehen waren. Explizite ‚Skripte' (wie sie etwa die TAT herausgab) und ‚Regieanweisungen' der Gastgeber gaben den Touristen ein Auftreten vor, mit dem sie, indem sie sich auf die impliziten Konventionen eines entschleunigten Lebens auf dem Land einließen, Entspannung vom hektischen Leben in der Stadt finden sollten. Dass nicht alle Touristen sich davon lenken ließen, verdeutlicht, dass es kein geteiltes Einvernehmen über das, was Tourismus ausmacht, gibt; dass je nach Bühne unterschiedliche Aktivitäten als ‚angemessenes' oder ‚normales' touristisches Verhalten gelten und dass selbst dieselbe Bühne eine Bandbreite unterschiedlicher Inszenierungen erlaubt. Ganz entscheidend ist aber – und hier war es erforderlich Edensor weiterzudenken – dass diejenigen in Gastgeberrollen maßgeblich daran beteiligt waren zu formulieren, wie Thais dem Tourismus ihr je eigenes Selbstverständnis verliehen.

1.5 Altertümliches, erholsames Chiang Khan: Überblick über die Kapitel

Nachdem ich nun meinen theoretisch-konzeptuellen Betrachtungswinkel dargelegt habe, reflektiere ich im folgenden *zweiten Kapitel* die spezifischen Bedingungen meiner methodischen Herangehensweise. Der Verlauf meiner ethnografischen Forschung war geprägt von der beständigen Aushandlung von Identifikationen, die mir als zunächst unbekannte westliche Ausländerin in Chiang Khan zugewiesen wurden und Rollen, mit denen ich mir selbst einen Zugang zum Feld schuf. Dabei war es von Vorteil, dass mir aufgrund persönlicher Erfahrungen die thailändische Sprache und Gepflogenheiten der thailändischen Kultur bereits geläufig waren. Die Forschungsbeziehungen zu meinen Gesprächspartnerinnen entwickelten sich weiter innerhalb der Konventionen von

Datenerhebung, die sich in Chiang Khan aufgrund der Präsenz zahlreicher Wissenschaftlerinnen und Journalisten verbreitet hatten und den Dynamiken zunehmender Vertrautheit, die mir intimere Einsichten jenseits eines etablierten Datenkorpus ermöglichten. Diese Spannung aus Annäherung und Distanz setzte sich im Analyse- und Schreibprozess fort. Mein umfangreiches Datenmaterial erweiterte ich um Daten aus ethnografischer Literatur, um mein situiertes Wissen multiperspektivisch einzubetten, ohne jedoch die Nähe des Feldes beim Übersetzungsprozess in den Text zu verlieren.

Das *dritte Kapitel* erörtert vor dem konzeptuellen Hintergrund dieser Einleitung vertieft die gesellschaftliche Raumordnung Thailands zwischen Stadt und Land beziehungsweise der Hauptstadt Bangkoks und den Provinzen des Isan. Es nimmt die während meiner Feldforschung hochaktuelle politische Krise des vergangenen Jahrzehnts zum Ausgangspunkt, denn in dieser wird die Artikulation einer Stadt-Land-Kluft bei gleichzeitiger Integration städtischer und ländlicher Lebenswelten deutlich. Aufrechterhalten wird die Kluft von Bangkoks Dominanz in politischer, wirtschaftlicher und sozialer Hinsicht sowie Bangkok-zentristischen Diskursen, die den Isan als arm, rückständig und unkultiviert marginalisieren oder als abgeschiedene Idylle romantisieren. Die geografische Randlage und auch kulturelle Nähe zu Laos hatten den Isan zwar ins Zentrum nationaler Integrationsbemühungen gerückt, die jedoch der wirtschaftlichen und sozialen Benachteiligung nicht entgegenwirken konnten. Unter dem Bewusstsein minder privilegierter Teil der thailändischen Nation zu sein, formierten die Isaner ihre eigene ethnoregionale Identität. Eine provinzialisierende Perspektive offenbart, dass sie nicht die dörflich isoliert lebenden subsistenzorientierten Reisfarmer sind, wie sie von vielen Mittelklasse-Bangkokern wahrgenommen werden, sondern ihren Lebensunterhalt auch außerhalb der Landwirtschaft bestreiten und aktiv in nationale und transnationale Ökonomien eingebunden sind. Das Kapitel schließt mit einer relationalen Positionierung Chiang Khans, das je nach Perspektive ein kleineres Dorf oder eine größer werdende Stadt ist.

Kapitel vier zeigt auf, wie sich in der „Entdeckung“ Chiang Khans als populäres Reiseziel die nostalgischen Imaginäre eines rapide urbanisierten und industrialisierten Thailands manifestieren. Einflussreiche sozialwissenschaftliche Thesen, zivilgesellschaftliche und intellektuelle Debatten nach der Asiatischen Finanzkrise 1997 und eine royale Wirtschaftsideologie beeinflussten die Entwicklung des thailändischen Inlandstourismus, im Zuge dessen Kulturerbestätten, ländliche Regionen und ehemals florierende Marktstädte wie Chiang Khan erschlossen wurden. Insbesondere die

Regionen des Isan erfuhren eine Aufwertung. Parallel zur Aneignung kultureller Elemente, wie der Musik und des Essens, vom gesellschaftlichen Mainstream arbeitete die TAT mit gezielten Marketingkampagnen daran, dem Isan ein positives Image zu verleihen und neben den auch im internationalen Tourismus etablierten Reisezielen für inländische Touristen attraktiv zu machen. Der boomartige Erfolg Chiang Khans lag hingegen nicht in gelungener Vermarktung begründet, sondern im großen Anklang, die die künstlerischen Fotos der ersten Touristinnen in den sozialen Netzwerken fanden. Auch über Postkarten und die Gestaltung der alten Holzhäuser wurde die nostalgische Ästhetik eines verlassen wirkenden, von der Moderne zurückgelassenen Dorfes konsumiert und produziert.

Um die Ambivalenz dieser Bangkok-zentristischen Nostalgie zu verdeutlichen, die Orte wie Chiang Khan zwar als gesellschaftlichen Gegenentwurf wertschätzt, aber in zeitloser Passivität festzuschreiben versucht, widmet sich *Kapitel fünf* der Perspektive aus Chiang Khan. Ausgehend von den omnipräsenten Narrativen des Wandels geht es den Verlustdiskursen nach, die durch den Tourismus ländliche Werte im Schwinden begriffen sahen, während sie die Zunahme der Kehrseiten des Städtischen befürchteten. Im Unterschied zur Nostalgie der Touristinnen, die meist ohne einen eigenen Bezug zum Landleben den Rückgang dieser Lebensform im urbanen Thailand bedauerten, gründete sich die Nostalgie Chiang Khans auf eigenen Erinnerungen. Angesichts der wachsenden Diskrepanz zwischen den Imaginären, die Touristinnen nach Chiang Khan lockten und der Realität, die sie vorfanden, herrschte bei den Bewohnern und Unternehmern Chiang Khans große Unsicherheit, wie nachhaltig der Tourismus sein würde. Konfrontiert mit Touristen, die das ursprüngliche Chiang Khan suchten und trendbewussten Touristen, die den Komfort und Unterhaltungswert einer Stadt geboten haben wollten, investierten einige Tourismusarbeit in die Aufrechterhaltung einer nostalgischen Ästhetik, die sich vornehmlich an den alten Holzhäusern materialisierte. Andere sahen es als vielversprechender an, neue Attraktionen und Annehmlichkeiten zu schaffen.

Während Kapitel vier aufgezeigt hat, wie der Inlandstourismus in sich ad hoc entfaltenden Strukturen gewachsen ist, arbeitet *Kapitel sechs* heraus, wie die aktive Förderung des inländischen Tourismus durch die TAT damit verbunden war, Erholung (*phak phon*) als Wert in der thailändischen Gesellschaft zu verankern. In Chiang Khan wurde Erholung als normativer Maßstab zur kritischen Beurteilung der touristischen Performanz herangezogen. Willkommen waren diejenigen, die wie die ersten Touristinnen in Chiang Khan ihr nostalgisches Imaginär zum Skript ihres Reiseverhaltens

machten und entspannten, während diejenigen, die in Chiang Khan eine Tourismusattraktion sahen, unerwünscht waren. Das Kapitel identifiziert damit zwei Freizeitverständnisse: Erholung (*phak phon*) und Verreisen (*thiao*). Erholung war zudem maßgebliches Motiv für die ersten Touristen sich in Chiang Khan niederzulassen. Mithilfe des analytischen Konzeptes der Lifestyle Migration werde ich weiter beleuchten, wie strukturalistische Dichotomien zwischen Tourist und Migrant, Gastgeber und Tourist, Arbeit und Freizeit in der Suche nach einem besseren Leben verschwimmen. Das Kapitel endet mit einer abschließenden Betrachtung, wie unter dem Deckmantel des Inlandstourismus verschiedene Mobilitätsanlässe ineinandergreifen und in Chiang Khan zusammenfließen.

Das *siebte Kapitel* nimmt die Beliebtheit von *farang* Touristen in Chiang Khan zum Ausgangspunkt, um Relationen zwischen dem internationalen und inländischen Tourismus in Chiang Khan aufzuzeigen. In der Auslegung, wer der bessere Tourist ist, zeigte sich, dass die wenigen ausländischen Touristen nach Meinung ihrer Gastgeber dem normativen Ideal von Erholung sehr viel näher kamen als die thailändischen Touristen. Statt in Bezug auf letztere Gemeinsamkeiten als Thais herauszustellen, wurde Distanz zu den Anderen aus der Stadt aufgebaut. Entgegen gängiger Tourismustheorien zeigen diese ethnografischen Einsichten, dass auch Begegnungen im Inlandstourismus von Differenz und Machtdynamiken geprägt sind.

In der Schlussbetrachtung fasse ich zusammen, wie sich die touristischen Narrative, bildlichen Inszenierungen und Begegnungen in Chiang Khan in eine politisierte Raumordnung Thailands einbetten, indem ich die Aufrechterhaltung von Stadt und Land im Inlandstourismus in einer räumlich-zeitlichen Dialektik gegenüberstelle. Während eine stadtzentristische Perspektive Chiang Khan im ‚noch nicht', ‚immer noch' und ‚nach wie vor' lokalisiert, wird diese Interpretationshoheit aus der Perspektive Chiang Khans ‚provinzialisiert': Die gelebte Wirklichkeit wird dort in Zeitlichkeiten von ‚nicht mehr', ‚schon zu sehr' und ‚noch nicht gänzlich' wiedergegeben. In diesem Kontext konkurrierender Ordnungen liegt das Potential, die Raumordnung nicht nur zu bestätigen, sondern zugleich zu transformieren. Die in Chiang Khan deutlich geäußerte Kritik an urbanisierten Verhältnissen legt nahe – deutlicher als es in den Protesten der ‚Rothemden' zum Ausdruck kam – dass die Landbevölkerung die Dominanz der Stadt beginnt in Frage zu stellen. Diese Einsichten bringen mich zu einem Plädoyer für eine Tourismusethnografie, wie ich sie verstanden habe: Jenseits analytischer Zwänge kann sie Licht auf gesellschaftliche Verhältnisse werfen und zu einem Verständnis einer

gegenwärtigen Welt beitragen, die trotz und wegen Mobilitätsverschränkungen anhand starrer Imaginäre strukturiert wird.

2 Methodisches Vorgehen

Die ethnografische Feldforschung, in deren Zentrum die teilnehmende Beobachtung steht, ist eine vielfältige Forschungsstrategie, die sich durch die Verflechtung gegenläufiger Herangehensweisen auszeichnet. Das Oxymoron (Dewalt/ DeWalt 2011: 23) aus Teilnahme und Beobachtung produziert ein dynamisches Kontinuum[19] aus Nähe und Distanz: „Participant observation involves immersing yourself in a culture and learning to remove yourself every day from that immersion (Bernard 2006: 344). Es verlangt der Ethnografin ab, zugleich „subjective insider and objective outsider" (Sluka/ Robben 2007: 2) zu sein. Diese Spannung im Forschungsalltag auszutarieren erfordert feld- und situationsspezifische Sensibilität und Reflexivität, weswegen die ethnografische Feldforschung keinem idealtypischen, standardisierten oder planbaren Verlauf folgt. Gegenstand dieses Kapitels ist daher, wie ich mir diese „‚unmethodisch[e] Methode'" (Breidenstein et al 2015: 10) angeeignet habe und wie sich von, mit und durch meine sozialen Beziehungen mein ‚Feld' konstituierte. Innerhalb der zwölf Monate zwischen März 2013 und Februar 2014 nahm ich unterschiedliche Identitäten von der Forscherin zur Freundin an, die ich mir gesucht habe und die mir zugeteilt wurden. Ich wurde von einer Unbekannten zu einem vertrauten Gesicht, von einer Ahnungslosen zur eingeweihten Mitwisserin oder geschätzten Betrachterin, von bloßer Datensammlerin zur Bekannten oder gar Freundin, der man auch anvertraute, was nicht zu einem gängigen Verständnis von Daten zählte. Meine Rollen befanden sich in kontinuierlicher Aushandlung: Wo ich Forschungsinteresse signalisierte, wurde Intimität hergestellt; wo ich Vertrauen aufbaute wurden mir Informationen preisgegeben. Während die Nähe zu meinen Gesprächspartnerinnen wuchs, blieb ich im Dilemma der Ethnografin gefangen, zugleich unmittelbar teilzunehmen und unbefangen zu beobachten – oder wie Hammersley und Atkinson es formulieren: „The ethnographer needs to be intellectually poised between familiarity and strangeness" (2007: 89). Dieses Kapitel folgt daher keiner Chronologie der verschiedenen Stadien einer Feldforschung,[20] sondern beleuchtet die Positionen und Perspektiven, zwischen denen ich in allen Forschungsphasen pendelte. Im Anschluss zeichne ich den Weg von meiner ethnografischen Feldforschung zur

[19] Spradley unterscheidet nach dem Grad der Teilnahme zwischen „nonparticipation", „passive participation", „moderate participation", „active participation" und „complete participation" (1980: 58-62).
[20] Bernard (2006: 378-384) benennt diese mit: 1. Erstkontakt, 2. Kulturschock, 3. Entdecken des Offensichtlichen, 4. Pause, 5. Fokussierung, 6. Erschöpfung, zweite Pause und ungebremste Aktivitäten, 7. Verlassen des Feldes.

Ethnografie nach, denn „‘being there‘“ ist im Feld so kniffelig wie auf dem Papier (Geertz 1988: 23).

2.1 Feldforschungsidentitäten

Der ethnologische Erkenntnisprozess findet stets in der Auseinandersetzung zwischen dem Anderen und dem Eigenen statt. Feldforschung ist in erster Linie mit und über Andere; das Selbst der Feldforscherin ist aber kontinuierlich inbegriffen. Mein Zugang war entscheidend davon bestimmt, dass Thailand schon meinen prä-akademischen Lebenslauf prägte – wenn mich nicht gar in die ethnologische Laufbahn geführt hat. Maßgeblich war aber nicht nur, als wer ich das Feld betrat, sondern auch als wer ich gesehen wurde. Während ich die ersten Beobachtungen notierte, blieb mein Dasein nicht unbeobachtet. Man machte sich ein Bild von mir und versuchte mich in der sozialen Ordnung zu verorten. Hinter der Reflektion meiner Feldforschungsidentitäten in diesem Abschnitt steht die Prämisse, dass mir die Positionen, denen ich zugeordnet wurde, bereits etwas über mein Feld aussagten und mir halfen als Forscherin zu agieren.

Ein neues, altes Ich im Feld

Nach Chiang Khan kam ich nicht als ‚Jelka’ sondern als ‚Chiap’. Das war der Spitzname, den ich allen anbot, wenn ich mich zum ersten Mal vorstellte. Nicht nur, weil Jelka für Thai-Sprechende schwierig auszusprechen und dementsprechend schwierig zu behalten war. Mit ‚Chiap’ nahm ich mein Ich an, für das Thailand samt Sprache, Verhaltensnormen, Straßenbildern und Gerüchen vertraut war, dem andere Denkweisen und Regeln, bis hin zur Körpersprache, wortwörtlich einverleibt waren. Mit 16 Jahren hatte ich als Austauschschülerin ein Jahr in Ubon Ratchathani, einer größeren Provinzstadt ebenfalls in Nordost-Thailand, gelebt. Es waren meine ersten Gasteltern gewesen, die mir den Rufnamen ‚Chiap’ verliehen und den ich fortan weitertrug. Ein Jahr lang ging ich dort zur Schule, schloss Freundschaften, passte mich in drei verschiedene Familienleben ein und lernte nicht nur Thai, sondern auch mich wie selbstverständlich in der fremden, für deutsche Verständnisse exotischen Welt zu bewegen. Während „[e]thnografisches Erkennen […] grundsätzlich etwas mit der Verwandlung von Fremdem in Vertrautes und von Vertrautem in Befremdliches zu tun [hat]” (Breidenstein et al. 2015: 13), hatte meine Umgebung mit dem Eintritt ins Feld etwas Vertrautes und zugleich Befremdliches. Ich konnte mich auf Thai ausdrücken, musste aber neues

Vokabular dazulernen. Die schwüle Hitze, der Hahnenschrei am Morgen durchs offene Fenster, der Geruch von Fritierfett und Räucherstäbchen, all das weckte Erinnerungen und Bilder in meinem Kopf. Auf die Menschen um mich herum musste ich aber zugehen. Ihnen war ich fremd, auch wenn ich mich ihnen seltsam nah fühlte. Neu war für mich auch die Rolle, in die es zu schlüpfen galt. Ich war nicht länger das junge zu behütende Mädchen, sondern eine erwachsene Frau mit ehrgeizigen Absichten.

Ich-Zuschreibungen

Während ich versuchte einzutauchen, war ich für andere noch eine Außenstehende. Wer ich war, wurde zunächst über meine augenscheinliche Identität als westliche Ausländerin assoziiert. Die Zuschreibung der *farang* konnte ich auch nicht mit zunehmender Bekanntheit ablegen. Nicht nur mein Äußeres brachte sie immer wieder neu hervor. Sie drückte auch aus, dass ich nur für einen begrenzten Zeitraum da blieb. So sehr einige mich in ihr Leben einschlossen, als *farang* war ich nie gänzlich Teil von ihnen.

Eine naheliegende soziale Stellung für mich war die der Englisch-Lehrerin. Auf dem Markt, am Essensstand oder an der Tankstelle wurde ich nicht gefragt, was ich in Chiang Khan machte, sondern wo ich unterrichtete. Vor allem im Zuge der voranschreitenden wirtschaftlichen Integration innerhalb der *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN), insbesondere durch die Vision eines gemeinsamen Binnenmarktes innerhalb der 2015 gegründeten *ASEAN Economic Community* (AEC), wurde der englischen Sprache eine hohe Bedeutung zugewiesen. Viele fürchteten durch die Öffnungsprozesse abgehängt zu werden, da, so spotteten einige, „sogar die Laoten“ besseres Englisch sprächen als die Thais. Dementsprechend wurden viele Bemühungen seitens der Schulen in die Sprachbildung gesteckt. In Chiang Khan allein waren zwei Englisch-Muttersprachler, ein Australier und ein Ire, an der weiterführenden Schule angestellt, um das Niveau des Sprachunterrichts anzuheben. Einmal pro Woche übernahm ich auf Bitten des Schuldirektors an einer der beiden Grundschulen drei 50-köpfige Klassen. Neben der Schulbildung ist die Nachhilfe ein gängiges Modell in Thailand, so dass viele Eltern ihre Kinder nachmittags nach der Schule in private Kurse schickten. Von allen Seiten wurde ich angefragt, ob ich ihren Söhnen und Töchtern in Extrakursen Englisch beibringen könnte. Verneinte ich aufgrund der überwältigenden Nachfrage, erlosch auch oftmals das Interesse, den Kontakt mit mir weiterhin zu suchen beziehungsweise zu halten.

Auf den ersten Blick hielten mich viele auch für eine der wenigen ausländischen Touristinnen. Auch wer wusste, dass ich nicht als Urlauberin gekommen war, vertraute dennoch darauf, dass ich mit den Augen der weitgereisten Touristin auf Chiang Khan schauen könnte. Die westlichen Gäste waren im Vergleich mit den thailändischen um einiges beliebter (Kapitel 7), so dass Wissen über deren Geschmäcker und Ansprüche begehrt war. Immer wieder wurde ich gefragt, wie attraktiv Chiang Khan für *farang* sei oder ob mir diese Unterkunft auf Reisen gefallen würde. Gleichzeitig wurde ich aber auch mit den Durchreisenden, überwiegend Backpackerinnen Anfang 20 (neben einigen ausländischen Ehemännern thailändischer Frauen), verglichen. So schätzte man an mir mein wohlbehaltenes (*riap roi*) Auftreten gegenüber dem als deutlich unbekümmerter wahrgenommenen Erscheinungsbild der Rucksackreisenden. In mancher Hinsicht wurde mir sogar mehr ‚Thai-Sein' zugesprochen als der eigene Jugend, die nicht mehr wisse, wie man sich höflich anzieht und gegenüber Älteren verhält.[21]

Zu einem Zeitpunkt, als die Ethnologie noch darum rang Tourismus als legitimen Forschungsgegenstand anzuerkennen, reflektierte Crick (1995) die Gemeinsamkeiten zwischen Ethnologinnen und Touristen. Wenngleich der Vergleich gescheut wurde, ermögliche er ihm zufolge die Reflektion eines passenderen Selbstbildes für Ethnologen und ein sozialwissenschaftliches Verständnis für die Diversität der touristischen Unternehmungen. Touristinnen und Ethnologen sind beide „travellers and collectors […] in the space of the 'other'" (1995: 207). Der häufig angeführte Unterschied zwischen „fun and play" auf ersterer und „work" auf letzterer Seite hält Crick zufolge nicht stand: „for what is participant observation if not 'playing' for a short spell at being member of another society" (1995: 215). Auch wenn ich der Feldforschung spielerische Momente nicht absprechen will, verlief die Grenze zwischen mir und den Touristen entlang dieses Gegensatzpaares aus Arbeit und Freizeit. Zwar tat ich alles, was die Touristinnen taten: Ich erkundete, bummelte die *Walking Street* entlang, fotografierte, ‚machte Verdienst' (*tham bun*),[22] traf mich zum Essen oder Bier trinken. Ich war da. Genau wie hunderttausende andere Thais, die am trendigsten Ort auf der Reisekarte gewesen sein wollten. Selbst das Daten Sammeln war nicht nur mir vorbehalten. Auch die Touristen suchten Gespräche, um mehr über Chiang Khans Vergangenheit oder lokale

[21] Einige konnten sich meine Sprachkenntnisse und etwa die „Schönheit" meines *wais* (Geste der aneinander liegenden Hände) nur dadurch erklären, dass ich in einem meiner früheren Leben als Thai zur Welt gekommen sein muss.

[22] ‚Verdienst machen' (*tham bun*) meint gemäß buddhistischem Glauben den Kreislauf der Wiedergeburten durch gute diesseitige Taten positiv zu beeinflussen.

Besonderheiten zu erfahren. Durch unsere Intentionen aber unterschieden wir uns: Für Touristen war Chiang Khan im Zusammenhang nostalgischer Diskurse, die die Stadt mit Arbeit und das Land mit Erholung verknüpften, attraktiv geworden (Kapitel 4). Diese Gleichung verkehrte sich für mich: Chiang Khan, die selbsternannte Stadt zum Entspannen (*mueang phak phon*), war der Ort, in dem ich arbeitete. Die Metropolen Bangkok oder Chiang Mai hingegen, wo ich affiliert war, boten alles für manch kurze Auszeit: einsame Filmabende auf dem Hotelzimmer, Massagen, belebte Shoppingmalls mit Müsli im Angebot… Feldforschung war „ein harter Job" (Girtler 2001: 183). Schon Malinowski, der die Feldforschung zur Methode aufwertete, schrieb: „Ethnologie im Freien ist im Gegensatz zu Notizen vom Hörensagen harte Arbeit, aber sie macht auch großen Spaß" (1973 [1922]: 128f, zitiert in Breidenstein et al. 2015: 17). Im Gegensatz zum Deutschen wird diese Dimension vom englischen „fieldwork" wiedergegeben.[23] Rabinow reflektierte seine ersten Tage in Marokko so: „After all, now that I was in the field, everything was fieldwork" (Rabinow 1977: 11, zitiert in Wolcott 2005: 57). Jetzt, wo ich nun im Feld war, war alles Arbeit: ‚Daten' hielten sich nicht an Tageszeiten, Feierabend oder Wochenende; mein ‚Feld' nicht an eine Trennung aus Arbeits- und Privatleben. Sie gaben mir keinen Stundenplan vor, der besagt, wann Zeit für teilnehmende Beobachtung war, wann ich Zeit fürs Schreiben einräumen durfte. Feldforschung hieß „mit auf Empfang eingestellten Sinnen möglichst nahe dabei zu sein, von Anfang bis zum Ende" (Hauser-Schäublin 2003: 44). ‚Angeschaltet' zu sein („being ‚on'") schärft die Beobachtungsgabe (DeWalt/ DeWalt 2011: 81), erforderte manchmal aber auch loszulassen. Die aufschlussreichsten Momente hatte ich mitunter, wenn ich nicht mit dem Stift in der Hand darauf wartete, etwas in mein Notizbuch aufzunehmen. Auch DeWalt und DeWalt raten:

> „[I]t is [sometimes] a good idea to ‚just experience' events. […] To the extent to which 'being on' interferes with that experience [of tacit understandings and insights], the researcher may sometimes need to lay aside the explicit observer role and attend not to remembering but to feeling and experiencing" (2011: 92).

[23] Wolcott schreibt dazu: „The word 'work,' embedded in the compound 'fieldwork' suggests a productive, effortful activity, although perhaps a rather curious form of it to outsiders. Most of us who pursue fieldwork have been called on to explain, both to disbelieving relatives and to skeptics in our research settings, exactly what the work part of it is. This is difficult to convey to those who restrict their definition of work to physical activity involving some kind of exertion. […] Of course, we don't mind when colleagues commiserate with us about the long hours, risks, inconveniences, and uncertainties associated with fieldwork. For anyone with a strong work ethic, those hours, risks, inconveniences, and uncertainties underscore claims that fieldwork means hard work, if more of an emotionally stressful than a strictly physical nature" (2005: 215).

Diese Balance zu finden, zwischen Anschalten und Loslassen, teilte ich nicht mit den Touristinnen. Ich hatte die marginale Position einer jeden Feldforscherin inne, gefangen zwischen zwei Welten, der der Teilnahme und der der Forschung (Hammersley/ Atkinson 2007: 89). Yoga half mir die damit verbundenen „strains and stresses of fieldwork" (2007: 89) zu bewältigen. Es war mein Glücksfall, dass eine ehemalige Gästehausbetreiberin ein Yogastudio eröffnete.[24]

Ob ich als Lehrerin oder Touristin einsortiert wurde, die meine Identifikationen dominierende Kategorie war die der westlichen Ausländerin. In der hierarchischen thailändischen Gesellschaft haben *farang* ein hohes Ansehen (Pattana 2010).[25] Für meine Forschung erwies sich dies als türöffnend. Wer sich mit mir umgab, hatte womöglich im Kopf, sein eigenes Ansehen zu erhöhen. So freute sich der stellvertretende Bürgermeister, sein Statusbewusstsein deutlich an seiner auffälligen Armbanduhr zu erkennen, über meine Interviewanfrage. Auf Fotos mit mir würde er dann „*inter*" (die thailändische Abkürzung von „international"; Vorng 2017: 81-83) aussehen. Es müsse ja keiner wissen, dass wir uns auf Thai unterhalten haben. Zwei Mal, während meiner Feldforschung und bei meinem Wiederbesuch 2015, wohnte ich der offiziellen Eröffnung der Feierlichkeiten zum Ende der Regenzeit bei. Beide Male wandten sich die beiden Distriktvorsteher an mich, der vermeintlich einzigen ausländischen Touristin. Sie wechselten einige Worte mit mir auf Englisch, bis Fotos geschossen worden waren und sie ihre repräsentativen Pflichten damit erfüllt hatten. (Gleichzeitig deutet die Tatsache, dass ich als ausländische Touristin besondere Aufmerksamkeit erfuhr wiederum darauf hin, dass nicht die thailändischen Touristen die bevorzugten Besucherinnen waren (siehe Kapitel 7)). Die Eigeninteressen einiger, mit mir ihre eigene Stellung zu erhöhen, konnte ich mir zunutze machen. Auf Meetings, wie dem des Ministers für Sport und Tourismus der Provinz Loei war ich ein gern empfangener Gast. Auch für die TAT übernahm ich wiederholt repräsentative Aufgaben und konnte so ihren Aktivitäten beiwohnen.

Die thailändische Gesellschaftsordnung ließ mir aber auch Spielräume. Ich begann zu navigieren zwischen deren autoritären und egalitären Polen (Herzfeld 2016a: 6, 47f). Das Leitmotiv vieler Beschreibungen des Feldeinstieges ist, dass die Ethnografin

[24] Und weil dies mein Raum der Entspannung war, eine Blase im omnipräsenten Feld, ging mir erst viel zu spät auf, dass ich dort viel über Konzeptionen von Entspannung (Kapitel 6) hätte lernen können.

[25] Auch für Keyes (1983), der 1967 begonnen hat in Nordost-Thailand zu forschen, war *farang* seine vorwiegende soziale Identität. In den 1960er Jahren allerdings hatten die Dorfbewohnerinnen nur eine vage Vorstellung von dieser Kategorie. *Farang* waren in erster Linie wohlhabend. Weitere Attribute generierten sich erst aus der Interaktion von Keyes und seiner Frau mit anderen westlichen Ausländern und aus der Beobachtung der Aktivitäten des im Nordosten stationierten US Militärs.

zum Kind wird, welches die ihn umgebenden Zusammenhänge erst begreifen und in die Gesellschaft eingeführt werden muss (z.B. Girtler 2001: 87). Auch ich ließ mich in der Anfangsphase an die Hand nehmen, um mich als Lernende einzuführen, die Lehrstunden dankbar annahm. Im Verlauf der Zeit pendelte ich je nach Situation zwischen zwei Identitäten, die mir meine Forscherrolle mitgegeben hatte. Mal betonte ich es Studentin zu sein und ordnete mich meinem Gegenüber unter. Mit dem Personalpronomen *nu* (wörtlich übersetzt: Maus; Mädchen; Töchter oder erwachsene Frauen setzen es ein, wenn sie auf ‚niedliche' Art und Weise über sich selbst sprechen, meist zu Eltern oder älteren Verwandten) zollte ich Älteren Respekt. Mal bekräftigte ich, dass ich in Deutschland an der Universität lehre, um mir die Anerkennung einer Lehrerin (*achan*) zu verschaffen. Die Aussicht auf den Doktortitel wies mir zusätzlich eine hohe Position zu (vgl. Vorng 2017: 29 zur Korrelation von Status und Bildung). Dieses Navigieren im komplexen Gefüge der thailändischen Rangordnung konnte allerdings auch schief gehen. Gegen Ende meiner Feldforschung bat ich, offenbar zu direkt und forsch, den stellvertretenden Bürgermeister mir verschiedene Dokumente, die noch auf meiner Liste standen, zur Verfügung zu stellen. Mit scharfem Unterton wies er mich zurecht, wer denn hier die Schülerin sei. Glücklicherweise führte mein Fauxpas nicht dazu, dass ich die Dokumente nicht erhielt.

2.2 Forschungsbeziehungen: Zwischen Datenerhebung und Intimität

Die Pendelbewegung aus Distanz und Nähe, die jeder teilnehmenden Beobachtung zugrunde liegt, übersetzte sich für mich in zwei Anforderungen, die ich und meine Forschungspartner an meine Forschung formulierten: Datenerhebung und die Herstellung enger Forschungsbeziehungen. Im Verlauf des Jahres balancierte ich diese Aufgaben gegeneinander aus. Bereits in den ersten Wochen bewegte ich mich zwischen ihnen. Während für mich die Annäherung im Vordergrund stand, wurde ich an Mustern der Datenerhebung gemessen, die ohne persönliche Bindungen auskamen. Ich machte mich und mein Anliegen bekannt, indem ich in dieser Formalität meine Fragen vortrug und schuf mir gleichzeitig Teilnehmerrollen, um Kontakte zu verstetigen und meiner Anwesenheit etwas Selbstverständliches zu verleihen. Ich machte regelmäßig ‚Verdienst' in zwei Tempelgemeinden, begann eine Ausbildung in der traditionellen thailändischen Massage bei Ya Goi, einer alteingesessenen gut vernetzten Chiang Khanerin und richtete mir feste Stühle ein, die für mich hervorgeholt wurden, wenn ich zum ‚Rumhängen' etwa

auf der *Walking Street* vorbeischaute. Ich nutzte die Zeit, um ein bekanntes Gesicht zu werden. Oder wie Phi Noi es ausdrückte: Wenn mich nach dem thailändischen Neujahr (im April), wo ich mit ihr bei verschiedenen Paraden mitlief, noch immer nicht alle kennen, dann „helfe nur noch der Lautsprecher".

Mir kam gelegen, dass ich zur touristischen Nebensaison im März nach Chiang Khan kam. Zwar forderte es mich heraus, wie ich unter Gastgeberinnen forschen sollte, deren Leben sich ohne (viele) Touristen mehr im Privaten abspielte. Gleichzeitig blieb ohne den Trubel der Hochsaison und ohne den oft großen Druck, in kurzer Zeit Geld für das restliche Jahr zu verdienen, Zeit um sich meinen Fragen zu stellen oder sie sich mit mir zu vertreiben. Als die Besucherinnenzahlen sich ab Oktober steigerten, war ich bereits so etabliert, dass ich trotz Gäste-Ansturms Aufmerksamkeit bekam oder wie selbstverständlich als Hilfe eingespannt wurde und alles möglich gemacht wurde, damit mir noch vor meiner Abreise im Februar Zeit für ein Leitfaden-Interview eingeräumt wurde.

2.2.1 Auf ‚Datensuche'

Ich war gekommen, um die Einbettung der touristischen Interaktionen in eine politisierte Raumordnung zwischen Stadt und Land zu untersuchen. Oder um es anders zu formulieren: Ich war hier, um Daten für meine Dissertation zu sammeln. Es überraschte mich, dass es in Chiang Khan ein vorherrschendes Verständnis gab, was Datenerhebung (*ha kho mun* = Daten suchen) beinhaltete. Dieses Verständnis wurde an mich herangetragen und ich ließ mich teilweise davon leiten, denn es zeigte mir, worin meine Gesprächspartner relevante Aspekte für mein Vorhaben sahen. Gleichsam revidierte und verwarf ich es, wenn mein von der Ethnografie geprägter Begriff, was ‚Daten' beinhaltete, alternative Betrachtungsweisen eröffnete. Zwischen diesen beiden Zugängen konstituierte sich mein ‚Feld'.

Dass viele, denen ich mich anfangs vorstellte, eine Idee von meinen Absichten hatten noch bevor ich sie ausführte, begründete sich darin, dass ich meine Feldforschung zu einem Zeitpunkt begann, an dem Chiang Khan von Seiten der thailändischen Öffentlichkeit hohe Aufmerksamkeit erfuhr. Der rasante Aufschwung zum populären

Reiseziel der Thais hatte das Interesse zahlreicher Journalisten und Wissenschaftlerinnen[26] geweckt. Meine Sorge, die mich auf der Busfahrt von Bangkok nach Chiang Khan in der Dunkelheit der Nacht noch geplagt hatte, ob ich als Außenstehende akzeptiert werden würde und ob mir als Forscherin Kooperationsbereitschaft entgegengebracht werden würde, erwies sich als unbegründet. Wissbegierige Fragensteller waren in Chiang Khan keine Seltenheit und man begegnete ihnen mit großer Offenheit. Reporterinnen und Moderatoren kamen nach Chiang Khan, um für Artikel in Reisemagazinen, Fernsehbeiträge in Reisesendungen oder ganze Reiseführer zu recherchieren. Sie drehten, interviewten und fotografierten, um ihrem Publikum die gängigsten Attraktionen und Geheimtipps der Chiang Khan'schen Lebensweise, von der Zubereitung lokaler Speisen über lokales Handwerk zur religiösen Praxis des Almosenganges zu präsentieren oder um ihnen die besten Gästehäuser, Cafés und Mitbringsel vorzustellen. Die Liste der ‚*must-sees*' orientierte sich dabei an den Entdeckungen der ersten Touristinnen, die Chiang Khan zunächst über die sozialen Netzwerke bekannt gemacht hatten. Teil der anfänglichen Anziehungskraft Chiang Khans war die nostalgische Suche nach im modernen Thailand vergessenen Elementen dörflicher Gemeinschaften, so dass schon die Touristen im Entdeckergeist Expertinnen altertümlicher Berufe nachforschten oder die ältere Bevölkerung zur bewegten örtlichen Geschichte an der thailändisch-laotischen Grenze ausfragten. Einige der pionierhaften Touristinnen waren in Chiang Khan geblieben und ich wurde oftmals an sie verwiesen, da sie vor mir ähnliche Fragen gestellt hatten. Andere zumeist ausländische Journalistinnen (Bohwongprasert 2009; Borthwick o.J.; Ehrlich 2011) und insbesondere thailändische Wissenschaftler und Studierende näherten sich Chiang Khan problemorientierter: Sie untersuchten die durch die steigenden Touristenzahlen verursachten Wandlungsprozesse. Auch auf Erik Cohen, der wie kein Zweiter für die Tourismusforschung in Thailand steht, traf ich als er mit seiner Frau in Chiang Khan war, um es in seinen Vergleich des thailändischen Kulturerbetourismus einzubeziehen (E. Cohen 2014b).

Dieses große Interesse an Chiang Khan führte dazu, dass viele meiner Gesprächspartner darin geübt waren, Auskunft zu geben. Der ehemalige Bürgermeister

[26]Ein Wissenschaftler schätzte in einem Fernsehbeitrag, dass es bisher 59 Forschungsprojekte über Chiang Khan gegeben habe („Auf der Suche nach Chiang Khan" (*tam ha chiang khan*), ausgestrahlt vom staatlichen Fernsehsender Thai PBS, siehe Kapitel 5).

beispielsweise hatte es sich nach seiner Amtszeit zur Aufgabe gemacht, Interviewanfragen entgegenzunehmen. Nicht nur bei ihm hatte ich den Eindruck, dass Antworten nicht erst zurechtgelegt werden mussten, sondern dass sie schon mehrfach in Worte gefasst worden waren. Oft begann ein Gespräch schon damit, dass vor mir bereits eine Gruppe von Studierenden angefragt hatte oder ein Fernsehteam dagewesen war. Und tatsächlich erkannte ich einzelne Darstellungen und Geschichten in den Veröffentlichungen anderer wieder. Trotz des großen Andrangs war die Bereitschaft von allen Seiten groß, die vielen Fragen zu beantworten. Nur manches Mal stieß ich auf Schüchternheit, wenn ich das übliche Raster an Auskunftspersonen verließ. (Ich komme gleich darauf zurück.) Dann wurde ich an andere verwiesen, die sich entweder besser auskannten oder sich beim Reden wohler fühlten. Andere stellten sich aus der Verbindlichkeit unserer Beziehung heraus meinen Fragen, einige eher aufgeregt oder andere sehr vorsichtig, auf Richtigkeit bedacht. Die meisten hingegen waren in den Anforderungen von Forschenden erprobt, hatten zu ihren Ausführungen gleich die passenden Materialien wie Fotos, Karten, Gästebucheinträge oder Zeitschriftenartikel zur Hand. Oder sie hatten bestimmte Erwartungen im Kopf, die es zu erfüllen galt. In einer Unterhaltung mit einer Gästehausbetreiberin wurden wir von ihrer Mitarbeiterin unterbrochen. Meine Gesprächspartnerin deutete zunächst auf mein Aufnahmegerät und wandte sich erst ab, als ich signalisierte, dass dies für meine Aufnahme kein Problem darstellte. So wie versucht wurde meine antizipierten Erwartungen zu erfüllen, so wurde ich an den Mustern meiner Vorgänger gemessen. Beim Gespräch mit den Frauen, die die Tradition der Herstellung von Baumwolldecken fortführten, wurde ich gefragt, warum ich nicht auch ein Video machen wollte. Andere waren schon auf bestimmte Fragen eingestellt und wunderten sich, wenn meine Wissbegier ihre Folien nicht abdeckten. Den Betreiber eines der drei ehemaligen Kinos suchte ich etwa auf, um mehr über die Zeit zu erfahren, in der Chiang Khan wegen des Grenzhandels über den Mekong schon eine wirtschaftliche Blütezeit erlebt hatte. Mein Gegenüber war es jedoch vor allem gewohnt über die Einzelheiten und Details seines Kinos Auskunft zu geben, so dass er mich fragte, ob ich nicht mehr über die Anzahl der Sitzplätze oder die gezeigten Filme erfahren möchte.

Dass Fragen bereitwillig beantwortet wurden und dass man sich zu präsentieren wusste, lässt sich nicht nur mit der Präsenz von Wissenschaftlerinnen und Journalisten erklären. Kennzeichnend für das Alltägliche des Tourismus ist laut Franklin und Crang, dass fast alle heutzutage in einer Welt leben, die für Touristen interessant ist oder gemacht

wird. Durch Tourismus lernen lokale Bevölkerungen, Wissen über sich selbst zu generieren und für andere aufzubereiten:

> „‘[L]ocal’ people are now more exposed to the archaeologies of tourism – to more knowledge about their locality, their past, geography, economy, literature, nature and so on“ (2001: 9).

In Chiang Khan half eine Forschergruppe von der Universität Khon Kaen, das zusammengetragene Wissen zu altertümlichen Relikten der Tempel, zu ortsspezifischen Traditionen, Textilien und Essensspezialitäten sowie zur Bedeutung chinesisch-stämmiger Familien für einen Band zum „kulturellen Erbe“ Chiang Khans zusammenzutragen.

In diesem Kontext hatte sich in Chiang Khan eine Vorstellung verbreitet, welche Daten man anzubieten hatte. Mit diesen Regieanweisungen, wo und bei wem Informationen bereitgestellt wurden, waren meine Forschungspartnerinnen daran beteiligt mein Feld zu konstituieren. Insbesondere zu Beginn, wenn ich mich und mein Forschungsanliegen vorstellte und nach dem Schneeballprinzip neue Kontakte generieren wollte, wurden mir die immer gleichen routinierten Experten genannt: Ob ich schon Ya Goi zu ihrer Massagetechnik befragt hatte? Ob ich mir schon in der 9. Gasse angeschaut hatte, wie die Baumwolldecken hergestellt werden? Oder an der 0. Gasse die Zubereitung von *khao lam* (im Bambusrohr gerösteter Klebreis)? Ob ich schon Yai Pat kenne, die Nudelsuppen nach Originalrezept aus Luang Prabang verkauft?[27] So als habe man sich auf einen spezifischen Datensatz geeinigt, den man an neugierige Touristinnen ebenso wie an interessierte Forscher weitergibt. So als gelte es, Fakten an bestimmten Stellen einzusammeln, die zu einem einheitlichen Ergebnis führen. Genau wie es für die Touristinnen ein Skript für die richtige Performanz gab (Kapitel 6), so schien es für mich ein Drehbuch zu den mustergültigen Daten zu geben. Dieser einstimmige Datenkanon war für mich auch deswegen überraschend, weil er kein bereinigtes Image entwarf, sondern im Gegenteil negative Darstellungen, welche Auswirkungen die plötzliche Beliebtheit für den Ort hatte, nicht aussparte.

Insbesondere ab der zweiten Hälfte meines Aufenthaltes wurde ich wiederholt gefragt, wie weit ich mit meiner Forschung sei, wieviel Prozent ich schon abgeschlossen

[27]Auch Journalisten wurden vor allem mit Hilfe von Phi Iew, die für die TAT Loei arbeitete, durchs Feld dirigiert, indem sie sie an ihr Netzwerk weitervermittelte. Für Veranstaltungen, die von der TAT durchgeführt wurden, griff Phi Iew auf ihr etabliertes Netzwerk zurück. So wunderte ich mich auch nicht, als „Die Welt“ berichtete, dass es Frau (Pa) Nang war, die die Teilnehmer einer Rundreise durch die Provinz Loei in Chiang Khan in Empfang nahm (Grunwald 2016).

hätte, wann ich fertig sei.[28] Diese Fragen lösten bei mir vergleichbare Irritationen aus, wie wohl meine andauernde Präsenz bei einigen anderen Chiang Khanern Rätsel aufwarf. Aus der Irritation wurde mir deutlich, dass sich hinter der Vokabel *ha kho mun*, die auch ich mir zur Beschreibung meines Vorhabens angeeignet hatte, die Idee verbarg, dass es ‚da draußen' irgendwo zwischen der 0. und 21. Gasse auf der Chaikhong Road eine bestimmte Anzahl von Daten gebe, die es lediglich an den entsprechenden Stellen aufzusammeln gelte. 100% der Daten zu erfassen erinnert an die klassischen frühen Feldforschungen, deren Ziel es war, eine abgrenzbare Untersuchungseinheit (ein Dorf) holistisch zu erfassen.[29] Dass der Gewinn meiner Arbeit von verschiedenen Seiten darin gesehen wurde, dass ich das fixiere, was durch den touristischen Wandel im Schwinden begriffen war, reflektierte eine ähnliche Sicht. Auch wenn ich mich also von der Datensuche durch das Feld dirigieren ließ, ging ich gleichzeitig eigene Wege, denn einen fest umrissenen Datenkorpus aufzunehmen umschrieb nicht, was ich als Ethnografin zu tun bestrebte.

2.2.2 Soziale Beziehungen als ‚Datenträger'. Oder: Ein Plädoyer für Intimität

Als Ethnologin lag meinem Forschungsansatz zugrunde, dass „[d]ie primären Datenträger des Ethnografen […] nicht seine Aufzeichnungsmedien [sind] […], es sind seine *sozialen Beziehungen*" (Breidenstein et al. 2015: 85, meine Hervorh.). Auch Girtler schreibt:

> „Als Beobachter steht der Forscher in unmittelbarer persönlicher Beziehung zu den zu Beobachtenden, und dadurch, daß (sic.) er an ihrem Lebenslauf partizipiert, sammelt er Daten" (2001: 93).

Wolcott expliziert Feldforschung daher als „a form of inquiry in which one immerses oneself personally in the ongoing social activities of some individual or group for the

[28] Diese Art der Fragestellung nach Anteilen in Prozent schien beliebt und weit verbreitet. So wurde ich auch des Öfteren gefragt, wie gut mein Thai sei, wie viel Prozent ich schon sprechen und verstehen könne.
[29] Holistisch zu forschen zählt weiterhin zu eine der Grundanforderungen ethnologischen Arbeitens, jedoch nicht im Sinne von Vollständigkeit, sondern von Kontextualisierung (Wolcott 1999: 78-81).

purpose of fieldwork" (2005: 4). Ihm zufolge besteht die „Kunst"[30] der Feldarbeit darin, „to resist the potentially endless task of accumulating data and to begin searching for underlying patterns, relationships and meanings" (2005: 5). Statt auf unzähligen Techniken zur Anhäufung von Daten gründe die Feldforschung auf langfristigen innigen Beziehungen. Kenntnis von intimen Details seiner Kontakte gibt ihm die Sicherheit genug zu wissen, um angemessen kontextualisiert über sie zu schreiben. Ethnografisches Wissen lebt damit von der Spannung einerseits partiell und lückenhaft zu sein, andererseits so umfassend zu sein, dass es mehr umfasst, als man erzählen muss (2005: 57-77). Dass Phi Noi große Leidenschaft für ihre Rosen im Garten hegte, dass Phi Iews Sohn vor Freude kreischte, wenn ich mir mit seiner Mutter und ihm ein kleines Moped-Wettrennen lieferte oder dass Ya Goi passioniert Stofflampions bastelte und nur an ausgewählte Interessierte verkaufte, beantwortet zwar nicht meine Forschungsfrage, vermittelt mir (und meinen Leserinnen) aber die Gewissheit, dass meine Beziehungen so zugeneigt waren, dass ich in und mit ihnen forschungsrelevante Daten gewinnen konnte.

Enge Beziehungen allein, darauf hat auch Charlotte Aull Davies verwiesen, machen jedoch noch keine gute Ethnografie:

> „The important point for good ethnography is that the relationship with one's informant is an examined one, that its input into the analysis and more general conclusions is made clear to the reader, and that the levels of analysis are transparent so that statements about general social processes, while grounded in individual relationships, are not seen as fully accounting for or explained by such relationships" (1999: 83).

Forschungsbeziehungen werden zwar in erster Linie von der Ethnografin initiiert, sind aber nur dann beständig, wenn beide Seiten ein Interesse an deren Aufrechterhaltung haben. Zunächst aber warb ich für mein Bestreben und darum als Person angenommen zu werden. Ich wollte einen guten Eindruck hinterlassen und bei den verschiedensten Gruppen dazugehören. Um Chiang Khan zu verstehen, musste ich sowohl von der Szene etwa gleichaltriger Verkäufer als auch von den alteingesessenen, oftmals älteren

[30]Wolcott zufolge steht Feldforschung nicht zwischen Kunst und Wissenschaft, sondern erfordert eine eigene Stellung (2005: 4). Ich konnte der Idee, Feldforschung als Kunst durchaus etwas abgewinnen. In meinen unzähligen Gesprächen mit dem in Chiang Khan wohnenden Künstler Somboon Hormtientong über seine Werke, ging mir auf, dass unsere Arbeitsweisen nicht weit voneinander entfernt liegen. So wie er mit seinem künstlerischen Blick und Geschick die Blicke des Betrachters auf die Schönheit im Alltäglichen lenkte, so bestand meine Aufgabe als Forscherin ebenfalls darin, das Besondere am Alltäglichen herauszufiltern. Feldforschung erfordert aber auch Fähigkeiten, die beigebracht und erlernt werden können (DeWalt/ DeWalt 2011: 79-80). Formales Methodentraining ist Sluka und Robben (2007: 6) zufolge zwar hilfreich, kann aber keine zwischenmenschlichen Geschicke lehren. Am ehesten ist es wohl, wie Bielo schreibt, dass Ethnografie zugleich „science, art, and craft" (2015: 31) ist. Sie erfordert zugleich Systematik, Kreativität und Handwerk.

Bewohnerinnen akzeptiert werden; musste morgens im Wickelrock Almosen geben und abends Bier trinken. Ich war stets bemüht in der omnipräsenten Evaluierung der touristischen Entwicklung das Geflecht aus ‚gut' und ‚schlecht' im Blick zu behalten. „Impression management" (Hammersley/ Atkinson 2007: 65) bedeutete weit mehr als nur auf mein äußerliches Erscheinungsbild zu achten, sondern berührte auch die Organisation meines Alltags. So mied ich anfangs etwa ganz bewusst den *7 Eleven*-Supermarkt, der für viele städtisches Verderben symbolisierte, das durch den Tourismus Einzug gehalten hatte.

Wo ich Kontakt suchte, konnte er erwidert, gepflegt, aus eigenem Interesse zunutze gemacht, passiv ertragen oder abgewehrt werden. Diejenigen, die routiniert Interviewanfragen beantworteten, waren anfangs mir gegenüber am aufgeschlossensten, so dass sich mein Beziehungsfeld räumlich zunächst auf das touristische Zentrum über die oberen Gassen der Chaikhong Road erstreckte. Innerhalb eines Jahres veränderten sich die Konstellationen. Als pflichtbewusste Tempelgängerin, willige aber ein wenig unbeholfene Massageschülerin, Aushilfe, Aushängeschild, Englisch-Lehrerin oder Freundin fand ich Anschluss auch abseits der Hauptinformanten anderer Datensucher. Als mir dies gelungen war, gestand ich mir räumliche Distanz zu. Die ersten sechs Monate war ich zunächst bei Phi Noi und Ya Goi in ihren Zimmern, die sie sonst auch an Touristen vermieteten, untergekommen. Dort lebte ich mittendrin, bekam Phi Nois Tatendrang und Enthusiasmus bei der Planung ihres neuen Cafés live mit und erlebte Ya Gois Massagesalon als Treffpunkt ihrer Nachbarinnen. Dort war ich nach wie vor willkommen, als ich in meine eigenen vier Wände zog. Der Abstand führte zu ungeahnter neuer Nähe. Nun war es nicht mehr nur ich, die andere in ihrer privaten Umgebung aufsuchte, sondern ich bekam Besuch und konnte einladen. Zu meiner Abschiedsparty, die ich gab während meine Eltern mich besuchten, hatten sich alle bei mir im Garten versammelt.[31] Im Laufe der Zeit hatten sich einige Beziehungen über ein oberflächliches Kennenlernen und freundlich distanziertes Verhältnis zum Zweck des Datenaustausches hinaus zu echten Freundschaften entwickelt, die weit mehr waren als reine Forschungsbeziehungen. Über verstärkte Loyalitäten blieb es nicht aus, dass ich zwischen die Fronten geriet, die ich überbrücken musste. Meiner Freundin, die im Zuge einer Restaurantauflösung im Fokus einer brodelnden Gerüchteküche stand, musste ich

[31] Wie sehr ich angekommen war, wurde mir deutlich, als Ya Goi, die ich immer als moralische Instanz wahrgenommen hatte (was selbst meiner Mutter auch ohne Sprachkenntnisse aufgefallen war), befand, dass ich es so richtig mache, indem ich meine Eltern vorstellte und mich von allen verabschiedete.

erklären, dass ich als Person zwar hinter ihr stand, als Forscherin aber Kontakte ins andere Lager nicht abbrechen konnte.

Begegnung ohne Mittelsperson

Intimität in meinen Forschungsbeziehungen wurde möglich durch meine von Anfang an guten Thai-Kenntnisse. Sie ermöglichten es mir unmittelbar – ohne die vermittelnde Instanz einer Übersetzerin oder eines Assistenten – Kontakte aufzunehmen und Beziehungen zu pflegen. Mein Feldeinstieg wurde so nicht durch Sprachbarrieren erschwert. Im Gegenteil: eine Thai sprechende *farang* weckte Neugier und Interesse. Im weiteren Verlauf erleichterte meine Sprachkompetenz auch ‚natürliche' Interaktionen in einem Raum, in dem zwar meine Forschungsabsicht ausgesprochen, aber nicht allgegenwärtig war.

Dieser Zugang ermöglichte mir den Blick hinter den nach außen getragenen Datensatz. Eine Forschungsassistenz hätte mir vermutlich nur dazu verholfen, die ‚richtigen' Daten an den ‚richtigen' Stellen abzuschöpfen. In manchen Situationen allerdings habe ich jemanden vermisst, der mir für meine offenen Fragen einen Weg zu den Antworten bereitet hätte, der sich ausgekannt hätte, um den entscheidenden Leuten die wichtigen Informationen zu entlocken. Hilfreich, in solchen Momenten der Unsicherheit war, dass ich enge Vertraute gewonnen hatte, die meinem Vorhaben zur Seite standen. Allen voran Phi Noi, bei der ich die ersten Monate lebte. Sie war interessiert, verstand es, mir Kontextwissen zu erzählen, so dass ich Anhaltspunkte für meine Fragen fand und war als Tochter des *phu suat mon* (ehrenamtlicher ritueller Spezialist für die Abläufe in den Tempelgemeinden) angesehen und gut vernetzt. Sie begleitete mich zu den Interviews mit den Äbten, die ich allein als Frau nicht hätte führen können. Meine Bedenken, dass ich das spezifische, respektvolle Vokabular im Umgang mit Mönchen nicht beherrschte, erwiesen sich hingegen als nichtig. Man hatte offenbar Nachsicht mit der *farang*, die sich ansonsten gut im Tempel zu benehmen wusste.[32] Mit Hilfe von Phi Noi gelang es mir auch, die ältere Bevölkerung zur Vergangenheit Chiang Khans zu befragen. Viele im fortgeschrittenen Alter sprachen wegen ihrer fehlenden Schuldbildung kein flüssiges Hoch-Thai, sondern lokalen Dialekt und verwendeten veraltete Begriffe. Phi Noi gelang es, in unseren Unterhaltungen die nötige Flüssigkeit

[32] Dem Abt des größten Tempels überbrachte ich jeden Donnerstag (meinem Geburtstag) im Auftrag der Inhaberin eines vegetarischen Lokals Almosen. Wöchentlich empfing ich seinen Segen, den er immer mit Bezug auf das Gelingen meiner Dissertation aussprach.

herzustellen, die eine Diskrepanz zwischen meinem Standard-Thai und der gewohnten Ausdrucksweise vieler Älterer nicht aufkommen ließ. Der Mann meiner Freundin Phi Bum nahm mich ebenfalls seit unserer ersten Begegnung auf einer Geburtstagsparty immer wieder zur Seite, um sich zu erkundigen, wie ich vorankomme. Mit viel Witz und Sachverstand gab er mir neue Impulse. Er war es, der sich als erster meinem Interview-Leitfaden stellte und ihn mit vielen hilfreichen Tipps so modifizierte, dass auch das rüberkam, was ich ausdrücken wollte.

Wertschätzung der Begegnung

Meiner fortwährenden Anwesenheit und meiner Bereitschaft in mehr als nur in Datensammelei zu investieren, wurde zunehmend Wertschätzung entgegengebracht. Phi Noi, die mir und meiner Forschung seit der ersten Woche mit großem Interesse und Hilfsbereitschaft fürsorglich als Sponsorin (Breidenstein et al. 2015: 53) zur Seite stand, war jedoch dem Thema gegenüber skeptisch. Sie hatte gerade begonnen sich in den Kreisen von Umweltaktivisten für den Erhalt des natürlichen Lebensraumes des Mekongs zu engagieren und sagte mir geradeheraus, dass sie nicht verstehe, warum dem Tourismus so viel Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Doch je länger sie mich beobachtete und begleitete, desto mehr würdigte sie meine Arbeit. Nicht selten stellte sie mich potentiellen Gesprächspartnern vor oder wohnte aus Interesse Unterhaltungen oder Interviews von mir bei. Bei diesen Gelegenheiten hob sie stets hervor, dass ich über einen langen Zeitraum jeden Tag unterwegs sei, um zu forschen („um Daten zu suchen“), mich dabei aber vor allem für die unterschiedlichen Sichtweisen interessiere, bei denen es kein richtig oder falsch gebe. Von unseren gemeinsamen Abenden an der Walking Street, wo sie, wenn viel los war, Saft aus thailändischen Heilkräutern verkaufte, war ihr besonders in Erinnerung geblieben, welche Kleinigkeiten und Details ich in mein Notizbuch schrieb. Einmal fühlte sie sich gar ertappt, als ich sogar die Lästereien mit anderen Verkäuferinnen über den knappen Rock einer Touristin auf dem Fahrrad zu notieren schien. Dass ich mir Zeit nahm und deutlich länger blieb als alle anderen, die „lediglich die Gemeindeverwaltung und Oberschule“ aufsuchten und wieder gingen, brachte mir nicht nur Phi Nois Respekt, sondern auch den vieler anderer ein.

2.2.3 Mein Datenmaterial

Aus sammelzentrierten Aktivitäten und vertrauten Begegnungen sind folgende Materialien für die Analyse hervorgegangen:

- Feldnotizen, Tagebucheinträge und Interviewmitschriften[33]
- Fotos und Postkarten
- 34 Leitfadeninterviews mit meinen engsten Kontaktpersonen (ausbalanciert hinsichtlich Alter, Gender, Herkunft = gebürtig in Chiang Khan oder zugezogen, Grad der Involvierung im Tourismussektor)
- 8 Leitfadeninterviews mit den Äbten der Tempel Chiang Khans
- 2 Leitfadeninterviews mit dem amtierenden und dem ehemaligen Bürgermeister Chiang Khans
- 2 Experteninterviews mit Repräsentantinnen der TAT
- diverse Audio-Aufzeichnungen von offenen Gesprächen und strukturierten Interviews zu Spezialthemen
- Audioaufzeichnungen und/oder Videoaufnahmen einzelner Ereignisse oder Szenen mit besonderer Bedeutung für die Forschungsfrage
- Sammlung an publiziertem Material über Chiang Khan und die Provinz Loei (Fernsehbeiträge, Reiseberichte in Zeitschriften, Reiseführer, Werbebroschüren und ähnliches Informationsmaterial für Touristinnen, Forschungsergebnisse anderer Wissenschaftler)
- Dokumente der Gemeindeverwaltung (Statistiken, Gemeinderecht, Entwicklungspläne)

Dieses „variantenreich[e] und umfassend[e] Datenmaterial“ einer ethnografischen Feldforschung ist eingebettet in den Kontext einer andauernden teilnehmenden Beobachtung (Breidenstein et al. 2015: 71). Damit meine ich, dass die drei Komponenten der Ethnografie nach Wolcott, „experiencing, enquiring, and examining“ (1999: 46), sich einander bedingen. In diesem Kontext werden einzelne Aussagen, Vignetten oder Schriftstücke zu ‚Daten‘, indem von der Ethnografin und den Teilnehmern ihrer Forschung Verbindungen geknüpft, Zusammenhänge hergestellt und Bedeutungen

[33] Ohne Forschungsassistenz war es mir nicht möglich wortwörtliche Transkripte aller Interviews auf Thai zu verfassen. Stattdessen habe ich mit Interviewprotokollen auf Deutsch gearbeitet, mit Hilfe derer ich punktuell Transkripte einzelner Passagen angefertigt und anschließend ins Deutsche übersetzt habe. Wörtliche Zitate sind keine wortgetreuen Übersetzungen, sondern sprachlich an die übrige Schriftsprache angepasst.

verliehen werden. Daraus resultiert auch, dass diese Auflistung nicht erschöpfend ist. Denn ein Großteil meines Wissens als Ethnografin ist nicht datenförmig. Wissen aus „dichter Teilnahme“ (Spitler 2001) besteht auch in unbewussten oder verkörperten Erinnerungen und Erfahrungen, die zwar nicht als Notizen vergegenständlicht wurden, aber die Beobachtungen, Interpretationen und Analysen – die Daten – mitgeprägt haben (z.B. Culhane 2017). DeWalt und DeWalt (2011) erläutern wie Datenerhebung durch teilnehmende Beobachtung und Datenanalyse zusammenhängen:

> „Living, working, laughing, and crying with the people that one is trying to understand provides a sense of the self and the other that is not easily put into words. It is *a tacit understanding* that informs the form of research, the specific techniques of data collection, the recording of information, and the subsequent interpretation of materials collected. […] It is embodied in the way we walk, move and talk“ (10f, meine Hervorhebung).

2.3 Von der ethnografischen Feldforschung zur Ethnografie

Wie bereits deutlich wurde, folgt die ethnografische Methode keinen festen Regeln und keinem vordefinierten Ablaufplan. Sie erfordert ein situationsgerechtes Pendeln zwischen empathischem Eintauchen und analytischer Distanz, zwischen engagierter Teilnahme im Feld und isoliertem Schreiben am Arbeitsplatz, zwischen dem Einlassen auf die Themen und Kategorien der Gesprächspartnerinnen und dem Heranziehen forschungsrelevanter Konzepte und Theorien. Die Erhebung und Analyse der ethnografischen Daten sind dabei keine linear verlaufenden Arbeitsschritte, sondern bedingen einander in jedem Stadium der Forschung von der Klärung der Frage- und Problemstellung über die Umsetzung des Forschungsdesigns bis zum Niederschreiben der Ergebnisse (Hammersley/ Atkinson 2007: 158). Zwar lotsten mich Analyseprozesse „along the way“ (Murchison 2010: 115-126), indem ich schon während der Feldforschung Schlüsselkategorien und -themen identifizierte, meine Forschungsfrage modifizierte und Lücken ausmachte. Erst nach der Rückkehr an meinen Schreibtisch in Göttingen wurde die formale Analyse hingegen zur vordergründigen Tätigkeit. Diese Fokusverschiebung betraf auch das Schreiben. In Chiang Khan schrieb ich täglich oft stundenlang (und insbesondere in der Schlussphase ermattet) an Feldnotizen, Tagebucheinträgen und Protokollen meiner Interviews, aber erst mit dem Schreiben an der Struktur und den einzelnen Kapiteln dieses Buches war ich gezwungen, mich als „Schriftstellerin“ (Geertz 1988) zu positionieren. Diese methodische Verlagerung war dabei auch von Kontinuitäten begleitet. Das Spannungsfeld aus Nähe und Distanz ließ sich auch nach der unmittelbaren

Feldforschung nicht auflösen: Durch die Auswertung musste ich mir zunächst Distanz verschaffen, um diese dann gleichsam beim Schreiben wieder fallen zu lassen. Auch für Hauser-Schäublin aktualisiert das Schreiben diese „Zwickmühle“:

> „Es zeigt den Januskopf des Ethnologen: Der Akt des Festhaltens von Erlebtem symbolisiert deshalb auch die Vergänglichkeit seiner ‚Nähe‘; eine ‚Nähe‘, deren Dauer durch das Forschungsvorhaben begrenzt ist“ (2003: 50).

2.3.1 Datenanalyse

Im Wechsel aus „Präsent-Sein und Repräsentieren“ (Breidenstein et al. 2015: 7) wird ein weiterer Gegensatz virulent: Erkenntnisse aus persönlich gelebten Erfahrungen zu ziehen, heißt anzuerkennen, an einer sich ‚natürlich‘ entfaltenden Wirklichkeit zu partizipieren, die indes nur konstruiert verschriftlicht werden kann (2015: 10). Vor und hinter jeder Analyse steht gleichwohl die Einsicht:

> „The data that interests anthropologists […] are never really ‚raw‘, waiting to be plucked from the trees by passing anthropologists. Instead, the data we collect is always already ‚cooked‘“ (Hoek 2014: 104).

Entgegen eines klassischen Datenbegriffs werden Daten „von Ethnografen nicht ‚dort draußen‘ gefunden, sondern abhängig von ihren Beobachtungen, Verschriftlichungen und Interpretationen zum Beispiel in ihren Protokollen *hergestellt*“ (Breidenstein et al. 2015: 9, meine Hervorh.). Auch ihre Gesprächspartner beteiligen sich bereits an einer Deutung der sie umgebenden Welt und tragen dazu bei, dass eine „streng[e] Trennung zwischen einem objektiv aufgezeichnetem Datum und einer nachträglichen Interpretation“ (2015: 114) nicht aufrecht zu erhalten ist. Für Hammersley und Atkinson gehört es zu den schwierigsten Einsichten werdender Ethnografen, dass sich einem das alltägliche Leben nicht wie in einem Lehrbuch präsentiert, dass analytische Konzepte sich nicht einfach von den Felderfahrungen ablesen lassen (2007: 81). Statt die Vielschichtigkeit, Verflochtenheit und Widersprüchlichkeit ‚dicht‘ zu erfahren, vollzog ich sie nun in meinen Aufzeichnungen auf und spürte Bedeutungen, Ordnungen, Mustern und Zusammenhängen nach. Aus „fieldwork“ wurde „mindwork“ (Wolcott 2005). Hinter dieser gedanklichen Arbeit stand das Ziel, ein chaotisches Produkt in ein gut sortiertes Produkt umzuwandeln (Crang/ Cook 2007: 133). Die räumliche Distanz ermöglichte mir dabei nochmal einen neuen Blick: Bewegte Erinnerungen und innige Momente wurden auf Papier (beziehungsweise auf dem Bildschirm) zu „textuellen Objekten, die bestimmte theoretische und argumentationsstrategische Möglichkeiten bieten“ (Breidenstein et al. 2015: 125). Aus Gesprächen mit Forschungspartnern und Freunden wurde ein Dialog mit

meiner Betreuerin und meinem Betreuer, mit meinen Kolleginnen und der anonymen Fachwelt, zu denen ich sprechen wollte, auch wenn ich mich weiterhin bemühte, den Kontakt zu meinen engsten Vertrauten in Chiang Khan aufrecht zu erhalten (zur Ethnografie als Konversation siehe Gay y Blasco/ Wardle 2007).

Bei der Analysearbeit bewegte ich mich zwischen systematischem Codieren und formloseren Prozessen, mit denen ich meine Daten arrangierte, um mehr herauszufinden und um Schwerpunkte und Denkrichtungen zu finden (Crang/ Cook 2007: 132). Beim wiederholten Lesen meiner Feldnotizen, dem Hören meiner Interviews und dem Erinnern beim Anschauen meiner Fotos kodierte ich computergestützt mithilfe von MAXQDA meine Daten (Charmaz/ R.G. Mitchell 2001). Die entstandenen Codes ordnete ich in Mindmaps an, sortierte sie zu analytischen Themen und arrangierte Kapitel. Vom Eintauchen in meine Daten generierte ich Anknüpfungspunkte an die Literatur, die mir wiederum neue Perspektiven auf mein Material gewährte. Genau wie die Analyse war die Theoretisierung ein sich wiederholender Prozess, in dem Ideen den Daten Sinn verliehen und Daten neue Ideen generierten (Hammersley/ Atkinson 2007: 159). Breidenstein et al. sprechen hier auch vom „Prinzip der doppelten Relevanz ethnografischer Themen“ (2015: 118), die einerseits auf den Daten gründen und zugleich anschlussfähig für den wissenschaftlichen Diskurs sind. In diesem Sinne verdichtete sich während der formalen Analyse die konzeptuelle Umorientierung im Feld, von Fragen der Grenzforschung zur sozio-politischen Ordnung der Stadt-Land-Beziehungen (siehe Kapitel 1), zum theoretischen Rahmen meiner Arbeit.

Mit dem ersten Satz, den ich für diese Dissertation schrieb, war der Analyseweg nicht abgeschlossen. Im Schreiben entdeckte ich neue Relevanzen hinter bekannten ethnografischen Vignetten und entwickelte Strukturen für die Argumentation und die Abfolge der einzelnen Kapitel. Die Analyse gab mir einerseits einen Plan für das Schreiben, andererseits erschlossen sich mir im Schreiben noch einmal andere Wegweiser für die Analyse. Schreiben erwies sich, wie es auch Harries (2014: 122) nahelegt, als kreativer Prozess.

2.3.2 Schreibprozess

Erst der schriftliche Bericht, der persönliche Erlebnisse in wissenschaftliche Erkenntnisse ummünzt, macht Wolcott zufolge den Unterschied zwischen „fieldwork“ und „just being in the field“ (2005: 57-77). Spätestens seit der *Writing-Culture*-Debatte (Clifford/ Marcus

1986) verschob sich das Augenmerk von der Faszination der Feldforschung zum Schreibprozess (Geertz 1988: 24). Alle Phasen, vom Ausformulieren des Forschungsvorhabens über das Protokollieren der Beobachtungen und Reflektionen im Feld bis zur Niederschrift des Buches, sind im Wesentlichen durch das Schreiben geprägt:

> „Writing ethnography is a key part of the entire research process. It is now widely recognized that 'the ethnography' is produced as much by how we write as by the process of data collection and analysis" (Hammersley/ Atkinson 2007: 191).

Sensibilisiert für Politiken der Repräsentation und Überzeugungskraft, mit dem Bewusstsein für verschwimmende Genres zwischen Ethnografie und Literatur (Wulff 2017) und konfrontiert mit der Herausforderung aus der unentwirrbaren, nicht in Worte zu fassenden Wirklichkeit ein lineares Argument zu produzieren, war mein drängendstes Anliegen als Autorin die Intimität meines Forschungsansatzes in den Text zu übersetzen.

Schreiben im Feld wie am heimischen Schreibtisch war für mich, wie auch Breidenstein et al. es beschreiben, ein Distanzierungsschritt:

> „Die Distanz wird schreibenderweise in den Prozess der Annäherung hineingetragen. Ethnografen schreiben sich allmählich in das Feld hinein, aus dem sie schon die erste Notiz hinausträgt. Und sie schreiben sich allmählich aus dem Feld heraus, in das sie sich schreibenderweise hineinbewegten" (2015: 110; vgl. ebd: 42).

Brauchte ich einerseits die räumliche Entfernung zum Feld, um distanziert in meinen Felderlebnissen mein wissenschaftliches Argument zu finden, so stellte sich mir andererseits im Verlauf des Niederschreibens die Frage, wie ich wiederum die Nähe meiner Forschungsbeziehungen in meinem Text herstellen kann. Der Auswertungsprozess hatte die Details meiner gelebten Erfahrungen und Beziehungen gegenüber analytischen Gegenständen in den Hintergrund rücken lassen. Um mein Argument vorzubringen, traten die Persönlichkeiten meiner Freunde und Bekannte hinter ihren Aussagen als ‚Informanten' zurück. So zugeschnitten und zugewandt ich auch schreiben würde, ihre Leben wären immer viel vielschichter als alles, was ich zu Papier bringen würde (Harries 2014: 119). Dieses Dilemma ist, wie Elliott anmerkt kennzeichnend für das ethnografische Genre[34]:

> „The very thing that makes for good ethnography – complex relationships developed over long periods of time – also makes writing difficult. Writing about the lives of those with whom we work, become friends, and sometimes live is challenging, as any anthropologist will attest" (2017: 26).

[34] Elliott zufolge lässt sich diese Schwierigkeit durch kreatives Schreiben auflösen. Die dahinterliegende Behauptung Erfundenes zu schreiben gibt ihr Freiräume subtiler, präziser und ehrlicher zu schreiben (2017: 26).

Schreiben involviert zahlreiche Vermittlungsmomente. Ethnografische Texte bewegen sich zwischen den Interpretationen der Ethnologin, basierend jeweils auf den Konstruktionen der Realität ihrer Forschungspartner, der Übertragung dieser in die schriftliche Form, dem Dialog mit den Konzepten von Fachkolleginnen und den Rezeptionen der Leserschaften (C. A. Davies 1999: 213f; vgl. Gay y Blasco/ Wardle 2007). Um mir und der Hingabe von Phi Noi, Ya Goi, Phi Iew und den vielen anderen, die sich bereitwillig in meine Forschung einbrachten, gerecht zu werden, soll meine Nähe zu ihnen im Übersetzungsprozess vom Feld zu Papier nicht verloren gehen. In den nachfolgenden Kapiteln gehe ich der anspruchsvollen Aufgabe nach als „neutrale, distanzierte Analytikerin“ *und zugleich* (nicht *oder* wie Breidenstein et al. (2015) es formulieren) als „(ehemals) involvierte Feldforscherin“ (2015: 181) zu schreiben. Oder, um es mit Elliott zu formulieren: „to write with both effect and affect“ (2017: 24).

3 Stadt – Land – Isan

Inmitten der geschäftigen Hochsaison Anfang Januar 2014 erreichte mich über die Krisenvorsorgeliste des Auswärtigen Amtes eine E-Mail. Der deutsche Botschafter in Bangkok wandte sich mit Sicherheitshinweisen an seine Landsleute. Einige oppositionelle Gruppen hätten angekündigt, ab dem 13. Januar zur Durchsetzung ihrer politischen Ziele den Straßenverkehr in Bangkok größtmöglich lahm zu legen. Da die Auswirkungen und Dauer der Beeinträchtigungen nicht vorherzusehen seien, empfahl er grundlegende Vorsichtsmaßnahmen zu treffen: Autos aufzutanken, ausreichend Bargeld abzuheben, Guthaben für Mobiltelefone aufzuladen, Wasser- und Lebensmittelvorräte anzulegen sowie dringend benötigte Medikamente auf Reserve zu kaufen.

Diese Nachricht verdeutlichte mir die angespannte Situation, mit der der seit mehreren Jahren schwelende innenpolitische Konflikt einen neuen Höhepunkt erreicht hatte. Gegen ein von der Premierministerin Yingluck Shinawatra eingebrachtes Amnestiegesetz, das ihrem Bruder und umstrittenen ehemaligen Premierminister Thaksin Shinawatra (2001-2006) den Weg aus dem Exil zurück nach Thailand ebnen könnte, hatte sich in den vergangenen Wochen massiver Protest formiert. Zwar war die Hauptstadt weit genug weg, so dass wir in Chiang Khan keine Versorgungsengpässe durch den geplanten „Bangkok Shutdown“ befürchteten, aber die Brisanz der Lage war allgegenwärtig. In Alltagskonversationen wurde über den möglichen Ausbruch eines Bürgerkrieges spekuliert, andere befürchteten die Verteuerung von Lebensmitteln und Trinkwasser in Folge der Blockaden. Omnipräsent waren die Geschehnisse auch in den Nachrichten, die in den Fernsehern auf dem Markt, in den Lokalen und Geschäften liefen und die wachsende Zahl an Toten und Verletzten verkündeten. Unmittelbar bemerkbar machten sich die Unruhen auch bei den Besucherzahlen. Viele, die an die Touristinnen Zimmer vermieteten oder ihnen Souvenirs verkauften, wussten zu berichten, dass vor allem unter der Woche ungewöhnlich viele Studierende gekommen waren, die wegen der geschlossenen Universitäten Zeit zum Verreisen hatten.

Die politische Krise prägte die touristischen Begegnungen in Chiang Khan unabhängig von dieser Eskalation aber noch viel grundlegender. Nur unter Berücksichtigung der darin zum Ausdruck kommenden Hierarchie zwischen Stadt und Land, beziehungsweise Bangkok und den nordöstlichen Provinzen, lässt sich, so argumentiere ich, die touristische Entwicklung Chiang Khans verstehen. Dabei ist es notwendig zu betonen, dass die Analysen der politischen Entwicklung Thailands im

letzten Jahrzehnt, die die Frontlinien zwischen den gegnerischen ‚Rot'- und ‚Gelbhemden' mit einer gesellschaftlichen Schere zwischen Stadt und Land erklären, nur bedingt zutreffen. Während diese Einschätzung zwar einerseits richtigerweise bestehende Missverhältnisse beleuchtet, muss sie andererseits mit Blick auf die zunehmend verschwimmenden Grenzen zwischen Stadt und Land hinterfragt werden. Und dennoch ist das zugrundeliegende Gesellschaftsmodell, das der Stadt eine Vorzugsstellung gegenüber dem Land einräumt, ein wirkmächtiger Diskurs, der – anders als ich es vor meiner Forschung angenommen hatte – viel bedeutsamer für die sozialen Relationen in Chiang Khan war, als das historisch ebenfalls relevante Verhältnis zwischen Siam/ Thailand[35] und Laos. Weil man sich in Chiang Khan beständig zwischen Stadt- und Landgesellschaft positionierte, nehme ich im letzten Abschnitt dieses Kapitels eine relationale Einordnung Chiang Khans zwischen diesen beiden Polen vor.

3.1 Gelb gegen Rot: Stadt gegen Land?

Die Differenzen um das Amnestie-Gesetz, die im Mai 2014 im Putsch mündeten (Baker 2016), waren der bisher letzte Klimax in einer Reihe von Eskalationen der politischen Krise, die mit der Wahl des Medientycoons Thaksin Shinawatra zum Premierminister im Februar 2001 seinen Anfang nahm. Thaksin und seinen ihm nahestehenden Parteien[36] war der Aufstieg angesichts des Scheiterns der Vorgängerregierung an einer Lösung der Asienkrise von 1997 gelungen. Mit seiner Programmatik veränderte er nachhaltig die politischen Konstellationen Thailands. Sie griff vorwiegend die Interessen und Bedürfnisse der Landbevölkerung auf und verlieh ihr so auf parlamentarisch-nationaler Bühne eine Stimme. Die Einführung einer erschwinglichen Krankenkasse, der Zugang zu Mikrokrediten und die Subventionierung des Reisanbaus zählen in dieser Hinsicht zu den charakteristischen Errungenschaften seiner fünf Jahre währenden Amtszeit. Trotz zahlenmäßig großer Zustimmung, die ihm seine Wiederwahl 2005 bescherte, riefen seine Politik und seine Person starken Widerstand hervor. Dieser richtete sich gegen Thaksins Populismus, seinen autoritären Regierungsstil, seine vermeintlich antimonarchische Einstellung, seine Verwicklungen in Steuerhinterziehung und Korruption und sein

[35] Siam wurde 1939 in Thailand umbenannt.
[36] *Thai Rak Thai* (‚Thais lieben Thais', Juli 1998 - Mai 2007 (verboten)), *Palang Prachachon* (‚Macht des Volkes', Juli 2007 - Dezember 2008 (verboten)) und *Phuea Thai* (‚Für Thais', seit Dezember 2008).

Rütteln an den etablierten Machtpositionen der Aristokratie und Elite (Baker/ Pasuk 2014: 262-270).

Mit der Gründung der *People's Alliance for Democracy* (PAD), auch als sogenannte ‚Gelbhemden'[37] bezeichnet, formierte sich 2005 eine oppositionelle Bewegung, die dem vom König genehmigten Putsch an Thaksin im September 2006 Legitimation verlieh (Pavin 2014: 5f). Thaksin, der sich zum Zeitpunkt des Putsches in New York bei der *United Nations Organization* (UNO) aufhielt, residiert seitdem wegen bestehender Strafanzeigen wegen Amtsmissbrauchs im Exil. Sein Vermächtnis hingegen wirkte in der zweifarbigen Polarisierung zwischen ‚Gelbhemden' und ‚Rothemden'[38], die sich als *United Front For Democracy Against Dictatorship* (UDD) im Widerstand gegen den Putsch gründeten, nach.[39] In den Folgejahren rangen rote und gelbe Kräfte nach gleich währendem Muster um politische Macht: Während die den ‚Rothemden' nahestehenden Parteien um die Shinawatras demokratische Wahlen gewannen, regierten Junta- oder gelbe Übergangsregierungen nach militärischen oder verfassungsrechtlichen Interventionen – jeweils begleitet von oppositionellen Protesten. Zu den oftmals gewaltsamen Zeniten der außerparlamentarischen Auseinandersetzungen zählten die tageweise Besetzung der beiden Flughäfen in Bangkok durch die ‚Gelbhemden' im November 2008, der Abbruch des ASEAN-Gipfels im April 2009 aufgrund von Störungen aus dem roten Lager, die roten Demonstrationen auf den Straßen Bangkoks und die Besetzung der Ratchaprasong-Kreuzung im Geschäftszentrum von Bangkok im April und Mai 2010 sowie die bereits erwähnte Stilllegung Bangkoks durch ‚Gelbhemden' im Januar 2014.[40]

Die seit einem erneuten Putsch im Mai 2014 regierende Junta hat den Konflikt vorerst von der Straße verbannt, indem sie harsch gegen oppositionelle Meinungsäußerung vorgeht. Mit einer Volksabstimmung über eine neue Verfassung hat

---

[37] Gelb steht für Montag, den Wochentag, an dem der inzwischen verstorbene König Bhumibol (Rama IX.) geboren ist.

[38] Die Wahl der Farbe Rot bleibt Keyes (2014: xii) zufolge unverständlich, da sie in Thailand mit dem Kommunismus assoziiert wird. Im Nordosten, wo eine Mehrheit der Rothemden herstammt, konnte der Kommunismus zwischen den 1960er und 1980er Jahren allerdings nicht Fuß fassen (Abschnitt 3.3.2). Chairat (2013: 209) führt die Wahl der Farbe auf die Kampagne gegen den Verfassungsentwurf von 2007 zurück, in der Rot Ablehnung signalisierte.

[39] Pavin (2014) zufolge ist es unzureichend, allein Thaksin für die Krise verantwortlich zu machen. Stattdessen habe das thailändische Establishment aus Monarchie, Militär und Justiz – ein einflussreiches Netzwerk rund um König Bhumibol, das McCargo (2005) als „network monarchy" betitelt – dazu beigetragen, den Konflikt zu schüren und zu verschärfen.

[40] Diese Ereignisse erlangten auch in der internationalen Presse Aufmerksamkeit und hatten Auswirkungen auf die lukrative Tourismusindustrie. Beispielsweise gingen zwischen 2013 und 2014 die internationalen Ankünfte wegen der politisch instabilen Lage zurück (Kapitel 7).

sie ihre Macht und den Aufschub demokratischer Wahlen legitimiert. Ferner hat mit dem Tod von König Bhumibol im Oktober 2016 und der Ernennung seins Sohnes Vajiralongkorn zu seinem Nachfolger, eine Quelle des Ringens um Macht (die umstrittene Thronfolge)[41] zunächst an Sprengkraft verloren.

Während meiner Feldforschung waren die Konfliktlinien zwischen gelb und rot allerdings noch von großer Aktualität. Aus der Komplexität des Konfliktes sind zwei Kernpunkte für diese Arbeit entscheidend: Zum einen wurde die Ursache auf eine Schere zwischen Stadt und Land, insbesondere zwischen Bangkok und den nordöstlichen Provinzen, zurückgeführt, die zwar einerseits eine soziale Realität entfaltete, aber zugleich hinterfragt werden muss (bspw. mit Chairat 2013; Mills 2012, 2014; Vorng 2017). Zum anderen offenbarten die Assoziationen dieser Kluft ein unter der Bangkoker Mittelklasse weit verbreitetes negatives Zerrbild des Isan.

Mit den Zuschreibungen urban und ländlich sind die Lager rot und gelb zwar grob umrissen. Auf gelber Seite vereinigten sich hauptsächlich Angehörige der Bangkoker Mittelklasse, Nichtregierungsorganisationen und industriellen Gewerkschaften mit Unterstützung aus der militärischen, bürokratischen und aristokratischen Elite im Kampf gegen Thaksin und seine Anhänger. Zustimmung erfuhren sie insbesondere in Bangkok und einigen südthailändischen Provinzen. Die rote Seite setzte sich auf Führungsebene aus professionellen Politikern verschiedener Spektren, Akademikerinnen und ebenfalls Sozialaktivisten zusammen. Sie bezog ihre Unterstützung überwiegend von den Bewohnerinnen der nordöstlichen Provinzen (Keyes 2012b; Naruemon/ McCargo 2011). In den Stimmabgaben nach Wahlen spiegelt sich ein räumliches Muster wider, wonach Thaksins Parteien in den Wahlen zwischen 2001 und 2007 Mehrheiten im Norden und Nordosten auf sich vereinigen konnte. Darüber hinaus stieß er nur in wenigen zentralthailändischen Provinzen und den Außenbezirken Bangkoks auf Zustimmung (Hewison 2012: 150-155). Das Stadt-Land Muster täuscht dabei nicht nur über die interne

[41] Schon Jahre vor dem Tod von König Bhumibol vergegenwärtigte sein hohes Alter und eine schwere Erkrankung das bevorstehende Ende seiner Regentschaft und warf Fragen über die Kompetenz und Legitimität des potentiellen Nachfolgers, seinem Sohn Maha Vajiralongkorn, sowie über die zukünftige Rolle der Monarchie als Institution im politischen System auf. Der intensive Machtkampf wird auch mit „paranoia“ (Thongchai 2014: 100) oder „conspiracy“ (Askew 2012) erklärt: Die dem Könighaus und dem Militär nahestehende gelbe Bewegung fürchtete, dass die Monarchie durch Thaksin gefährdet sei. Sie wollte sicherstellen, mit einer Regierung im Amt zu sein, wenn über die Nachfolge entschieden werden muss (Keyes 2012b: 182f; Pavin 2014: 10f; A. Walker 2012b). Offen diskutiert wurde dies jedoch in der thailändischen Öffentlichkeit nie, denn Monarchie und Anti-Monarchie sind „two elephants in the room of Thai politics“ (Thongchai 2014): Sowohl die Involvierung der Monarchie in der Politik als auch Kritik an der Monarchie dürfen wegen des zunehmend rigide ausgelegten und verfolgten *lèse-majesté* Gesetzes nicht thematisiert werden.

Heterogenität von Fraktionen innerhalb der ‚Gelb-' und ‚Rothemden' hinweg, sondern versagt insbesondere dort, wo sich Menschen nicht eindeutig auf Stadt oder Land festschreiben lassen. Denn die ‚Rothemden' bezogen ihren Rückhalt nicht nur von den Dörfern des Nordostens, sondern ausdrücklich auch von einer Mehrheit derjenigen, die ihre Herkunft in den Nordosten zurückverfolgte, aber in Bangkok lebte und arbeitete.

Diese Tatsache entkräftet auch ein von Seiten der ‚Gelbhemden' propagiertes Bild, bei den ‚Rothemden' handele es sich um ‚arme, dümmliche Kleinbauern'. Die in der urbanen Mittelklasse weit verbreitete Vorstellung, dass ländliche Lebenswelten überwiegend agrarisch geprägt sind, entspricht längst nicht mehr der Realität. Bei den roten Demonstrierenden handelt es sich vielmehr um „urbanized villagers" (Naruemon/ McCargo 2011), „cosmopolitan villagers" (Keyes 2012a) oder „political entrepreneurs" (Pattana 2012) (siehe Abschnitt 3.3.2). Die Beleidigung der ‚Rothemden' als „Wasserbüffel",[42] die für Dummheit und Langsamkeit stehen, verdeutlicht, dass es sich beim Stereotyp des Reis anbauenden Landbewohners nicht nur um eine romantische Verklärung handelt (Kapitel 4). Sie deutet vielmehr auf ein thailändisches Gesellschaftsbild hin, das die Stadt als fortschrittlich und modern gegenüber dem zurückgebliebenen ländlichen Raum, insbesondere dem Nordosten, konstruiert. Die ‚Rothemden' konterten diese Verunglimpfung mit Humor und Ironie (Keyes 2014: 14), indem sie sich selbst als *phrai* (historische Bezeichnung für die Bauernschaft im Dienst des Königs) identifizierten. Chairat sieht dies als Anspielung auf die strukturell-räumlichen Ungleichheiten zwischen Stadt und Land:

> „By placing themselves in the category of phrai, the Red Shirts have successfully reinvigorated the sense of inequality among the rural masses and the urban poor, who, although no longer phrai in the traditional sense, have long felt that they were treated by the urban elite in a manner similiar to phrai" (2013: 210).[43]

Damit ist bereits angedeutet, dass sich entgegen medialer Analysen die politische Mobilisierung der ‚Rothemden' nicht vordergründig an wirtschaftlicher, sondern vielmehr an politischer Ungleichheit entzündete (Naruemon/ McCargo 2011: 1018;

[42] Das Magazin „The Manager", herausgegeben von Sondhi Limthongkul, einem der Anführer der gelben Bewegung, druckte im März 2010 eine Karikatur zu den Protesten der ‚Rothemden' mit der Bildunterschrift: „System der Straßennutzung in Bangkok. Montags bis freitags: Lasst Autos fahren. Samstags bis sonntags: Lasst Wasserbüffel marschieren" ab (Keyes 2014: 189; vgl. Kasian 2002).

[43] Die Eigenbezeichnung als *phrai* macht Keyes (2012b: 179) zufolge unwiederbringlich deutlich, dass die Rothemden ihren Protest als Klassenkampf begreifen. Dabei ist die Auffassung des Konfliktes als Klassenkampf umstritten (vgl. Pasuk/ Baker 2012): Während Hewison (2012) Klasse, auf wirtschaftliche Faktoren reduziert, durchaus als ausschlaggebend erachtet, interpretiert Crispin (2012) den Konflikt als Zwist zwischen zwei erfolgreich mobilisierenden Eliten. Vorng (2011a) hält das Westen-zentristische Konzept der Klasse für den thailändischen Kontext gänzlich ungeeignet.

Fullbrock 2012). Pasuk und Baker (2016b; vgl Pasuk/ Baker 2012) zeigen auf, dass die politische Krise zwar aus der Industrialisierung resultierende wirtschaftliche Diskrepanzen zwischen Bangkok und den Provinzen in den Fokus politischer Interventionen gerückt hat, dass aber die Rhetorik der roten Protestler sich nicht gegen eine ökonomische Benachteiligung per se richtete. Sie monierten stattdessen eine zunehmend erfahrene Ungleichbehandlung und ‚Doppelmoral', die aus der unterschiedlichen Einkommensverteilung resultieren, etwa beim Zugang zu Macht, Recht oder öffentlichen Gütern wie Bildung oder Gesundheit. Forschungen in und zu den nordöstlichen Landesteilen (Keyes 2012b, 2014; Sopranzetti 2012) haben den Blick dafür geschärft, dass hinter der mehrheitlichen Solidarität ihrer Bewohner für die rote Bewegung die Forderung nach demokratischer Teilhabe steckt, die ihnen nach der „Thai-style democracy" (Hewison/ Kengkij 2010) verwehrt wird. Das von royal-konservativen Kreisen vertretene Governance-Modell paart Demokratisierung mit der Führung durch ‚gute' Persönlichkeiten mit dem König als unangefochtenes Staatsoberhaupt. Indem Thaksin um die Loyalität der minder privilegierten und ärmeren Massen buhlte, hat er aus Sicht der konservativen Eliten diese höchste Position des Königs als Patron der Armen angezweifelt und sich als Führer disqualifiziert. Die gängige Herabwürdigung, dass Thaksins Erfolg nur aufgrund von Stimmenkäufen gepaart mit der Ungebildetheit seiner Wählerinnen zustande kam, brandmarkte große Teile der thailändischen Bevölkerung als demokratieunwürdig (Hewison/ Kengkij 2010).[44]

3.2 Vormachtstellung der Stadt und konkurrierende Ordnungen

Die in dem Konflikt zum Ausdruck kommende Vormachtstellung der Stadt ist in der thailändischen Sozialordnung, wie in vielen Teilen Südostasiens, tief verankert. In der Forschung wurde sie allerdings angesichts der Präferenz für Dorfstudien lange verkannt:

> „Southeast Asia's cities are indigenous in origin, function and meaning and yet research treats them as alien impositions. Cities are ancient to the region and home to almost a third of its people […] but somehow scholars assume the ‚real' Southeast Asia is off in the countryside and back in the past. This myth misrepresents the region, all of its nations, and most of its cultures" (O'Connor 1995: 44, mit Bezug auf Rigg 1991; vgl. Korff 1989 für Thailand).

[44] Ockey (1999, 2001) hat diese Dynamik bereits in den Repräsentationen der prodemokratischen Volksaufstände von 1973, 1976 und 1992 aufgedeckt. Eine ähnliche Haltung drückt auch die Politisierung der vom König Bhumibol erdachten Suffizienzwirtschaft aus (Kapitel 4).

Dabei lassen sich Anhaltspunkte für die übergeordnete Stellung der Städte gegenüber dem Umland bereits in der vormodernen politischen Ordnung Siams finden. Bevor Thailand sich unter dem Einfluss kolonialer Mächte Anfang des 20. Jahrhunderts in die Riege der modernen Nationalstaaten einreihte, waren Staatswesen wie Sukhothai (13.-15. Jahrhundert) und Ayutthaya (1350-1767) als ein Zusammenschluss hierarchisch angeordneter Stadtstaaten (*mueang*) organisiert. In einer *mueang* konzentrierte sich die Macht des Herrschenden, der innerhalb eines nicht fest umrissenen Gebietes der Souverän war. Seine Macht und sein Charisma verbreiteten sich mit abnehmender Intensität vom Zentrum der *mueang* in die Peripherien. Gegenüber den nächsthöheren *mueang* war er tributpflichtig, während er den ihm untergebenen *mueang* Schutz vor Übergriffen zusicherte (Thongchai 1994: 81-84). Dieses Modell der Machtbeziehungen wurde als „mandala" (thail.: *monthon*) für weite Teile des vormodernen Südostasiens beschrieben (Geertz 1980; Tambiah 1977; Wolters 1982).

Die thailändische Bezeichnung *mueang*, die auch noch im heutigen Sprachgebrauch sowohl für Städte (*mueang* Chiang Mai) als auch für Thailand (*mueang thai*) steht, [45] deutet Johnson zufolge auf die Bedeutung der Stadt als zivilisatorisches Zentrum hin:

> „The contrast between *mueang* and other terms for settlements in Thailand's north such as *baan* [Dorf] […], can best be brought out with the addition of the 'outer' (*nohk*). *Baan nohk* is a pejorative term akin to the English 'the boondocks': farmland without refinement, settlement without sophistication. *Mueang nohk*, in contrast, means a foreign land, not necessarily an unsophisticated or uncultured place, but one under the subject of a different reign. The implication is that a *mueang*, unlike *baan*, has a center; *mueang* have culture and civilization and radiate this culture and civilization out to the countryside, while a *baan* lacks urbanity without the influence of the *mueang*" (2013: 226).

Diese außerordentliche Stellung der Stadt gegenüber wurde um die Jahrhundertwende vom 19. zum 20. Jahrhundert in siamesischen Reisebeschreibungen, ethnografischen Exkursionen und Museumsausstellungen reproduziert. Um sich in der neuen Weltordnung moderner Nationalstaaten als ebenbürtig zu den europäischen Kolonialmächten zu behaupten, übernahm die siamesische Elite deren zivilisatorischen Diskurs

[45] Für Bangkok hingegen ist der Zusatz *mueang* nicht gebräuchlich. Auf die Metropole wird stattdessen mit *krung* verwiesen (*Krung Thep*, siehe Fn. 48), das Städte mit zentralthailändischer Machtbefugnis bezeichnet: „While a *mueang* is a center in the wilderness and a place where religion, art and politics reach their peaks, the *krung* is a node in a *world* network, where cosmopolitan forces and international influences mingle" (Johnson 2014: 41 Fn. 13, Hervorh. im Orig.). *Krung* wurde von König Mongkut (1851-1868) und seinen Zeitgenossen auch als Bezeichnung für Königreiche verwendet. Anfang des 20. Jahrhunderts hat sich *prathet* statt *mueang* bzw. *krung* als Ausdruck für Staatenwesen (Nationalstaaten) durchgesetzt (Thongchai 1994: 49).

und wandte ihn in kolonialer Manier auf seine Untertanen an. Bewohnerinnen der dichten Dschungelregionen (*chao pa*) und der Dörfer (*chao ban nok*) wurden als weniger ‚zivilisiert' (*siwilai*) dargestellt als die Elite in der Stadt sich gegenüber den Europäern repräsentierte:

> „Both *chaopa* and *chaobannok* were two categories of the Others of the more *siwilai* elite. The *chaopa* were the uncivilizable; the *chaobannok* were the loyal, backward subjects. The gazers were the educated elite in the city, the people and space of *siwilai* and *charoen* [Entwicklung]" (Thongchai 2000: 536).

Auch die Stadtplanung richtete sich nach den kosmologischen und ästhetischen Gesichtspunkten des „mandala": Bangkok war die vorletzte Stadt in der Geschichte Südostasiens, die im Einklang mit brahmanisch-buddhistischen Vorstellungen das Zentrum einer *meuang* abbildete (Askew 2002: 17; Evers/ Korff 2003; van Roy 2011).

3.2.1 Bangkok-Zentrismus

Die demografische, kulturelle, politische und wirtschaftliche Dominanz Bangkoks setzt sich bis heute fort (Askew 2002: 23f.), ist allerdings nicht ungebrochen.

Bangkok als Machtzentrum

Bangkok[46] wurde 1782 nach dem Fall des über 400 Jahre währenden Königreiches Ayutthaya gegründet und sollte der neuen Chakkri-Dynastie, dem bis heute regierenden Herrscherhaus, zu neuer Macht verhelfen (Askew 2002: 15). Seither fungierte Bangkok sowohl im königlichen Siam als auch im modernen Nationalstaat Thailand als das royale und politische Macht- und Verwaltungszentrum.

Unter König Mongkuts (Rama IV., 1851-1868) und König Chulalongkorns (Rama V., 1868-1910) Regentschaft wurden im Zuge weitreichender am Westen orientierter Reformen sämtliche territoriale, administrative und militärische Befugnisse in Bangkok lokalisiert (Askew 2002: 33-36). Die Konzentration politischer Herrschaft machte Bangkok zur politischen Bühne, auf der nationale Interessen artikuliert und politische

[46] Der Name Bangkok erinnert an die Gründung der Stadt auf einer bestehenden Siedlung namens *Bangkok* (‚Wasserhamlet am wilden Pflaumenbaum') (Askew 2002: 15). 1786 bekam Bangkok den Titel „The City of Angels, Great City, the Residence of the Emerald Buddha, Capital of the World Endowed with Nine Precious Gems, the Happy City Abounding in Great Royal Palaces which Resemble the Heavenly Abode Wherein Dwell the Reincarnated Gods, A City Given by Indra and Built by Vishnukarn" (Sternstein 1982: 11, zitiert nach Askew 2002: 16). Diese Beschreibung auf Sanskrit, dessen Abkürzung als *Krung Thep* (‚Stadt der Engel') die in Thai gebräuchliche Vokabel für Bangkok ist, stellte Kontinuität zu Ayutthaya her und markierte die Stadt als Sitz des *chakkravathin*, dem weltbeherrschenden, verdienstvollen Monarch (Wenk 1968, 19, zitiert nach Askew 2002: 16).

Machtkämpfe ausgefochten wurden (Askew 2002: 95-99). Die Häufigkeit, mit der in Thailand Regierungen durch einen militärischen Putsch abgesetzt wurden (insgesamt 19 Staatsstreiche verzeichnet Thailand seit dem Sturz der absoluten Monarchie 1932), versinnbildlicht, dass es zu nationalstaatlicher Macht verhilft, sobald die Kontrolle über die Hauptstadt erreicht ist (Askew 2002: 95). Protestaktionen in Bangkok garantierten nicht nur die höchstmögliche Aufmerksamkeit, sondern trafen auch die empfindlichsten Bereiche des Funktionierens des thailändischen Nationalstaates: Die Besetzung des internationalen Flughafens Suvarnabhumi durch die ‚Gelbhemden' im November und Dezember 2008 beispielsweise wurde als Angriff auf die wirtschaftlich bedeutsame Tourismusindustrie gewertet. Im April 2010 verlegten die ‚Rothemden' ihre Protestcamps vom alten politischen Stadtzentrum um den Königspalast und dem thailändischen Parlament auf der Insel Rattanakosin in das moderne Geschäfts- und Konsumviertel in Siam und Ratchaprasong. Mit dem Brandanschlag einiger ‚Rothemden' auf das Kaufhaus *Central World* im Mai 2010 wurde ein Ort getroffen, der wie kein zweiter für Modernität, Konsum und Statusungleichheiten steht (Sopranzetti 2012: 376; Vorng 2011b: 74-77).

Diese Funktion Bangkoks als Dreh- und Angelpunkt der Politik wurde durch Thaksin herausgefordert. Thaksins populistische Programmatik adressierte ländliche Wählerschaften und generierte entsprechende Mehrheiten. Mit ihm bewegte sich die politische Ausrichtung weg von der Hauptstadt und hin zu den Provinzen insbesondere des Nordostens (Sopranzetti 2012: 376).

Bangkok als wirtschaftliches Zentrum

Neben der politischen konzentrierten sich auch die wirtschaftlichen Interessen auf Bangkok. Der Wohlstand und die Macht des Königshauses sowie der herrschenden Elite basierten lange Zeit auf dem Hafen am Golf von Thailand, der Thailand Zugang zum internationalen Seehandel verschuf. Zu Beginn der Regentschaft von König Maha Chetsadabodin (Rama III., 1824-1851) galt Bangkok als wichtigste Hafenstadt innerhalb des chinesischen Dschunkenhandels bis dieser in den 1840er Jahren durch westliche Schiffstechnologie ersetzt wurde. Aus China erhielt der siamesische Hof Zugang zu Luxusgütern wie Seide und Essensutensilien, zu Munition und Eisen zur Waffenherstellung sowie zu Verkaufswaren wie günstigem Porzellan und Silberbarren (Askew 2002: 19f, 25f).

Nach dem Zweiten Weltkrieg öffnete sich Thailands Wirtschaft für exportorientierte Industrie und kommerzialisierte Agrarwirtschaft und wuchs primär in Bangkok (2002: 49). Bedingt durch die wachsenden Unterschiede zwischen Einkommen aus landwirtschaftlicher Tätigkeit auf dem Land und Gehältern in der Stadt nahm die Land-zu-Stadt-Migration aus den zentralthailändischen und verstärkt aus den nordöstlichen Provinzen seitdem zu und wurde zur treibenden Kraft der demografischen und ökonomischen Expansion Bangkoks. Gleichzeitig reichte Bangkoks Strahlkraft auch weiter hinein in das übrige Thailand: Über rückkehrende Migrantinnen sowie erweiterte Kommunikationstechnologien strömten symbolträchtige Bilder der urbanen Moderne und Konsumwaren von Bangkok in die äußeren Provinzen (2002: 56-58). Strukturelle Ungleichheiten zwischen Stadt und Land wurden in dieser Zeit des Wirtschaftsbooms, der in Wirklichkeit ein Boom Bangkoks war (2002: 90), hingegen nicht etwa angeglichen, sondern weiter verfestigt:

> „All social and economic indicators pointed [by the late 1980s] towards the benefits enjoyed by the metropolis over the rest of the country, whether in terms of the number of schools, universities, hospitals, medical practitioners, wages or salaries" (Askew 2002: 84).

So sehr Bangkok vom Wirtschaftsboom profitierte, so sehr wurde es von der anschließenden Asiatischen Finanz- und Währungskrise 1997 getroffen. Darunter litten insbesondere diejenigen, für die ein sozialer Aufstieg während der Boomjahre am wenigstens möglich gewesen war. Viele geringqualifizierte Arbeiterinnen, die nach den Fabrikschließungen arbeitslos geworden waren, mussten in ihre Herkunftsdörfer zurückkehren. Ein Auskommen allein auf Basis der Landwirtschaft war jedoch nach der Finanzkrise kaum mehr möglich (2002: 90-95). Als Folge der wirtschaftlichen Krise wurden die Werte, auf denen der Wirtschaftsboom basierte, einer Prüfung unterzogen: Nach dieser Phase der Ausrichtung am kapitalistischen Westen, der vielen Kritikern zufolge mit dem Verlust von ‚Thainess' einherging, sollte nun die Rückbesinnung auf thailändische Werte erfolgen (Kapitel 4).

Bangkok als Zentrum der Mittelklasse

Die Kulmination politischer und wirtschaftlicher Ressourcen war unmittelbar mit sozialer Stratifikation verbunden (Korff 1989: 45-47). Ein Prozess, in dem O'Connor (1995) die Überlegenheit des Urbanen in Gesamtsüdostasien begründet sieht:

> „[I]ndigenous urbanization is the elaboration of status distinction that presume a centre and organize society hierarchically […]. It is these distinctions that explain

> urban dominance and build the city into society“ (38; mit Bezug auf O’Connor 1983).

Die Stadt trennte aber nicht nur die Herrschenden von den Beherrschten. In Bangkok bildete sich zudem eine in wirtschaftlicher und gesellschaftspolitischer Hinsicht einflussreiche heterogene Mittelklasse heraus. Bereits im frühen 20. Jahrhundert entstand neben der bürokratischen Elite eine zunächst zahlenmäßig kleine ‚embryonale‘ Mittelklasse (Baker/ Pasuk 2014: 96), die als rangniedrige Bürokraten, Lehrer, Juristen oder Manager wichtige Positionen im werdenden Nationalstaat oder dessen wirtschaftlichem Umfeld bekleideten (2014: 18). Erst die wirtschaftliche Progression und der mit Unterstützung der USA vorangetriebene Ausbau des tertiären Bildungssystems einige Jahrzehnte später beförderte mehr Menschen zu Facharbeiterinnen, leitenden Angestellten oder Führungskräften, die als ‚neue Mittelklasse‘ als größte Profiteure aus dieser Zeit hervorgingen (Baker/ Pasuk 2014: 207-209).

Abgesehen von der gemeinschaftlichen Genese ist diese Mittelklasse schwierig zu definieren:

> „The prostitute, the university professor, the bank manager, the independent farmer, the owner of a Chinese traditional medicine shop, the police office and the soldier are all ‘middle class‘ under various definitions, yet they have little in common“ (Ockey 1999: 235; vgl. King 2008a, 2008b für eine Problematisierung der Mittelklasse in Südostasien).

Ockey (1999) unterscheidet daher anhand der nicht miteinander korrelierenden Variablen Einkommen und Bildung zwei Strömungen: eine konsumierende Mittelklasse, die über hohe Einkommen trotz geringen Bildungsstands verfügt und eine berufsbedingte Mittelklasse, die sich über hohe Bildungsgrade definiert. Die Termini der Selbstidentifikation, *pan klang* (durchschnittlich, intermediär), *pho yu dai* (genug zum Leben haben), *mai duat ron* (nicht Not leidend) oder *mai sung mai dam* (weder oben noch unten) verdeutlichen aber eine geteilte residuale Verortung, sich weder zu den Reichen noch zu den Armen zu zählen (Askew 2002: 172; Hewison 1996: 143). Die Fluidität und Situationsspezifik von Statusaushandlungen, laut Vorng (2011a) eine Schlüsseldynamik des sozialen Lebens in Bangkok, problematisiert hingegen weiter das Konzept einer einheitlichen ‚urbanen Mittelklasse‘.

Ungeachtet dieser konzeptuellen Unschärfe spielt die Mittelklasse Bangkoks eine tragende Rolle in gesellschaftlichen Dynamiken, von denen zwei hervorgehoben werden sollen:

Zum einen macht ihr Konsumverhalten sie zur Hauptzielgruppe des inländischen Tourismus (Kapitel 4) und zum Adressaten eines aufkommenden Erholungsdiskurses (Kapitel 6). Der enorme Wirtschaftsaufschwung verlieh dieser Bevölkerungsschicht die nötigen Mittel, Geld und Zeit, um sich als distinkte Statusgruppe abzusetzen. Wie im übrigen Südostasien (Takashi/ Pasuk 2008; für Gesamtasien vgl. Robison/ Goodman 1996) stand das Wachstum der Mittelklasse in unmittelbarer Relation zur Kapitalisierung (Hewison 1996). Bangkok wurde im Zuge dieser Entwicklung zum Zentrum des Konsums, der sozialen Mobilität und Statusanhäufung (Askew 2002: 58) und nahm entsprechend Gestalt an (Hewison 1996: 151): Unzählige Shopping Malls, Bürotürme, aparte Eigentumswohnungen und Schnellstraßen definierten nicht nur für die Mittelklasse, was modern und begehrenswert ist, sondern setzten in medialen Repräsentationen auch für aufbegehrende untere Schichten den anzustrebenden Standard. In Film und Fernsehen, Hochglanzmagazinen und Reklame wurde das Leben in Bangkok mit Prestige und Lifestyle verknüpft. Von besonderem Statuswert waren dabei, zurückgehend auf die amerikanische Beteiligung an Thailands Militär- und Entwicklungspolitik in den 1940er bis 1960er Jahren, amerikanische Import- und Markenwaren (Baker/ Pasuk 2014: 149).

Damit in Verbindung steht zum anderen, dass sich mit der urbanen Mittelklasse eine einflussreiche Kraft der öffentlichen Meinung formierte, die dem Hegemonialanspruch der Stadt gegenüber dem ländlichen Raum und insbesondere den nordöstlichen Provinzen Ausdruck verlieh (Sunanta 2013). Die Entstehung der Massenmedien war auf Bangkok begrenzt und zugleich in der Hand der Mittelklasse, so dass die Medien ihr einerseits den sozialen Spiegel vorhielten, in dem Werte, Aspirationen und Ängste reflektiert werden konnten (Baker/ Pasuk 2014: 221-226) und ihr andererseits dazu verhalfen sich selbst zu konstruieren (Ockey 1999, 2001).[47]

[47] Die Suche nach gemeinsamen Werten beschäftigte auch die Wissenschaft. Von besonderem Interesse war, welche Rolle die Mittelklasse in Demokratiebewegungen Südostasiens spielten (Embong 2001; Kessler 2001). In Thailand rückte die Mittelklasse als demokratisierende Kraft angesichts der sozialen und kulturellen Dynamiken des Militärputsches 1976 (Anderson 1977) und der prodemokratischen Aufstände 1992 (Ockey 1999; Yoshifumi 2008) in den Fokus der Aufmerksamkeit. Die unterschiedlichen historischen Events entziehen sich einer abschließenden Bewertung über die Rolle der Mittelklasse als Befürworter der Demokratie (Prudhisan/ Chantana 2001). Nach dem Putsch 2014 zeichnet Baker (2016) hingegen ein negatives Bild und konstatiert einen autoritären Trend in der gegenwärtigen Generation der überwiegenden Sino-Thai Mittelklasse Bangkoks.

Bangkok dezentriert

Wie sich bereits andeutete, ist das Narrativ der überbordenden Dominanz Bangkoks nicht ohne Widersprüchlichkeiten und steht in Konkurrenz zu Raumordnungen, die Bangkok dezentrieren. Askew zufolge repräsentiert Bangkok entgegen anders lautender populärer Redensarten („Bangkok ist nicht Thailand“ (*krungthep mai chai mueang thai*)) Thailand:

> „[H]oewever much it is vehemently denied, Bangkok *does* represent Thailand: in an intense, confused and complex way, the capital is shaped by ways of life and power structures which have evolved in Thai society at large“ (Askew 2002: 2; Hervorh. im Orig.).

Bangkoks zentralthailändische Kultur steht im Unterschied zu anderen ethnisch geprägten Regionalkulturen für die Nationalsprache, das Nationalessen oder die Nationaltänze. Dies trifft insbesondere auf das Thailandbild zu, das vom internationalen Tourismus global beworben wird. Oftmals steht dahinter ein hegemonialer Anspruch, denn thailändische Ethnizität wird zur nationalen Identität erhoben.

Bangkok gilt damit einerseits als am authentischsten Thai (*thai thae*): „Bangkok is the core of the country, and in it ‘Thainess‘ is most perfectly expressed. The farther you get from Bangkok, the more peripheral the area, the less perfectly Thai“ (Smalley 1994: 324, zitiert nach Streckfuss 2012: 313). Andererseits wird Bangkok als Antithese zu thailändisch-buddhistischer Bescheidenheitsethik portraitiert (Askew 2002: 2). Thailändische Werte und Traditionen, das authentische Thailand, werden demnach auf dem Land verortet und gesucht. Selbst in dieser dezentrierten Perspektive hat Bangkok, wie ich in Kapitel 4 näher ausführen werde, die Übermacht inne: Nimmt die Urbanisierung überhand, ist die Gesamtheit dessen, was Thai-Sein ausmacht, in Gefahr.

3.2.2 (Un-)Wirklichkeit und Wirkmacht der Stadt-Land-Kluft

Aus diesen Beobachtungen folgt, dass sich der Dominanzanspruch der Stadt in Aushandlung befindet. Einerseits hat sich die in traditionellen Raumvorstellungen und in historisch-struktureller Entwicklung begründete Sonderstellung Bangkoks derart in einer Differenzierung zwischen Stadt und Land verfestigt, dass aus den diskursiv gezogenen räumlichen Grenzen soziale werden. Andererseits entbehrt die Feststellung einer Kluft zwischen Stadt und Land jeglicher Grundlage, da städtische und ländliche Lebensräume zunehmend ineinander übergehen. Dieses für die Arbeit entscheidende Grundverständnis soll im Folgenden näher ausgeführt werden.

Wirkmächtig mit spürbaren Konsequenzen wird die Stadt-Land-Kluft in populären Selbst- und Fremdzuschreibungen, die eine unterschiedliche Wertigkeit zwischen dem Leben in der Hauptstadt und den umliegenden Provinzen ausdrücken. Während *khon ban nok* (Landbewohner/ ‚Hinterwäldler') mit Schlichtheit, Naivität und Ahnungslosigkeit assoziiert werden, ist die Identifikation als *khon mueang* (Stadtbewohner) mit Kultivierteit, Intelligenz und Gewieftheit konnotiert (Askew 2002: 102). Aus der Perspektive der Stadt lebt die Landbevölkerung nicht nur räumlich abgelegen, sondern auch ideologisch abgeschieden:

> „The city, especially the capital Bangkok, is the privileged center of national sophistication, wealth and ‚up-to-date' (*than samay*) progress, while villages and ‚country-folk' (*khon baan nohk*) remain ‚outside' (*nohk*) on the periphery of national worth" (Mills 2012: 89, vgl. Mills 1999a: 46).

Moderne Identifikationen stehen den Bewohnerinnen der dörflichen Regionen demnach nur offen, solange sie etwa durch Konsum urbaner Statusmarker ihre Teilhabe am Wohlstand- und Prestige-versprechenden urbanen Lifestyle nach außen demonstrieren. So hat Mills (1997, 1999a) etwa aufgezeigt, dass für viele Frauen aus dem Nordosten eine Motivation vom Land in die Stadt zu migrieren, genau darin bestand. Soziale Mobilität wurde ihnen jedoch in den meisten Fällen verwehrt, denn die hierarchische Sozialordnung Bangkoks wies ihnen nach wie vor die unteren Ränge zu. Die Gleichung aus höherem sozialen Stand gleich Stadt und Unterschicht gleich Land geht immer noch allzu häufig auf: Für gut situierte Bangkoker treten Migrantinnen meist nur als Reinigungskräfte in den Shopping Malls, als Hausangestellte oder Taxi-Fahrerinnen in Erscheinung und erfüllen ihr Stereotyp der armen, ungebildeten *khon ban nok*. Um Diskriminierungen und Marginalisierungen zu entgehen, versuchen einige Neuankömmlinge in Bangkok daher ihre ländliche Herkunft zu verbergen, indem sie beispielsweise ihren regionalen Dialekt unterdrücken (Vorng 2017: 121).

Diese Einbildung urbaner Überlegenheit ist nicht ohne Ambivalenzen. Die glamouröse Charakterisierung der Stadt bildet etwa die Herausforderungen und Nöte der urbanen Mittelklasse nicht ab (Vorng 2017: 16). Gänzlich verkehrt wird das Bild in bereits angeklungenen Diskursen, die in der urbanen Moderne eine Bedrohung für die thailändische Kultur sehen (vgl. Thompson/ Bunnell/ Parthasarathy 2013: 9 für Asien). Insbesondere Teile der urbanen Elite und Intelligenz sehen die Stadt als Ausdruck grenzenlosen Konsumerismus vom moralischen Zerfall bedroht (vgl. Mills 2001: 32):

> „As the key site of economic and social change, Bangkok has been represented by Thai moralists as the antithesis of Thai-Buddhist ethics of modesty and self-

> sufficiency. Others have denounced its degenerate character as a ‘second-rate western city’ – a foreign import fraught with the contradictions between its plush suburbs and its slums, a denial of the harmonious coexistence between people and their environment which was allegedly a hallmark of the true ‘Thai’ way of life” (Askew 2002: 2).

Thai-sein wird im Gegenzug über Idealvorstellungen des Ländlichen konstruiert (Mills 1999a: 14f, 2001: 32; Thongchai 2000: 546). Der Selbstsucht und dem beständigen Wetteifern in der Stadt wird Gemeinschaftlichkeit und Ebenbürtigkeit auf dem Land entgegengesetzt (Evers/ Korff 2003: 93; Mills 2001: 32; Vorng 2017: 145f). In einer nostalgischen Verschränkung aus Raum und Zeit wird das Ländliche dabei oftmals in die Vergangenheit der Städte gerückt. Insbesondere die Medien, auch das international rezipierte moderne thailändische Kino (Harrison 2005), verbreiten Spielarten dieses Narrativs (Askew 2002: 102; Hamilton 1992). Kapitel 4 wird aufzeigen, wie die inländische Tourismusindustrie weiter zum Imagewandel des Ländlichen beiträgt. An dieser Stelle soll jedoch schon betont werden, dass es sich bei dieser Verklärung des Ländlichen keinesfalls um eine unschuldige Romantisierung handelt:

> „[E]ven celebratory images tend to legitimize the exclusion of rural residents from the social prestige and material benefits of contemporary arenas of ‘development‘ (*kan phattana*) and ‚progress‘ (*khwam charoen*) by linking villagers‘ symbolic worth to the simplified ways and limited aspirations of an imagined past“ (Mills 2012: 89).

Trotz dieser Ambiguitäten ist die Stadt-Land-Kluft ein machtvoller Diskurs, der ungeachtet der zunehmend verschwimmenden Grenzen zwischen Stadt und Land besteht:

> „Even as […] dramatic transformations signal the ever-tightening integration of village and city into a complex national political economy, the symbolic separation of urban and rural has remained an important theme in Thai national discourse“ (Mills 2012: 90).

Rurales Aufstreben bewegt Menschen vom Land in die Stadt und nostalgische Imaginationen locken Städter aufs Land. Dabei verflechten beide Mobilitätsrichtungen Stadt und Land, während sie gleichzeitig Kategorien der modernen Stadt und des authentischen Lands festschreiben. Diese Vielschichtigkeit hat Sopranzetti auch in der Mobilität von Motorradtaxifahrern zwischen Bangkok und ihrer Heimat in den Dörfern des Isan aufgespürt:

> „[T]he drivers connect city and villages by circulating commodities, desires, and experiences that belie and undo the neat distinction between these two spaces while, at the same time, contribute to reproducing discursively the village and the city as spaces apart, operating according to different rhythms and logics” (2013: 112; vgl. Sopranzetti 2014, 2018).

Gerade die hohe Relevanz der Arbeitsmigration kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass nach wie vor faktische Ungleichheiten zwischen Bangkok und den Provinzen bestehen. So lag 2007 das durchschnittliche monatliche Haushaltseinkommen im Nordosten bei 12.995 Baht pro Monat, während es im Vergleich in Bangkok fast drei Mal so hoch war (35.007 Baht) (Hewison 2012: 147, mit Daten des *National Statistical Offices*). 80% der Menschen, die unterhalb der Armutsgrenze leben, sind in den nördlichen und nordöstlichen Provinzen beheimatet (Hewison 2012: 146, mit Daten des *United Nations Development Programme* 2010; vgl Hewison 2015).[48] Weil diese Einkommens-differenzen mit Ungleichheiten beim Zugang zu Macht, sozialem Status und Ressourcen aller Art korrelieren, zählt Thailand zu einer der Gesellschaften Asiens mit der größten sozialen Ungleichheit (Pasuk/ Baker 2016b).[49]

Meine Einbettung der inländischen Tourismusmobilitäten in Thailands sozio-räumliche Ordnung in den nachfolgenden Kapiteln folgt, um diesen Abschnitt zusammenzufassen, dieser Logik der Gleichzeitigkeit der (Un-)Wirklichkeit und Wirkmacht der Stadt-Land-Kluft. Ich begreife die dichotome Gegenüberstellung von Stadt und Land als ein emisches Alltagsverständnis (Vorng 2017: 8), die durch Mobilitäten zugleich manifestiert, inszeniert und transzendiert wird.

Auf dieser Folie wende ich mich nun den Beziehungen zwischen Bangkok beziehungsweise Zentralthailand und den nordöstlichen Provinzen zu.

3.3 Integrierung und Marginalisierung des Isan

Wenn Bangkok in jeglicher Hinsicht eine hegemoniale Stellung zugeschrieben wird, dann werden am anderen Ende des Spektrums die nordöstlichen Provinzen, der Isan, genannt. Zu keiner anderen Region Thailands scheint die Kluft größer zu sein, als zwischen dem gegenwärtigen, modernen Bangkok und dem noch nicht entwickelten und noch nicht fortschrittlichen Isan (Elinoff/ Sopranzetti 2012; vgl. Kapitel 1). Wirtschaftlich abgeschieden ist der Isan wegen der überwiegend porösen und teilweise salzhaltigen Erde, die, gepaart mit unregelmäßigen Regenfällen, eine Landwirtschaft wenig ertragreich machen (E. Cohen 1993: 155; Keyes 2014: 15f). Fehlende Ressourcen sowie

[48] Diese Zahlen sind umso aussagekräftiger, wenn man bedenkt, dass sich laut Pasuk und Baker (2016b: 10) die Schere zwischen Stadt und Land seit den 1990er Jahren bereits schwach geschmälert hat.

[49] Thailands Gini-Index (ein Gradmesser der Einkommensverteilung, bei dem eine höhere Zahl größere Ungleichheit anzeigt) lag 2011 bei 0,484, eine leichte Verbesserung gegenüber dem Höchststand von 1992 (0,536) (Pasuk/Baker 2016b: 9).

die Abwesenheit von Industrie erschweren weiter die ökonomische Lage, so dass viele der 21.3 Mio. Isanerinnen dauerhaft als Folge von Arbeitsmigration in Bangkok leben.

Die Marginalität, die in Bangkok-zentristischen Diskursen zum Ausdruck kommt, leitet sich aber auch aus der geografischen Randlage ab. Die 20 Provinzen des Nordostens erstrecken sich über eine Fläche von 170.226 km^2 (ein Drittel der Gesamtfläche Thailands) und sind durch die Gebirgszüge Petchabun, Dong Phrayayen und San Kamphaeng vom Rest des Landes abgetrennt. Vor allem die räumlich-kulturelle Nähe entrückte den Isan der zentralthailändisch geprägten Nation.

3.3.1 Zwischen Thailand und Laos?

„Wir sind Brüder und Schwestern (*phi nong kan*)“[50] – das war die einvernehmliche Antwort auf meine Frage, wie sich das Leben in Chiang Khan im Verhältnis zum gegenüberliegenden Laos gestaltete.

Am Mekongufer gelegen befand sich das heutige Chiang Khan historisch betrachtet in wechselnden Machtbereichen laotischer oder siamesischer Königtümer und des französischen Kolonialreiches. Ab der Mitte des 14. Jahrhunderts erstreckte sich der äußere Einflussbereich des laotischen Lan Xang (1354-1707) bis hierher. Das übrige Khorat Plateau, der heutige Isan, unterlag als Pufferzone zwischen Lan Xang und dem siamesischen Ayutthaya (1351-1767) politischer Autonomie. Als Lan Xang sich zu Beginn des 18. Jahrhunderts in die Königreiche Luang Prabang, Vientiane und Champasak aufspaltete, war Sanakham eine wichtige Stadt unter Vientiane, während Pak Heuang zu Luang Prabang zählte. Als das nach dem Zerfall Ayutthayas neu gegründete Thonburi (1768-1782) die drei laotischen Reiche besiegte, fielen Sanakham und Pak Heuang als neu benanntes Chiang Khan unter siamesische Herrschaft. 1893 einigte sich Siam unter dem Druck der französischen Expansion mit Frankreich auf einen Grenzverlauf, der die Gebiete links vom Mekong den Franzosen zuschrieb, während die Gebiete rechts des Mekong Siam zufielen. Während Sanakham von nun an unter französischer Herrschaft stand, wurde Chiang Khan von Bangkok aus regiert (Keyes 2014: 17-28; Apinan 2013: 57). 1909 erhielt Chiang Khan im Zuge der Implementation eines neuen Verwaltungssystems (*thetsaphiban*; vgl. Keyes 2014: 39; Bunnag 1977) den

[50] Mit diesem Ausdruck wird nicht nur eine enge Verbundenheit beider Länder ausgedrückt, sondern zugleich eine Hierarchie impliziert, in der sich die Thais als überlegen gegenüber den Laoten fühlen. Tatsächlich ist die Geschichte der beiden Länder durch eine „historische Hassliebe“ (Tappe 2013) und „edgy amity“ (Chambers 2009) geprägt.

Status eines Distrikts (*amphoe*). Hundert Jahre später wurde dieses Jubiläum groß gefeiert und läutete den Beginn des touristischen Aufschwungs ein (Kapitel 5).

Mit der Grenzdemarkation wurde die indigene politische Geografie fließender Grenzen und wechselnder Zugehörigkeiten durch das moderne Verständnis exklusiver Souveränität und Territorialität abgelöst (Thongchai 1994: 95-101). Die Älteren in Chiang Khan erinnerten sich in Gesprächen mit mir aber, dass sich das Familien- und Alltagsleben weiterhin auf beiden Seiten des Mekongs, auf beiden Seiten der erstmalig eindeutig festgelegten Grenze, abspielte. Sie entsannen sich, wie es möglich war, an allen Stellen des Ufers den Fluss ohne Formalitäten zu überqueren. Gänzlich zum Erliegen kamen die grenzüberschreitenden Verbindungen, und mit ihnen der florierende Grenzhandel (Kapitel 4), 1975 nach der kommunistischen Revolution in Laos. Viele Familien waren gezwungen ihr Leben einseitig auszurichten und entschieden sich damals auf thailändischem Boden zu bleiben. Heute ist es Thais und Laoten offiziell nur noch möglich mit einem Grenzpass die Seiten am lokalen Grenzübergang zu wechseln. Nur für wenige aus Chiang Khan war das aber attraktiv. Für sie gab es keinen Anlass nach Sanakham zu reisen, „es gebe dort nichts“ (*mai mi arai*). Räumlich gesehen war Laos nur einen Steinwurf entfernt; von der Mekongpromenade aus konnte man das bewaldete Ufer sehen und abends schallte manchmal auch Musik aus den Karaokebars herüber. Im sozialen Leben war Sanakham für die meisten aus Chiang Khan aber weit entfernt, wenn nicht gar abwesend.[51] Die Bevölkerung Sanakhams war dagegen weit mehr nach Chiang Khan beziehungsweise Loei orientiert. Sie passierten die Zollabfertigung für Lohnarbeiten, Arzt- und Krankenhausbesuche, Einkäufe auf den Märkten am 2. und 15. Tag (*kham*) des Mondkalenders oder im Großhandelssupermarkt von Loei.

Mit Blick auf den Tourismus verstand man sich in Loei zwar offiziell als „Tor nach Laos“ (Kapitel 7), aber nur wenige der Touristinnen, die Chiang Khan besuchten, interessierten sich auch für Sanakham. Lediglich zu den buddhistischen Feierlichkeiten zum Ende der Regenzeit, die Jahr für Jahr die touristische Hochsaison einleiteten, wurden die Beziehungen zwischen Chiang Khan und Sanakham mit einem gemeinsamen Bootsrennen auf dem Mekong zelebriert. Die Nähe zu Laos wurde in Chiang Khan

[51] Für mich war Sanakham im Vergleich zu meinen thailändischen Gesprächspartnern räumlich fern. Als Ausländerin durfte ich die Grenze nur an internationalen Grenzübergängen in Nong Khai oder Thai Li überqueren. Während meine thailändische Begleitung lediglich wenige Minuten Bootsfahrt benötigte, hatte ich einen zwei-Tagestrip hinter mir, als wir uns in Sanakham wieder trafen, damit ich einen Eindruck vom Leben auf der anderen Seite gewinnen konnte und aus einem anderen Blickwinkel auf Chiang Khan schauen konnte.

stattdessen in Form lokaler (*thong thin*) Kultur an die Touristen verkauft. Broschüren und auskunftsfreudige Chiang Khanerinnen erklärten, dass der Dialekt, die Tempelarchitektur, einige Essensspezialitäten und die Tradition des Almosengangs mit Klebreis in Chiang Khan der Kultur Luang Prabangs ähnele. Nicht wenige in Chiang Khan blickten auf eine Migrationsgeschichte zurück oder hatten mindestens einen Elternteil, der auf dem Wasserweg von Luang Prabang nach Chiang Khan, dem ersten Ort flussabwärts auf thailändischem Territorium, gekommen war.

3.3.2 Zwischen Bangkok und Isan

Trotz der geografischen und verwandtschaftlich-kulturellen Nähe zu Laos wurden – anders als ich in meinem Forschungsdesign angenommen hatte – soziale Prozesse der Differenzierung und Abgrenzung zwischen ‚uns' und ‚ihnen' nicht zwischen Thailand und Laos, sondern zwischen Bangkok und dem Isan ausgehandelt. So haben auch McCargo und Krisadwan herausgearbeitet: „For many Northeasterners, the most salient imagined others are central Thais (*khon phak klang*), or more specifically Bangkokians (*khon krungthep*)" (2004: 220). Die folgenden Abschnitte kontextualisieren diese soziale Orientierung des Isan in der erfolgreichen, obgleich von Widerständen begleiteten, Integration in den modernen Nationalstaat Thailand. Aus der Perspektive Bangkoks gestaltete sich diese als langwährender, nicht abgeschlossener Prozess, bedroht etwa von der Formierung der oppositionellen, mehrheitlich mit dem Isan assoziierten ‚Rothemden'. Im Nordosten hingegen wurde die Absorbierung des Isan in Thailand als ein jüngerer, gradueller Hergang wahrgenommen (Porphant 2017). Beide Versionen sind von Selbst- und Fremdwahrnehmungen getragen, die den Isan als marginal und minderwertig gegenüber Zentralthailand positionieren. Verdeutlicht wird dies von der Rolle, die das Dorf beziehungsweise eine dörflich geprägte Identität in der Zuschreibung und Identifizierung spielt.

Integration in den thailändischen Nationalstaat

Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts bemühte sich Siam die überwiegend laotische Bevölkerung des Isan in den werdenden Nationalstaat zu integrieren. Die uneindeutigen Identitäten (McCargo/ Krisadawan 2004) der Isanerinnen bewegten sich seither zwischen einer ethnischen Identifizierung mit der laotischen Sprache, den laotischen

Essgewohnheiten und anderen kulturellen Erzeugnissen und einer Identifizierung mit den Säulen der thailändischen Nation.

Die Bemühungen seitens Siams, die laotische Bevölkerung des Nordostens in den werdenden Nationalstaat zu integrieren, nahmen Ende des 19. Jahrhunderts in Auseinandersetzung mit den Ansprüchen der Kolonialmacht Frankreich ihren Anfang. Weil Frankreich Macht über die Lao beanspruchte, erklärte Prinz Damrong, Innen- und Bildungsminister unter König Chulalongkorn (1868-1919), die Lao im Norden und Nordosten des Landes kurzerhand zu Thai: „People in Bangkok have long called [the peoples of northern Siam] Lao. Today, however, we know they are Thai, not Lao (Damrong 1961 [1938]: 318, zitiert n. Keyes 2014: 2). Ethnische Bezeichnungen wurden auch aus den Namen administrativer Einheiten gestrichen und durch regionale Kennzeichnungen ersetzt (Streckfuss 2012: 309). Den Kolonialmächten sollten diese regionalen Bezeichnungen die Zugehörigkeit zum siamesischen Machtbereich signalisieren. Aus dem multi-ethnischen Siam bildete sich im Verlauf eine mono-ethnische Nationalität: Mit der Umbenennung Siams in Thailand 1939 wurde Ethnizität mit Nationalität gleichgesetzt und alle Tai-sprachigen Gruppen unter dem homogenen 'Thai' subsummiert (Streckfuss 2012: 306-313).

Durch die Ablösung der relativ autonomen Vasallenstaaten im Nordosten (*hua mueang*) durch neue politisch-administrative Einheiten (*monthon*, Pali für Zirkel) sicherte sich Siam gleichzeitig mehr Einfluss.[52] Im Unterschied zu den *hua mueang*, die von lokalen Herrschern verwaltet wurden, wurden die Machthaber der neuen *monthon* von Bangkok aus benannt (Keyes 2014: 2; vgl. Bunnag 1977). Die bis dato herrschenden lokalen Eliten der nordöstlichen Provinzen wurden, anders als etwa in den südlichen Provinzen, nach der Reform nicht in den zentralthailändischen Bürokratieapparat übernommen (Vickery 1970).

Gegen diese zentralisierenden Tendenzen regte sich Widerstand. Die millenaristischen *phu mi bun*- (Person mit ‚Verdienst') Bewegungen zwischen 1900 und 1902 werden als erster Aufstand des Nordostens gegen das zunehmende Eindringen der siamesischen staatlichen Ordnung interpretiert.[53] Um die Jahrhundertwende, zeitgleich

[52] Einer dieser *monthon* im nordöstlichen Teil erhielt die Benennung Isan (Pali für Nordost) und behielt seine Bedeutung als Bezeichnung der gesamten Region auch bei, als die Unterteilung reformiert wurde und Provinzen (*changwat*) eingeführt wurden (Keyes 2014: 2).

[53] Baird (2013) widerspricht dieser verbreiteten These, dass die millenaristischen Bewegungen fundamental anti-staatlich waren. Er fand Anhaltspunkte, dass das unabhängige Königreich Champassak in die Aufstände involviert war.

zu den administrativen Reformen, verkündeten Minnesänger die Ankunft von Männern als Retter angesichts einer drohenden Katastrophe, in der die natürliche Ordnung umgewälzt werde (bspw. werde Gold zu Kieselsteinen und Kieselsteine zu Gold). Nur das Gefolge, das seinen Glauben durch entsprechende Taten beweise (Sammeln von Kieselsteinen und Entledigung von Gold) könne dem Untergang entgehen und gar florieren. Die siamesischen Autoritäten zerschlugen die destruktive, immer größer werdende Bewegung (Keyes 2014: 33-52, 1977). Sie war aber nur eine erste in einer Reihe von Widerstandsbewegungen gegen die Beherrschung, Diskriminierung und Ausbeutung durch den thailändischen Staat.

Parallel zur politischen Zentralisierung verringerte der Ausbau der Transport- und Kommunikationswege die Distanz zwischen Bangkok und dem Nordosten. Die Fertigstellung der Eisenbahnlinie zwischen Bangkok und Khorat (1900), Ubon Ratchathani (1928) und Khon Kaen (1933) sowie die zeitgleiche Errichtung von Telegrafenleitungen im Nordosten beschleunigten die Zirkulation von Waren und Informationen zwischen Bangkok und dem Nordosten:

> „Both the extension of Thai political control and the expansion of communication and transportation networks helped to bring northeasterners into more intimate contact with the central Thai to make them aware of Bangkok as economic and political focus“ (Keyes 2014: 54).

Entscheidend für die Integration des Nordostens in eine thailändische Nation war auch die Zentralisierung und Standardisierung des Bildungssystems, die unter König Chulalongkorn angestoßen wurde. Er setzte, zunächst auf Prinzen begrenzt (1871), dann ausgeweitet auf das gesamte Land, Schulbildung nach westlichem Curriculum (1885) durch. Während Bildung in den Dörfern des Nordostens bisher von den Mönchen in den lokalen Tempeln geleistet und vorwiegend Jungs, männlichen Novizen, vorbehalten war, führte König Vajiravudh (1910-1925) die verpflichtende Grundschulbildung für Jungen und Mädchen ein und übertrug die Ausbildung von Mönchen auf staatlich ausgebildetes Lehrpersonal (2014: 54-56). In den 1930er Jahren war diese vierjährige Schulzeit für viele im Nordosten bereits Realität (2014: 61). Sie etablierte den thailändischen Nationalstaat als maßgeblichen Referenzpunkt für die Dorfbewohnerinnen des Nordostens (2014: 63). Über Unterrichtsfächer wie thailändische Geschichte und thailändische Geografie sowie die Unterrichtssprache Zentralthai, die im Laotisch sprechenden Nordosten nicht zur Muttersprache zählte, lernten die Bewohnerinnen des Nordostens ihre neue Position als Bürger der thailändischen Nation (Streckfuss 2012: 309; Keyes 2014: 61). Jedem wurde vermittelt, die drei von König Vajiravudh

propagierten Säulen der thailändischen Nation – Nation, Religion, Monarchie – zu respektieren (Keyes 2014: 49). Zu Beginn jeden Schultages wurde die Huldigung der thailändischen Nationalflagge zu einem bis heute andauernden allmorgendlichem Ritual. Unzählige Fotos des Königs, die unter der Bevölkerung im Nordosten verteilt wurden, sorgten neben dieser ‚horizontalen' Integration in die Nation für eine ‚vertikale' Anbindung an ihr königliches Oberhaupt (E. Cohen 1993: 154).

Die linguistische und kulturelle Nähe des Nordostens zu Laos wurde in der Zeit von 1957 bis 1973 (Amtszeit der Ministerpräsidenten Sarit Thanarat und Thanom Kittikachorn) unter dem Stichwort *panha isan* (Isan-Problem) zur Bedrohung für die thailändische Nation (Keyes 2014: 101). Es wurde befürchtet, dass die Region sich den kommunistischen Bewegungen Chinas, Vietnams und Laos anschließen könnte und damit Thailands innere Sicherheit als Ganzes gefährden könnte. Diese Einschätzung wurde genährt durch die Zusammenarbeit Thailands mit den USA. Die USA sahen in Thailand ihren Partner in der Region im Kampf gegen den Kommunismus. Während des Vietnamkrieges unterhielten die USA militärische Stationen vor allem um Udon Thani und leisteten intensive Entwicklungshilfe. Feldmarschall Sarit, dessen gesamtes Regierungshandeln auf Sicherheit (*khwam man khong*) und Entwicklung (*kan phatthana*) (2014: 92f; vgl. Thak 1979) ausgerichtet war, sah neben Aufstandsbekämpfung und Propaganda in Programmen zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage im Nordosten die Lösung des *panha isan* (E. Cohen 1993: 161; Keyes 2014: 108). Zwar wandte sich eine thailändische Regierung hiermit nicht zum ersten Mal der wirtschaftlichen Schwäche des Nordostens zu, aber mit dem *Northeast Development Plan* (1962-1966) war der erste speziell für den Nordosten ausgearbeitete Plan geboren (Keyes 2014: 104). Mit finanzieller Unterstützung der USA sollten sechs Ziele im Nordosten realisiert werden: die Verbesserung der Wasserversorgung, der Transport- sowie Kommunikations-infrastruktur, Hilfestellungen in verbesserter Produktion und Vertrieb, die Bereitstellung von Energie für industrielle und (später) ländliche Elektrifizierung, die Förderung privater industrieller und kommerzieller Entwicklung sowie die Unterstützung von Gemeindeentwicklungsprojekten, Bildungsprogrammen und Gesundheitsvorsorge auf der lokalen Ebene (Thailand, *Committee on Development of the Northeast* 1961: 1f, zitiert nach Keyes 2014: 104). Zusätzlich wurden Forschungen im Nordosten angestoßen, die von amerikanischen Sozialwissenschaftlerinnen durchgeführt wurden und erstmals Erkenntnisse über die wirtschaftliche Situation, Sozialstruktur und Kultur lieferten (E. Cohen 1993: 161). Tatsächlich konnte die Kommunistische Partei Thailands (CPT) im

Nordosten ab den 1960er Jahren im Isan Erfolge verbuchen. In den 1980er Jahren aber scheiterte die CPT daran, das kommunistische Projekt in Thailand umzusetzen. Ihr war es nicht gelungen Bündnisse mit den erfolgreichen kommunistischen Revolutionären in China, Laos, Kambodscha und Vietnam einzugehen. Im Nordosten nährten zudem die vielen postrevolutionären Flüchtlinge von der gegenüberliegenden Mekongseite aus Laos und Kambodscha Zweifel an der kommunistischen Ideologie (Keyes 2014: 124-126). Auch wenn es der CPT gelang den Antagonismus einiger Dorfbewohner des Nordostens gegenüber der thailändischen Regierung zu nutzen, betrachtete sie die das Dorfleben bestimmenden buddhistischen Traditionen als Hemmnisse für die Revolution und konnte so ihren Klassenkampf nicht, in für die Bevölkerung des Nordostens relevanten Kategorien, popularisieren (E. Cohen 1993: 157f; Keyes 2014: 128f).

Die wirtschaftlichen Hilfsprogramme waren bis auf die verbesserte infrastrukturelle Anbindung des Nordostens an das politisch-wirtschaftliche Zentrum Bangkok kein Erfolg. Selbst absolutes Wachstum verfehlte aufgrund der relativen Benachteiligung gegenüber der wirtschaftlichen Situation in Zentralthailand seine Wirkung; die Schere zwischen Bangkok und dem Isan wurde sogar noch größer (E. Cohen 1993: 160-166). Die Entwicklungsprogramme hatten aber dennoch eine, wenn auch unbeabsichtigte Konsequenz: Sie verstärkten die regionale Identität des Isans und intensivierten das Gefühl ein zum Rest des Landes separater Teil zu sein (1993: 166).

Formierung einer ethnoregionalen Identität

Erik Cohen (1993: 147) nennt es das „paradox of centralization“, dass parallel zu den Bestrebungen des thailändischen Staates, den Nordosten zu integrieren, der Isan eine eigene ethnoregionale Identität herausbildete. Die bildungspolitischen und administrativen Reformen, die zunehmende infrastrukturelle Erschließung und die maßgeschneiderten Entwicklungsprogramme – kurz: die zunehmende Eingliederung des Nordostens in die zentralistische staatliche Ordnung – beförderten die Wahrnehmung im Isan, ein gesonderter, dem Rest des thailändischen Staates, insbesondere der Zentralregion, untergeordneter Teil des Nationalstaates zu sein (E. Cohen 1993; Keyes 2014: 63). Trotz der nationenbildenden Maßnahmen blieb der Isan „a backwater of the Thai state“ (E. Cohen 1993: 154). Bereits in Siam wurde auf die Bewohner des Nordostens herabgeschaut – Bangkoker betrachteten sie damals wie heute als ungebildet und unkultiviert (E. Cohen 1993: 155; Vorng 2017: 120-124). Dieses Bewusstsein ging einher mit einer Entfremdung der Isaner gegenüber Repräsentantinnen des thailändischen

Staates, die ihnen im Alltag begegneten (Keyes 2014: 110-113). Während die Interaktion mit Staatsbeamten von Duldung und Animosität (McCargo/ Krisadawan 2004: 227) geprägt war, hatten die Isaner die staatlich propagierte Loyalität zum thailändischen Monarchen hingegen ungebrochen angenommen:

> „[B]y the early 1960s Isan villagers had come to distinguish between the king, whose manifest moral authority was derived from his Buddhist charisma, and most of the servants of the king, who were seen as exercising power without moral constraint“ (Keyes 2014: 99; vgl. E. Cohen 1993).

Drei Prozesse führten maßgeblich zur Herausbildung einer ethnoregionalen Identität im Isan:

Erstens war die Etablierung eines parlamentarischen Systems mit dem Umsturz der absoluten Monarchie 1932 ‚Geburtshelfer‘ für einen Ethnoregionalismus (Keyes 2014: 3). Zum ersten Mal war es für die Isaner möglich, über Repräsentanten der Provinzen ihre Interessen auf der nationalen Bühne zu artikulieren. In der Zeit zwischen 1932 und 1947, in denen Pridi Banomyong und Phibun Songkram die einflussreichsten politischen Persönlichkeiten Thailands waren, nahm der Isan als politische Identität Gestalt an. Hauptkatalysator war die Ermordung von drei Politikern aus dem Nordosten, die innerhalb der vom liberalen Pridi angeführten *Seri-Thai*-Bewegung (Bewegung für ein „Freies Thailand“) gegen die Kollaboration der thailändischen Regierung um Ministerpräsident Phibun mit der japanischen Besetzungsmacht ankämpften. Dieser als sogenannter „Kilo 11“ (die Toten wurden am Kilometerstein 11km nördlich von Bangkok gefunden) bekannt gewordene Zwischenfall demonstrierte eindrücklich die Haltung der Zentralregierung gegenüber jenen, die mit den politischen Aspirationen des Isan identifiziert wurden (Keyes 2014: 64-75). Auch zwischen 1947 und 1957 lenkten Parlamentarier aus dem Nordosten die Aufmerksamkeit auf die Vernachlässigung der wirtschaftlichen Benachteiligung des Nordostens sowie auf die politische Unterdrückung des Nordostens (Keyes 2014: 79-89). Nachdem das parlamentarische System unter Sarit 1958 abgeschafft wurde, dauerte es bis in die 1970er Jahre, bis ein gewähltes Parlament den Isanerinnen wieder ihre Stimme auf nationaler Ebene zurückgab. Dieses politische Gewicht wurde durch zahlreiche Putsche von militärisch geführten Regierungen immer wieder eingeschränkt; im Gedächtnis des Nordostens waren die demokratischen Abschnitte der Geschichte jedoch fest verankert (Keyes 2014: 9). Auch das jüngste Aufbegehren der ‚Rothemden‘ interpretierte Keyes (2012a: 356) als Kampf des Isan um eine Anerkennung ihrer Stimmen im parlamentarisch-demokratischen System.

Zweitens einigten die Isaner gemeinsam geteilte Migrationserfahrungen. Nach 1949, nach Einführung von Immigrationsquoten, die durch das Ausbleiben chinesischer Arbeitskräfte im Niedriglohnsektor Bangkoks ein Vakuum hinterließen, drängten viele überwiegend männliche Isaner auf den urbanen Arbeitsmarkt. Ab den 1970er Jahren, in Zeiten Thailands exorbitanten Wirtschaftsbooms, migrierten auch zunehmend Frauen (vorübergehend) nach Bangkok. Damit stellten die Isaner nach dem Zweiten Weltkrieg die größte Gruppe ländlicher Migranten unter den geringqualifizierten Arbeitern in Bangkok (Keyes 2014: 75-78, 108-110; Mills 1999a). Ein wachsendes Zusammengehörigkeitsgefühl als Isaner war die Folge:

> „[T]he pattern of increasing temporary migration of northeastern villagers to Bangkok beginning in the postwar period greatly spurred the development of 'we-they' attitudes among northeasterners. Moreover, the 'we' (*ban hao*, lit. 'we villagers') was beginning to assume a more ethnoregional character" (Keyes 2014: 78).

Drittens manifestierte sich dieses Wir-Gefühl auch in Auseinandersetzungen um den Entwicklungskurs. Der ‚politische Radikalismus' des Isan drückte sich hier nicht mehr nur auf parlamentarischer, sondern auch auf zivilgesellschaftlicher Ebene an der Basis aus (Somchai 2006). Zwei Erlasse von 1980 und 1983, ersterer von beiden stand in unmittelbaren Zusammenhang mit der Gewährung von Amnestie gegenüber den Anhängern des kommunistischen Aufstandes, erlaubten die Wiederetablierung von Studierenden-, Bäuerinnen- und Umweltvereinigungen sowie die Gründung neuer Nichtregierungsorganisationen (NGOs). Hunderte neu gegründete NGOs widmeten sich drängenden Problemen auf dem Gebiet der ländlichen Entwicklung, der Familienplanung, der Gesundheitsversorgung, der Menschenrechte dem Ressourcenmissbrauch. Ziel war die Ermächtigung der Bevölkerung im Nordosten, so dass ihre Interessen in die nationale Politikgestaltung einfließen (Keyes 2014: 131-134). In den 1980er und 1990er Jahren richteten sich Proteste gegen die Entwicklungsmaßnahmen der Zentralregierungen. Widerstand formierte sich insbesondere gegen die massive, kommerzielle Waldrodung und gegen den Bau von Wasserkraftwerken (2014: 157-166). Die 99-tägige Demonstration der „Assembly of the Poor" am Regierungssitz des Premierministers in Bangkok zwischen Februar und Mai 1997 wurde im Wesentlichen von einer ländlich basierten, aber urban eingebundenen Bauernschaft („post-peasantry") des Nordens und Nordostens getragen (Baker 2000).

Somchai spricht angesichts dieser Kämpfe von einer „split identity“ (2006: 45) der Isaner. Sie formiert sich nicht nur zwischen laotischer Ethnizität und thailändischer Nationalität, sondern auch zwischen Bangkok und dem Isan:

> „The first meaning [of ‘isan’], the government usage, indicate (sic.) the ‘Thai-ness‘ of the region. It argues that although the people who live in Isan are different from the people in the Central Plain, they are Thai (‘*thai isan*‘), not Lao. […] Another meaning […] not only implies an ethnic difference between the region and Bangkok, but also the struggle of underprivileged masses“ (2006: 45).

Dörflicher oder ‚kosmopolitischer‘ Isan?

Basis der ethnoregionalen Verbundenheit der Bevölkerung des Isan ist das Dorf: „The village remains to this day the bedrock of Isan identity and has shaped the moral basis of that identity“ (Keyes 2014: 3). Auch in der Fremdwahrnehmung nimmt die ländliche Herkunft eine zentrale Rolle ein. Von der Mittelklasse Bangkoks wird der Isaner gemeinhin als Bauer imaginiert, dessen alleinige Lebensgrundlage die Landwirtschaft sei. Genährt wird dieses Bild, häufig komödienhaft oder pejorativ verzerrt, von Darstellungen in Daily Soaps oder Kinofilmen (Keyes 2012a: 354f, 2012b: 173f). Auch der inländische Tourismus ist ein Medium, das den Isan als ländlich und dörflich inszeniert (Kapitel 4). Mit der gelebten Wirklichkeit hat diese Darstellung hingegen kaum etwas zu tun. Die wenigsten Isanerinnen sind heute subsistenzorientierte Reisfarmer, wie sie Keyes (2014: 136-140) noch in den 1960er Jahren bei seinen früheren Forschungen vorgefunden hat. Stattdessen wurde (saisonale) Arbeitsmigration, national wie transnational,[54] für viele Haushalte im Nordosten zur Norm (2014: 149-157). Die Dörfer des Isan sind damit ‚dissoziiert‘: „[V]illages are now far from being places where space (settlement), economy (livelihoods), and community (society) intersect“ (Rigg/ Salamanca 2009: 257). Auch das einigende Zugehörigkeitsgefühl zum Dorf („*ban hao*“) bezog sich nicht mehr nur auf den Ort, an dem die eignen Verwandten und Nachbarinnen lebten, sondern umschloss alle Isaner, ganz gleich, wo sie wohnten oder arbeiteten (Keyes 2014: 172). Keyes bezeichnet die Isaner daher als „cosmopolitan villagers“,

> „people who remain deeply attached to their natal villages and to the cultural and religious traditions of rural society but who also have sophisticated understandings

[54] Seit den 1970er Jahren suchten Thais sich auch außerhalb Thailands Arbeit, insbesondere in den Golfstaaten, in Libyen, Israel, Taiwan, Singapur, Japan und auch Europa oder Nordamerika (Keyes 2012a: 344; 2014: 151f; vgl. Hewison 2004; Pattana 2014).

> of the global economy and the society of the nation in which they live and work“ (Keyes 2012b: 175; vgl. Keyes 2012a).[55]

Durch ihre Einbindung in nationale und globale Ökonomien sowie in moderne Konsumwelten eigneten sie sich Handlungsfähigkeit an, um aktiv auf ihre erfahrenen Ungleichbehandlungen und Herabsetzungen in der thailändischen Stadt-Land-Ordnung – etwa als ‚Rothemden‘ – zu reagieren (Keyes 2014: 166-172).[56]

Der inländische Tourismus, der eine der Arbeitsmigration entgegengesetzte Mobilität von Bangkok aus in den Isan belebt hat, trägt weiter zu einer Wir-Sie-Mentalität und einer Kosmopolitisierung des Isan bei. Ähnlich wie die Cafébetreiber in den chinesischen Grenzregionen, die zu Kosmopoliten im Umgang mit westlichen Backpackerinnen wurden (Notar 2008), nutzten die Chiang Khanerinnen ihr unternehmerisches Wissen, um die Geschmäcker der Stadt zu bedienen und fällten ihre eigenen Werturteile über die Performanzen der Touristinnen (Kapitel 7).

3.4 Chiang Khan zwischen Stadt und Land

Stadt und Land wurden in diesem Kapitel als (diskursives) dichotomes Oppositionspaar betrachtet. Sie sind damit Kategorien, die nur in Relation zueinander Bedeutung erlangen:

> „Just as right and left are at once opposed (right vs. left), ranked (right is culturally superior to left) and presume a larger whole (the body) that the superior part represents (the right hand betokens the person), so too is the Southeast Asian city distinct from, superior to and yet representative of society” (O’Connor 1995: 30, bezugnehmend auf Dumont 1986: 223-233).

Genau wie Bangkok seine Dominanz nur in Kontrast zu den umliegenden Provinzen entfaltet, erscheint Chiang Khan nur in Bezug auf die Metropole Bangkok als abgeschiedenes Dorf. Aus einer dialektischen Perspektive, die nachvollzieht, wie Bangkok auf Chiang Khan schaut und wie im Gegenzug aus Chiang Khan auf Bangkok geschaut wird, ist die Position Chiang Khans als Dorf hingegen nicht immer eindeutig.

---

[55] Pattana argumentiert ähnlich: „I suggest that one way in which to understand the rural villagers as well as some immigrants from the countryside to the city, who make up the working class and constitute the largest segment of the Red Shirt movement, is to capture the emergence of a new political consciousness and sensibility among village people, who have come increasingly to earn their living as mobile members of the global economy. The rise of a new political consciousness and sensibility has its ideological and material foundations in the changing village economy and in increasing socio-cultural mobility“ (2012: 232).

[56] Mit Sunanta und Angeles (2013) ließe sich ergänzen, dass der Isan auch durch weit verbreitete transnationale Heiraten zwischen Frauen aus Nordostthailand und *farang* global eingebunden ist. Im Zuge des sogenannte *phua farang*- (ausländischer Ehemann) Phänomen fließen enorme Geldsummen (z.B. 1464 Mio. Baht (US$ 44.360.000) im Jahr 2004) in den Isan. Die Beziehungen sind ein weiterer Kontext, in dem einige der Frauen kosmopolitisches Bewusstsein gewinnen (2013: 710).

So lassen Geografie und Demografie Chiang Khan mit 5600 registrierten Bewohnerinnen auf dem Gebiet der Gemeindeverwaltung (Interview mit dem Sekretär des Distriktpräsidenten, 03.12.2013) im Vergleich zur Millionenmetropole Bangkok als kleines Dorf erscheinen, während es für umliegende Dörfer ein (klein-)städtisches Zentrum ist. Chiang Khaner selbst verstanden und präsentierten sich als *chao ban* (Dorfbewohnerinnen), als *chonnabot* (ländlichen Raum) oder anspielend auf die Diskreditierung als *ban nok* (‚Hinterwäldler').[57] Im religiösen Alltag und bürokratischer Verwaltung teilte sich die Bevölkerung auf neun Tempelgemeinden auf. Auch die räumliche Struktur (Abb. 3.1) erscheint dörflich übersichtlich: Der gesamte Ort erstreckt sich über zwei parallel verlaufende mit kleineren Gassen (*soi*) verbundene Straßen, die von 0 bis 21 durchnummeriert sind. Die untere, bei den Touristen wegen der alten Holzhäuser beliebte Chaikhong Straße verläuft entlang des Mekong-Ufers. Die obere Srichiangkhan Straße ist die Hauptverkehrsstraße, die Chiang Khan mit Nong Khai, Tha Li und Loei verbindet und von Geschäften gesäumt wird. Mittig etwas oberhalb der Srichiangkhan Straße liegt der Frischmarkt. Außerdem gibt es in Chiang Khan ein Provinzkrankenhaus, drei Grundschulen und eine weiterführende Schule.

Abbildung 3.1 Karte Chiang Khans

Quelle: openstreetmap.de

[57] Der Ortsname Chiang Khan wurde aber stets mit dem Klassifikator *mueang* (in gebräuchlicher Übersetzung Stadt aber auch Zentrum eines „mandalas") nicht mit dem für Dörfer gebräuchlichen *ban* (Dorf, Haus) versehen.

Eine wirtschaftliche Blütezeit brachte Chiang Khan lange vor der touristischen Entwicklung den Anstrich einer Stadt, zumindest für regionale Verhältnisse. So erinnerte der knapp 60-jährige Lung Lan, der T-Shirts auf der *Walking Street* an Touristen verkaufte, das Chiang Khan seiner Kindheit. Er war in einem Dorf außerhalb aufgewachsen und fuhr nur selten nach Chiang Khan, da die Straßen noch schlecht waren. Manchmal sei er aber mit dem Rad nach Chiang Khan geradelt, um Nudelsuppe für nur 5 Baht pro Schale zu essen. Mit Einbruch der Dunkelheit war er wieder zurück. Als ich fragte, warum er für die Nudelsuppe so weit radelte, ob sie in Chiang Khan billiger war, verneinte Lung Lan:

> „Ich wollte eine Stadt (*mueang*) besuchen, weil wir vom Dorf (*mu ban*) kamen. Chiang Khan war damals schon ein Distrikt (*amphoe*), also eine Stadt“ (Interview 22.01.2013).

Die Prosperität durch regen Grenzhandel hatte sich in einer Bank und drei Kinos materialisiert, die selbst die Provinzhauptstadt Loei in den Schatten stellten. Mit dem abrupten Ende der Handelsaktivitäten nach der kommunistischen Revolution 1975 in Laos schlossen diese und hinterließen ein gewöhnliches Isan-Dorf, abgeschnitten von der wirtschaftlichen Entwicklung der Hauptstadt. Nostalgische Diskurse, die neuerdings Bangkokerinnen nach Chiang Khan lockten, verdichteten die Relikte der Handelszeit und des Niedergangs in einer einzigen Imagination, der eines Dorfes (Kapitel 4). Gleichzeitig wurden in Chiang Khan der Verlust ländlicher Werte und die zunehmende Verstädterung des Lebens durch den touristischen Wandel beklagt (Kapitel 5). Beide Narrative fließen in der Benennung Chiang Khans als *„mueang boran*“, als altertümliche Stadt, zusammen.

TEIL I:

MUEANG BORAN: ALTERTÜMLICHES CHIANG KHAN

4 Urbane Nostalgien: Die Entdeckung Chiang Khans

„Chiang Khan vergangener Zeiten: In antiken Holzhäusern liegt ein Duft nach Altem und Coolem.“ Die sepiafarbene Einfärbung des Fotos lässt die Postkarte (Abb. 4.1) alt wirken, so als würde der Empfänger nicht nur einen Gruß aus einem anderen Ort, sondern auch aus einer anderen Zeit erhalten. Das Foto ist an einem Morgen in Chiang Khan aufgenommen worden. Am linken Straßenrand gehen eine Reihe Mönche die Straße entlang. Vor ihnen, am rechten Straßenrand, kniet eine kleine Gruppe auf dem Boden und übergibt einigen Mönchen ihre Almosengaben. Eine einzelne, ältere Frau vorne im Bild scheint gerade von ihrem Hocker aufgestanden zu sein. Den Korb für die Aufbewahrung von Klebreis hat sie darauf abgestellt. Auf der geteerten Straße herrscht kein Verkehr, lediglich ein Pick-up parkt vor einem Haus. Die Fenster und Türen der meisten zweistöckigen Häuser sind verschlossen. Nur bei einigen sieht man die Schiebetüren einen Spalt offenstehen. Vor zwei Eingängen sind Schilder angebracht, von dem eines den Namen eines Pubs trägt. Das Holz der Dächer und Fassaden trägt bereits Spuren der Verwitterung. Eine auf dem Dachvorsprung angebrachte Satellitenschüssel und eine an der Fassade montierte Klimaanlage fallen kaum ins Blickfeld.

Abbildung 4.1 „Chiang Khan vergangener Zeiten: In antiken Holzhäusern liegt ein Duft nach Altem und Coolem“ (Postkarte ©*idea DD*)

Es waren Bilder und Botschaften wie diese, die junge Touristinnen seit einigen Jahren aus Chiang Khan per Post an Freunde und Familie verschickten und digital in den sozialen

Medien teilten. Rasch verband sich mit dem Namen Chiang Khan die Imagination eines ruhigen, verlassen wirkenden Ortes, an dem die Zeit stehen geblieben schien; eines Ortes, in dem verfallene Holzhäuser als Relikte von einer ehemals florierenden Grenzhandelsstadt am Mekong kündeten. Illustrationen des altertümlichen Chiang Khans, der *mueang boran*, sprachen mit großem Erfolg die nostalgischen Sehnsüchte der Stadtbevölkerung Thailands an, die an den Wochenenden nach Chiang Khan kam, um selber den „Duft nach Altem und Coolem" riechen zu können. Spätestens 2009 wurde Chiang Khan zu einem beliebten Reiseziel im thailändischen Inlandstourismus.

Den physischen Ortswechsel mit einer gedanklichen Reise in vergangene Epochen zu verknüpfen, ist das Versprechen eines weltweiten Erfolgsmodells, dem Nostalgietourismus (Dann 1994; Graburn 1995a). In diesem Kapitel werde ich aufzeigen, wie Thailands „Modernitätskrise" (Tanabe/ Keyes 2002: 6) ein gesellschaftliches Klima der Nostalgie – die Sehnsucht nach einer vergangenen Zeit und dem Verlangen nach dem, was durch eine sich verändernde Gegenwart irreversibel verloren gegangen ist (Pickering/ Keightley 2006: 920) – beförderte. Die intellektuellen und wirtschaftsideologischen Debatten dieser Zeit waren von zwei Verzerrungen geprägt: Geführt aus Sicht der Stadt wurde, erstens, das durch die Moderne bedrohte Lokale und Dörfliche mit der Vergangenheit gleichgesetzt und, zweitens, Lösungen für gegenwärtige Herausforderungen in der Vergangenheit gesucht (Evrad/ Prasit 2009: 245). Ich argumentiere, dass sich diese nostalgischen Positionen in Vorstellungen der *mueang boran*, dem altertümlichen Chiang Khan, übersetzten. Hierbei bediene ich mich Salazars Konzept der touristischen Imaginäre („tourism imaginaries", Salazar 2010a, 2012; vgl. Salazar/ Graburn 2014a; siehe Einleitung), um auszudrücken, dass sich die weit geteilte und zikulierende Idee vom aus der Zeit gefallenen Dorfleben, wie sie in der Postkarte illustriert wird, als maßgeblicher Motor des thailändischen Inlandstourismus erwies und ländliche Regionen, insbesondere den Isan, für urbane Konsumbedürfnisse erschloss.

4.1 Nostalgie und die Politisierung der Stadt-Land-Beziehungen

In den letzten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts durchlief die thailändische Gesellschaft einen rapiden, weitreichenden Wandel. Der wirtschaftliche Aufschwung nach dem Vorbild der asiatischen Tigerstaaten transformierte Thailand von einem überwiegend agrarisch geprägten Land zu einer industrialisierten, globalisierten Nation. Angesichts dieser massiven Umbrüche stand die gesellschaftliche Ordnung auf dem Prüfstand. In

Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft wurden die Chancen und Grenzen von Globalisierung (*lokanuwat*) erörtert, die einerseits Fortschritt, Entwicklung und Wohlstand brachte, aber andererseits für Umweltzerstörungen und die Zerrüttung sozialen Zusammenhalts verantwortlich gemacht wurde (Reynolds 1998, 2002). Das Schlagwort Moderne (*than samai*) eröffnete ein weiteres populäres diskursives Feld, mit dem im ganzen Land die sozialen und kulturellen Umwälzungen diskutiert oder kritisiert wurden und Werte zwischen bestehenden Normen und geweckten Aspirationen ausgehandelt wurden (Mills 1999a). Befürchtungen, dass der Fortschritt zu Lasten traditionell thailändischer Kultur gehen würde, beherrschten die skeptischen Perspektiven. Denn das Dorf- und Landleben, das nach offiziell-royaler Bestimmung die thailändische Identität (*khwam pen thai*) ausmacht, verlor zusehends an Bedeutung:

> „The balance of economy and society shifted decisively from rural to urban, and from parochial to open and globalized. The peasantry declined steeply as an element in the national economy, more moderately as a factor in demography, and very markedly in the national culture. The rural remnant became an increasingly marginalized and truculent part of a society whose dynamism was decidedly urban“ (Baker/ Pasuk 2014: 199).

Im Alltagsleben vieler Thais gewann städtisch-globale Konsumkultur an Bedeutung und eine größere Generation als je zuvor konnte ihre Wurzeln nicht aufs Land zurückverfolgen. Eine Konsequenz dieser Verlagerung ist dem thailändischen Historiker Thongchai (1995: 114-118) zufolge eine Reorientierung zur Vergangenheit. „Soziale Nostalgie“ äußerte sich im kommodifizierten Konsum von Geschichte in Museen oder historischen Themenparks, in der Denkmalpflege bedeutender Architektur und in der Popularisierung und Neuformierung der Geschichtswissenschaften.

Intellektuelle Nostalgie

Der bedeutende Politikwissenschaftler Chatthip Nartsupha trug Thongchai zufolge ab den 1980er Jahren mit seiner Erforschung historischer thailändischer Dorfökonomien zwischen der Mitte des 15. und dem frühen 20. Jahrhundert zu dieser „sozialen Nostalgie“ bei. Als Teil der intellektuellen Linken stand Chatthip dem Wirtschaftsboom kritisch gegenüber. Seine Bedenken, durch den Entwicklungskurs der thailändischen Regierungen würden soziale Verfehlungen zunehmen, begünstigten die nostalgische Würdigung vorindustrieller Gemeinschaften in seinen wissenschaftlichen Arbeiten (Thongchai 1995: 115).

In „The Thai Village Economy in the Past“ (Chatthip 1999 [1984]), seinem Hauptwerk aus diesem Ausschnitt seines breiten Forschungsspektrums, stellte Chatthip die These auf, dass das thailändische Dorf lange von den Einflüssen des Staates und des Kapitalismus unberührt blieb. Die dörfliche Wirtschaft gründete auf Subsistenz: Reisanbau, Fischerei, Jagen und Sammeln sowie Weben von Kleidung erforderte lediglich menschliche Arbeitskraft und simple Methoden, die ohne technische Innovationen auskamen. Geringe Überschussproduktion floss als Steuerabgaben an den Staat. Nach der Öffnung für den Welthandel nach dem Bowring-Vertrag zwischen Siam und dem Vereinigten Königreich Großbritannien (1855) wandelte sich die Wirtschaft aufgrund der Nachfrage von außen hin zu kommerzieller Produktion. Der Norden, Süden und Nordosten blieben von diesen Veränderungen unberührt. Und auch in Zentralthailand war der Einfluss auf die dörflichen Strukturen begrenzt. Laut Chatthip zerstörte der Kapitalismus nicht die Dorfgemeinschaft.

Dass das thailändische Dorf sich gegenüber der externen Dominanz von Staat und Kapitalismus behaupten konnte, lag Chatthip zufolge an der Fülle natürlicher Ressourcen, an der gegenseitigen Kooperation, die im Dorf für Sicherheit und Zufriedenheit sorgte und an den speziellen Gegebenheiten des thailändischen Staates und Kapitalismus, die Überschüsse aus dem Dorf direkt ausbeuteten, so dass keine reformerische Großgrundbesitzerklasse oder progressive Bourgeoise entstehen konnte.

Aus der historischen Beständigkeit der dörflichen Autonomie leitete Chatthip ab, dass der Verfall des gegenwärtig beobachteten thailändischen Landlebens eine Konsequenz der Industrialisierung und Expansion des Staates in jüngerer Zeit sein muss (Thongchai 1995: 114). Seine historische Forschung war darum immer auch ein politisches Projekt, das in seiner persönlichen Biografie begründet war: Aufgewachsen in einer Bangkoker Familie der oberen Mittelklasse, lernte er erst als junger Absolvent der prestigeträchtigen Chulalongkorn Universität bei einem Besuch in der ländlichen Mahasarakham Provinz von den Ungerechtigkeiten der dortigen Armut (Reynolds 2013: 18). Fortan nahm er sich dem Dorf als Ort der Hoffnung an, dessen Autarkie, Selbstgenügsamkeit und andere kommunale Werte Möglichkeiten für gesellschaftlichen Wandel eröffneten (2013: 8). In einem Interview mit Pasuk und Baker erklärte Chatthip 1996 seinen zu dieser Zeit unkonventionellen Blickwinkel, Geschichte aus Sicht des Dorfes, nicht des Staates, schreiben zu wollen:

„I wanted to look at what is the core of Thai society, what is the goodness of Thai society. My interest in Thai villages came in this way. I came to study Thai villages after I studied the Thai state and rejected it“ (Pasuk/ Baker 1999: 118).

Für seine essentialisierende und orientalisierende Sicht auf thailändische Dörfer (Thongchai 2008: 579, vgl. Reynolds 2013: 2f) sowie seine romantisierende Sichtweise, die die Nachteile des Dorflebens wie geringere Lebenserwartung und Entbehrungen ebenso ignoriert wie die Vorteile durch technischen Fortschritt (Pasuk/Baker 1999: 122), erntete Chatthip von vielen Seiten Kritik.[58] In seiner Arbeit wird aber eine Sicht auf thailändische Dörfer reflektiert, die sich als Standbild in städtischen Diskursen verfestigt hat und nicht zuletzt auch in der Entdeckung Chiang Khans deutlich wird. Insbesondere sein in den 1990er Jahren geprägtes Konzept der Gemeinschaftskultur („community culture“) wurde in den Debatten um die Konsequenzen aus der asiatischen Finanzkrise von 1997 auch außerhalb der Wissenschaft aufgegriffen. Es sieht in geteilter Arbeit, Reziprozität und gemeinschaftlicher Harmonie, die Essenz aller Thais, die immun gegen bürokratische und kapitalistische Vereinnahmung sei (Reynolds 2013: 11; Thongchai 2008: 581).

Royal-nationalistische Nostalgie

Der massive Konjunktureinbruch und die Deflation des thailändischen Bahts bescherten Thailands Wirtschaftswunder 1997 ein abruptes Ende – mit dramatischen Folgen auch für individuelle Einkommensverhältnisse. Innerhalb kürzester Zeit gingen ganze Geschäftszweige bankrott, Firmen und Fabriken mussten wegen ausbleibender Investitionen schließen. Die Arbeitslosigkeit stieg auf einen nie dagewesenen Höchststand. Viele der Arbeitsmigranten, die in Bangkoks Metropolregion Arbeit und zusätzliches Auskommen gefunden hatten, waren gezwungen aufs Land zurückzukehren. Der Internationale Währungsfond (IWF) intervenierte und erlegte Thailand ein wirtschaftliches Programm auf, das eine zunehmende finanzielle Liberalisierung und eine weitere Öffnung gegenüber ausländischen Investitionen vorsah (Baker/ Pasuk 2014: 257-262).

[58] Reynolds (2013) entkräftet derartige Kritik an Chatthip im Sammelband „Essays on Thailand’s Economy and Society“ zu Ehren von Chatthips 72. Geburtstag (Pasuk/ Baker 2013). Viele Kritiker hätten vernachlässigt, dass sich Chatthips Aussagen tatsächlich auf Dörfer in der Vergangenheit in der Zeit zwischen 1855 und 1932 bezogen. Lediglich Bowie (1992) habe mit empirischen Beweisen zur Dekonstruktion der Subsistenzwirtschaft beigetragen.

Die Bewältigung der Finanzkrise verlieh Globalisierungsgegnern Aufschwung. Aus den Reihen von NGOs, sozialen Bewegungen und Intellektuellen formierte sich eine nationalistische Bewegung, die in ruralem „Lokalismus“ (Hewison 2000) die Antwort auf die Krise sah. Sie sahen die liberale Marktwirtschaft als gescheitert an und drängten auf eine von ländlichen Werten getragene autarke und vom Westen unabhängige Wirtschaftsordnung. Die Solidarität, Gleichheit und Genügsamkeit, die sie in lokaler und ruraler „Gemeinschaftskultur“ festschrieben, sollte neu belebt werden, um den Auswüchsen der kapitalistischen Entwicklung in den Städten – dem Materialismus, Konsumerismus und Industrialismus – Einhalt zu gebieten.

Besonderen Aufwind erfuhr die Lokalismus-Bewegung durch eine öffentliche Erklärung von König Bhumibol anlässlich seines 70. Geburtstages im Dezember 1997:

> „Being a tiger is not important. What is important is to have enough to eat and to live; and to have an economy which provides enough to eat and live. […] We have to live carefully and we have to go back to do things which are not complicated and which do not use elaborate, expensive equipment. We need to move backwards in order to move forwards. If we don’t do like this, the solution to this crisis will be difficult” (Baker/ Pasuk 2014: 260).

Bereits seit den 1970er Jahren arbeitete König Bhumibol an einer alternativen Wirtschaftsform, die basierend auf der buddhistischen Lehre Nachhaltigkeit, Maßhaltung und Gemeinschaftlichkeit zur Grundlage macht. Kern der Suffizienzökonomie (*settha kit pho phiang*) ist ein dreistufiger Entwicklungsansatz. Auf landwirtschaftliche Autarkie folgt Selbstversorgung auf der Gemeinschaftsebene durch Austausch von Haushaltsüberschüssen. Erst die dritte Phase sieht vor, dass überschüssige Produktion extern verkauft wird, um Zugang zu Technologien und Ressourcen zu erhalten (A. Walker 2010: 242-244).

Das Modell der Suffizienzökonomie geht jedoch an der gegenwärtigen Realität ländlicher Lebensgrundlagen vorbei. Andrew Walker (2010) hat in einem Dorf im Norden Thailands erhoben, dass Landwirtschaft allein keine Subsistenz ermöglicht. Stattdessen wurden landwirtschaftliche Erträge ergänzt durch Haushaltseinnahmen aus kommerzialisiertem Marktfruchtbau sowie aus agrarischer und nicht-agrarischer Lohnarbeit und Kleingewerbe. Lokale wirtschaftliche Nachhaltigkeit basierte demzufolge nicht auf dem eingeschränkten Fokus auf Subsistenzproduktion und lokal begrenzten Austausch, sondern auf wirtschaftlicher Mannigfaltigkeit (A. Walker 2010: 258):

> „The notion that external linkages should only be developed once there is a foundation in local sufficiency is simply not consistent with the economically

diversified livelihood strategies pursued by rural people in contemporary Thailand. It is *an agrarian vision from the past*" (A. Walker 2010: 244, meine Hervorhebung).

Diese Diskrepanz zwischen Suffizienzdiskurs und den faktischen Gegebenheiten deuten darauf hin, dass es sich bei der Suffizienzwirtschaft weniger um eine wirtschaftliche Programmatik, sondern um eine moralische Ideologie handelt (Isager/ Ivarsson 2010: 223; A. Walker 2010: 260).

Seit der Geburtstagsrede wurde die Suffizienzökonomie in mehreren Schritten institutionalisiert. Das *Office of the National Economic and Social Development Board* (NESDB) arbeitete sie zu einer kohärenten Philosophie aus. In der im November 1999 offiziellen, royal gebilligten Version heißt es unter anderem:

„‚Sufficiency Economy' is a philosophy that stresses the middle path as the overriding principle for appropriate conduct by the populace at all levels. […] [A] balanced approach combining patience, perseverance, diligence, wisdom and prudence is indispensable to cope appropriately with critical challenges arising from extensive and rapid socioeconomic, environmental, and cultural changes occurring as a result of globalisation (NESDB 2004: 9, zitiert nach Isager /Ivarsson 2010: 228).

Anschließend wurde die Suffizienzökonomie als Leitmaxime in den 9. Nationalen Sozialen und Wirtschaftlichen Entwicklungsplan Thailands (2002 – 2006) aufgenommen.

In den politischen Turbulenzen zwischen ‚Rot-' und ‚Gelbhemden' wurde die royal gestützte Suffizienzwirtschaft herangezogen, um 2006 den Staatsstreich an einer demokratisch gewählten Regierung um Premierminister Thaksin zu legitimieren. Die Putschisten führten an, dass Thaksins Wirtschaftsprogramme die Moral lokaler wirtschaftlicher und politischer Systeme unterminieren. Seiner vornehmlich ländlichen Wählerschaft wurde damit abgesprochen, sich in demokratischen Wahlen für die ‚richtigen', verantwortlich handelnden Repräsentanten zu entscheiden. Die Suffizienzökonomie stand Andrew Walker zufolge im Dienst der politischen Agenda, ein demokratisch gewähltes Parlament durch ernannte ‚gute' Mandatsträger führen zu lassen:

„The clear message of the sufficiency economy philosophy was that the appropriate role for the rural population lay in localized and modest pursuits. Not only were rural people to be shielded (or excluded) from full and active participation in the national economy but their full and active participation in electoral democracy was delegitimized and the power of their elected representatives was constrained" (2010: 262).[59]

[59] Elinoff (2014), der Feldforschung zu Entwicklungsprojekten in urbanen Gemeinschaften in der nordöstlichen Provinzstadt Khon Kaen betrieben hat, argumentiert gleichgelagert, dass das Konzept von Suffizienz in Entwicklungskontexten allgegenwärtig darauf abzielte, die Armen in ihren politischen und materiellen Bedürfnissen zu disziplinieren. Es hinderte sie jedoch nicht sich aktiv politisch zu beteiligen. Suffizienz gab ihnen einen Rahmen vor, ihr Recht an der Stadt zu formulieren.

Bei der Suffizienzrhetorik handelt es sich folglich nicht um eine arglose Romantisierung ruraler Lebensrealitäten, sondern um eine Politisierung der Stadt-Land-Beziehungen: Die durch Thaksins populistische Programmatik mobilisierten Aspirationen der Landbevölkerung wurden in der Suffizienzideologie umformuliert als unangebrachte Gier:

> „Sufficiency Economy theory […] operates by rephrasing desires and expectations formulated under Thaksin as an emblem of economic dynamism, not only as not valuable but as intrinsically un-Buddhist, and therefore morally wrong and un-Thai (Sopranzetti 2012: 370).

Auch ländliche Strategien im Umgang mit ungleich verteilten Ressourcen und Bangkok-zentrierten sozialen Aufstiegsmöglichkeiten, wie die Land-Stadt-Migration, wurden in Diskursen zur Suffizienzökonomie als maßlos abgetan: „Their [rural people's] journeys to the city are not attempts to improve their livelihoods but morally dubious pursuits of extravagance" (A. Walker 2010: 262; vgl. Sopranzetti 2012: 369).

4.2 Nostalgie als touristisches Imaginär

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der massive Bruch zwischen gelebter industrialisierter Gegenwart und erinnerter landwirtschaftlicher Vergangenheit, die wirtschaftliche Unsicherheit der Boom-und-Bust-Zyklen, die Zweifel an der Beständigkeit einer thailändischen Identität und die in der Suffizienzrhetorik zum Ausdruck kommenden Ängste, dass die gesellschaftliche Umverteilung zwischen Stadt und Land bedroht sei, Thailand in kollektive Nostalgie stürzte. Diese Beobachtung fügt sich ein in theoretische Erkenntnisse, die das Aufkommen von Nostalgie einhellig in Zeiten gesellschaftlicher Transformationen und Ungewissheiten, insbesondere der Moderne, verorten (Angé/ Berliner 2014; Bissell 2014; Creighton 2001; Pickering/ Keightly 2006).

In Thailand blieb ein nostalgisches Grundklima nicht beschränkt auf intellektuelle und royal-nationalistische Entwicklungsvisionen, die die Stadt für das Land (Thailand und den ländlichen Raum) formulierte, sondern wurde in Bereichen der Popkultur und als touristisches Imaginär für breite Massen der städtischen Mitteklassen konsumfähig. In Bangkok erfreuten sich Vintagedesigns, Retromärkte und die Renaissance gestriger Alltagsgegenstände großer Beliebtheit (vgl. Purnell 2012). Auch aus dem bahnbrechenden Erfolg des Kinofilms „My Girl" aus dem Jahr 2003, der die Geschichte einer Kinderfreundschaft in den 1980er Jahren erzählt, spricht das Bedürfnis einer Rückbesinnung und Neuausrichtung.

Im November 2013, als Nachrichten von den Demonstrationen und Straßenblockaden des oppositionellen gelben Lagers in Bangkok die Nachrichten und die Gespräche in Chiang Khan beherrschten, erklärte mir mein guter Freund Phi Che, der wie so oft mit analytischer Hingabe, ein wenig Zynismus und subtilem Humor die Zusammenhänge auf den Punkt brachte, was die Touristinnen so an Chiang Khan fasziniert:

> „Die Touristen, die anfangs nach Chiang Khan kamen, waren zu allererst am Alten (*khwam kao*) und Altertümlichen (*khwam boran*) interessiert. Dies war zwar immer schon da, aber erst seit fünf oder zehn Jahren spielt es im Tourismus eine Rolle. [...] Ich denke, dass Thais derzeit nichts erwarten können, wenn sie in die Zukunft schauen. Sie sehen höchstens Probleme auf sich zu kommen. Darum sehnen sie sich zurück in ihre Kindheit, sehnen sich nach der Zeit, in der man am meisten Freude hatte. Denn mit dem Erwachsenwerden ging die Freude verloren. Also begannen sie Dinge zu sammeln, mit denen sie in der Kindheit gespielt haben. Sie sammelten, bewahrten sie auf und stellten sie aus, damit andere der gleichen Generation sie sehen oder fotografieren konnten. Wie die alten Holzhäuser hier. Darin hat man früher gelebt. Es geht also um das Vermissen der Kindheit. [...] Vor allem in der Generation der heute 30- bis 40-jährigen. [...] Thailand steht gerade vor so vielen Problemen, vor Problemen in der Politik, in diesem und jenen. Die Menschen denken nicht an die Zukunft des Landes. Sondern lieber an ihr eigenes Wohlergehen. Die Zeit, in der wir am meisten Freude hatten, war die Kindheit. Wenn Dinge aus der Kindheit ausgestellt werden, dann fühlen sich viele erinnert: ‚Wie niedlich, damit haben wir mal gespielt.‘ Vielleicht sind es nicht die schönsten Dinge, aber sie führen dazu, dass wir uns erinnern“ (Interview, 27.11.2013).

Diese Bedeutung von Nostalgie für die Entwicklung des thailändischen Inlandstourismus und die Herausbildung des Sehenswerten in ländlichen Regionen, historischen Kulturerbestätten und in Vergessenheit geratenen einstigen Marktstädten wie Chiang Khan soll im folgenden Abschnitt näher beleuchtet werden.

4.2.1 Genese des thailändischen Inlandstourismus

Wenn ich mich hier der Frage widme, wie es zur Herausbildung des thailändischen Inlandstourismus kam, dann sei zunächst betont, dass Binnenmobilitäten kein neues Phänomen sind. Dass eine Abgrenzung zwischen Tourismus und immer dagewesenen Reiseanlässen schwierig vorzunehmen ist, wurde mir besonders deutlich in einem Interview mit der Direktorin der TAT in der Zweigstelle Loei vor Augen geführt. Auf meine Frage, wie Tourismus in dieser Provinz entstand, zeigte Yupa Panrod sich irritiert:

> „In Wirklichkeit gibt es Tourismus (*kan thong thiao*) schon sehr lange. Denn jeder, der sich fortbewegte (*doen thang*), reiste (*thiao*) auch. So kann man nicht sagen, wann das Reisen seinen Anfang nahm, weil es Fortbewegung heißt. Fortbewegung gibt es, seit es Thailand gibt, seit es die Menschheit gibt. Man fuhr von Haus zu Haus, besuchte sich, ruhte sich aus. Dies lässt sich ebenso mit Tourismus

bezeichnen. Denn es ist gleichbedeutend mit ‚den Ort zu wechseln'" (Interview, 30.04.2013).

Sie machte deutlich, dass Thais, wie E. Cohen es ausdrückt, „inveterate travellers" (2014a: 246) sind. Lange bevor sich Tourismus als Begriff etablierte,[60] reisten sie, um Freunde und Verwandte zu besuchen. Auch Pilgerreisen zu buddhistischen Stätten und Festen waren immer schon weit verbreitet (E. Cohen 2014a: 246f; Peleggi 1996: 436). Das ‚Verdienst Machen' (siehe Fußnote 22) durch den Besuch ehrwürdiger Mönche oder durch Spenden an berühmte Tempel ist bis heute wichtiger Bestandteil jeder Reise und wird wie selbstverständlich mit anderen Aktivitäten wie Sightseeing oder Shopping kombiniert (E. Cohen 2014a: 246f).

Abgesehen von diesen weit verbreiteten Reiseanlässen blieb das Reisen im Siam des 19. Jahrhunderts aber auf das Königshaus und die Aristokratie beschränkt (E. Cohen 2014a: 246). Die reisende Elite legte dabei den Grundstein dafür, dass Reisen einerseits als notwendig zur Kontrolle des siamesischen „geo-bodys" (Thongchai 1994), andererseits als erstrebenswert, nicht als leidvolle Trennung von der Heimat, erachtet wurde. Evrad und Prasit (2009: 243, 243 Fn. 4) zufolge machte erst diese konzeptuelle Verschiebung von Melancholie zur Nostalgie das Reisen attraktiv. Während Reisebeschreibungen im Genre alter Dichtkunst (*nirat*) melancholisch das Heimweh der Reisenden zum Ausdruck brachten und sich damit auf die Herkunftsorte bezogen, hat die Nostalgie moderner Reisenden das Reiseziel zum Gegenstand, als Symbol dessen, was zu Hause verloren gegangen ist.[61]

Die Entstehung einer Industrie, die eigens auf den inländischen Markt ausgerichtet war und massenhafte Freizeitmobilität für Thais ermöglichte, erforderte aber darüber hinaus infrastrukturelle Verbesserungen und gesellschaftlichen Strukturwandel. Vom Ausbau des Straßen- und Schienennetzes und des öffentlichen Transportwesens sowie der zunehmenden Motorisierung profitierte vor allem die urbane Mittelklasse. Sie war

[60] Das thailändische Wort *thiao*, das sich im Kontext des internationalen Tourismus in der Wortzusammensetzung *kan thong thiao* als Bezeichnung von Tourismus etablierte, hatte ursprünglich eine breitere Bedeutung und wird bis heute auch in dieser semantischen Breite verwendet. *Thiao*, wortwörtlich ‚eine Reise machen', implizierte vor allem männlich konnotiertes Freizeitverhalten, eine Kombination aus Reisen und Vergnügen einschließlich lasterhafter Aktivitäten wie Prostitution, Glücksspiel und Alkoholkonsum (E. Cohen 2014a: 246).

[61] Streng genommen wird hier nicht eine Verschiebung von Melancholie zu Nostalgie deutlich, sondern der Wortbedeutungswandel von Nostalgie reflektiert. Aus der Etymologie (nostos = nach Hause zurückkehren und algia = schmerzvoller Zustand) geht hervor, dass Nostalgie ursprünglich eine physische Erkrankung betitelte, die bei langer unfreiwilliger Abwesenheit von der Heimat auftrat. Etwa im 19. Jahrhundert verlor sich diese klinische Bedeutung. Nostalgie drückte nicht länger das Gefühl räumlicher, sondern vielmehr zeitlicher Entfremdung aus (Pickering/ Keightley 2006: 921-922).

finanziell vom Wirtschaftsboom begünstigt worden und verfügte über genügend Ressourcen, um in nicht notwendige Erholungs- und Vergnügungsreisen zu investieren (Aramberri 2004: 7; E.Cohen/ S. A. Cohen 2015a: 19; Ghimire 2001: 8-11; Kaosa-ard/ Bezic/ White 2001: 113-114). Freizeitaktivitäten und Reiseunternehmungen wurden neben anderen Konsumformen zu einem ihrer unverzichtbaren Statusmarker (King/ Parnwell 2011). Ihr städtischer Hintergrund, einhergehend mit einem hohen Bildungsniveau, machte sie besonders empfänglich für die nostalgische Gesellschaftskritik der Entwicklungsjahre. Zielgruppengerechte Reisewerbung beförderte die Wertschätzung für Kulturerbe, die Idealisierung des Ländlichen und die Kommodifizierung des Lokalen (Evrard/ Prasit 2009). Damit erwies sich Nostalgie, ähnlich wie in Japan (Creighton 1997; Graburn 1993, 1995b), als wesentlicher Motor des inländischen Tourismus. Zum Gegenstand politischer Zielsetzungen, die lange ausschließlich auf den internationalen Markt ausgerichtet waren (Kapitel 7), wurde er hingegen erst in den 2000er Jahren, als die Anzahl der Reisen bereits signifikant gestiegen war und sich entsprechende Strukturen ad hoc abseits staatlicher Förderung entwickelt hatten (E. Cohen 2014a: 248f).

Entdeckung des Ländlichen

Weil ländliche Regionen unter dem Einfluss der nostalgisch gefärbten Modernisierungs- und Globalisierungsdebatten nicht länger als zurückgebliebenes, unzivilisiertes, mitunter gefährliches Hinterland galten (Kapitel 3), sondern als authentisch Thai glorifiziert wurden, strömten die Mittelklasse und Eliten der Städte hinaus in die Provinzen:

> „Under the influence of an idyllic, traditionalist and nostalgic vision of the countryside, rural spaces have been reinvented and transformed into appealing visual and conceptual archetypes which sustain discourses on national identity and history" (Evrard/ Prasit 2009: 245; vgl. Rigg/ Ritchie 2002: 363; Thongchai 2000: 546).

Mobilitäten bekamen so eine neue Richtung: Die Raumordnung des 19. und frühen 20. Jahrhunderts hatte Reisen von den Städten in die Dörfer und Dschungelgebiete nicht aufkommen lassen (E. Cohen 2014a: 246; Thongchai 2000). In den Jahrzehnten des wirtschaftlichen Aufschwungs waren es dann die Landbewohnerinnen, die die Stadt in der Hoffnung auf Moderne, Fortschritt und sozialen Aufstieg aufsuchten. Erst durch den Imagewandel des Ländlichen waren es nun die Stadtbewohner, die an Orten wie Chiang Khan ihrem kulturellen und moralischen Zerfall zu entfliehen versuchten.

Aus verzerrten Darstellungen idyllischen Landlebens – ein häufiges nostalgisches Motiv (Creighton 2001: 10744) – das in Film und Fernsehen oder in Schulbüchern reproduziert wurde, wurde ein touristisches Imaginär, das sich auch ganz real, nicht nur auf dem Bildschirm konsumieren ließ.[62] Trotz Zirkulation und Mobilität erweist sich diese urbane Mittelklasse-Fantasie, das Land sei ein Ort farbenfroher Zeremonien von zufriedenen Bauern, also Menschen, die nichts lieber tun als Reis anzupflanzen – wie Jonsson (2001: 688) es zynisch auf den Punkt bringt – als bemerkenswert statisch. Tourismus lebt von essentialisierenden Repräsentationen (Salazar 2010a: 15). Die Tatsache, dass thailändische Dorfökonomien nicht mit lokal isolierter Landwirtschaft gleichzusetzen, sondern längst kosmopolitisch sind (Kapitel 3) würde dem Imaginär, das seine Kraft aus der strukturalistischen Zweiteilung aus Stadt und Land bezieht (Salazar 2012: 846), die Wirksamkeit nehmen. Abweichungen zwischen Imaginär und Urlaubserfahrung wurden allenfalls als bedauerliche Folge von Fehlentwicklungen durch Tourismus zur Kenntnis genommen (Kapitel 5).

Entdeckung des Altertümlichen: Kulturerebestätten

Die Nostalgieindustrie[63] (Peleggi 2002) machte auch Kulturerbestätten, insbesondere die UNESCO-zertifizierten Ruinen der Königreiche Sukhothai und Ayutthaya, zu Attraktionen des inländischen Tourismus. Zwar finden sich diese auf vielen Reiserouten ausländischer Touristen – Thailand warb gezielt mit seinem historischen Erbe als Gegenbild zur ungewollten Assoziation mit Sextourismus (Peleggi 1996; 45; vgl. Morrison 2013) – unter den Besucherinnen dominieren aber die thailändischen (King/ Parnwell 2011). Peleggi erläutert:

> „[U]rban Thais are keener than foreign tourists in their longing for the quaint or nostalgic aspects of a pre-industrial Thai lifestyle and certainly more receptive than they to festivals, national celebrations and heritage attractions that exploit the folk

[62] Vor dem Hintergrund dieser verzerrten Wahrnehmung lernte auch ich das thailändische Landleben zum ersten Mal kennen. Als Austauschschülerin durfte ich in den Schulferien eine Woche in einem Dorf außerhalb Ubon Ratchathanis verbringen, da mir die nobleren Rotary-Kreise die Möglichkeit geben wollten, das ‚authentische' Thailand zu erleben. Ich erinnere mich noch, wie ich mit meinem damaligen Betreuer bei der Familie seines Angestellten ankam und er auf die sattgrünen Reisfelder deutete: Das hier sei das wahre Thailand. Ich habe damals diese romantische Verklärung einfacher, oftmals beschwerlicher und ärmlicher Verhältnisse angenommen und vielleicht haben die Wasserbüffel, die einfachen Holzhäuser mit einem Schlafraum für die ganze Familie, das selbstverständlich Ein- und Ausgehen der Nachbarn im unteren offenen Bereich der Häuser, das Fische Fangen in den Reisfeldern, die mittäglichen Ruhepausen in der Hängematte oder der Marktgang als besonderes Erlebnis auch mein Imaginär des thailändischen Dorfes lange geprägt.

[63] Damit bezieht sich Peleggi (2002) auf das Potential von Tourismus, die hegemoniale Geschichtsschreibung, die sich an Kulturerbestätten wie Sukhothai manifestiert, über kommerzialisierte Nostalgie zu diversifizieren.

> patrimony and the repertoire of historical and nationalist symbols" (Peleggi 1996: 437).

Für internationale Touristen sind sie globale Topattraktionen. Für die inländischen Bewunderer bedeutet ein Besuch aber weit mehr: Sie stellen Bezug zur thailändischen Nation, Religion und Monarchie – den drei Grundpfeilern der offiziellen Identität – her. Sightseeing an Kulturerbestätten weckt – als Teil von Spaß und Erholung – nationale Loyalitäten (Peleggi 2002: 69) und erfüllt damit einen Hauptzweck inländischen Reisens. Neben der Schaffung von Erwerbsquellen, so erklärte mir Pattamat Wongpattanasiri als geschäftsführende Direktorin der TAT der Region Nordost in Bangkok, sei das wichtigste Ziel der TAT bei der Förderung des Inlandstourismus, den Thais zu vermitteln, ihr eigenes Land über das Reisen lieben zu lernen (Interview 26.06.2013).

Kulturerbestätten werden aber nicht nur als Zeugnisse einer nationalen Geschichte gewürdigt; die urbane Mittelklasse schätze sie – und die Naturerbestätten – auch als Kulisse zur Erholung im Kreis von Familie und Freunden (King/ Parnwell 2011; siehe Kapitel 6).

Entdeckung des Altertümlichen: Marktstädte

Neben Kulturerbestätten zogen zunehmend auch alte Marktstädte, ehemalige Schauplätze des Wasserhandels über Flüsse und Kanäle (*khlong*), das Interesse thailändischer Touristinnen auf sich. Ähnlich wie ländliche Dörfer erfuhren Orte wie Amphawa (Samut Songkhram Provinz) und Sam Chuk (Suphanburi Provinz) unweit von Bangkok oder Chiang Khan eine Aufwertung:

> „While the Thai middle classes were disparaging rural and small-town life as backward when it was still vital, that life became an attraction when its last, moribund relics have been 'rediscovered', and turned into nostalgic reminders of a heritage, that had often been relentlessly destroyed in the name of progress. In the past decade, the very underdevelopment of these towns became an asset, turning them unexpectedly into major attractions for modern urban visitors, who cherished them as nostalgic relics of a disappearing 'old Siam'" (E. Cohen 2014a: 252).

Städtische Besucher suchen hier nach dem Thailand, das in den Umwälzungen der Modernisierung, Industrialisierung und Urbanisierung verloren gegangen ist. Beispielhaft für derartige „allotemporal imaginaries" (Salazar/ Graburn 2014b: 10) ist eine Reisebeschreibung der TAT von Amphawa. Amphawa ist eine Gemeinde an den Ufern des Amphawa-Kanals und des Maeklong Flusses und zählte einst zu den größten Wassermärkten der Region, bis es als Zentrum des Wasserhandels durch den Ausbau der Straßeninfrastruktur zum Erliegen kam. Heute zeugen alte erhaltene und teils mit Hilfe

der UNESCO restaurierte Holzhäuser an den Ufern noch von dieser Zeit: „Amphawa offers a glimpse of how Bangkok looked when canals outnumbered the roads and people travelled by boat" (TAT 2014f). Liest man sich die Repräsentation einer alten Marktstadt im Freilichtmuseum und Miniaturpark „*Mueang Boran*" (*The Ancient City*)[64] in Samut Prakan nahe Bangkok durch, dann wird noch deutlicher, dass diesen Orten die Gleichzeitigkeit zu Bangkok verwehrt wird (Fabian 2002 [1983]):

> „The Old Market Town or *Talad Bok* has been recreated to portray the atmosphere of an ancient Thai community. The self contained community of an old market town makes it possible for the towns people to live on their own; the town provides sufficient facilities and necessary structures which are important for the physical and psychological well-being of the people. There are shops selling all kinds of goods, entertainment centres such as theaters and casinos, and religious monuments like the spirit houses standing side by side in the community" (The Resource Center of Thai Culture 2007: 10).

Abbildung 4.2 Alte Marktstadt im Freilichtmuseum „Mueang Boran"

4.2.2 Entdeckung des Isan

Die Verblendung der geografischen mit der zeitlichen Dimension (Creighton 2001: 10746) öffnete auch den lange als nicht bereisbar geltenden Isan für den Tourismus. Bangkok-zentrische Diskurse, die den Isan als aufrührerisch, zurückgeblieben und unkultiviert degradierten, schienen nicht gerade einladend. Im Licht des nostalgischen Stimmungswandels ist es aber gerade das zugeschriebene Noch-nicht-sein (Elinoff/ Sopranzetti 2012; Kapitel 3), das Chiang Khan attraktiv macht, weil es noch nicht

[64] Der 200 Acre große Park wurde vom wohlhabenden sino-thailändischen Geschäftsmann Sia Lek Viryabhum erbaut mit dem Ziel, die thailändische Öffentlichkeit über ihre Geschichte aufzuklären (vgl. van Esterik 2000: 114-118).

entwickelt, noch nicht modern und noch nicht korrumpiert, also immer noch authentisch Thai schien.

Während Nostalgie und der neue Wert der Vergangenheit (Morris 2002) sich schon länger in Form der Revitalisierung ritueller Praxis und dem Festhalten an ‚authentischer' Lanna[65]-Kultur mit dem Norden Thailands verband (Jane Ferguson 2010; Johnson 2014; Morris 2000), zeige ich auf, dass, unter aktiver Förderung der TAT, auch der Isan für ein nostalgisches Imaginär zugänglich geworden ist.

Förderung des Isan als Tourismusregion

Für thailändische Binnenmobilitäten war der Isan seit jeher wegen der buddhistischen Tempelanlagen Wat Phra That Phanom (Nakhon Phanom Provinz) und Wat Phra That Si Song Rak (Loei Provinz) bedeutsam. Sie zogen Pilger aus ganz Thailand und Laos an. In Bezug auf Tourismus zählt der Nordosten jedoch bis heute zu den am wenigsten erschlossenen Regionen Thailands. Der internationale Tourismus hatte sich entlang einer Nord-Süd-Achse von Chiang Mai über Bangkok nach Phuket entwickelt (E. Cohen 1996: 7), so dass nur wenige ausländische Touristen in den Isan aufbrachen.

Erst in den 1980er Jahren und damit vergleichsweise spät, bekundete die TAT Intentionen, den Isan in die Tourismusförderung aktiv einzubeziehen. Es dauerte aber bis zur Mitte der 1990er Jahre bis sich diese Bemühungen auch in signifikanten Besucherinnenzahlen niederschlugen (Lunda 2004: 410 mit Bezug auf Gebhardt 2004). Gleichwohl sich die Vermarktung auch an die internationale Zielgruppe richtete, überwogen Thais unter den Touristen. 1997 wurden lediglich 200.000 ausländische Touristinnen in der Region registriert (N.N. 1998, in E. Cohen 2001: 158), während schätzungsweise 10 Millionen Thais den Nordosten bereisten (E. Cohen 2001: 158). Für 2011 gab die TAT 26 Millionen Besucher an; 95% von ihnen seien Thai (TAT 2013a). 2013 verzeichnete der inländische Tourismus in keiner anderen Region stärkere Wachstumsraten; für den internationalen Tourismus blieb er hingegen weiter marginal. Weniger als 5% der ausländischen Touristen erreichten die nordöstlichen Provinzen (TTR Weekly 2013).

Durch die Förderung des Isan sollten die Touristenströme insgesamt ausbalanciert und dezentralisiert werden (Lunda 2014: 410). TAT-Direktor Suraphon Svetasreni

[65] Lanna war zwischen dem 13. und 15. Jahrhundert ein Königreich, dessen Zentrum das heutige Chiang Mai war.

erklärte 2011, der Werbevorstoß für den Isan „is an important part of our national social and economic plan to better balance the economic benefits of tourism by more equally distributing visitor arrivals nationwide“ (TAT 2011a). Um die Touristenzahlen beider Märkte zu steigern, setzte die TAT neben Maßnahmen zur besseren Anbindung und Erreichbarkeit beispielsweise durch mehr Flugverbindungen (Suchat 2011; TAT 2011b) auf eine Vielzahl an besonders auf den Isan zugeschnittene Kampagnen.

2009 sollte die „Unseen Thailand“ Kampagne den Isan als neue Zielregion etablieren. Die „Amazing Isan Fair“ im Königin Sirikit Kongresszentrum in Bangkok sollte 2011 und 2013 dem Tourismus mit zahlreichen Ausstellern, unter ihnen Reiseveranstalter, Fluggesellschaften und Hotelgewerbe sowie Aufführungen kultureller Darbietungen und lokalem Handwerk einen weiteren Schub geben (Suchat 2011; TAT 2011b, 2013a; TTR Weekly 2013).

Beworben wurde der Isan als lohnenswerte Abwechslung zu den gut frequentierten Sehenswürdigkeiten:

> „Travelers in Thailand who are looking for an escape from the bustle of Bangkok, the built-up southern beaches, or another temple tour should consider a location where national parks are plentiful, ancient Khmer architecture abounds, and water buffalo roam. […] A rich, multi-cultural blend of easygoing Thai living, stunning outdoors environments, and some of the most mouth-watering food on the planet affords travelers an opportunity to experience real Thailand, discover its agricultural roots, and revel in breath-taking Southeast Asian scenery” (TAT 2013b).

Auch für 2014 kündigte der TAT-Direktor Thawatchai Arunyik eine Vielzahl an Maßnahmen an, unter anderem eine Einweisungsreise für Reiseveranstalter und Medien, um den Isan als Sammelbecken von Kunst und Kultur, religiösen Stätten sowie archäologischer und paläontologischer Schauplätze in der Wahrnehmung zu verankern (TAT 2014c).

Ein neues Image für den Isan

Den Isan zu bewerben, das machte Pattamat Wongpattanasiri, die geschäftsführende Direktorin der TAT der Region Nordost, in unserem Interview (26.06.2013) sehr deutlich, sei kein einfaches Unterfangen. Seit sie seit zwei Jahren für die Region zuständig sei, habe sie es schwieriger als ihre Kollegen. Von den fünf Regionen, in die sich die Arbeit der TAT untergliedert (Nord-, Süd-, Ost-, Zentral- und Nordostthailand), gestalte sich die Vermarktung des Tourismus im Nordosten am schwierigsten. Egal ob Ausländer oder Thai, wer in Thailand Urlaub macht, der wolle entweder zu den Stränden im Süden oder

Osten des Landes oder interessiere sich für die Lanna-Kultur im Norden um Chiang Mai: „Vor zwei Jahren noch kannte kaum jemand den Isan. Wenn man über den Isan sprach, dann als letzte Region, in die man reisen wollte."

Auch das negative Image des Isan im Inland erleichtere ihr die Arbeit nicht: „Früher hieß es über den Isan es sei ein sehr trockenes Gebiet. Keine Reise wert. Aber jetzt gerade verändert sich der Landstrich. Jetzt können wir sagen der Isan ist schön." Sie sei bestrebt, dem Isan eine bessere Reputation zu verschaffen und arbeite dafür eng mit dem Privatsektor und den Medien zusammen. Mit vereinten Kräften sei es gelungen, Verkaufsargumente für alle 20 Provinzen des Isan zu formulieren und ihn als Reiseziel zunehmend beliebter zu machen. Mit Unterstützung der TAT wurde eine populäre Soap des TV-Senders Kanal 3 ausschließlich in Nordostthailand gedreht. Mit großem Erfolg, denn anschließend wollten viele die Schauplätze des TV-Dramas erkunden. Auch das High Fashion Magazin „LIPS" lichtete zum 13. Jubiläum ihre Mode vor Hintergründen aus dem Isan ab.

Das Reisemagazin der TAT, „Osotho", bewarb den Isan mit einem eigenen Heft im Februar 2012. In unserem Gespräch nahm es Khun Pattamat zur Hand, um mir die Attraktivität des Isan zu verbildlichen. Sie pries die Sehenswürdigkeiten regelrecht an: Der Isan biete einen thailändischen Canyon (Sam Pan Bok, Ubon Ratchathani Provinz), eine thailändische Version des Stonehenge (Mor Hin Khao, Chaiyaphum Provinz), eine Weinroute, wie sie auch in Australien, Israel oder Frankreich zu finden wäre, Weinanbau, der an die Reisterrassen auf Bali, Indonesien erinnere sowie Khmer Temple, die denen in Kambodscha zum Vorbild dienten (Prasat Hin Phimai, Nakhon Ratchasima Provinz).[66] Die Verknüpfungen mit globalen Tourismusmagneten unterstreicht, was sich die TAT zum Ziel gesetzt hat: Um Kapitalabwanderung zu verhindern, startete bereits 1994 die wiederkehrende Kampagne „Thais Tour Thailand"[67], die Anreize setzte, um die thailändische Bevölkerung dazu anzuhalten, das Inland zu erkunden statt ins Ausland zu reisen (Kaosa-ard/ Bezic/ White 2001: 131): „Thais müssen nicht woanders hinreisen. Thailand selbst ist viele Reisen wert. An 365 Tagen, innerhalb eines Jahres hätte man noch nicht alles entdeckt" versicherte mir auch Khun Pattamat. Selbst der Isan habe etwas

[66] Bis Angkor Wat in Kambodscha für Touristen zugänglich wurde, warb Thailand damit, dass das Vermächtnis der Khmer bei ihnen zu besichtigen sei. Seit 1988 wurden Heiligstätten der Khmer im Isan restauriert, um die wirtschaftliche Entwicklung des Isan durch Tourismus voranzubringen (Peleggi 2002: 63).

[67] 2016 legte die TAT (Amazing Thailand 2016a) die „Thais Tour Thailand"-Kampagne beispielseweise als Musikvideo und Gewinnspiel aus (https://www.facebook.com/AmazingThailand/videos/10154143798460699/ [14.12.2017]).

zu bieten und kann mit anderen Regionen Thailands mithalten: „Sieh mal“, machte mich die TAT-Direktorin auf die Bilder aufmerksam,

> „die meisten denken, dies muss doch Hua Hin [ein populäres Seebad in Zentralthailand] sein, oder? Und das ist doch in Pai [ein beliebtes Bergresort in Nordthailand], oder? Aber nein, es liegt alles im Isan. Wer hätte das gedacht?!“ (Interview 26.06.2013).

Besonders ausführlich zeigte sie mir den See mit roten Lotusblüten (*thale bua daeng*) in der Provinz Udon Thani, der in der kühleren Jahreszeit zwischen Dezember und Januar auf einer Fläche von 22.500 *rai* (36 km^2) aufblüht. Inszeniert wurde das besondere Naturschauspiel im Zeichen der Liebe. Besonders zu Valentinstag gaben sich hier schon Laoten, Thais, Westler und Vietnamesen das Ja-Wort. „Weil ihnen die romantische Atmosphäre gefiel. Und das ist das neue Image des Isan“, war sich die TAT-Direktorin sicher.

Im Gespräch mit ihrer Kollegin Yupa Panrod, der TAT-Direktorin in Loei[68] wurde deutlich, dass die Provinz und die gleichnamige Provinzhauptstadt Loei sich im Zeichen dieses Imagewandels präsentieren. Sie erklärte:

> „Loei ist eine Grenzstadt. Früher war es eine Bergstadt, wegen der vielen Berge und Wälder. Damals lag es auch im Gebiet der Kommunisten. Hier bekämpften sich Soldaten mit ethnischen Minderheiten. Zu der Zeit wollte kaum jemand hierherkommen. Es war angsteinflößend, auch durch den dichten Dschungel. Der wiederum auch schön ist. Die TAT ist bestrebt Loei als kleine Stadt zu betrachten, als grüne Stadt, als Grenzstadt, als Stadt am Ufer des Mekong, als niedliche kleine Stadt. Die, die nach Loei kommen, kommen nicht zum Shoppen oder für Entertainment. Sie kommen, um Blumen und Berge zu bestaunen, in den Bergen zu wandern oder mit Blick auf den Mekong zu schlafen. Auch gibt es reizende kleine Kulturen, wie die in Chiang Khan oder die der Tai Dam und Tai Loei“ (Interview 30.04.2013).

2015 wurde Loei unter der „Discover Thainess“-Kampagne, die speziell den Inlandstourismus fördern sollte, als eine der „12 Cities You Can’t Say No To“ prominent platziert. Beworben wurde Loei als grünes, wahrhaft thailändisches ‚Juwel‘ in Thailands Nordosten (TAT 2015a):

> „As one of Thailand’s least-populated provinces, Loei has long been off the tourist radar. But this green and lovely land offers so much in the way of natural beauty, diversity and cultural experiences that when travellers do come here, they’re often pleased that Loei has kept its secrets for so long. […] Tourists are so rare here, so you’ll enjoy an experience that oozes with the essence of Thainess. Down every winding road, there’s a view, often timeless Thai scenes like farmers planting rice,

[68] Eine eigene Geschäftsstelle der TAT für die Provinz Loei gibt es seit 2009. Zuvor, seit dem Jahr 2000, wurde sie durch eine Unterabteilung der TAT Udon Thani verwaltet.

against a backdrop of hills, children swimming in the rivers, or monks on their morning rounds to receive alms" (TAT 2015b).

Loei besticht der TAT zufolge durch seine Abgeschiedenheit und Unberührtheit (TAT 2015c) und bietet dem *Slow Tourism*, insbesondere in seiner Hauptattraktion Chiang Khan (Kapitel 6 &7), eine Nische (TAT 2012b). Die Provinz sei aus der Zeit gefallen; archaisch anmutende Traditionen wie das *Phi Ta Khon* Festival in Dan Sai oder vorzeitlich geologische Relikte laden ein zu einer Entdeckungsreise in ein „land before time" (TAT 2015c). Vom Anziehungsfaktor könne sie problemlos mit den nördlichen Verkaufsschlagern Chiang Mai und Chiang Rai mithalten (TAT 2015a). In den Wintermonaten von November bis Februar können die Temperaturen nachts bis auf 0 Grad Celsius fallen. Davon werden speziell die Hauptstädter angelockt, die Durchschnittstemperaturen um und über 30 Grad gewöhnt sind (Tat 2015a).

Der Isan zwischen ‚Rothemden' und Romantik

Diese positive Würdigung des Isan und das Herausheben seiner regionalen Besonderheiten und distinkten Kultur steht im Widerspruch zur nationalistischen Politik des 20. Jahrhunderts, die zum Ziel hatte, die überwiegend laotische Bevölkerung den zentralthailändischen Standards zu unterwerfen (Peleggi 2002: 64). In dieser Hinsicht hat sich ein genereller Wandel vollzogen: Während kulturelle Erzeugnisse aus dem Nordosten von der städtischen Mittelklasse ihrer Wahrnehmung des Isan entsprechend lange als stillos verunglimpft, allenfalls noch als exotisch zur Kenntnis genommen wurden (Peleggi 1996: 436), hat sich der nationale Mainstream inzwischen isolierte Elemente, hauptsächlich das Essen, die Musik und spezielle Textilien (Webstoffe und Seide) angeeignet (E. Cohen 1993: 166f). In gehobenen Kreisen gelten sie mittlerweile als konsumierbar und in der jugendlichen Popkultur sind sie angesagt.

Trenk hat nachverfolgt, wie nach einer Phase der pauschalen Ausgrenzung einige Isan-Gerichte inzwischen thaiisiert wurden (2012: 124). Die Küche des Isan[69] ist als

[69] Grundnahrungsmittel in der Küche des Isan ist der Klebreis. Sie unterscheidet sich auch in den Geschmacksnoten von der thailändischen Küche: „Wenn thailändisches Essen ein sehr gewürzintensives Zusammenspiel von Schärfe, Säure und Süße ist, dann gilt für die Küche des Isan, dass sie nicht nur schärfer und säuerlicher ist, sondern einen Hang zum Herben und Bitteren aufweist (Trenk 2012: 119). Wichtigste Zutat der Gerichte im Isan ist *paa daek* oder *plaa raa* („vergammelter Fisch", Transliteration nach Trenk), eine gewöhnungsbedürftig intensiv schmeckende und riechende fermentierte Fischsoße. Zu den bekanntesten Gerichten zählen *somtam* (Salat auf Basis von grüner, unreifer Papaya), *laab* (mit Gewürzen zubereitete rohe oder gekochte Fleischsorten), *sup* (Salate auf der Basis von Fleisch, Fisch oder Krabben), *gaeng* (Curry, allerdings nicht wie im thailändischen Curry mit Kokosmilch zubereitet) und *tom* (Gekochtes) (Trenk 2012: 118-121).

einzige thailändische Regionalküche in der Straßenküche – und zunehmend auch in der Haute Cuisine – Bangkoks vertreten. Während sie zunächst mit der Migrationswelle aus dem Nordosten nach Bangkok kam, sind es nicht länger nur Taxi-Fahrer, Hausangestellte und Barmädchen, die zu den Konsumierenden zählen. Spätestens seit den 1970er Jahren erlangten einige Spezialitäten weiterreichende Popularität, wurden im Geschmack angepasst und gelten fortan als schick, *sanuk* (spaßig, gesellig), gesünder und authentischer (*thai thae*, echt Thai) als die Gerichte der nationalen Küche (Trenk 2012: 123 mit Bezug auf M. D. Walker 1991: 195f). Das Bild der „‚laotischen' Andersesser und Rohfleischfresser" (Trenk 2012: 124) hält sich jedoch hartnäckig. Der Verzehr von rohem Fisch und Fleisch, der charakteristisch für die Küche des Isan ist, wird weiterhin mit Rückständigkeit und mangelnder Bildung verbunden. Politische Integrationsbestrebungen werden, so Trenk, lediglich nicht mehr mit kulturellen, sondern mit medizinischen Argumenten unterfüttert. Weil der Verzehr von rohem Süßwasserfisch in Verdacht steht, durch eine Infektion mit Leberparasiten bösartige Tumore in den Gallenwegen hervorzurufen, wurde 2009 die Kampagne „Lasst uns Gekochtes zur Verhinderung von Leberkrebs essen!" gestartet. Diese Kampagne riet nicht nur von dem Verzehr des rohen Süßwasserfisches ab, sondern warnte pauschal vor allen rohen und fermentierten Speisen, für die die Isan Küche steht (Trenk 2012, bezugnehmend auf Lefferts 2005).

Neben dem Essen war die Musik des Isan[70] eine weitere treibende Kraft, die die öffentliche Wahrnehmung der Isan-Bewohner vom „‚country hick'" zum „‚rural hip'" verbesserte (Miller 2005: 97). Der Weg der Popularisierung des unter der ländlichen Arbeiterklasse beliebten Genres *lukthung*[71] (‚Kinder vom Feld', im Englischen häufig als thailändische Country Musik bezeichnet (Amporn 2006: 24)) bis in alle Schichten der

[70] Die wesentliche Vokalmusik und Aufführungstradition im Isan ist *molam* oder *lam*. Miller beschreibt *lam* folgendermaßen: „The term […] refers to singing in which a flexible melody is coordinated with the lexical tones of the poetry and differs from *rawng* or *lawng* (*hawng* in Lao), meaning 'to sing a fixed melody such as a popular song or the national anthem'. […] Most kinds of *lam* are accompanied by a *khaen* with or without other instruments. Most genres are non theatrical" (1998: 320). *Khaen* ist ein traditionelles Instrument aus Schilfrohr (vgl. Pattana 2006: 35 Fn. 3).

[71] Moderne thailändische Musik (*pleng Thai sakon*), die sich im Zuge der kulturellen Modernisierung und Ausrichtung am Westen in den 1940er Jahren entwickelte, splittete sich mit der Einführung vom Fernsehen in den 1960er Jahren in zwei Genres auf: die urban-orientierte Stilrichtung *lukkroong* (‚Kind der Stadt') und die Country-Musik *lukthung*: „*Lukkroong* features slower rhythms than does *lukthung* and concentrates on romantic themes, rarely dealing with social issues and problems. It is usually performed with a big band and has long been considered as high and sophisticated in comparison with *lukthung*. […] Originally *lukthung* utilized many traditional folk tunes. It was sung in a heavy vibrato with the voice coming from deep in the throat" (Amporn 2006: 27, mit Bezug auf Ubonrat 1998).

thailändischen Gesellschaft hinein, lässt sich laut James Leonard Mitchell (2015: 5) nicht ohne Referenz auf den Isan nachvollziehen.

An der Entwicklung der *lukthung*-Industrie in den späten 1950er und 1960er Jahren waren Darsteller aus dem Isan im hohen Maße beteiligt (2015: 20); in den späten 1960er Jahren sorgten Schlüsselfiguren für die stärkere Einbeziehung kultureller Elemente des Isan (2015: 29-32). Die Inhalte von *lukthung* waren lange an das Landleben und die Erlebnisse seiner Bewohnerinnen, insbesondere im durch Migration bedingten Kontakt mit dem Stadtleben, gekoppelt (Amporn 2006: 24). Zu den wesentlichsten lyrischen Sujets zählten die Erfahrungen von Armut, Land-Stadt-Migration, die Anziehungskraft und Gefahren von Städten, ländliche Romantik und der ethnoregionale Stolz der Isaner (J.L. Mitchell 2015: 21).

Bis zum durch die Asiatische Finanzkrise ausgelösten Wertewandel wurde *lukthung* als Musik der Unterschicht und „Landeier" abgetan (J. L. Mitchell 2015: 34-41). Stilistische Abwandlungen, die mit Tradition und Modernität spielen, öffneten das Genre anschließend auch für ein Publikum aus den urbanen Mittel- und Oberschichten:

> „On the one hand, *lukthung* reshapes itself to be modern, so that members of the audience, which is comprised mostly of rural people, rural-urban migrants, and members of the working class can assert their new identity in a modern guise.[…] On the other hand, the images and institutionalization of authenticity in *lukthung* music have been shaped by a larger cultural quest for authenticity in Thai society. For middle- and upper-class audiences, *lukthung* as a musical genre embodies its nostalgia for bygone lifestyles and the landscape of the countryside" (Amporn 2006: 39f).

Der TAT ist es gelungen, diese Begeisterung für die Essensspezialitäten und die Musikrichtung des Isan für das Aufkommen eines positiven touristischen Imaginärs zu nutzen – eine jüngere Entwicklung, denn selbst Miller konnte noch nicht erkennen, dass der breite Konsum der Isan-Musik die Thais auch in die Region locken würde:

> „[T]he projected image of Isan has beome a positive one that connects with people outside Isan. True, Isan *is still not the destination of choice for Thai seeking greener pastures* […] but at least the Isan people living there and elsewhere no longer need feel embarrassed about their origin" (2005: 106, meine Hervorhebung).

Obwohl es nun nicht länger beschämend ist als wohl situierter Bangkoker seinen Urlaub im Isan zu verbringen, es im Gegenteil sogar prestigeträchtig ist, Fotos aus Chiang Khan zu posten oder T-Shirts mit dem Schriftzug Chiang Khan in der Heimat zu tragen, sind Stereotype und Vorurteile gegenüber dem Isan, wie nicht zuletzt die öffentliche Darstellung der protestierenden ‚Rothemden' gezeigt hat (Kapitel 3), weiterhin verbreitet. Bilder von farbenfroher Natur und unverfälschter Kultur als touristische Imaginäre

existieren nicht in einem Vakuum (vgl. Salazar/ Graburn 2014b: 8), sondern stehen im Wettstreit mit gegenwartsnahen Bildern aufgebrachter ‚Rothemden' oder mit den im gesellschaftlichen Gedächtnis verankerten Assoziationen mit Kommunismus, Widerständigkeit und Entwicklungsrückstand. Die Vorstellungen vom Isan stehen damit oszillierend zwischen konkurrierenden Stadt-Land-Ordnungen. Statuslogiken, die den Symbolen der Stadt (zentralthailändischer Dialekt, helle Haut, Bildung, Reichtum und Lifestyle) folgen, wiesen dem Isan gegenüber Bangkok eine niedere Position zu (Vorng 2017: 113). Nostalgische Werte, die dem Land zugeschrieben werden (Gemeinschaftlichkeit, lokale Verbundenheit, Genügsamkeit), werteten den Isan auf. Diese positive Verklärung im touristischen Imaginär ist dabei nicht ohne Ambivalenz:

> „[T]ourism imaginaries offer a perceptual framework that filters out as much as it includes, proposing for the tourist a particular interpretive frame within which local heritage and culture are understood" (Salazar 2010a: 87).

Bestimmte Elemente werden gegenüber anderen hervorgehoben. So haben Kennedy und M.R. Williams (2001) gezeigt, dass für westlich-amerikanische Touristinnen in Vietnam negative Bilder des Vietnamkrieges durch die offensive Zurschaustellung einer inszenierten, glorreichen kolonialen Vergangenheit verdrängt wurden. Im romantischen Imaginär des Isan finden so auch die Konsequenzen der wirtschaftlichen Benachteiligung, beispielsweise die Anstrengungen und das ‚nackte Leben' (Pattana 2014) nationaler und transnationaler Arbeitsmigration keine Erwähnung. So gütig die Nostalgie klingt, so sehr offenbart sie doch, dass den Bewohnerinnen des Isan die Partizipation am Aufschwung verwahrt blieb, ihr Kosmopolitismus nicht anerkannt wird und sie auch zukünftig auf eine bescheidene Rolle in der thailändischen Politik beschränkt werden sollen.

4.3 Lokalisation der Nostalgie in Chiang Khan

Dass Thais im Isan nun positive Facetten erkennen konnten und die touristische Vermarktung bestrebt war, ihn aus der Marginalität zu holen, schuf Rahmenbedingungen, in denen Chiang Khan sich touristisch entwickeln konnte. Der beispiellose Aufschwung Chiang Khans lässt sich damit jedoch nur zum Teil erklären. Denn so wie es für die gesamte Entwicklung des Inlandstourismus typisch war, so wuchs der Tourismus auch in Chiang Khan ohne institutionelles Eingreifen. Beide TAT-Direktorinnen, in Loei und in Bangkok, bestätigten mir im Interview, dass sie Chiang Khan nicht vorsätzlich auf dem Markt platziert hatten, sondern erst nach dessen Bekanntwerden, nach 2009, in die

Förderung, eingestiegen waren. Sie wandten sich vor allem der Organisation der Touristenströme zu, auf die niemand in Chiang Khan vorbereitet war.

Für den sprunghaften Anstieg der Touristenzahlen, der ausschließlich im Inland generiert wurde, war vielmehr die Herausbildung eines touristischen Imaginärs maßgeblich, das die Sehnsüchte im urbanisierten und krisengeschüttelten Thailand nicht nur auf abstrakte, imaginierte Ländlichkeit projizierte und in einer unbestimmten Vergangenheit suchte, sondern in Chiang Khan lokalisierte. Von den Narrativen und Bildern der ersten Touristen, die Chiang Khan mit Adjektiven wie *boran* (altertümlich), *kao* (alt), *yon yuk* (aus einer vergangenen Ära) oder *borisut* (unverfälscht; unschuldig) verknüpften, blieben ausländische Touristen unberührt. Zwar fanden einige westliche Backpacker hier ihr authentisches Thailand „without the invading horde" (Borthwick o.J.) noch bevor ein Thai von Chiang Khan gehört hatte (Kapitel 7), die Masse der westlichen Touristen suchte ihr Imaginär vom „Land des Lächelns" (Kortländer 2000) allerdings weit abseits in den pompösen Tempeln und Königshäusern Bangkoks oder Chiang Mais und an den Stränden des Südens.

4.3.1 Entdeckung Chiang Khans

> „Wunderschön. Kein Mensch zu sehen. Damals kamen noch keine Touristinnen. Nur drei Gästehäuser gab es. Und man konnte für 200 Baht übernachten. Ich habe alles fotografiert, damals noch mit Dia-Filmen. [...] Wirklich wunderschön. Chiang Khan hatte etwas Klassisches. Eine alte Stadt, mit vielen alten Holzhäusern. Aber sie sahen nicht aus wie jetzt. Alte Häuser, wie das nebenan, reihten sich aneinander. Aber kaum jemand wohnte drin. Kaum ein Haus war geöffnet. Fast alle Häuser waren zu. Nur einige, in denen jemand wohnte, waren geöffnet. Sehr schön" (Interview 16.12.2016).

So erinnerte sich Phi Dong, mein Nachbar, der oft vorbeikam, sich bei Ya Goi auf die Matratzen des Massagesalons setzte und einen ihrer Heilkäutertees trank, an seine ersten Eindrücke aus Chiang Khan. 1995 oder 1996 war er an diesem Ort, der „irgendwo hinter Loei lag und so ähnlich klang wie Chiang Mai", vorbeigekommen, nachdem er als Journalist das berühmte *Phi Ta Khon* Festival im nahegelegenen Dan Sai besucht hatte. Über viele Jahre kam er immer wieder aus Bangkok hierher. Seine Fotokamera brachte ihn in Kontakt mit den Dorfbewohnern und bald kannte Phi Dong sich aus mit der Geschichte Chiang Khans. Er wusste zum Beispiel, dass hier während des Zweiten Weltkrieges und des Indochinakrieges Soldaten stationiert waren. 2009, nachdem er seine Freundin kennengelernt hatte, die auch zunächst als Touristin nach Chiang Khan gekommen war und inzwischen den damals zweiten Souvenirladen im Ort eröffnet hatte,

entschied sich auch Phi Dong als freier Journalist in Chiang Khan zu leben und ein Gästehaus mit Café und Fotoausstellungen zu betreiben.

Phi Ned, der in Bangkok mit Elektronikartikeln handelte und in Chiang Khan mit seiner Freundin ein Café und Steakhaus betrieb, blickte ähnlich auf seine erste Reise nach Chiang Khan zurück:

> „Das erste Mal war ich 2002 in Chiang Khan. Auf dem Weg nach Nong Khai wollte ich aus Phetchabun kommend weiter den Mekong entlangfahren. So bin ich an Chiang Khan vorbeigekommen. So etwa gegen sechs Uhr abends. Ich wollte zu Abend essen. Aber es gab nichts mehr. Alle Lokale hatten zu. Mit dem Auto bin ich die untere Straße entlanggefahren. Ich war verwundert, warum alle Häuser verschlossen waren. Alle Häuser, also alle Holzhäuser, waren verschlossen. Allerdings gab es nicht so viele Häuser wie heute. Zwischendrin waren einige Grundstücke bewaldet. Kein Mensch war zu sehen. Dass es so einen Ort in Thailand noch gibt, hätte ich nicht gedacht. Aber ich fand's sehr schön. Mir gefiel es gut, auch weil ich alte Holzhäuser und Antikes mag. Ich wollte unbedingt nochmal wiederkommen. Ein Jahr später habe ich zusammen mit einem Freund Fotos für ein Magazin in Chiang Khan gemacht um, Chiang Khan unter Touristinnen bekannt zu machen. Um zu zeigen, dass es noch diese ruhige, entspannte Stadt gibt. Verschlossen, still. […] Und nur ältere Menschen auf den Straßen. Die jüngeren waren alle in Bangkok zum Arbeiten“ (Interview 09.12.2013).

Die Geschichte der beiden ist typisch für eine ganze Reihe von jungen Großstädtern, die meisten knapp älter als ich, die Chiang Khan zufällig auf Reisen auskundschafteten und so angetan waren, dass sie sich niederließen. Viele waren der Meinung, dass Chiang Khan seine wachsende Beliebtheit diesen Zugezogenen, denen ich mich in Kapitel 6 ausführlich widme, verdanke. Sie teilten ihre Fotos in den sozialen Medien und trugen mit ihren Unterkünften, Cafés und kleinen Geschäften zur Entwicklung einer touristischen Infrastruktur bei. Denn zuvor existierten nur einige wenige Gästehäuser, die auf westliche Backpacker eingestellt waren (Kapitel 7).

Mit den steigenden Besucherzahlen veränderte sich Chiang Khan und glich bald nicht mehr diesen Bildern (Kapitel 5). Vor allem Phi Ned brachte sein Missfallen immer wieder ausdrucksstark vor. Ebenso wie Phi Dong und viele seiner Freunde, die angesichts auslaufender Verträge und steigender Mieten Chiang Khan schon verlassen hatten, sah er hier für sich keine Zukunft. Dass aber ihre ersten Erinnerungen nicht bloß eine sentimentale Rückschau auf bessere Zeiten vor dem Tourismus, sondern Ausdruck eines weit verbreiteten Imaginärs waren, zeigt dieser Ausschnitt aus einem Zeitschriftenartikel, den Phi Ned für mich aus seinem Zeitschriftenständer gleich neben der Theke hervorkramte (anstelle des Magazins mit seinen Fotos, das wohl einer seiner Gäste mitgenommen hatte):

> „Ich war an dem Ort angekommen, der gerade unter Backpackern und Mountainbikern wirklich extrem populär ist. Es war gerade kurz nach 20 Uhr und alle Häuser entlang der engen Straße waren bereits zu. Nur zwei oder drei Häuser hatten ihre Haustüre noch offen. […] Vom ersten Tag an bis heute denke ich, dass ich in Chiang Khan auf eine ruhige bis einsam wirkende Stadt gestoßen bin. Aber die Menschen in Chiang Khan und drüben [auf der anderen Seite des Mekong] sehen nur ruhig und reserviert aus. Wenn man mit ihnen ins Gespräch kommt, dann lange. […] Für diese Stille, die wir jeden Abend hatten, möchte ich mich bedanken. Sie hat uns dazu gebracht, uns untereinander zu unterhalten, statt den Abend mit Fremden in einer Bar zu verbringen. Es ist dieses Glück in der Stille, das ich noch nicht vorher erfahren habe. Aber hier gefunden habe, in Chiang Khan“ (Piyaruethai 2006: 84-93).

Diese Schilderungen, die bereits auf eine bestimmte Art zu reisen verweisen (Kapitel 6), gleichen einer Entdeckungsgeschichte. Auf diese Weise verbreitete sich ein Imaginär von Chiang Khan rasend schnell und ohne das Zutun der TAT.

Visualisierung und Zirkulation

Das bestätigte mit auch Khun Pattamat von der TAT in Bangkok, als ich sie fragte, wie sie das Image Chiang Khans beschreiben würde:

> „Chiang Khan ist eine kleine Gemeinde am Mekong. Früher hat es kaum einer gekannt. […] In den letzten fünf oder sechs Jahren kam mit der Erstarkung der sozialen Netzwerke ein neuer Trend auf. Diejenigen, die Bangkok satthatten, wollten in kleine Regionen reisen, die Charme haben und interessant sind. So wurde Chiang Khan gefunden. Über die sozialen Medien, Facebook oder heute vielleicht *Line* [eine Kommunikations-App], wurden Fotos gepostet: ‚Schaut her: die Holzhäuser am Mekong. Gerade hat es geregnet, hier in Chiang Khan nahe Kaeng Khut Ku [Stromschnellen im Mekong]. Jetzt hört es auf und überall ist Nebel.‘ […] In der Regenzeit ist der Isan sehr schön. Vor allem, wenn es regnet. Ob man nun in Chiang Khan, Na Haeo oder Dan Sai sei, überall ist das Land sattgrün. Man könne die Felder, den Boden riechen. In Bangkok könne man doch nur Autos riechen. Aber wenn es in Chiang Khan regnet, riecht es wie auf dem wahrhaftigen Land. Das ist es, wonach die Menschen in der Hauptstadt verlangen; das wollen wir erfahren“ (Interview 26.06.2013).

Diesen Stellenwert, den das Internet für die Popularität Chiang Khans hatte, drückte Phi Che, selbst stolzer Besitzer einer klassischen, analogen Canon, in der Vorliebe der Thais für Angaben in Prozentzahlen aus: 90% des Booms führte er auf die Fotos zurück, mit denen die ersten Touristen, unter ihnen viele Fotografen und Künstler, ihren Zufallsfund einfingen. Der während meiner Feldforschung amtierende stellvertretende Bürgermeister, der für sich beanspruchte mit seinen Ideen zur Förderung des Tourismus einige Jahre vor dem Durchbruch noch an der vormaligen Politik gescheitert zu sein, berichtete mir, dass er als Informatiker die zwei Webseiten „sanook.com” und „thailoei.com” eingerichtet hatte, zunächst ohne Erfolg. 2008 dann sicherte er sich die Domain „chiangkhan.com”,

die er zunächst als soziales Netzwerk betrieb, mit immerhin etwa hundert Mitgliedern aus Chiang Khan, die, überall in der Welt verstreut, darüber in Kontakt blieben. Später traten immer mehr Touristen bei, die hier ihre Fotos hochluden. Von da aus gelangten sie in weit bekanntere Foren, wie der erfolgreichen Diskussionsplattform „pantip.com" und gingen vor dem Hintergrund des aktuellen Retro- und Vintagetrends viral.

Das Fotografieren – die ehrgeizige Suche nach einzigartigen Motiven oder die Selbstinszenierung des "Ich-war-da" – war von Anfang an ein wesentlicher Bestandteil der touristischen Performanz in Chiang Khan. Mit einem faszinierendem Geschick für unterschiedliche Gesichtsausdrücke und Körperhaltungen und einem immerwährenden Gewahrsein für den fotografischen Moment, den ich mal bewunderte, mal als nervtötend empfand, gehörte es dazu, sich vor Holzwänden, mit alten Fahrrädern, beim Almosen Geben, beim Essen der lokalen Spezialitäten, mit den typischen Souvenirs oder vor eigens inszenierten Kulissen mit dem Schriftzug Chiang Khan abzulichten.

Auch der erste Laden, der an der Chaikhong Straße eröffnet wurde, verdeutlicht, dass das liebste Hobby des verstorbenen König Bhumibols von vielen seiner Landsleute geteilt wurde. 2008 eröffneten zwei Bangkoker Freunde den Laden „*idea dede*", wo sie ihre fotografischen Impressionen aus Chiang Khan als Postkarten verkauften. Das gesamte Ladeninnere war dekoriert mit ihren Bildern von Reisfeldern, dem Sonnenuntergang über dem Mekong, von Mönchen während des Almosengangs, alten Fahrrädern und den obligatorischen, aus sämtlichen Blickwinkeln aufgenommenen Holzhäusern. Die Touristen konnten hier vor dem Laden an kleinen Tischen Platz nehmen, sie mit Grüßen versehen und direkt in den vor dem Laden befindlichen Briefkasten – selbst ein beliebtes Fotomotiv – werfen.

Abbildung 4.3 Souvenirladen „*idea dede*" (©H. Günther)

Revitalisierung einer alten Marktstadt

Die Faszination für Chiang Khan war eine Faszination der Stadt. Was die Touristinnen würdigten, galt in Chiang Khan als wertlos. Meine Freundin Phi Iew, die mit ihrer Familie am neuen Frischmarkt oberhalb der Srichiang Khan Straße lebte, erzählte mir, dass in ihrer Kindheit die fast unbewohnte Chaikhong Straße von vielen gemieden wurde:

> „Viele der Häuser dort waren kurz vorm Einstürzen, viele waren unbewohnt. Kaum jemand traute sich dorthin, es war als würde man auf einen Friedhof gehen. Diesen Beinamen hatte die Straße wirklich, Friedhof. [...] Wer eines seiner Kinder nicht mochte, der vererbte ihm eines dieser verlassenen Häuser. Sehr furchteinflößend war es dort, so dunkel und still. Aber die *farang* mochten es“ (Interview 21.12.2013).

Dabei war die am Ufer des Mekong verlaufende Chaikhong Straße einst geschäftiges Zentrum des Wasser- und Grenzhandels zwischen Laos und Thailand gewesen. Die über 40-Jährigen in Chiang Khan erinnerten sich in Gesprächen mit mir noch lebhaft an die Zeit zurück, in der Chiang Khan einer der meist entwickelten Orte der Region war. Es sollte sogar fortschrittlicher als die Provinzhauptstadt Loei gewesen sein.

Von China und Laos aus war Chiang Khan flussabwärts der erste Ort auf thailändischer Seite und damit bedeutender Warenumschlagsplatz des regionalen Wasserhandels zwischen den Mekonganrainern. Viele der Bootshändler nutzten Chiang Khan als Zwischenstation zwischen Luang Prabang im Norden auf dem Weg nach Vientiane im Osten oder zum Übernachten. Das älteste Hotel Chiang Khans wurde 1954 von einer Händlers- und Schneiderfamilie eröffnet und bot vor allem Handelsdurchreisenden eine Unterkunft. Inzwischen wurde es umgebaut und empfängt Touristen.

Das Leben war auf diese Wasserwege ausgerichtet und man nutzte den Mekong auch zum Gemüseanbau, Baden oder Wäsche waschen. Abseits der Uferwege war die Umgebung noch dicht bewaldet, denn gesiedelt wurde in Wassernähe. Um den Bootsanleger, auf Höhe der heutigen 10. Gasse, befand sich der Markt. Der Handel hauptsächlich landwirtschaftlicher Produkte war überwiegend in den Händen der chinesisch-stämmigen Familien; viele von ihnen waren aus Luang Prabang migriert. Deren Bedeutung ist heute noch an der erhaltenen chinesischen Schule erkennbar. Auch die Bewohnerinnen des laotischen Sanakhams kamen zum Einkaufen her; damals noch ganz ohne Zollformalitäten. Phi Noi, die im Haus ihrer Großmutter in der 10. Gasse wohnte, erinnerte sich, dass sie als Kind schon Rosinen, Mandeln, französische Kekse und Äpfel kannte, die es zu besonderen Anlässen direkt vor ihrer Haustür zu kaufen gab. Durch die Handelsaktivitäten hatte sich trotz der eigentlich isolierten Grenzlage eine

Infrastruktur rascher als anderswo entwickelt. Noch vor Loei, so prahlten manche, verfügte man in Chiang Khan über eine Telefonverbindung und Fernsehempfang. Drei Kinos, mehrere Banken, ein Goldladen und ein Fotogeschäft zeugten ferner von Chiang Khans Prosperität.

Als 1975 die kommunistische *Pathet Lao* die Macht im Nachbarland übernahm und die Demokratische Volksrepublik Laos ausrief, beendete Thailand die diplomatischen Beziehungen und schloss seine Grenze. Das Überqueren des Mekongs, das vielen Familien ein Leben auf beiden Seiten des Flusses ermöglicht hatte, wurde eingeschränkt. Sämtlicher Bootsverkehr auf dem Mekong wurde verboten und der Grenzhandel brach ein. Aus Angst vor Schüssen von der laotischen Grenzpatrouille kam das alltägliche Leben am Mekong fast gänzlich zum Erliegen und viele zogen weg. Auch Panzer, die vielen im Gedächtnis geblieben waren, und Militärflugzeuge, die direkt hinter dem Gelände der heutigen Gemeindeverwaltung landeten, verdeutlichten den Wechsel von einer offenen zu einer geschlossenen und militarisierten Grenze.

Als Pulsader des Handels verlor die Chaikhong Straße auch nach und nach mehr an Bedeutung, weil der Handelsverkehr in Thailand sich von den Kanälen und Flüssen auf die Straßen verlagerte. Die Sri Chiang Khan Straße, die Chiang Khan mit Loei sowie den Grenzübergängen in Tha Li und Nong Khai verband, wurde zur neuen Wirtschaftsstraße Chiang Khans. Auch der Frischmarkt zog vom Mekongufer einige hundert Meter die Gassen hinauf. Handel bot in Chiang Khan keine ausreichende Lebensgrundlage mehr, so dass einige der chinesisch-stämmigen Familien wegzogen. Stattdessen lebte man von der Landwirtschaft und baute hauptsächlich Reis, Baumwolle, Tamarinden- und Mangobäume an. Chiang Khan ähnelte nun mehr den vielen anderen Dörfern im Isan.

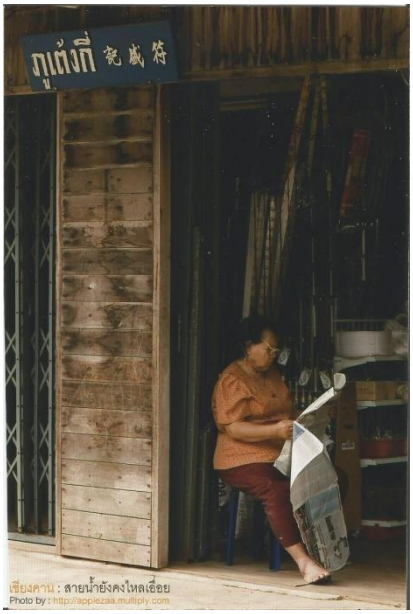
Als der wirtschaftliche Aufschwung in Bangkok im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts einsetzte, verließen vor allem die Jüngeren ihren Heimatort, um in Bangkok Geld zu verdienen. Eltern, die es sich leisten konnten, schickten ihre Kinder auf weiterführende Schulen. Ein Abschluss in den Fachoberschulen der nächstgelegenen Provinzstädte wurde für die jüngere Generation auf dem Arbeitsmarkt unerlässlich. Vom Titel einer prestigeträchtigen Universität in Bangkok versprach man sich sozialen Aufstieg.

Ein Artikel aus der Zeitschrift „Osotho“, dem thaisprachigen Magazin der TAT, der für die Ausgabe „Reisen auf Thailändisch“ (*thiao withi thai*) Chiang Khan „Gestern und heute“ porträtiert, beschreibt diese Phase so:

„Chiang Khan verlor nach und nach an Bedeutung. Das Vorderhaus, das zum Mekong ausgerichtet war, wurde zum Hinterhaus. Aus der großen Stadt wurde eine kleine. Die Wirtschaft stagnierte. […] Etwa 2540 [1997] fristete Chiang Khan ein Dasein im Rentenalter. Die Stadt war leblos, von Stille durchdrungen. Es schien, als würden die Jüngeren allesamt den kleinen Ort verlassen“ (Apinan 2013: 57).

So verlassen präsentierte sich Chiang Khan, insbesondere die Chaikhong Straße, den ersten Touristen: als Ort, in dem nur die Älteren und Kinder zurückgeblieben waren und in dem die Holzhäuser, einige von ihnen von Wirbelstürmen und Unterspülungen verwüstet, bereits früh am Abend verschlossen oder gar nicht mehr bewohnt waren. Ihnen gefielen die Bilder des ökonomischen Stillstandes und sie wurden zu Motiven ihres nostalgischen Imaginärs. Zahlreiche Postkarten (Abb. 4.4) zeigen ältere Menschen vor den Holzfassaden sitzend, auf die Mönche wartend oder scheinbar nichtstuend und wohlgefällig. In ihrer Rückwärtsgewandtheit interessierten sich die Touristen für die archaisch anmutenden Relikte einer besseren Zeit, in der sie Entwicklung und städtischer Infrastruktur noch etwas Positives abgewinnen konnten. Insbesondere in den alten, sogenannten 100-jährigen Holzhäusern verdinglichte sich ihr Imaginär früheren thailändischen Gemeinschaftslebens (Abb. 4.5). An den faltbaren Schiebetüren, die nicht wie in anderen Wasserhandelsstädten zum Wasser, sondern zur Straße hinzeigten, lies sich auch in der Gegenwart noch ablesen, wie der Handel das Leben an der Chaikhong Straße in der Vergangenheit geprägt hatte.

Abbildung 4.4 „Chiang Khan: Die Strömung, die langsam zu fließen vermag“ (Postkarte ©*applezaa.multiply.com*) & „Schönheit in der Stille“ (Postkarte ©*idea DD*)



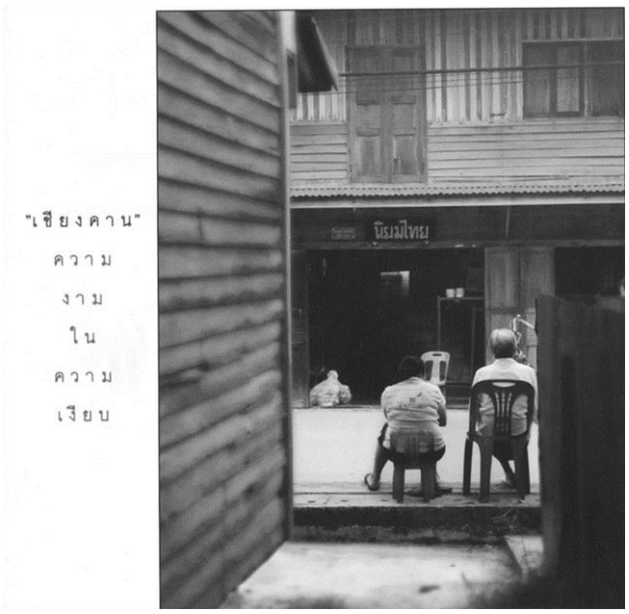
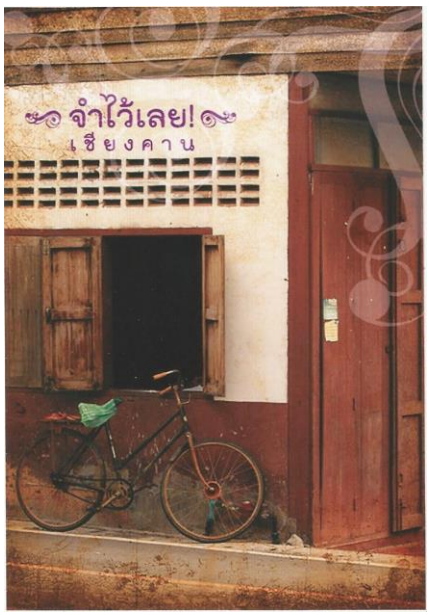


Abbildung 4.5 „Chiang Khan: Bei Einsamkeit begebe dich in die Entschleunigung“ (Postkarte ©*idea DD*) & „Chiang Khan: Behalte es in Erinnerung. Behalte Loei in Erinnerung“ (Postkarte ©*chamwailoei*)



Auch zwei der ehemaligen Kinos – im Zuge des Touristenansturms als kleine Ausstellungen mit Café beziehungsweise Gästehaus wiedereröffnet – bedienten das Interesse an der zurückliegenden Blütezeit und verloren gegangenen Konsumformen. Die Betreiber hatten die einstigen Räumlichkeiten mit Originalplakaten, alten Fotos und Filmrollen dekoriert. Sogar die Filmrolle mit der thailändischen Königshymne, die auch heute noch vor jedem Film läuft, war aufgehoben worden. Die Touristen, an Bangkoks riesige und hochmoderne Kinokomplexe gewöhnt, ließen sich gerne vor den zwei alten Filmprojektoren fotografieren. Die Betreiber gaben ihnen dabei, wie auch mir, bereitwillig Auskunft über ihre Geschichte.

Das erste Kino eröffnete 1967 und zeigte unter einem einfachen Bambuspavillon indische, thailändische und chinesische Filme sowie Produktionen aus dem Westen, die es über einen Verleih aus Bangkok bezog. Fünf Jahre später wurde es zu einem Kinosaal samt Kinosesseln umgebaut. Obwohl durch die Grenzschließung weniger laotische Besucher kamen, ließ sich der Betrieb bis 1987 aufrechterhalten, wurde dann aber wegen der zunehmenden Verbreitung von Fernsehern und VCDs unrentabel. Das zweite Kino entstand aus einem Fotoladen. 1974 begannen die Filmvorführungen vor zum Teil ausgebuchten 600 Sitzplätzen. Das Kino konnte sich bis 1997 halten.

So wie die Kinos wurde ganz Chiang Khan durch die Touristen wiederbelebt. Sie verschufen diesem ehemals florierenden Marktplatz eine neue Blütezeit. Einige der Touristen mieteten sich in die leerstehenden Häuser an der Chaikhong Straße ein. Später

kehrten auch die ‚Kinder und Enkel' Chiang Khans zurück, die bisher außerhalb Chiang Khans gearbeitet oder gelernt hatten. Sie sahen nun die Möglichkeit zu Hause ihren Lebensunterhalt zu verdienen und gleichzeitig gemäß ihrer Kindespflichten für ihre Eltern zu sorgen.

Das Entstehen eines Tourismusortes gestaltete sich parallel zur Struktur der ehemaligen Handelsstadt. Die Cafés, kleinen Läden und Unterkünfte konzentrierten sich auf den mittleren und oberen Abschnitt der Chaikhong Straße, dort wo früher der Markt war und die Händlerfamilien lebten. Hier war fast ausnahmslos jedes Haus auf Touristen ausgerichtet. Allerdings befanden sich nicht mehr alle Häuser und Grundstücke im Besitz von Chiang Khanern, denn viele hatten ihre Grundstücke zu lukrativen Preisen an auswärtige Investoren verkauft. Der untere Teil der Chaikhong Straße, dort wo schon früher die ärmere, landwirtschaftende Bevölkerung lebte, profitierte am wenigsten und verzögert von den neuen Einnahmen aus dem Tourismus. Nur langsam expandierte die Tourismuswirtschaft in diesen Abschnitt, in die anliegenden Gassen und entferntere Umgebung der Chaikhong Straße.

4.3.2 Konsum und Produktion von Nostalgie

Nostalgietourismus wurde allzuoft lediglich als Konsum der Vergangenheit beschrieben (Creighton 1997; Dann 1994; Graburn 1995a). Dass es aber der Produktion und Inszenierung eines Imaginärs bedarf, ohne das die Chaikhong Straße eine trostlose, aufgegebene Straße mit unbrauchbar gewordenen Handelshäusern wäre, zeigt der Blick über den Mekong, über die Grenze nach Laos.

Die Autorinnen einiger der ersten Reiseführer und -artikel hatten ihre Entdeckung im gegenüberliegenden Sanakham noch fortgesetzt. Thais war die Grenzüberquerung mit einem Grenzpass für drei Tage und zwei Nächte möglich. Die allermeisten Touristen hatten jedoch kein Interesse das gegenüberliegende Nachbardorf zu erkunden und begnügten sich mit der Aussicht auf Bäume und Berge, die sie von ihren Zimmern mit Mekongblick hatten. Es gebe dort nichts zu sehen (*mai mi arai*). Dabei hätten die unbefestigten, staubigen Straßen, die mit Heu beladenen antiquierten Trecker, die Tempelmalereien, von denen die Farbe abblätterte, die Holzhaussiedlungen und der gleich ablaufende Almosengang mit Klebreis noch größeres Potential die so gefragten Assoziationen des zeitlich Anderen – eine gängige Vorstellung von Laos in Thailand –

wecken zu können. Als touristisches Imaginär verfestigten sie sich hingegen nicht in Sanakham (allerdings durchaus anderswo in Laos).

Abbildung 4.6 Sanakham in Laos: Keine Motive für Postkarten?!

Denn die Ästhetisierung und Materialisierung eines Imaginärs, mit denen das abstrakte Bild eines besseren vergangenen Thailands konkrete Impressionen verliehen bekam, bezog sich ausschließlich auf Chiang Khan. Insbesondere diejenigen, die blieben und eigene kleine Geschäfte eröffneten, so möchte ich im Folgenden an zwei Beispielen zeigen, waren nicht nur am Konsum, sondern maßgeblich auch an der Produktion der gesellschaftlichen Nostalgie (vgl. Graburn/ Gravari-Barbas 2011) und damit an der Essentialisierung vorherrschender Stadt-Land-Differenzen beteiligt.

Visualisierung

Der gelernte, auf den großen Durchbruch aber noch hoffende Künstler Phi Rat, von dem ich schon bevor ich ihn kennenlernte immer wieder hörte, er sei der „warmherzigste (*opun*) Mann“ Chiang Khans, steht exemplarisch für diejenigen, bei denen Chiang Khan nostalgische Empfindungen auslöste. Nach seinem Studium in Chiang Mai hatte er sechs Jahre lang in Pai, einem einst abgelegenen, heute vollends erschlossenen Backpacker-Mekka im Norden, mit dem Chiang Khan oft verglichen wurde, gelebt. Nach einer Reise nach Chiang Khan bot sich hier für ihn die Möglichkeit einen eigenen Laden zu eröffnen, mit dem er für sich die Balance eines Lebens zwischen Kunst und Business finden wollte. Neben T-Shirts, Tassen und Schlüsselanhängern mit Zeichnungen seines Markenzeichens, einer Eule, verkaufte er selbst fotografierte Schwarz-Weiß-Postkarten. Postkarten, so fand er, bringen Menschen näher zusammen; über eine seiner Postkarten

hatte er auch seine Freundin kennengelernt – eine Liebesgeschichte, die der TAT im Zeichen der romantischen Vermarktung des Isan sicherlich gefallen würde.

Jeden Dienstag schloss Phi Rat seinen kleinen Laden, um das einfache Leben Chiang Khans, in dem er eine besondere Kostbarkeit und Ästhetik sah, zu fotografieren:

> „Chiang Khan hat auf seine Art etwas Altes (*withi kao*). Zum Beispiel tragen sie hier noch diese alten Hüte, wenn sie zur Arbeit gehen. Ich liebe diese alten Dinge wie die Hüte, die Dinge der Dorfbevölkerung. Diese Hüte, alte Stühle oder Ähnliches. Ich liebe alte Dinge. Chiang Khan liebt alte Dinge. Dies hier zum Beispiel ist neues Holz. Ich will aber altes Holz wie dieses hier fotografieren, Chiap. […] Alte Sachen haben einen beeindruckenden Wert (*khunna phap tit jai*). Städter sehen nur noch neue Dinge, High-Tech. Sie haben keine Gelegenheit mehr alte Dinge zu sehen, stimmt's? Ich glaube, wenn es etwas nicht mehr gibt, dann wird es interessant. Zum Beispiel Scheren, wie sie Schneider nach alter Methode verwenden. Oder alte Apotheken. Oder alte Kinos. Also die Dinge, die eine Geschichte haben. Oder eine alte Reisscheune. Heute gibt es die nicht mehr in der Stadt, während früher die Landbevölkerung darin ihren Reis aufbewahrt hat. Das finde ich interessant – und schön. Die neue Generation spielt so viele Computerspiele. [...] Die Jugend steigt nur noch in den Zug oder ins Auto. In Chiang Khan hingegen können sie wieder Fahrrad fahren. Das, das ist das Liebenswerte (*khwam na rak*)“ (Interview 14.12.2013).

Aus seiner Stimme sprach tief empfundenes Bedauern, als er sich beklagte, dass er, weil nun jeder eine Waschmaschine besitze, kaum noch Waschbretter ausfindig machen könnte; stattdessen sei heutzutage alles aus Plastik. Auch die vielen Werbeschilder nähmen einer alten Frau vor dem Haus sitzend ihre Schönheit. Seine Nostalgie ist die moderne „armchair nostalgia“, die laut Appadurai (1996: 78) das modische Konsumverhalten bestimmt. Denn geboren und aufgewachsen in Chiang Mai hatte Phi Rat das Landleben, das, wie auch Chatthip (1999 [1984]) es beschrieben hatte, ohne technische Innovationen auskommt, nie selber erlebt. Durch die Linse seiner Kamera suchte und konsumierte er nicht nur seine Version von dörflichem Stillstand, sondern machte sich mit seinen Postkarten ‚mitschuldig‘, das Bild des Dorfes weiter einzufrieren und als touristisches Imaginär weiterzugeben:

> „Tourists are complicit in creating their own ‘proofs’ or evidences of tourism imaginaries. Prime are photographs, which can reproduce the imaginary expected and searched for or can represent a unique experience and thus be the bearer of newly formed imaginaries to be passed on by ‘word of mouth’ (Salazar/ Graburn 2014b: 12).

Was bei Phi Rat so liebevoll klingt und aussieht – und wer ihn kennt, kann ihm seine Güte auch kaum absprechen, nicht umsonst eilte ihm der Ruf des warmherzigsten Mannes voraus – verfestigt in der Konsequenz bestehende gesellschaftliche Machtverhältnisse, in

der, wie ich in der Schlussbetrachtung näher ausführe – die Stadt die Deutungshoheit behält.

Materialisierung

Statt sein Imaginär wie Phi Rat mit Postkarten zu visualisieren, materialisierte sich Phi Toeys Imaginär in der Gestaltung eines der Holzhäuser. Er produzierte seine Wahrnehmung Chiang Khans in einem Kontinuum aus Realität und Imaginär:

> „[Tourism imaginaries] participate to the selection of places by the tourists. […] [T]hey not only refer to existing or imagined landscapes but […] they also *produce* landscapes. Tourism imaginaries speak not only about the way the World *is*, they also contribute to *produce* the World in which we live“ (Graburn/ Gravari-Barbas 2011: 159, Hervorh. i. Orig.).

Phi Toey kannte Chiang Khan schon aus seiner Jugend, denn er stammte aus Loei. Noch bevor Chiang Khan sich thailandweit einen Namen machte, fuhr er regelmäßig mit seiner Clique die 50km mit dem Moped zum schon damals beliebten Ausflugsziel Kaeng Khut Ku, von wo aus man in der Trockenzeit eine Aussicht auf die Stromschnellen hatte. Sie aßen *som tam* (Papayasalat) und fuhren wieder zurück.

2009, als der touristische Boom einzusetzen begann, mietete er eines der leer stehenden Häuser an der Chaikhong Straße an und eröffnete zusammen mit seiner japanischen Freundin ein Café und Gästehaus, das abends, wenn sie ihre Verkaufsstände auf der *Walking Street* geschlossen hatten, noch immer Treffpunkt der jüngeren Geschäftstreibenden war. Damals – und in seiner ungewöhnlich direkten und auch kritischen Art ließ er, wann immer er nach dem Warum gefragt wurde, selten unerwähnt, wie sehr er die immer gleichen Fragen seiner Gäste, der Journalisten und Wissenschaftlerinnen wie mir satt habe – sorgte er sich um das Chiang Khan seiner Erinnerung. Als eine der wenigen unter seinen Freunden in Chiang Khan empfand er keine ‚Lehnstuhlnostalgie‘, teilte aber mit seinen Freunden die Sorge vor dem Verlust dessen, was Chiang Khan für sie ausmachte.

Wie sie war er Künstler – als Filmemacher hatte er länger in San Francisco und Chiang Mai gelebt. Die Gestaltung seines Cafés glich daher einer Ästhetik, die er mit den auswärtigen Geschäftstreibenden teilte. Auf Fotos, mit denen er den aufwändigen Umbau dokumentiert hatte, zeigte er mir, wie er das Originalholzhaus nur unter Verwendung von Holz um einen zweistöckigen Anbau inklusive Dachterrasse nach hinten zum Mekongufer hin ergänzt hatte. Ihm war es wichtig, dass sich das Haus weiterhin in seine Umgebung einfügte. Er verzichtete daher auf Fenster zugunsten hölzerner Fensterläden.

Für das Dach wählte er, dem Vorderhaus entsprechend, eine offene Balkenkonstruktion. Mit den vier Zimmern im unteren Preissegment, die, um dem Stil gerecht zu bleiben, mit Ventilator und Gemeinschaftsbad auskommen mussten, sprach er diejenigen Gäste an, die wegen dieses Charmes nach Chiang Khan kamen und auf den Komfort einer Klimaanlage verzichten konnten.

Unten befand sich das Café. Nach der Architektur der Handelshäuser war dessen gesamte Front geöffnet, so dass Eingangsbereich und Straße ineinander übergingen; mit dem einzigen Unterschied, dass man sich beim Betreten des Cafés die Schuhe auszog – eine Verhaltensregel in Chiang Khan, auf die die Touristinnen öfter hingewiesen werden mussten. Innen waren die Holzvertäfelungen naturbelassen oder vereinzelt in Pastellfarben gestrichen und mit Blumentöpfen, Ziergittern aus Metall und Stoffen versehen. Auf eine Wand war der Blick aus dem Café auf die Chaikhong Straße samt der angrenzenden Reihe aus Holzhäusern in schwarz-weiß an die Wand gezeichnet – eine beliebte Kulisse, um sich mit einem grünen Matchatee davorsitzend fotografieren zu lassen.

Wie auf einem Suchbild fügte sich das Sammelsurium aus allerlei Krimskrams, den Phi Toey auf seinen Reisen erstanden hatte, im Raum, an den Wänden und in Vitrinen zu einem Retro-Kunstwerk zusammen: bestehend aus einem Röhrenfernseher, einer Nähmaschine, einem Schnurtelefon, einer Gaslampe, einem alten Radio, Metallventilatoren, alten Fotokameramodellen, unzähligen kleinen verschnörkelten Teekannen und -tassen, einem Schaukelpferd, Vintage-Werbeschildern, einer alten Friseurhaube, einem alten Zahnarztstuhl, Quietscheentchen, einer Mao-Statue, kleineren und größeren Holztischen, Holztruhen, alten Fahrrädern, Lampenschirmen, Blumenvasen und vielem mehr. Auch das obligatorische Portrait des verstorbenen Königs in schwarz-weiß und in jungen Jahren fügt sich ins Bild.

Abbildung 4.7 Vintageästhetik in Phi Toeys Café

Es war diese kunstvoll erschaffene Mischung aus popkultureller

Vintage-Ästhetik und Dorfromantik, die Touristen nach Chiang Khan, nicht Sanakham oder einen anderen Ort im Isan, holte.

4.4 Ambivalente Nostalgie

Touristische Imaginäre sind eingebettet in bestehende gesellschaftliche Machtverhältnisse, die darüber mitbestimmen, was imaginierbar ist und was imaginiert wird. Sie sind daher niemals politisch neutral (Salazar 2012: 876):

> „The challenge, then, is to study not only how the existing power relations and inequalities that characterize circulating tourism imaginaries are maintained, reproduced, and reinforced, but also how they are challenged, contested, and transformed" (Salazar/ Graburn 2014b: 4f).

Dieses Kapitel hat gezeigt, dass für die Entdeckung Chiang Khans und die gesamte Entwicklung des thailändischen Inlandstourismus ein gesellschaftliches Klima der ‚sozialen Nostalgie', die das Landleben in einer intakten Vergangenheit verortet, maßgeblich war. Bei diesem touristischen Imaginär, das von der Intelligenz, Zivilgesellschaft, Politik und Monarchie in der Stadt formuliert wurde, handelt es sich keineswegs um eine unschuldige Romantisierung. Durch den Konsum der Mittelklasse wurden bestehende Ungleichverteilungen zwischen Stadt und Land idealisiert. Die weitere Produktion der Nostalgie trug zu ohnehin politisierten Stadt-Land-Beziehungen in Thailand bei, in der die Stadt seine gesellschaftliche Dominanz aufrechterhält. In ihrer Sehnsucht nach Zeiten, in denen die aufstrebende Landbevölkerung ihnen den Rang noch nicht streitig gemacht haben (Chairat 2013: 203), reproduzierte und bekräftigte die Mittelklasse eine Idealkategorie des Dorfes, die trotz und wegen ihrer dazu im Widerspruch stehenden Mobilitäten soziale Grenzziehungen zwischen Stadt und Land manifestierte. Die Wahrnehmung des Stillstandes in Chiang Khan erwies sich als Standbild in der Fantasie der Touristinnen, das zugleich eine moralische Implikation enthält. Damit Thailand seinen authentischen Kern nicht in der Globalisierung, Industrialisierung und Urbanisierung verliert – und die städtische Mittelklasse nicht ihre Erholungsperipherien – ist die ländliche Bevölkerung mit der kulturellen Erhaltung des Thai-Seins beauftragt:

> „The ruralized nationalist imagery appeals to the growing number of urban, middle class Thais, whom themselves enjoy the privilege of modern comfort, yet can rest assured that the comfortable and familiar Thai tradition is being preserved in the countryside. The aspiration of the rural people to embrace modernity and a more comfortable life is, therefore, an alarming thought for many urban, middle-class citizens" (Sunanta 2013: 187).

Die nostalgischen Imaginäre sind aber, darauf möchte ich im nächsten Kapitel eingehen, nicht nur Ausdruck einer ambivalenten Fremdwahrnehmung, sondern verleihen der Bevölkerung des Isan ein Mittel der Selbstbehauptung, das sie sich als ‚Rothemden' bereits erkämpft hatten. Die Chiang Khanerinnen ließen sich nicht auf eine zukünftige Passivität in der Vergangenheit festschreiben, sondern formulierten gegenwärtig ihre eigenen Nostalgien mit Blick auf den Fortgang der touristischen Entwicklung. Im weiteren Verlauf der Arbeit, in Kapitel 7, wird deutlich werden, dass sie nicht länger nur dem herabwürdigenden wie zelebrierenden Blick der Bangkoker unterworfen sind, sondern ihren Blick ebenso stereotypisierend auf die Stadtgesellschaften richteten und durch ihre Begutachtung herausforderten.

5 Rurale Nostalgien: Chiang Khan im Wandel

In dieser Nacht hatte es heftig geregnet. Vielleicht waren es die letzten Regengüsse, denn überall im Land wurde Ok Phansa *begangen; ein buddhistischer Feiertag, der jedes Jahr nach der Monsunzeit gegen Ende Oktober, am 15. des 11. Mondmonats, die dreimonatige Zeitspanne beendet, in der die Mönche zugunsten ausgiebiger Meditationspraxis ihre Herkunftstempel nicht verlassen. In Chiang Khan läutete das einwöchige Event, das mit großem Aufwand beworben wurde, mit Beginn der kühleren Jahreszeit die touristische Hochsaison ein.*

Phi Noi, bei der ich immer noch ein- und ausging, obwohl ich inzwischen nicht mehr eines ihrer Zimmer bewohnte, hatte mich zu sich in ihr gerade erst eröffnetes Café gebeten. Ich sollte zwei ihrer Gäste, einen Journalisten und eine Journalistin aus Bangkok kennenlernen – und offenbar herumführen. Phi Noi sah müde aus. Der viele Regen hatte zum wiederholten Male ihr Grundstück überschwemmt. Heute Nacht musste sie die Einrichtung und den neuen Kühlschrank ihres Cafés umstellen, um sie vor dem Wasser zu schützen. Sie war sauer, dass die Gemeindeverwaltung ihren Bitten, das marode Abwassersystem der Nachbarschaft zu sanieren, noch nicht nachgekommen war. Als Jane die Treppen herunterkam und sich zu mir an die Theke setzte, wechselte Phi Noi das Thema und stellte uns vor.

*Sie lobte mein Thai, nicht ohne meinen anfänglichen Akzent mit einem entschuldigenden Lächeln nachzuahmen und befand, dass ich inzwischen sehr viel, mehr als sie selbst, über Chiang Khan wüsste, da ich jeden Tag Daten erhebe (*ha kho mun*). Jane war schon zum dritten Mal in Chiang Khan. Das erste Mal war schon eine Weile her. Damals habe sie im* „Loog Mai Guesthouse“ *übernachtet. Es hatte nur wenige Unterkünfte zur Auswahl gegeben und sie mochte den Backsteinbau, der als einziges Gebäude in Chiang Khan an den französischen Kolonialstil erinnerte. Mehr Jane als mir erklärte Phi Noi, dass Chiang Khan erst seit ein paar Jahren boomte. Seit dem 100-jährigen Jubiläum 2009 kamen immer mehr Touristinnen. Mehr als alle hier erwartet hatten. Es hatte noch nicht einmal genügend Unterkünfte gegeben, so dass die Chiang Khaner ihre Häuser für die Touristen öffneten und bis heute als Homestays weiterbetrieben. Seitdem hörten sie von ihrem Hof aus, das „*neung-song-sam*“ (eins-zwei-drei) der Touristen, wenn sie ihre Schnappschüsse vor den alten Holzhäusern machten und die Jubelschreie, wenn sie mit den Fahrrädern die abschüssigen Gassen hinunterrollten. Auch die Versorgung durch den Frischmarkt wurde knapp. Inzwischen*

hat 7 Eleven *hier gleich um die Ecke eine Filiale eröffnet. Eine der vielen Zeichen von Veränderung.*

Ich war etwas ungeduldig, da ich unter keinen Umständen den groß angekündigten Beginn der Langbootrennen verpassen wollte und machte mit Jane aus, dass wir uns, wenn sie fertig gefrühstückt hatte, an der Kulturbühne wiedertreffen würden.

Von der Mekongpromenade konnte ich die vollbesetzten Langboote sehen. Jedes Team der verschiedenen Tempelgemeinden trug eine unterschiedliche T-Shirt-Farbe. Im Rhythmus des Schlagmanns ruderten je zwei Boote gegeneinander die mit farbigen Fähnchen gekennzeichnete Wettkampfstrecke entlang. In schattigen Ecken hatten sich kleine Grüppchen zumeist älterer Männer gebildet. Nicht selten stand dezent eine Flasche Hochprozentiges in ihrer Nähe. In Höhe der Ziellinie waren die Treppenabgänge zu einer Tribüne umfunktioniert worden. Hier saßen hauptsächlich Frauen mit ihren kleineren Kindern. Zwischen den Reihen gingen Verkäuferinnen mit Snacks, Luftballons und sonstigem Spielzeug. Da lediglich Qualifikationsrennen anstanden, erzeugte der Wettbewerb meist wenig Aufregung im Publikum. Nur einige wenige Frauen bemühten sich, die Stimmung mit Anfeuerungsrufen anzuheizen.

Jane und ihr Kollege hatten mich inzwischen gefunden. Sie wollten allerdings nicht lange hierbleiben und zuschauen. Hier würden sie nicht das finden, was sie suchten, erklärten sie. Sie waren nach Chiang Khan gekommen, um eine Karte zu gestalten, auf der mit Fotos markiert ist, wo man noch die echte Lebensweise Chiang Khans erfahren könne. Ich hatte das Gefühl, dass sie nun von mir, von Phi Noi als Expertin vorgestellt, erwarteten, dass ich ihnen diese Orte zeige. Dass ich, wenn ich diese Orte nicht kenne, nicht viele Daten über Chiang Khan gesammelt haben könne.

Abbildung 5.1 Zuschauerinnen der Langbootrennen auf dem Mekong zu *Ok Phansa*

Unschlüssig, was sie sich erhofften und wo ich sie hinführen sollte, schließlich waren die beiden nicht zum ersten Mal in Chiang Khan, brachte ich sie zunächst zu Ya Goi, der Massagetherapeutin, die in kaum einer Fernsehreportage über Chiang Khan fehlte. Die Wand neben den Matratzen zierten Fotos von den Begegnungen mit den unzähligen Journalistinnen. Bereitwillig gab Ya Goi Auskunft über ihre Ausbildung und den speziellen von ihr geprägten Stil der Massage mit den Füßen. Das älteste und wohl meist fotografierte Holzhaus, unbewohnt und dem Verfall überlassen, war meine zweite Station. Offenbar fanden die beiden auch mit mir nicht das, was sie suchten, so dass sie anschließend zurück zu Phi Noi abbogen, die mich für heute aus der Pflicht entließ.

Ich blieb verwirrt zurück und grübelte weiter, wo ich die beiden hätte hinführen sollen. Ihre Idee der Karte war nicht neu und war auch schon in einer Broschüre der TAT – „Fahre Rad, bewundere die Tempel und erfahre die Lebensweise der Bewohner Chiang Khans" verwirklicht worden. Ich konnte mich des Eindrucks nicht verwehren, dass sie ein Bild von Chiang Khan reproduzieren wollten, dass es so nicht mehr gibt, dass sie nostalgisch zurückblickten auf das gute alte Chiang Khan [redigierter Auszug aus den Feldnotizen 18.10.2013].

Jane und ihr Kollege waren dem nostalgischen Imaginär gefolgt, auf das Phi Noi sich bezog als sie sich an die fotografierenden und Rad fahrenden Touristinnen erinnerte. Die Jahrmarktsatmosphäre an der Ziellinie entsprach nicht ihrer Vorstellung der ‚echten' Lebensweise Chiang Khans, obwohl das Bootsrennen eine lang gehegte Tradition zu *Ok Phansa*, nicht nur in Chiang Khan, ist. Seit ihrem ersten Besuch hatte Chiang Khan sich verändert. Der Rummel um Nostalgie hatte das touristische Imaginär der zeitlosen Passivität Chiang Khans herausgefordert und ließ Jane und ihren Kollegen demystifiziert zurück.

So sehr Chiang Khan nicht mehr an das Bild des altertümlichen, verlassenen Ortes erinnerte, so sehr war Nostalgie während meiner Feldforschung noch präsent. Verlustdiskurse, die eine bessere Zeit vor dem Tourismus heraufbeschworen, waren eine Reaktion auf unumkehrbare Veränderungen und auf Sorgen um die Nachhaltigkeit des Tourismus sowie um die Unsicherheiten der weiteren touristischen Vermarktung: Sollte man sich im Narrativ der Entdeckung präsentieren und das Vergangene und Alte aufrechterhalten? Oder müssten neue Attraktionen geschaffen werden, damit weiterhin Touristinnen kommen würden?

Diese transformative Kraft der diskursiven und praktischen Nostalgie (Berliner 2012a, 2012b), werde ich diesem Kapitel in einer Art nostalgischen Kettenreaktion, in

der die Nostalgie der Stadt weitere Nostalgien in Chiang Khan veranlasste, nachverfolgen.

5.1 Vergängliche Nostalgie

Seit der Entdeckung Chiang Khans hatten sich die Besuchszahlen nicht nur gesteigert (vgl. Tabelle 1.1), es zeichnete sich auch eine Diversifizierung im Profil der Besucher ab. Chiang Khan hatte sich vom Geheimtipp einer jungen, urbanen Szene zu einem Hauptreiseziel im inländischen Tourismus entwickelt, das verschiedene Touristengruppen mit unterschiedlichen Erwartungen und Bedürfnissen anzog. Touristen jeglicher Alters- und Einkommensgruppen kamen allein, als Familie, in größeren Gruppen oder mit Freunden. Sie kamen aus Bangkok, weit her aus dem Süden oder aus den umliegenden Provinzen. Ganz besonders zu Feiertagen, die zumindest denjenigen im öffentlichen Dienst oftmals ein langes Wochenende bescherten,[72] war Chiang Khan ein beliebtes Ausflugsziel.

Mit steigender Bekanntheit war die nostalgische Gentrifizierung (Berliner 2012b: 783) Chiang Khans nicht mehr aufzuhalten. Viele Touristinnen kamen zwar um einen Blick in eine harmonischere Vergangenheit zu werfen – andere auch nur, um an dem Ort, über den ganz Thailand spricht, gewesen zu sein – die allermeisten von ihnen wollten aber nicht zu ihr zurückkehren: „People are conscious about recollecting the past, though they would not live in it“ (Thongchai 1995: 117). Sie wollten sich vor alten Holzhäusern fotografieren, aber in komfortabel ausgestatteten Hotelzimmern übernachten. Sie wollten für einen Moment die Moderne hinter sich lassen, aber um 18 Uhr zum Essen noch einkehren können.

Überrascht und überrannt vom plötzlichen Interesse und bemüht, die beständig wachsende Nachfrage zu bedienen, hatte Chiang Khan die Tourismusarbeit aufgenommen. Die TAT Loei suchte dabei ab 2009 die Zusammenarbeit mit der Gemeindeverwaltung und den lokalen Geschäftetreibenden. Yupa Panrod, die mir als Direktorin der TAT ein Interview gab, aber selbst zu den Anfängen Chiang Khans nicht im Amt war, erklärte:

> „Zu Beginn konnte man beobachten, dass immer mehr Menschen kamen. Wir haben uns selbst erschrocken, weil wir das Gefühl hatten, immer mehr und mehr Leute sprechen über Chiang Khan. Die TAT ging also hin und hat vor Ort

[72] Fallen Feiertage in Thailand auf einen Samstag oder Sonntag, wird der zusätzliche freie Tag am darauffolgenden Montag nachgeholt.

> nachgefragt: ‚Gibt es genügend Unterkünfte? Gibt es die nötige Infrastruktur? Könnt ihr selbstständig auf euer zu Hause aufpassen? Für den Fall, dass noch mehr kommen. Denn bisher kommt nur die eine Gruppe, über die sozialen Medien. Wenn ihr bereit seid, dann unterstützen wir euch bei der Öffentlichkeitsarbeit und Promotion'" (Interview 30.04.2013).

Auf die ersten Touristen folgten Bewohner Chiang Khans, die wie Phi Dong, Phi Ned oder Phi Rat im Tourismus die Möglichkeit sahen, ein Auskommen zu erwirtschaften. Je mehr die Zahlen der Statistiken in die Höhe schnellten, umso mehr finanzkräftige Investoren kauften sich in das lukrative Geschäft ein.

5.1.1 Wandel und Auswirkungen der touristischen Entwicklung

Nur wenige Jahre nachdem Chiang Khan explosionsartig Bekanntheit erlangt hatte, präsentierte sich die Chaikhong Straße nicht mehr als verlassene und vernachlässigte Gegend, die lediglich von einigen verschlossenen, verfallenen Holzhäusern gesäumt wird. Ein Spaziergang entlang der Uferstraße zeigte, was sich überall auf der Welt beobachten lässt: dass Touristen gleichsam das verändern, weswegen sie gekommen waren:

> „Modern tourism is therefore an inherently expansive economy, constantly appropriating and constructing new experiences and places. Yet such activity bears with it the ironic seeds of its own destruction, as the very presence of the tourists corrupts the idea of reaching an authentic and totally different culture. Paradoxically, a nostalgic semiotic economy is produced, one that is always mourning the loss of that which it itself has ruined" (Coleman/ Crang 2002: 2f).

Mit seiner Entdeckung war das nostalgische Imaginär im Schwinden begriffen. Die Beschreibungen der Veränderungen hatten nicht selten einen nostalgischen Unterton. Kaum eines der Häuser am Straßenrand war nun mehr unbewohnt. Nur noch vereinzelte freie Grundstücke zwischen den Häuserreihen zeugten noch von dem Grün, das diese Straße einst gesäumt haben soll. Schilder, auf denen „Zu verkaufen" geschrieben stand oder Baustellen in verschiedenen Stadien der Fertigstellung deuteten darauf hin, dass auch diese bald bebaut sein, die letzte freie Sicht auf die schmale Uferpromenade und den Mekong versperren und den angenehm kühlen Wind vom Mekong nicht mehr durchlassen würden. Zwischen wenigen verbliebenen alten Holzhäusern im weitestgehenden, höchstens restaurierten Originalzustand, fanden sich Häuser mit erneuerten, frisch lackierten Holzfassaden, aber auch größere aus Zement gebaute Häuser.

Fast jedes der Häuser hatte seine Türen auf unterschiedlichste Weise für die Touristinnen geöffnet. Schilder wiesen sie als Gästehäuser oder Hotels aus, andere verkauften (zusätzlich) im Erdgeschoss Souvenirs, hatten Cafés und kleine Restaurants eingerichtet oder Matratzen für die Thai Massage ausgebreitet. Gegen Abend, wenn sich die Hitze des Tages begann zurückzuziehen, multiplizierte sich die Betriebsamkeit. Am Straßenrand wurden Tische aufgestellt, Verkaufsstände auf Rädern aus umliegenden Garagen herangezogen, Metallstangen zu Kleiderstangen zusammengesetzt oder mobile Garküchen eingerichtet. Chiang Khan baute seine *Walking Street* auf; eine Verkaufs- und Flaniermeile, die sich auch in anderen Tourismushochburgen, wie etwa Chiang Mai, großer Beliebtheit erfreute.

Den Touristen, die die Straße auf- und abbummelten, wurden Mitbringsel sowie Snacks und Getränke angeboten: T-Shirts in allen Farben und Größen mit dem Aufdruck „Chiang Khan“ und meist einem Fahrrad als Motiv, Mützen und Handschuhe sobald die Temperaturen in den Wintermonaten unter 20 Grad fielen, kleine farbige Stofftäschchen (5 für 100 Baht), Schlüssel- oder Handyanhänger, kleine Notizbücher, Postkarten mit Fotomotiven aus Chiang Khan, Essensvariationen auf die Hand oder Eiskaffee im großen Plastikbecher. Der Verkauf von Alkohol war hier allerdings untersagt. Hier und da sang ein Musiker oder führte eine Schülerinnenband lokale Musik auf.

Wer in der Nebensaison kam oder in der Hochsaison rechtzeitig ein Zimmer reserviert hatte, der schlief abends in einer der Unterkünfte auf der Mekongseite mit Blick auf den Fluss. Andere mussten auf die gegenüberliegende Straßenseite oder auf Unterkünfte in den von der Chaikhong Straße abgehenden kleinen Gassen ausweichen. Etwas weiter außerhalb, wo die Besiedlungsdichte zugunsten von Reisfeldern abnahm, boten sich Resorts aus mehreren kleineren Bungalows für eine Übernachtung an. In der Hochsaison konnte es vorkommen, dass alle Unterkünfte – 189 waren 2013 bei der Gemeindeverwaltung registriert – ausgebucht waren. Dann boten einige Äbte der Tempel den Gästen Unterschlupf. Oder es wurde ihnen erlaubt in Vorgärten, auf Schulhöfen oder freistehenden Grundstücken Zelte aufzuschlagen. Das Angebot der Beherbergungen reichte von einfachen, nostalgisch gestalteten Gästehäusern wie dem von Phi Toey bis hin zu luxuriösen, modern ausgestatteten Hotels.

Von Beginn an begleiteten Sorgen vor einem negativen Einfluss des Tourismus auf die Lebensgewohnheiten und kulturellen Eigenarten Chiang Khans den Aufschwung. Bereits im Oktober 2009 ging eine der ersten Reisesendungen über Chiang Khan im Fernsehen der Frage nach, ob der Charme (*sane*) und das einzigartige lokale, einfache,

ruhige und gemeinschaftliche Dorfleben Chiang Khans durch die Touristen und die vielen Zugezogenen bedroht seien. [73] Die Sendung wurde unterstützt von der Gruppe „*Chiang Khan Hak Mueang*“ (übersetzt aus dem lokalen Dialekt: Chiang Khaner lieben ihre Stadt), die von Geschäftetreibenden, Wissenschaftlern der Rajabhat-Universität Loei und weiteren, die sich mit Chiang Khan verbunden fühlten, gegründet wurde, um Chiang Khan vor großen Veränderungen zu schützen. Wie Achan Suppawadee, eine der beiden beteiligten Dozentinnen mir gegenüber darlegte, ging es ihnen neben der Organisation und Bereitstellung der nötigen Infrastruktur vor allem darum, Regelungen und Vereinbarungen in Zusammenarbeit mit der Gemeindeverwaltung und dem neu gegründeten Gemeinderat (*sapha mueang*) zu treffen, um das Ausmaß der befürchteten negativen Folgeerscheinungen zu begrenzen. Sie einigten sich auf eine „Satzung Chiang Khans“, die im Eingangsbereich jeden Hauses an der Chaikhong Straße aufgehängt wurde:

> „Regeln für die Nutzung der Chaikhong Straße und Umgebung, aufgestellt von den Bewohnerinnen in Zusammenarbeit mit dem Distrikt und der Gemeindeverwaltung Chiang Khans:
>
> - Es sind keine Fahrzeuge erlaubt, die laute Motoren haben oder die ungewöhnlich viel Abgase entwickeln. Fahrer müssen sich nach den Gesetzen und offiziellen Straßenschildern richten. Parken darf den Verkehr nicht behindern.
> - Illegale Drogen jeglicher Art dürfen nicht mitgeführt werden.
> - Spärliche Bekleidung in der Öffentlichkeit ist verboten.
> - Körperliche Annäherungen in der Öffentlichkeit sind untersagt.
> - Lautstärke oder andere Störungen (auch von Tieren) sind von 22:00 – 7:00 Uhr zu vermeiden.
> - Bei der Nutzung sollte nach guter Moral und Kultur gehandelt werden.
> - Müll oder Überbleibsel von Essen dürfen nicht auf die Straße oder in die Natur geworfen werden, sondern gehören in vorgesehene Eimer.
> - Böller oder Feuerwerk, die Lautstärke verursachen, dürfen nicht gezündet werden.“

Mit voranschreitender Entwicklung bestätigten sich manche Befürchtungen, während andere sich mit bedrückender Aktualität hielten. Weiterhin suchten Wissenschaftlerinnen thailändischer Universitäten und Journalisten nach Auswegen – eine Anforderung, die auch an meine Arbeit von so manchem gestellt wurde. Die Arbeit der Politik wurde danach bewertet, welche Lösungen sie den vielen Problemen entgegensetzten. Das Fazit

[73] „Angekommen in Chiang Khan“ in der Sendung „*Thai mung*“ („Die Zuschauer“), nachzuschauen auf Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=Re_EEQohrfc [14.12.2017] (*Thai Mung* [Die Zuschauer] (2009)).

fiel selten wohlwollend aus. Auch einige Touristen erkundigten sich, möglicherweise sensibilisiert durch die mediale Aufmerksamkeit, nach den Veränderungen.

Spürbar, auch für mich, wurden die drängendsten Probleme insbesondere an hochfrequentierten Wochenenden in der Hochsaison. Auf der Straße zur Begrüßung, beim gemeinsamen Essen oder beim Einkaufen auf dem Markt wurden die alltäglichen Beschwerlichkeiten ausgetauscht. Als die größten Probleme wurden der zunehmende Verkehr in Verbindung mit höherer Unfallgefahr und Knappheit an geeigneten Parkplätzen, die Lärm- und Abgasbelästigung durch oftmals mit laufendem Motor wartende Tourbusse, konzeptlose Müllentsorgung sowie steigende Lebenshaltungskosten und Versorgungsengpässe genannt.

5.1.2 Zwischen dem Chiang Khan vergangener Zeiten und kommender Tage

Wenige Jahre nach dem Boom wurde die Entwicklung des Tourismus weniger von sozialen Netzwerken bestimmt (Kapitel 4.3.1), sondern von der Gemeindeverwaltung und der TAT Loei. Das Chiang Khan vergangener Tage, in dem die Touristen das einstige Thailand gefunden hatten, war hingegen nur noch als Imaginär zugänglich. Damit zukünftig auch weiterhin Touristen hierherkommen würden, stellte sich für viele die Frage, ob Chiang Khan an der imaginierten Vergangenheit festhalten und die eigene Vergangenheit bewahren sollte oder ob in Image- und Werbebroschüren neue Anreize hervorgehoben werden sollten. Der Wandel stellte an jeden einzelnen, der mit den Touristen Geld verdienen wollte und Kredite für bereits getätigte Investitionen bedienen musste, die existentielle Herausforderung, die Imaginationen und Erwartungen der Touristen zu bedienen und zu antizipieren. Die folgenden Abschnitte zeigen, dass die Ausrichtung ambivalent blieb. Es wurde einerseits versucht den Wandel aufzuhalten, andererseits wurde das nostalgische Imaginär hinter sich gelassen und neue Aspekte gefördert.

Vermarktung als altertümliches Chiang Khan

Die Feier zum 100-jährigen Bestehen Chiang Khans[74] im Dezember 2009 markierte die entscheidende Zäsur zwischen der passiven Entdeckung durch Touristen und aktiver

[74] 1909 wurde der Distrikt Chiang Khan im Zuge der zentralisierenden Reformen Siams (Kapitel 3) gegründet.

Vermarktung seitens der Gemeindeverwaltung und TAT. Auch wurde einhellig der endgültige Durchbruch als Reiseziel mit diesem Event in Verbindung gebracht.

Als damals amtierender Bürgermeister (2008-2011), erklärte mir Khun Naikamon, habe er zwei Monate zuvor im Namen der Gemeindeverwaltung darum gebeten eine Pressekonferenz der TAT zur Lebensweise in den sechs Anrainerprovinzen des Mekong (Chiang Rai, Loei, Nong Khai, Nakhon Phanom, Mukdahan und Ubon Ratchathani) in Chiang Khan auszurichten. Damit erreiche er eine Öffentlichkeit für Chiang Khan auf zwei Ebenen: Zum einen habe er persönlich auf Meetings und Seminaren in anderen Gemeindeverwaltungen mit einem 7-minütigen Video für Chiang Khan geworben. Zum anderen wurde Chiang Khan nun fortan von den Medien in Fernsehsendungen und Berichten repräsentiert.

In Zusammenarbeit mit einem Jubiläumskomitee und der weiterführenden Schule Chiang Khans entstand ein dreitägiges Programm rund um den nationalen Feiertag anlässlich des Geburtstages von König Bhumibol. Durch die Wahl des Datums verortete Chiang Khan sich einerseits innerhalb der Nation, unterstrich aber andererseits die Lokalität seiner kulturellen Traditionen.

Ein thai-, englisch- und chinesischsprachiger Flyer unter dem Titel: „Welcome to The celebration (sic.) of A Century Muang Chiangkhan: The Ancient Town by the Khong River“ griff das in den sozialen Netzwerken vorherrschende nostalgische Imaginär der altertümlichen Stadt (*mueang boran*) auf. Die kurze Beschreibung Chiang Khans auf der Rückseite der Broschüre hob insbesondere die weit zurückreichende Geschichte hervor:

Neben dem zeremoniellen Anzünden von Kerzen zu Ehren des Königs gab es eine historische Prozession rund um die Geschichte der Stadtgründung. Außerdem wurden lokale Tanzdarbietungen der Tai Dam aus dem nahegelegenen Ban Na Pa Nat und der Geistermasken (*Phi Khon Nam*) aus Ban Na Sao gezeigt sowie kulturelle Wettbewerbe etwa in der Zubereitung örtlicher Spezialitäten und im Langbootrennen ausgerichtet.

Um die Feier zum 100-jährigen Jubiläum auszurichten, erinnerte sich Khun Naikamon, stimmte er sich mit seinen Regierungsmitarbeiterinnen und den einzelnen Tempelgemeinden Chiang Khans ab. Sie einigten sich darauf, die überlieferten Traditionen ihrer Vorfahren, zwölf für jeden Monat, in einer Feier zusammenzubringen:

> „Während der Feierlichkeiten sollte Chiang Khan so erscheinen wie vor hundert Jahren. Die Kleidung, die kulturellen Aufführungen von Gesang, Tanz und Musik, alles sollte so erscheinen wie vor hundert Jahren. Wir verwendeten keine Musikboxen und auf der Straße entlang der Parade wurde das Licht ausgeschaltet. Meine Gemeinde zündete stattdessen Kerzen an, wie vor hundert Jahren. Wir ließen

> die überlieferten kulturellen Aktivitäten wiederaufleben. Dabei halfen alle Chiang Khaner mit, keiner wurde gegen Bezahlung angestellt, sondern jeder leistete seinen Beitrag“ (Interview 20.01.2014).[75]

Chiang Khan verkaufte sich als altertümlich, historisch sowie lokal und bewarb seine landesweit einzigartige Lebensweise und Kultur, allen voran den Almosengang mit Klebreis. Die alten, nunmehr ‚100-jährigen Holzhäuser‘, von den ersten Touristen bewundert und aufgewertet, verbildlichten dieses Narrativ symbolhaft. Die Charakterisierung als *mueang boran* wurde in Reisebeschreibungen übernommen und in Promotionsmaterialien aufrechterhalten; so auch in einer Broschüre der Gemeindeverwaltung:

> „Chiang Khan ist eine kleine Stadt am Mekong, friedvoll und ruhig. Es ist eine altertümliche alte Stadt (*mueang boran kao kae*). Antike Holzhäuser säumen in langer Reihe die Straße am Mekong. In den Augen von Touristen ist es eine Gemeinde, die über 100 Jahre seine Identität bewahrt hat. Die Lebensweise und Kultur wurden von Generation zu Generation weitergetragen.“

Als geübter und nachgefragter Gesprächspartner betonte Khun Naikamon, dass er als gebürtiger Chiang Khaner bei der Ausrichtung des 100-jährigen Jubiläums nicht in erster Linie die Entwicklung des Tourismus im Sinn hatte:

> „Ich habe das nicht dafür getan, damit die Menschen hierherreisen. Aber ich habe es dafür getan, dass die Menschen von hier das bewahren, was sie haben. Andere würden dann schon von selbst herkommen. Wenn ich es nur dafür getan hätte, damit Touristen kommen und die Menschen von hier nicht wüssten, was sie Gutes haben, was sie bewahren müssen, dann würde Chiang Khan sich schnell wandeln“ (Interview 20.01.2014).

Mit dieser Darstellung distanzierte er sich davon, für die Veränderungen, die auf die touristische Entwicklung zurückgeführt wurden und schon während seiner Amtszeit begannen, mitverantwortlich zu sein – offenbar erfolgreich, denn bei vielen Chiang Khanern erfreute er sich im Gegensatz zu seinem Nachfolger großer Beliebtheit (auch wenn es mangels finanzieller Ressourcen, wie es hieß, nicht für seine Wiederwahl 2011 gereicht hatte).

Konzept der *mueang boran* war jedoch nicht unumstritten. Die Außenpräsentation erwies sich, wie der folgende Abschnitt zeigen wird, als Spannungsfeld, in dem gerungen wurde um das nostalgische Vermächtnis der ersten Touristen und neuen Positionierungen und Zielgruppen. Mit jedem antikem Holzhaus, das zugunsten eines neuen Hotels abgerissen wurde, wich das Imaginär der Touristen einer veränderten Realität. Mit jeder

[75] Dass die Feierlichkeiten ganz ohne den Einsatz externer Arbeitskräfte ausgerichtet werden konnten, lohnte sich aus Sicht des ehemaligen Bürgermeisters zu betonen, da zum Zeitpunkt unseres Gespräches von vielen in Chiang Khan bedauert wurde, dass eben diese traditionelle Gemeinschaftshilfe durch den Tourismus auf der Strecke geblieben sein sollte (Abschnitt 5.3.3).

Fernsehsendung, die Chiang Khan erwähnte, wurde aus dem Narrativ der pionierhaften Entdeckung eine dem Trend folgende Massenbewegung. Die Aushandlung, ob Altes erhalten oder Neues geschaffen werden müsste, bestimmte diesen thailandweiten Prozess der touristischen Transformation (E. Cohen 2001, siehe Abschnitt 7.1.1), im Zuge dessen naturnahes, kulturelles oder historisches Kapital, das in seiner ursprünglichen Form unter den Belastungen der steigenden Besucherzahlen vernichtet wurde, durch neue, künstlich geschaffene Sehenswürdigkeiten ersetzt wurde. Der damit verbundenen Abwägung, ob Erholung oder Unterhaltung zukünftig für Chiang Khan stehen sollte, widme ich mich in Kapitel 6.

Bewahren des Alten oder Schaffung von Neuem?[76]

Eine Woche bevor die Ok Phansa *Feierlichkeiten begannen, hatte die TAT regionale und nationale Medienvertreter in den Tempel Wat Si Khun Meuang zu einer Pressekonferenz mit dem Provinzgouverneur Loei, dem Distriktvorsteher, dem Bürgermeister Chiang Khans und der Direktorin der TAT Loei eingeladen.*

Meine Freundin Phi Iew, Mitarbeiterin bei der TAT Loei, hatte mich schon am frühen Vormittag in den Tempel gebeten, um bei den Vorbereitungen behilflich zu sein – eine gute Gelegenheit für mich bei dem Ereignis von Anfang an dabei zu sein. Als ich ankam war vor der Gebetshalle bereits eine kleine Bühne aufgebaut. Phi Iew begrüßte mich kurz und nahm mich mit in die Gebetshalle zum Waien[77] *des Buddha. Gleichzeitig überwachte sie die Dekorationsarbeiten am Treppenabgang zum Mekongufer und besprach mit dem Inhaber des bekanntesten Restaurant Chiang Khans die Menüfolge für das Abendessen. Erst beim Frisörbesuch in der Mittagspause – vor lauter Aufgaben war sie noch nicht zum Haare waschen gekommen – konnte sie mich über den Ablauf der Pressekonferenz heute Abend und die Rolle der TAT bei der Vermarktung der* Ok Phansa *Feierlichkeiten aufklären.*

Als wir zurück auf das Tempelgelände kamen waren die Vorbereitungen immer noch in vollem Gange. Unter den vielen Helfenden erkannte ich zahlreiche mir bekannte Gesichter. Eilig wurde ich hier und da gegrüßt bevor weitergearbeitet wurde. Auch der Abt des Tempels grüßte mich mit einem kurzen Kopfnicken. Vor der Bühne wurde

[76] Ich danke Erik Cohen für seine Anregungen diesen Aspekt weiter auszuarbeiten.

[77] Der *wai* ist eine Begrüßungsgeste, bei der die Hände vor dem Oberkörper aneinandergelegt werden. Zur Respektbekundung wird der *wai* im Tempel auf den Knien sitzend ausgeführt. Dabei verneigt man sich drei Mal vor der Buddhastatue oder den Mönchen bis zum Boden.

*Blumenschmuck drapiert und Stühle in weißen Saum gehüllt. Tische wurden herangetragen und mit Bananenblättern ausgekleidete Holzschalen verteilt. Phi Chiam, die sonst auf dem Markt verkaufte, baute einen kleinen Grill aus Ton auf dem Tisch auf und begann Klebreis mit einer dünnen Schicht aus Ei und Fischsauce überzogen an Schaschlikspießen (*khao chi*) zu grillen. Auch die anderen Schalen wurden mit bereits zubereiteten lokalen Essensspezialitäten befüllt.*

Einen weiteren Tisch zierte ein Schild mit der Aufschrift Phasat Loi Khro *(in etwa: „Floß zum Wegtreiben des Schicksals“). Auf ihm standen mehrere kleine aus Bananenstrunk gefertigte Flöße, auf denen ein mit Bananenblättern verkleideter Kegel mittig platziert war. Verziert waren die Quader mit gelben aus Wachs gefertigten Blumen. Auf zwei Holzstreben war ein größeres Exemplar aufgebahrt: Statt eines Kegels in der Mitte war die Innenfläche des Floßes in neun Kammern aufgeteilt, darin lagen Gewürze und in Plastiktüten verpacktes Essen. Von den Ecken her liefen dünne Stangen nach oben hin zusammen, die ebenfalls mit gelben Wachsblumen dekoriert waren.*

Abbildung 5.2 ***Phasat Loi Khro***

*Phi Iew bat mich nun mich umzuziehen. Wie schon so oft zu offiziellen Anlässen lieh sie mir einen Sarong (*pha thung*) und schickte mich auf die Toilette des Tempels. Auch wenn es nicht das erste Mal war: Ich brauchte – zur Belustigung von Phi Iews jüngeren Kolleginnen – wieder einige Male bis ich korrekt angezogen war; bis das richtige Muster zum Boden zeigte, der Stoff gerade überlappte, der silberne Gürtel in richtiger Höhe über der Hüfte fest (!) saß und die Schärpe so über die Schulter mit einer Sicherheitsnadel befestigt war, dass sie mir nicht über die Schultern rutschte. (Die Männer hatten es deutlich einfacher, sie mussten lediglich ein kariertes Tuch um den Bauch über ihre*

schlichten Baumwollhemden binden.) Nur mit Hilfe und nach Phi Iews nachdrücklicher Aufforderung doch wenigstens auch ihren Lippenstift aufzutragen sah ich präsentabel genug aus. Das fand wohl auch der gerade eingetroffene Distriktvorsteher. Er hielt mich für eine Touristin und verwickelte mich in ein kurzes Gespräch. In gebrochenem Englisch erklärte er mir, dass ich heute sehr schön sehen könne, dass sie hier in Chiang Khan ihre Traditionen bewahren. Denn wenn ich mich umschaue, würde ich sehen, dass heute alle Frauen den typischen Sarong tragen. Er deutete noch kurz auf die Gebetshalle und erläuterte, dass die Architektur den Tempeln Luang Prabangs ähnele bevor er sich, seiner amtlichen Pflicht Genüge getan, wieder abwendete.

In der Zwischenzeit stand die Sonne schon etwas tiefer, so dass ein angenehmer Schatten über dem Tempelgelände lag. Alle Anwesenden, darunter viele Mitarbeiterinnen der Gemeindeverwaltung, das Personal der TAT Loei, aktive Mitglieder der Tempelgemeinde und Angehörige verschiedenster Kulturgruppen bildeten einen Spalier und begrüßten den Provinzgouverneur, der in einem schwarzen Van angefahren kam und mit zu einem wai *gefalteten Händen ausstieg. Der Distriktvorsteher, die TAT-Direktorin und der Bürgermeister Chiang Khans nahmen ihn in Empfang. Begleitet von den Pressefotografen gingen sie, nachdem sie den Altar neben der Stupa gewait hatten, die Tischreihen entlang. Ihnen wurden die lokalen Essensvariationen erklärt und zum Probieren angeboten. Anschließend nahmen sie vor der Bühne Platz. Auch viele der Umstehenden setzten sich.*

*Die Moderatorin, Thai-Lehrerin an der hiesigen Schule, ließ die Presseschau mit zwei Tanzdarbietungen eröffnen. Es tanzten zunächst Schülerinnen ihrer Schule, gefolgt von älteren Frauen rund um Pa Nang, die von sich behauptete im Gegensatz zu anderen Kulturgruppen noch nach wirklich altertümlicher Art („*boran ching ching*") aufzutreten. Nach der Eröffnung bat die Moderatorin den Provinzgouverneur, den Distriktvorsteher, den Bürgermeister und die Direktorin der TAT Loei auf der Bühne Platz zu nehmen – es bot sich eine der wenigen Gelegenheiten, an dem der Distriktvorsteher und der Bürgermeister zu einem gemeinsamen öffentlichen Auftritt erschienen. Die beiden, so wurde hinterher gelästert, können sich nicht ausstehen und sollen sich während der 45-minütigen Pressekonferenz keines Blickes gewürdigt haben.*

Die Moderatorin bat nun jeden der vier um ein kurzes Statement. Der Provinzgouverneur, der im Vorfeld von der TAT ein Redeskript zur Verfügung gestellt bekommen hatte, betonte, dass die seit langem gehegte Lebensweise Chiang Khans,

speziell der Almosengang mit Klebreis und die Herstellung der wärmsten Baumwolldecken der Welt, erst seit kurzem bekannt seien. Nirgendwo sonst gäbe es die alte Tradition des Phasat Loi Khro*, mit der man nicht nur zu* Ok Phansa *sein ungutes Schicksal auf dem Mekong wegtreiben lassen könne. Er wünschte sich, dass alle hier zusammenarbeiten würden, damit Chiang Khan so erhalten bliebe und die Touristen wiederkämen. Schließlich hätten sie alle gemeinsam, dass sie Chiang Khan lieben. Als nächstes sprach der Distriktvorsteher. Er leitete mit den Worten ein, dass* Ok Phansa *in Chiang Khan schon lange gefeiert werde, schließlich blicke man auf eine 104-jährige Geschichte zurück. Mittels von Stichpunkten der TAT erläuterte er das Programm der Festtage, an dem die Tempelgemeinden mitwirken würden. Eröffnet würde* Ok Phansa *mit einer Parade der aus Wachs geschnitzten Schlösser.*

Abbildung 5.3 Parade mit den aus Wachs geschnitzten Schlössern

Phasat Loi Khro *stellen sie in Chiang Khan aus natürlichen Materialien her, bevor sie sie auf den Mekong setzen. Gastgeber des einzigen Langbootrennens in Loei würde in diesem Jahr Laos sein. Da eine Tempelgemeinde aus Chiang Khan im letzten Jahr gewonnen habe, habe er alle Teams auf thailändischer Seite darum gebeten, das befreundete Nachbarland gewinnen zu lassen. Die erleuchteten Boote würden hier in Chiang Khan ebenso schön sein wie die berühmten Exemplare aus Nakhon Phanom.*

Der Bürgermeister sprach als einziger im lokalen Dialekt. Er hob ebenfalls die lange Geschichte Chiang Khans hervor und erklärte, dass man zu 100% auf die anstehenden Feierlichkeiten vorbereitet sei. Die Direktorin der TAT bedankte sich zunächst bei den Politikern, dass sie die Bedeutung des Tourismus erkannt hätten. Loei, die neuesten Zahlen waren ihr gerade vorgelegt worden, erfreute sich stetig steigender

Besucherzahlen. Bei der TAT streben sie an, dass Chiang Khan in erster Linie mit Phasat Loi Khro *verbunden werde. Denn die erleuchteten Boote, die Wachsschlösser und das Langbootrennen würde es zu* Ok Phansa *auch anderswo im Land, sogar noch schöner und größer, geben.*

Abbildung 5.4 Langbootrennen und erleuchtete Boote auf dem Mekong

Nach einer Nachfrage eines älteren Mannes aus dem Publikum – ob, wie in jedem Jahr zu Ok Phansa*, der öffentliche Alkoholkonsum untersagt sei und ob man versichern könne, dass die Unterkünfte dieses Mal ausreichen würden, bat die Moderatorin die vier Repräsentanten die Treppe zum Mekong hinunter zu gehen und gemeinsam das große* Phasat Loi Khro-*Exemplar auf den Mekong zu setzen. Inzwischen war es dunkel geworden und ich eilte mit den anderen Zuhörern hinterher. Die Fotografen hatten sich auf einem Floß gegenüber vom Ufer positioniert, um den letzten förmlichen Akt des Abends festzuhalten. Phi Iew drückte mir einen der kleinen Quader in die Hand, zündete die Kerze an und steckte eine weitere dazu. Sie bat mich ihn auf dem Mekong wegzupusten und ihrem sieben-jährigen Sohn zu widmen, da sie selber vor der Delegation aus Politikern und Journalisten zum Restaurant gehen müsste, in dem das offizielle Dinner stattfinden sollte. Als ich die Treppen wieder hochging, drehte ich mich noch einmal kurz zum Wasser um, wohl wissend damit die Regeln des Brauchs zu verletzen, um einen Blick auf die schwimmenden Kerzen zu erhaschen, die in langer Reihe langsam den Fluss abwärts flossen. [redigierter Auszug aus den Feldnotizen 08.10.2013].*

Mit der Bewerbung von *Phasat Loi Khro*, eines fast in Vergessenheit geratenen Brauchtums, für dessen Revitalisierung sich in erster Linie Khun Naikamon eingesetzt haben soll, stellte die TAT an Chiang Khan das Lokale (*thong thin*), Historische und Gemeinschaftliche der ländlichen Lebensweise heraus – jene Elemente, die im nostalgischen Diskurs eine Aufwertung erfahren hatten und maßgeblich die Entwicklung des inländischen Tourismus vorangetrieben hatten (Kapitel 4). Eine Fotostrecke über *Phasat*

Loi Khro, die das „Osotho“-Magazin der TAT im August 2013 in Chiang Khan aufnahm und aus der das Werbeplakat für *Ok Phansa* in Chiang Khan hervorging, illustriert eine entsprechende Inszenierung.

Abbildung 5.5 Plakat der TAT Loei zur Bewerbung der Ok Phansa Feierlichkeiten in Chiang Khan

Als Hintergründe hatten die Fotografen des „Osotho“ drei Szenerien ausgewählt: das aus Holz gezimmerte Obergeschoss der Besucherhalle im Wat Si Khun Mueang, die Chaikhong Straße in Höhe der einzigen noch erhaltenen längeren Reihe aus alten Holzhäusern und einen Treppenabschnitt des Mekong-Ufer auf dem Gelände der Wasserpolizei. Phi Iew hatte im Namen der TAT wie immer ihr Netzwerk mobilisiert und die Models aus ihrem Umfeld rekrutiert, darunter der Gebetsvorsteher, die Mutter des ehemaligen Bürgermeisters Naikamon, die auf der Presseschau tanzende Pa Nang, die Marktverkäuferin Phi Chiam, den Gästehausbetreiber Phi Chef und je einen Jungen und ein Mädchen im Studierenden- und im Kindergartenalter – auf den Fotos vereint als Vertreterinnen unterschiedlichster Generationen. Sie alle trugen das, was in Chiang Khan als traditionelle Kleidung galt: Die Frauen hatten einen Sarong an, dazu den Schal um die Schulter gelegt; den Männern war ein Schal um die Hüfte gewickelt. In den Händen hielten sie die Flöße aus Bananenbaum. Im Motiv, das für das Plakat ausgewählt wurde, setzt das jüngere Paar inmitten brennender Kerzen ihres aufs Wasser. Sie sind umringt von den anderen, deren Blicke aufeinander oder mit einem Strahlen in die Kamera gerichtet sind. *Yim yaem chaem sai*, Frohsinn und Heiterkeit, wurde oft als Identität Chiang Khans (*khwam pen chiang khan*) ausgemacht.

Abbildung 5.6 Inszenierung von *Ok Phansa* in Chiang Khan für das Magazin „Osotho“

Auf der Pressekonferenz unerwähnt blieb das Programm der Gemeindeverwaltung. Dieser Teil der *Ok Phansa*-Feierlichkeiten präsentierte Chiang Khan weniger als lokal, traditions- und geschichtsbewusst, sondern eher laut dröhnend, hedonistisch und massentauglich. Eine Woche lang wurde auf dem Zollgelände am Ortsausgang eine Markt- und Vergnügungsmeile eingerichtet, auf der alles von Spielzeug über Haushaltswaren und Kleidung zum günstigen Verkauf angeboten wurde. Außerdem fanden sich hier jegliche Attraktionen gewöhnlicher Jahrmärkte: ein Kinderriesenrad, eine begehbare Geisterbahn, Losbuden, Schießstände oder eine skurril anmutende Manege, in der man gegen Eintritt eine dreiköpfige Ziege und einen über den Boden schwebenden Jungenkopf ohne Körper bestaunen sollte. Allabendlich füllte sich das Gelände mit einer feiernden Menge überwiegend Jugendlicher, die zu den Konzerten von Pop- und *lukthung*-Größen ausgelassen tanzten. Diese und der Autoscooter erfreuten sich auch unter meinen Freunden großer Beliebtheit. Obwohl *Ok Phansa* ihnen wegen des Touristenansturms beste Bedingungen bot, ihre Postkarten, Taschen oder Notizbücher gut zu verkaufen, schlossen sie ein ums andere Mal ihre Verkaufsstände oder ließen sie durch andere beaufsichtigen und stürzten sich in die von lauter Musik und Schwarz- und Neonlicht umhüllten Autoscooter.

Dieser Zwiespalt zwischen Nostalgie und Novum, wie er Singh (2009b: 18) zufolge charakteristisch für den asiatischen Inlandstourismus ist, wurde nicht nur an *Ok Phansa* offenbar. Fast jede hatte eine Meinung, ob Chiang Khan seine lokalen

Besonderheiten und die Relikte vergangener Zeiten bewahren sollte oder man den Touristen mehr bieten müsse. Die Pläne des amtierenden Bürgermeisters, einen Schwimmenden Markt nach dem Vorbild Amphawas, das ebenfalls durch die Nostalgiewelle einen Aufschwung erfahren hatte, an einem unscheinbaren Zufluss des Mekong zu errichten oder das Ansinnen eines angesehenen Hochschullehrers, der seinen Doktortitel mit einer Dissertation über Chiang Khan erlangt hatte, Touristen in Zukunft mit einem Aquarium zu begeistern, blieben im alltäglichen Klatsch nicht unkommentiert. Phi Iew konnte, ganz auf Linie mit ihrem Arbeitgeber, darüber nur den Kopf schütteln. Sie war sich sicher, dass sie die hiesige Lebensweise verkaufen müssten. Als wir uns darüber unterhielten, dass sie im Gegensatz zu ihrem Vater nur noch wenig landwirtschaftliches Wissen hatte, ihr Sohn schon gar nicht mehr wusste, wie man Felder bestellt, erzählte sie, dass sie überlege, auf ihren Feldern eine Landwirtschaftsschule aufzubauen, in der Touristen lernen könnten, wie man Reis anbaut. So wie sie es im nahegelegenen Phu Ruea oder Dan Sai schon gesehen hatte. In unserer Unterhaltung wird deutlich, wie Chiang Khan, das die thailändische Vergangenheit repräsentiert, mit dem Gegenwärtigen ringt:

> Phi Iew: „Die Touristen von heute sehnen sich zurück in die Vergangenheit, das heißt sie wollen zurück zur Vergangenheit. Sie verlangen nach Wissen; brauchen nichts, was perfekt ist.“
>
> J.G.: „Thailändische Touristen oder ausländische?“
>
> Phi Iew: „Thais.“
>
> J.G.: „Warum ist das so?“
>
> Phi Iew: „Ich weiß nicht… Weil wir glauben, dass wir in der Vergangenheit glücklich waren. Wir haben mal so gelebt, ohne in Eile zu sein. Wir haben mal so gelebt, wie es der König lehrt, selbstgenügsam [*pho phiang*].
>
> Owa: „Mama…“

Owa, ihr Sohn, redete dazwischen und fragte, wann ich endlich mit ihm auf dem Ipad spiele.

> J.G.: „Das ist auch der Grund, warum antike Dinge und Vintage gerade so populär sind? Also ich denke an Chiang Khan, Samchuk, Hua Hin…“
>
> Phi Iew: „Ja, in Hua Hin tragen sie alle die traditionelle Kleidung. Auch in Chiang Khan fangen sie an darauf zu achten die Kleidung Chiang Khans zu tragen. Anderswo unterrichten sie Landwirtschaft. Es gibt Schwimmende Märkte… warum gibt es so viele?
>
> J.G.: „In Chiang Khan planen sie auch einen, oder?“

> Phi Iew: „Ja, sie denken daran. Ich sehe das nicht. Das ist doch nicht die Lebensweise der Chiang Khaner. Man kann es doch nicht anderen nachmachen“ (Interview 02.01.2014).

Mit ihrem Museum, für das sie dank ihrer familiären Verbindungen Antiquitäten der ethnischen Tai Dam zusammengesucht hatte, hatte sie, womöglich auch aufgrund ihrer Arbeitserfahrung und -kontakte, großen Erfolg. Auf einem Grundstück inmitten von Reisfeldern hatte sie alte Holzhäuser und Reiskammern nachbauen lassen. Es zeigt, dass sich nicht nur Entscheidungsträger in der Gemeindeverwaltung, den Distrikt- und Provinzämtern sowie der TAT – „Personen mit Macht“ (*phu mi amnat*) – mit dem Imaginär, das aus der Stadt auf Chiang Khan projiziert wurde, auseinandersetzen mussten (vgl. Leite 2014: 267f). Die Nostalgie der Touristen hatte bewirkt, was sich schon die Chatthipsche Schule der Gemeinschaftskultur zum Ziel gesetzt hatte (Kapitel 4): Jeder in Chiang Khan wurde ermutigt, die Geschichte und Kultur seiner Gemeinschaft zu erforschen und sich auf die eigene Identität zu besinnen (Anan 2003: 138). Die Frage nach der zukünftigen Ausrichtung und welche Rolle dabei die Vergangenheit spielen sollte, war für jeden Einzelnen von existenzieller Bedeutung. Jeder musste abwägen, ob es gewinnbringender schien, Zimmer im Stil antiker Holzhäuser oder mit modernem Hotelkomfort anzubieten – meistens fiel die Entscheidung zugunsten von Klimaanlage und Privatbadezimmer aus. Auch auf der *Walking Street* bestimmte die Nachfrage das Angebot: Zum Bedauern einiger dominierten T-Shirts und massenproduzierte Fabrikware statt lokalem Handwerk die Verkaufsstände. Damit sei die *Walking Street* nicht mehr als Ableger des Chatuchak Marktes in Bangkok, dem größten Markt Thailands.

5.2 Wandel als Verlustdiskurs

Die vielen Facetten dieser touristischen Transformation Chiang Khans dominierten die alltäglichen Diskurse. Die (negativen) Auswirkungen, die Tourismus auf die Welt hat, bestimmten auch das frühe Interesse der Ethnologie an diesem Forschungsgegenstand (Leite/ Graburn 2009: 40). Theoretisch wurde diese Debatte jedoch allzu simplifizierend geführt, denn die damit verbundenen Dichotomien „intern/extern“ und „vorher/nachher“ lassen sich nicht aufrechterhalten.

Kultur entsteht, so hat Bruner argumentiert, im Aufeinandertreffen zwischen Touristen und ihrem, die Rolle der ‚Einheimischen‘ mimenden, Gegenüber, in der sich auf diese Zeit und diesen Ort beschränkte „touristic borderzone“ (2005: 13). Jegliche

Unterscheidung zwischen ‚authentischer'[78] (‚unberührter') und ‚unechter' (‚verunreinigter') Kultur ist daher irreführend. Zwar wurde auch in Chiang Khan diskutiert, wer für die Veränderungen verantwortlich ist; je nach Standpunkt wurde die Schuld bei den wählerischen thailändischen Touristen, den eigenwilligen Zugezogenen, den unerfahrenen Chiang Khanern oder, da schien man sich einig, bei der überforderten Politik gesucht. Dies demonstriert bereits, dass Tourismus keine externe, frei strömende Kraft ist, die von außen auf in sich geschlossene, lokale Systeme destabilisierend einwirkt. Touristifizierung kann von innen heraus erfolgen, vom Innersten einer Gesellschaft ausgehen (Picard 1993). Die Imaginäre, die Touristinnen auf ihre Reisen mitnehmen, werden von den Subjekten dieser Fantasien aufgegriffen und beeinflussen, wie sie sich selbst konstruieren und erfinden (Adams 2004). Dieses Kapitel zeigt beispielsweise, dass nicht nur der nostalgische Konsum der Touristen Veränderungen nach sich zog, sondern eine transformative Kraft auch von den nostalgischen Bewahrungspraktiken der Chiang Khaner selbst ausging. Weiterhin waren es nicht die ‚fremderen' *farang*, die für den Wandel verantwortlich gemacht wurden, sondern die ‚vertrauteren' Thai, was ein Umdenken hinsichtlich der klassischen Rollenverteilung zwischen „Eindringling" und „Opfer" (Franklin/ Crang 2001: 9) anstößt (Kapitel 7).

Auch die fälschliche Einteilung in eine Zeit vor und nach dem Tourismus – „as if history begins with tourism which then pollutes the world" (Bruner 2005: 162) – wird nicht nur von einem dynamischen Kulturbegriff infrage gestellt. In Chiang Khan verband sich für kritische Beobachter der touristische Wandel auch mit der (durchaus nostalgischen) Feststellung, dass es sich dabei um den natürlichen Lauf der Zeit handele und Chiang Khan sich nicht in der Vergangenheit einfrieren ließe. Der bedauernde Rückblick vieler war auch alles andere als eindimensional, sondern unterschied sich in zeitlicher Tiefe; in Zeiten als nur die ausländischen Touristen gekommen waren sah man noch eine intakte Vergangenheit (Kapitel 7).

Als Nostalgie – zur Erinnerung: die Sehnsucht nach einer vergangenen Zeit und dem Verlangen, nach dem, was durch eine sich verändernde Gegenwart irreversibel verloren gegangen ist (Pickering/ Keightley 2006: 920) – drücken die rückblickenden Narrative und Empfindungen des Wandels hingegen aus, dass die Vergangenheit aus der Gegenwart heraus im Ringen um die Zukunft bemüht wird:

[78] Zur Kritik an dem Konzept der Authentizität touristischer Erfahrungen siehe Theodossopoulos 2013 und Wang 1999.

„Nostalgia can then be seen as not only a search for ontological security in the past, but also as a means of taking one's bearings for the road ahead in the uncertainties of the present" (2006: 921; vgl. Angé/ Berliner 2014; Berliner 2012b).

Auch wenn so mancher utopische Visionen äußerte, der Wandel in Chiang Khan war nicht rückgängig zu machen. Egal, ob man befürchtete, dass zukünftig weiterhin zu viele Touristen die Veränderungen noch verschlimmern würden oder ob man sich sorgte, dass der Touristenstrom abreißen und ein eigenes Auskommen unmöglich machen würde: auf die Rückwärtsgewandtheit der Touristinnen reagierten viele in Chiang Khan mit ihrem eigenen Rückzug in die Vergangenheit.

5.3 Wessen Verlust?

Die empfundene Vergänglichkeit rührte hingegen auf unterschiedlichen Bezügen zur Vergangenheit. Diesen multiplen Nostalgien (Berliner 2012b) spürt der folgende Abschnitt nach.

5.3.1 Zum Leidwesen der ausländischen Touristinnen

Die ausländischen Touristen wurden weniger oder blieben gänzlich fern, nachdem Chiang Khan von Thais entdeckt wurde. Diese räumliche Trennung zwischen inländischen und ausländischen Touristen ist charakteristisch für Thailand (E. Cohen 2014a).[79] Die *farang* waren die ersten, die den Wandel Chiang Khans sanktionierten. Nostalgisch zurückblickend auf das gute alte Chiang Khan bedauerte der „Lonely Planet" diesen Verlust für seine überwiegend westliche Leserinnenschaft:

„Please pardon our lamentation, but we really miss the old Chiang Khan. Virtually overnight, what was once a sleepy little-known riverside town full of traditional timber houses became a trendy destination for Thais, and now tour buses arrive daily. That said, it's far from ruined and we still think it's a good place to visit: it's just no longer great. The photogenic views of the river and the Lao mountains beyond are still there and things remain fairly peaceful in the daytime, before the evening shopping stampede begins" (Lonely Planet o.J.a).[80]

[79] Ich argumentiere allerdings anders als E. Cohen (2014a), dass der inländische Tourismus kein unabhängig vom westlichen Tourismus bestehendes, separates System ist (Kapitel 7).

[80] Interessanterweise hat sich der Ton inzwischen geändert. Der aktuelle Eintrag (September 2017) stimmt kein Klagelied an: „Sitting right on the banks of the Mekong, Chiang Khan capitalises on its great location with a thriving tourist industry. With great views across to the mountains of Laos, its main attractions are a lovely esplanade along the river and the quaint wooden shophouses of its 'walking street' (which actually does have a few cars). It's a popular spot for holidaying Thais and a great place to spend a few days relaxing" (Lonely Planet o.J.). Einen Kommentar zum offenbaren Missmanagement, dass trotz Verbotes auf der *Walking Street* Autos fuhren, konnten sich die Autoren des „Lonely Planet" dennoch nicht verkneifen.

Hier offenbart sich zwar auch eine „exo-nostalgia" (Berliner 2012b: 781) für eine nicht selbst durchlebte Vergangenheit. Allerdings klagen die Autoren des „Lonely Planet" hier, voller Unverständnis und fast vorwurfsvoll, weitergehend an, dass noch niemand außer ihnen selbst, stellvertretend für die westliche Backbacker-Gemeinde, diesen Verlust bemerkt habe. In dem Moment, wo die vielen thailändischen Touristen in Chiang Khan ihr nostalgisches Imaginär fanden, beansprucht die avantgardistische Nostalgie des „Lonely Planets" den wahren Verlust vorausgesehen zu haben. Deutlich wird das Missfallen der ausländischen Touristen auch an der abweichenden Bewertung der nostalgischen Ästhetik, mit denen Zugezogene wie Phi Toey ihr Imaginär umsetzten (Kapitel 4). Ein CNN-Journalist erkannte im Sammelsurium aus alten Radios, Fernsehgeräten, Haushaltsgeräten und Spielwaren aus der Mitte des 20. Jahrhunderts nur „weird kitsch" und „silly displays", die Chiang Khan zu einem „exuberant theme park" samt „toy-town gloss" und „back-to-the-past commercialism" machen (Ehrlich 2011).[81] Die Europäer, mit denen ich sprach, beschrieben Chiang Khan ähnlich als „Ballermann" oder „Disneyland".

5.3.2 Zum Leidwesen der ersten Touristen und Zugezogenen

Auch die ersten Touristen und zugezogenen Geschäftetreibenden beklagten, dass Chiang Khan nicht mehr das sei, was sie vor nur wenigen Jahren entdeckt hatten. Während ihr inzwischen zerplatztes Imaginär eine Lehnstuhlnostalgie (Appadurai 1996: 78) ausdrückte, die den ländlichem Raum mit der Vergangenheit verblendete (Kapitel 4), empfanden sie nun Nostalgie für eine konkrete zurückliegende Zeit, die sie selber miterlebt hatten.

Phi Ned, der Café- und Steakhausbesitzer, der mit seinen Erinnerungen an ein früheres Chiang Khan bereits zu Wort gekommen ist, drückte diese Wehmut so aus:

> „Früher, als ich gerade nach Chiang Khan gekommen war, hat mich jeder zum Essen dazu gerufen, egal an welchem Haus ich vorbei ging. Heute bitten sich die Chiang Khaner nicht mehr zum gemeinsamen Essen. Weil sie miteinander im Streit liegen. Ich, als Bangkoker, winke nun die Chiang Khaner zum Essen heran. [...] Hier ist es bald so extrem wie in Bangkok. Hier unterscheidet sich doch schon jetzt nichts mehr von Bangkok. Hier gibt es genauso den Wettbewerb, auch das Business ist eingezogen. [...] Früher aber war der Unterschied noch da. Ganz einfach gesprochen: Früher hat man hier um 6 Uhr abends nichts mehr zu essen bekommen. Wo gab es das noch? Überall in Thailand kann man 24 Stunden lang essen. Aber

[81] Diese unterschiedliche Bewertung ist nichts Ungewöhnliches. Winter (2009a) hat beobachtet, wie der Anstieg des asiatischen gegenüber dem westlichen Tourismus in Kambodscha neue Ästhetiken in der materiellen Kultur der Souvenirs hervorbrachte.

> man kam in Chiang Khan an und ab 6 Uhr gab es nichts mehr zu Essen. Kannst du dir das vorstellen, Chiap?" (Interview 09.12.2013).

Auch wenn er sich mit seinen Essenseinladungen vehement dagegen wehrte und diese Anschuldigung zurückweisen würde, hat seine Wertschätzung – und die vieler anderer – für dieses ländliche Beisammensein die Abweichungen zwischen dem Chiang Khan, wie er es von früher kannte und dem Chiang Khan, wie er es gegenwärtig noch ertrug, mit in Gang gesetzt. In die komplexen Nostalgieempfindungen der ersten Touristen mischen sich daher auch Aspekte der von Rosaldo (1989) beschriebenen „imperialist nostalgia" – die Reue der westlichen Welt für koloniale Zerstörungen, für die sie selbst die Mitverantwortung trägt.

Weil das Gegensatzpaar aus Chiang Khan und Bangkok, auf dem das touristische Imaginär beruhte, Phi Ned zufolge zunehmend in Auflösung begriffen war, stand für ihn fest – mit den Gedanken einerseits in der Zukunft, andererseits beständig zurückblickend – dass er seinen Mietvertrag in Chiang Khan nicht verlängern würde. Zwar träumte er von einem Restaurant in einem der Kolonialhäuser Lamphuns im Norden Thailands, das heute noch wie Chiang Khan damals sei, aber familiäre Verpflichtungen würden ihn zwingen bald zu seinen Schwiegereltern nach Nong Khai zu ziehen. Das sei zwar eine größere Stadt, aber im Vergleich zu Chiang Khan derzeit immer noch das geringere Übel:

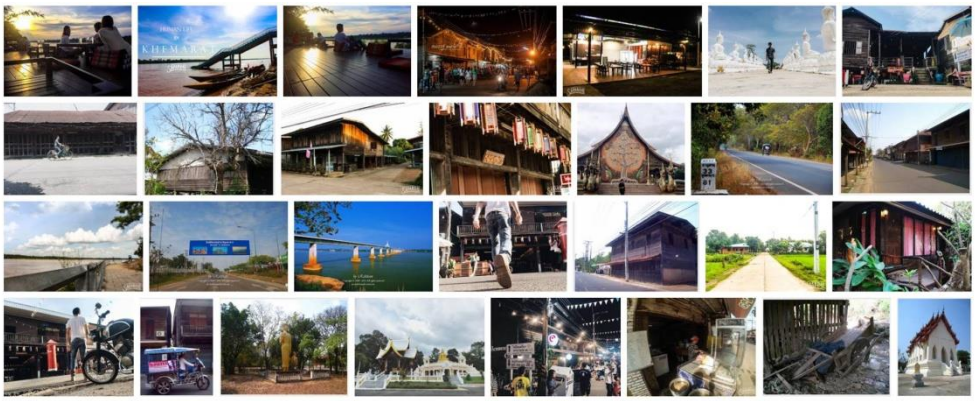
> „Nong Khai ist zwar größer als Chiang Khan. Aber in Nong Khai stehen die Autos nicht im Stau. Momentan ist es in Nong Khai lebenswerter als in Chiang Khan. Angenehmer. Keine Staus. Nicht so viele Menschen wie hier. Und hier, was siehst du hier während der Hochsaison? Man kann sich kein Essen besorgen, nirgendwo hingehen, weil die Stadt verstopft ist. Selbst auf dem Fahrrad muss man sich konzentrieren. Macht dir das Spaß?" (Interview 09.12.2013).

Wie ihm war es vielen der ersten zugezogenen Geschäftetreibenden ergangen. Viele von ihnen, die in Chiang Khan einen Ort der Ruhe für ein entschleunigteres Leben entdeckt hatten (Kapitel 6), waren von der voranschreitenden Entwicklung Chiang Khans verdrängt worden. Die wenigen Verbliebenen erzählten Geschichten von Freunden, die Chiang Khan verlassen mussten, weil ihnen die Hausbesitzer die Mieten drastisch erhöhten oder ihnen keine Vertragsverlängerungen aufgrund besserer Angebote vorlegten. Mit ihren kleinen, weniger auf Profit ausgerichteten Geschäftsmodellen verloren sie den ungleichen Wettbewerb mit businessorientierteren Investoren. Diese setzten mehr auf ein Service- und Komfortangebot, statt auf detailverliebte, nostalgische Ästhetik. Die in die alten Holzhäuser integrierten Gästehäuser und Cafés, die erst den Erfolg Chiang Khans herbeigeführt hatten, wurden durch neumodische Bauten ersetzt. Phi Neds Nostalgie ist daher nicht nur eine von der Sehnsucht der Stadt nach dem

Landleben oder vom Verlust einer selbst erlebten Vergangenheit, sondern auch eine vom eigenen Untergang.

Das Grenzland der Nostalgie verschob sich damit immer weiter. So wie die gescheiterten Geschäftetreibenden suchten sich auch enttäuschte Touristen auf den Spuren ihres Imaginärs neue Orte. Phi Ned hing in seiner Fantasie Lamphun nach; von anderen hörte ich immer wieder von Khemarat in der Provinz Ubon Ratchathani. Die Ergebnisse der Bildersuche im Internet könnten auch die Chiang Khans sein, wie sie vor einigen Jahren in den sozialen Netzwerken geteilt wurden.[82]

Abbildung 5.7 Das nostalgische Imaginär von Khemarat



5.3.3 Verlust von Gemeinschaftlichkeit

„Ach früher“, so schloss Ya Goi unser Interview (03.12.2013) zu den größten Veränderungen in Chiang Khan, „da waren wir glückselig bis zum Umfallen“ („*tae kon mi khwam suk cha tai*“). So wie sie verknüpften viele Chiang Khaner die Ausführungen zum Wandel mit nostalgisch anmutenden Rückblicken auf eine harmonischere Vergangenheit, die sie, anders als die Touristen, selbst erlebt hatten.

Bisher wurde Nostalgie als ein überwiegend städtischer Diskurs betrachtet (Kapitel 4). Die folgenden ethnografischen Vignetten demonstrieren hingegen, dass nostalgische Empfindungen für den Rückgang ländlicher Werte nicht auf die urbane Mittelklasse und Elite beschränkt sind.

[82] Ergebnis einer Bildersuche im beliebten Forum pantip.com (unter Zuhilfenahme von Google: „**เขมราฐ** [*khemarat*] site: pantip.com“), 15.09.2017.

*Verlust des Ländlichen I: „*Kin khao la bo?“

Das Bedauern um den Wandel verdichtete sich nicht nur im Almosengang (Kapitel 1), sondern wurde vor allem auch an einem anderen Sinnbild verdeutlicht: in der Frage ‚Hast du schon gegessen?‘ (*kin khao rue yang* beziehungsweise im lokalen Dialekt: *kin khao la bo*), die einem ‚Wie geht es dir?‘ gleichkommt. Wo ich auch hinkam, wurde ich gefragt, ob ich heute schon gegessen hatte und ich lernte selbst diese Begrüßungsfloskel anzuwenden. Ging ich bei Ya Goi vorbei, wurde ich zum Essen dazugebeten oder wenigstens zum Probieren eingeladen. Eine der ersten Dinge, die ich von Phi Noi lernte, wenn mal wieder eine Schüssel Essen über den Zaun gereicht wurde, war, dass sie diese niemals leer zurückgeben würde. Meine Nachbarin Yai San und ich pflegten unsere nachbarschaftlichen Beziehungen durch den Austausch von Obst. Darauf hatten wir uns stillschweigend geeinigt, da ich als Vegetarierin für sie eine komplizierte Tauschpartnerin war. Immer wenn ich zum Markt fuhr, dachte ich auch daran, Yai San, die sich über schlechte Zähne beklagte und eigentlich mit zwei Tassen Kaffee am Tag zufrieden war, weichere Obstsorten mitzubringen. Meist gegen Abend, wenn ich vor meinen Feldnotizen saß, guckte sie dann durch die geöffnete Terrassentür und lockte mich mit einer Papaya vom Feld für einen kurzen Plausch vors Haus. Phi Iew rief mich manches Mal schon früh morgens an, bevor sie nach Loei zur Arbeit fuhr. Schnell sollte ich mein Frühstück, meist süßes Brot, das sie am Vortag in der Provinzhauptstadt gekauft hatte, abholen. Als ich erkältet war, mir einen Tag komplett die Stimme versagte und ich leidend, den „Hobbit“ guckend den ganzen Tag im Bett verbrachte, brachte mir Phi Ot, mit dem ich viele Abende an seinem Postkartenstand auf der *Walking Street* verbracht hatte, eigens für mich gekochte Gemüsesuppe zur schnellen Genesung vorbei.

Diese Art der Beziehungspflege übers Essen sei in Chiang Khan im Schwinden begriffen sein. Im April 2013, kurz nachdem ich meine Feldforschung begonnen hatte, strahlte der staatliche Fernsehsender Thai PBS eine Diskussionsrunde unter dem Titel „Auf der Suche nach Chiang Khan“ (*tam ha chiang khan*) aus.[83] Eingeladen zu einem Austausch über Nachhaltigkeit in Chiang Khan waren Wissenschaftler, die Kurzfilme über den Wandel Chiang Khans gedreht hatten, Bewohner Chiang Khans, darunter Vertreterinnen aus lokaler Politik und Verwaltung, Betreiberinnen von Geschäften sowie Anwohnerinnen ohne direkte berufliche Verbindung ins Tourismusgewerbe und Schülerinnen der weiterführenden Schule. Eine Mitarbeiterin der Thai PBS moderierte

[83] Ausgestrahlt in der Sendereihe „*Wethi sathatana*“ (Arena für die Öffentlichkeit/ für das Publikum) des Fernsehsenders Thai PBS am 09.04.2013 und 16.04.2013.

das Gespräch, das unter einem schattigen Baum auf dem Gelände der Kulturbühne, dessen Umgestaltung durch die Gemeindeverwaltung im nachfolgenden Jahr noch für viel Gesprächsstoff sorgen sollte, stattfand. Die Moderatorin ließ zunächst einige der Schülerinnen und Schüler zu Wort kommen und fragte, wie es sich zurzeit hier lebe. Sie erhielt Antworten dazu, wie man hier ein glückliches Leben führen kann, der Wandel durch den Tourismus jedoch Anlass zur Sorge gebe.

Dies war das Stichwort für einen Wissenschaftler von der Fakultät für Informatik der Maha Sarakham Universität: Tourismus wirke sich immer auf die Gesellschaft aus und verursache Veränderungen. So auch hinsichtlich der Beziehungen innerhalb einer Gemeinschaft:

> „Meine Forschungsergebnisse zeichnen da ein sehr klares Bild. Früher hat man wie Verwandte (*pen phi nong kan*) zusammengelebt und sich über alles ausgetauscht. Bis heute haben sich die Beziehungen zu denen, mit denen man Haus an Haus wohnt, verändert. Aus ‚Hast du schon gegessen?' wurde ‚Sind deine Zimmer heute alle belegt?'"

Die Moderatorin wandte sich an die anwesenden Chiang Khaner, ob es stimmt, was der Wissenschaftler berichte. Khun Noi, Betreiberin einer der ersten Gästehäuser für ausländische Touristinnen, die üblicherweise ungewöhnlich direkt Dinge beim Namen nannte, ergriff das Wort. Früher habe es nur wenige Unternehmer gegeben. Aber heute sei es jeder, in jedem Haus. Wenn Gäste anrufen, um ein Zimmer zu reservieren, dann empfehlen sie diese auch an die Verwandtschaft weiter. Auf diese Weise, im gemeinsamen Bemühen um die Gäste, blieben die Beziehungen bestehen. Die Moderatorin insistierte, dass es wohl normal sei. Wer ein Geschäft betreibe, der unterhalte sich zwangsläufig übers Geschäft. Aber würden dabei nicht auch die Beziehungen und etwas der Freundlichkeit schwinden? Nein, fand Khun Noi:

> „Die Beziehungen innerhalb der Verwandtschaft sind noch wie immer. Einzig die Zeit, die bleibt, um sich zu besuchen, die ist weniger geworden. Schließlich müsse man rund um die Uhr, manchmal bis Mitternacht, das Telefon abnehmen."

Ein weiterer Mitarbeiter der Thai PBS, der die Gesprächsrunde initiiert hatte, forderte Pa Nang auf, als jemand, die ein Homestay betreibt und sich in der Kulturarbeit engagiert, Stellung zu beziehen. Pa Nang konnte schon beobachten, dass es die Herzlichkeit nicht mehr gebe:

> „Wie der Forscher schon richtig sagte, zu fragen: ‚Ist dein Homestay schon ausgebucht? Hast du neue Gäste?', das ist nicht Chiang Khan. Eine Chiang Khanerin muss fragen: ‚Wo kommst du her? Hast du schon gegessen? Ist der Reis schon geerntet?' [Hier wechselte Pa Nang in den lokalen Dialekt.]. So sind Chiang Khaner. Aber heute sieht man sie so nicht mehr, nur noch sehr selten".

Die Moderatorin fragte nach, was Pa Nang daran sorgt, schließlich hat sich nur das Thema, wonach man sich erkundigt, den Umständen angepasst. Pa Nang ergänzte, dass man sich nach allem Leiden und Glück erkundigen sollte, auch denen der heutigen Zeit. So wie sich die Menschen früher gefragt haben, ob man in den Tempel geht. Aber ja, sie sei auch besorgt.

Für Phi Tuk, Umweltaktivist und derjenige, der mich auf das Video aufmerksam gemacht hatte, sei Chiang Khan in erster Linie die schöne Natur, dann die Kultur und Lebensweise. Der Wandel resultiere aus dem Tourismus. Dieser hat einen neuen Standard gebracht, ohne dass sich die Gemeinde rechtzeitig darauf einstellen konnte. Die guten Beziehungen untereinander sind weniger geworden, die gegenseitige Hilfe gebe es nicht mehr:

> „Man ist zu einer Stadtgesellschaft geworden, ist keine ländliche Gesellschaft mehr wie gehabt. Das ist der Wandel, den ich sehr deutlich sehen kann."

Er sei besorgt, dass man kaum noch zusammen esse. Die Beziehungen zwischen Eltern und ihren Kindern, zur Verwandtschaft oder den Nachbarinnen ginge verloren. Menschen von außerhalb, oder Fremde, ziehen zu und verändern die Gesellschaft in Chiang Khan.

Mit Phi Tuks Worten wird sehr deutlich, dass man nicht nur an den Universitäten Thailands und hinter den Fernsehern der Nation, sondern vor allem auch in Chiang Khan selbst, nicht irgendwelche Veränderungen durch den Tourismus befürchtete, sondern das Schwinden dessen, was eine ländliche Gemeinschaft auszeichnen sollte. In der Frage, ob man schon gegessen hatte, verschmelzen die guten Eigenschaften einer intakten Gemeinschaft: Familiarität, Freundlichkeit und ein fürsorgliches und gegenseitig unterstützendes Miteinander. Das Essen im Kreis der Familie und Nachbarn vor dem Haus machte auch das nostalgische Imaginär Chiang Khans aus. Als Außenstehender und Unbekannter zum Essen dazu gebeten zu werden, das war es, was Phi Ned in den Sinn kam, als er an seine erste Reise nach Chiang Khan zurückdachte und was für ihn den Unterschied zu Bangkok ausmachte. Und auch Pa Nang, die durch den Themenwechsel vom Essen zum Geschäft nicht die Qualität der Beziehungen gefährdet sah, hinterließ die Zuschauerinnen gleichsam alarmiert, denn Reis ernten, ja, das gehöre aufs Land, nicht aber das Business.

Weil aber der Verlustdiskurs in Chiang Khan mit einer Praxis des Bewahrens einherging (Abschnitt 5.4) gestalteten sich trotz des konstatierten Verlustes der Aufbau und die Pflege meiner Forschungsbeziehungen weiterhin über den Austausch von Essen.

Verlust des Ländlichen II: Ok Phansa

Als ich im Oktober 2015 für einen zweiwöchigen Wiederbesuch zu *Ok Phansa* nach Chiang Khan zurückkehrte, übernachtete ich zusammen mit meinem damaligen Freund im gerade fertig gestellten Gästehaus meiner Freunde Phi Che und Phi Bum.

Phi Che, herzlich wie er ist, wäre am liebsten mit uns verreist, nach Nan vielleicht. Phi Bum fand sowieso, ich habe viel zu wenig Zeit für sie, weil ich hier einfach jeden kannte und – das verstand sie schon – auch besuchen müsste. Leider war unsere Zeit zu knapp und die beiden hätten auf die Einnahmen ihres Cafés an den belebten Feiertagen nicht verzichten können. Um uns aber wenigstens einmal ausführen zu können, schlug Phi Che an unserem zweiten Abend vor, mit ihm und seiner Tochter ins benachbarte Ban Pha Baen zu fahren, um der Sonne beim Untergang über dem Mekong zuzuschauen. Phi Bum blieb mit dem einjährigen Sohn zu Hause.

Nachdem Phi Che das Auto in einer Seitenstraße im Dorf geparkt hatte, gingen wir zu Fuß die wenigen Meter bis zu einem kurzen Promenadenabschnitt am Mekong. Ähnlich wie in Chiang Khan war hier ein Abschnitt am Mekongufer gepflastert und mit einem Metallgeländer versehen. Nur reihten sich hier keine Unterkünfte mit Mekongblick, sondern einfache Wohnhäuser aneinander. Auch versperrten hier keine Tische von Restaurants den Weg. In Chiang Khan erhitzte dieses, wie es hieß, egoistische Verhalten der Restaurantbesitzer die Gemüter. Phi Che organisierte Cola für seine Tochter, Bier für uns und wir setzten uns auf die Stufen, die hinab zum Mekong führten.

Wir hatten Glück: Ban Pha Baen bereitete sich auf den anstehenden Wettbewerb im Langbootrennen vor. Gerade bestieg die Mannschaft ihr Boot und begann eine kurze Strecke unter lauten Rufen des Steuermanns auf- und abzufahren. Hauptsächlich jüngere Kinder kamen mit Fahrrädern oder Mopeds angefahren und reihten sich entlang des Geländers auf. Phi Che genoss den Ausflug offensichtlich. Nicht nur, weil er uns ausführen durfte, sondern weil wir hier erleben durften, was er so schätzte.

Fast leuchtende Augen bekam er, als er begann zu erzählen. Als Kind, als er bei seinen Großeltern in Nan lebte, ist er bei den Rennen auch mitgerudert. Sie hatten keine Sponsoren, also mussten sie auf Spendensuche durchs Dorf ziehen. Er war immer derjenige, der verrückt zurecht gemacht wurde und den Clown in der Gruppe mimen sollte. Mit dem gesammelten Geld haben sie dann einheitliche Trikots sowie das Essen und die Getränke an den Wettkampftagen bezahlt. Der Steuermann hinten im Boot sei der wichtigste Mann im Boot. Er steuere und, wenn er es schaffe das Boot gerade laufen zu lassen, entscheide er über wichtige Zentimeter. Außerdem gebe er den Takt vor und könne

sein Team beobachten. Er erkenne, wann jemandem die Puste ausgeht. Zudem wache er darüber, dass niemand zu faul rudert, indem er das Ruder nur halb ins Wasser tauchen lässt und so Energie spart. Wenn dies früher bei ihnen vorkam, dann wurde derjenige anschließend vom gesamten Team bestraft, indem sie ihn in den Schlamm warfen. Manchmal waren sie aber auch so kaputt, dass sie alle anschließend freiwillig im Dreck badeten. Wenn der Wettbewerb anstand, dann wären aber nochmal zusätzliche Energien frei geworden. Schließlich wollte jeder das Rennen gewinnen.

Hier in Ban Pha Baen würden im Gegensatz zu Chiang Khan noch die Dorfbewohner das Team ausmachen. Die Teams aus Chiang Khan setzten sich nur noch aus angeheuerten professionellen Ruderern zusammen. Das Preisgeld, dass es in Chiang Khan zu gewinnen gibt, mache alles kaputt. So rudere man nicht mehr der Tradition wegen mit, um einfach nur zu gewinnen, sondern um das Preisgeld einzusacken. Amateur-Ruderer würden auf der langen Strecke, die längste Strecke Thailands, schnell ermüden. Laos trete in Chiang Khan jedes Jahr mit immer weniger Booten an. Es mache den gleichen Prozess wie Thailand durch: Während es sich entwickele, blieben die Traditionen auf der Strecke [redigierter Auszug aus den Feldnotizen 21.10.2015].

Nicht nur Phi Che bedauerte die mit zunehmender Entwicklung Chiang Khans abnehmende Bedeutung von Traditionen, die oft im Fokus kollektiver Nostalgie stehen (Creighton 2001: 10745). So wie er trauerten viele einer Zeit hinterher, in der die Tempelgemeinden noch selber die Kultur zu *Ok Phansa* pflegten. Vor allem die älteren, in den Tempelgemeinden aktiven Mitglieder wurden konkret. Achan Yongyud, ehrenamtlicher Schatzmeister des Wat Si Khun Meuang, wurde mir als Experte für die Bootsrennen empfohlen:

> Achan: „Mit Glück hat der Wettbewerb nichts zu tun. Gute Ruderer gewinnen, schlechte verlieren. Um zu gewinnen, muss man hart trainieren. Heute muss man sie anheuern. Das ist die Tradition, dass sie wie immer gegeneinander antreten."
>
> J.G.: „Heute sind es nicht mehr die Dorfbewohner?"
>
> Achan: „Nein, das gibt es nicht mehr. Die Ruderer kommen von anderswo. Aus der Bevölkerung ist keiner mehr dabei. Weil es nur noch Ältere gibt."
>
> J.G.: „Aber früher…"
>
> Achan: „Früher, oooh, da war das Boot voll! Heute ist das nicht mehr so. Da muss man die Ruderer von woanders herholen. […] "

Er zählte die Höhe der Preisgelder in diesem Jahr auf.

> Achan: „Heute dreht es sich nur ums Geschäft. Man sucht sich die besten Ruderer zusammen" (Interview 22.10.2013).

Sein Schwager, Khun Ta At, fand ebenfalls, dass die Langbootrennen keinen Spaß mehr machen, seit die Gemeindeverwaltung das Budget aufgestockt hat und die Ruderer nicht mehr aus Chiang Khan stammten. Sein Steckenpferd waren aber die erleuchteten Boote, mit denen das Wasser und die Schlangenwesen der Naga verehrt wurden. Über einen Monat hatte er zusammen mit anderen aus der Nachbarschaft Tag und Nacht an der Herstellung gearbeitet. 6 Meter hoch und 24 Meter lang sei das Motiv aus an Bambusrohren befestigten Lichterketten dieses Jahr geworden. Dank der finanziellen Unterstützung durch die Gemeindeverwaltung, die seit einigen Jahren anstatt einer der Tempelgemeinden als offizieller Gastgeber der Veranstaltungen auftrat, seien die Dampfboote immer aufwendiger und größer geworden. Er fand, im Tempel Wat Si Khun Mueang hätten sie genau die richtige Balance zwischen Detail und Größe gefunden und verstand nicht, warum sie in diesem Jahr nicht gewonnen hatten. Noch schwerwiegender für ihn aber war:

> „Gleich als ich vor fünfzig Jahren hergezogen bin, bin ich auf die *Ok Phansa* Feierlichkeiten gestoßen. Selbst mitgerudert bin ich. Früher war es nicht so wie heute. Jeder hat in der Tempelgemeinde geholfen. Die Jüngeren sind gerudert. Heute kommen keine Kinder mehr. Ich habe 12-, 13-jährige um Hilfe mit den erleuchteten Booten gebeten. Sie kommen aber nicht. Stattdessen zeige ich den Novizen wie es geht. Selbst zum Tragen schwerer Sachen hat niemand geholfen. Dafür mussten wir extra jemanden bezahlen“ (Interview 24.10.2013).

Derartige Gemeinschaftshilfe vermissten insbesondere die Frauen auch anlässlich von Gelegenheiten zum ‚Verdienst Machen‘. Zu Hochzeiten, Todesfeiern oder Hauseinweihungen hätte früher die gesamte Gemeinde bei den Vorbereitungen geholfen. Heute würde höchstens ein Briefumschlag mit Geld vorbeigebracht, weil wegen der Tourismusgeschäfte kaum noch jemand Zeit habe. Diese Veränderungen hat auch der für den Ablauf aller Zeremonien und Rituale zuständige Gebetsvorsteher (*phu suat mon*) beobachtet. Als ich wissen wollte, ob er Unterschiede in den zwanzig Jahren seiner Tätigkeit bemerkt habe, antwortete er:

> „Ein wenig, ja. Dass es heute noch wie damals ist, geht auch nicht. Es gibt große Unterschiede. Hochzeiten und Trauerfeiern gibt es nach wie vor, aber sie sind nicht wie früher. Bei Trauerfeiern hat man sich noch wirklich geholfen, bei allem. Heute gibt es das nicht mehr, heute wird alles gekauft und Hilfen bezahlt“ (Interview 21.02.2013).

Dieses Zusammenleben in einer Gemeinschaft, in der jeder jeden kennt und behilflich ist, war bedroht, wie Phi Tuk es in der Fernsehsendung ausdrückte, von Verhältnissen, wie man sie bisher nur mit der Stadt, allen voran Bangkok, in Verbindung gebracht hatte.

Einzug des Städtischen I: Eröffnung des 7 Eleven

Der Vormarsch des Städtischen wurde an nichts so sehr wie an der Eröffnung der ersten *7 Eleven*-Filiale kurz nach der Jubiläumsfeier zum 100-jährigen Bestehen festgemacht. Das Geschäft, dessen Angebot von Kosmetik über Süßwaren bis zu Zeitschriften reicht, zog an der Srichiangkhan Straße in Höhe des Frischmarktes ein und ermöglichte von nun an modernes, komfortables Einkaufen zu festen Preisen rund um die Uhr in klimatisierter Umgebung. Seine Eröffnung setzte im nostalgischen Imaginär eine Zäsur. Viele der sesshaft gewordenen Touristen nannten das Jahr ihrer ersten Reise nach Chiang Khan, immer gepaart mit der Information, dass es damals den *7 Eleven* noch nicht gab. Der *7 Eleven* markierte die Abkehr vom ruhigen, ursprünglichen Chiang Khan, wo man, wie Phi Ned es sagen würde, nach 18 Uhr nichts mehr zu Essen bekam. Geschaffen, um die Bedürfnisse der Touristen zu bedienen, zerstörte er gleichsam das, weswegen die Touristen gekommen waren. Phi Buk, Betreiberin meines Lieblingslokals, eine derjenigen, die „noch vor der Eröffnung des *7 Eleven*“ zum ersten Mal mit ihrem Freund hierher gereist war und abends hunrig vor verschlossenen Lokalen stand, sah die Eröffnung vergleichsweise pragmatisch. Solange er nicht an der Chaikhong Straße aufmacht, müsse man als Touristenstadt den Touristen entgegenkommen. Schließlich könne man nicht verlangen, dass die Touristen wie die Chiang Khaner um 22 Uhr ins Bett gehen. Und die Touristen sollten sich nicht wundern:

> „Ich höre oft: ‚Oh, hier gibt es sogar einen *Seven*? Und einen *Big C*? Ist ja ganz schön entwickelt.‘ Und was glaubst du, was sie antworten, wenn ich sie frage, ob sie denn dort eingekauft hätten? Natürlich haben sie dort eingekauft!“ (Interview 03.01.2014).

Einige in Chiang Khan erinnerten sich hingegen wehmütig an eine Kindheit zurück, in der der *7 Eleven* noch keine Rolle spielte. Ya Gois ältere Tochter Phi Fon, die gerade ihr Café in einer Universitätsmensa in Bangkok zugunsten eines Cafés zu Hause aufgegeben hatte, machte etwa den Unterschied zwischen früheren und heutigen Generationen daran fest:

> „Früher gab es keinen *7 Eleven*. Wir haben Süßigkeiten in kleinen Läden für haltbare Lebensmittel (*ran khong cham*) gekauft. Wir wussten noch, was es heißt zu sparen. 5 Baht gaben wir für Süßigkeiten aus, 2 Baht bewahrten wir auf. Heute ist das nicht mehr so. Jetzt heißt es nur noch ‚*seven, seven*‘" (Interview 16.12.2013).

Dieses Chiang Khan der touristischen Imaginäre und lokalen Erinnerungen an unschuldige Kindheiten stand im Abwägen des Für und Wider einer Filiale bis zu deren Genehmigung durch den Bürgermeister Naikamon zur Diskussion. Während einige um die Existenz der kleineren Läden bangten, sahen andere den Nutzen für die Touristen, die

zu jeder Tages- und Nachtzeit auf nichts verzichten müssten. Phi Iew, die Mitarbeiterin der TAT, gab mir gegenüber sogar mal zu, dass sie selbst daran gedacht hatte die erste Filiale, allerdings gegenüber vom Krankenhaus, aufzumachen. Wegen der damals noch fehlenden Bankeninfrastruktur hatte sie den Plan jedoch schnell begraben. Khun Noi hingegen stand offen zu ihrem damaligen Protest. Sie fand, dass der *7 Eleven* nicht nach Chiang Khan gehöre, nicht zu den hiesigen Schlafgewohnheiten passe – nämlich früh ins Bett zu gehen, da man für die Zubereitung des Klebreises wieder früh aufstehen müsse. Inzwischen war sie in ihrer Haltung abgemildert, scherzte mal, dass sie zwar gegen *7 Eleven* gewesen sei, aber bei *Makro*, eine Großhandelskette mit einem Standort in Loei, einkaufe.

Drei Jahre später dürfte der typische Sound zur Türöffnung jedem in Chiang Khan vertraut sein. *7 Eleven* hatte sich inzwischen mit zwei weiteren Filialen fest etabliert. Ohne jeden Protest hatten auch *Tesco Lotus* und *Big C* kleine Ableger ihrer Supermärkte, die auch dem Frischmarkt Konkurrenz machten, eröffnet. Viele Geschäftetreibende sahen in ihnen eine Erleichterung, da sie nun weniger häufig zum Einkaufen nach Loei fahren mussten. Und doch zeigen die oft ohne direktes Nachfragen zustande gekommenen Ausführungen, dass die Existenz eines *7 Eleven* weiterhin Widersprüche hervorrief.

Einzug des Städtischen II: Geld und Business

Mit der Eröffnung des *7 Eleven* und anderer Supermarktketten war die kommerzielle Geschäftswelt (*thurakit*) nach Chiang Khan vorgedrungen. Eine der am häufigsten beklagten Begleiterscheinungen war die Zunahme von Egoismus und Wettbewerbsgedanken, die der lang gehegten Gemeinschaftlichkeit entgegenstanden. Während der heutige Alltag von Geld und Business dominiert wurde, sehnten sich viele zurück zu einer Zeit als der Lebensunterhalt noch durch Feldarbeit, Subsistenzwirtschaft und Tauschbeziehungen gesichert wurde. Insbesondere die Ältesten betonten, dass früher ein tägliches Auskommen ohne Geld möglich war. Den Unterschied zwischen früher und heute machten sie an gestiegenen Lebenshaltungskosten fest und konnten dies häufig an konkreten Preisanstiegen für Obst und Gemüse auf dem Markt veranschaulichen. Gleichzeitig begrüßten es einige, dass es durch den Tourismus einfacher geworden war ein Auskommen zu erwirtschaften, denn früher lebten viele in Armut.

Die Transformation von der Agrarwirtschaft zu einer breiteren Diversität an Einkommensquellen wurde bereits eingehend für den Nordosten (Keyes 2014, vgl. Kapitel 3) und den Norden Thailands (A. Walker 2012a) dokumentiert. Der Wandel, den

viele in Chiang Khan beschrieben, korreliert mit dem anderer ländlicher Regionen in Thailand. *7 Eleven* etwa durchdringt auch anderswo mit einem immer dichter werdenden Filialnetz die Provinzen.[84] Allerdings wurde die Veränderungen, so wie hier von Phi Noi, in Chiang Khan mit dem Tourismus in Verbindung gebracht:

> „Der Wert von Geld hat zugenommen, weil es wichtiger geworden ist. Alles wird getan, um den Tourismus herzuholen: der Betrieb von Gästehäusern, der Verkauf von Essen, dieses und jenes. Dabei wird vergessen, dass unsere althergebrachte Art sich verändert. Wir verändern uns aus uns selbst heraus, weil wir uns nicht kennen. Es liegt nicht an den Anderen. Manchmal richten sich die Chiang Khaner zu sehr nach den Touristen. Die Touristen brauchen das so, brauchen dieses, wollen den Mönchen Essensbeigaben geben, brauchen ein Schlafzimmer mit Klimaanlage und Badezimmer. Gut daran ist, dass jedes Haus nun schöner, sauberer aussieht. Aber es wird nicht für die Schönheit oder Sauberkeit getan, sondern allein fürs Geld, damit Gäste herkommen. Damit sie es mögen. Das heißt, die Gesellschaft von heute ändert sich. Der Zusammenhalt untereinander schwindet. Man lebt ein Leben wie Menschen in der Stadt. Es ist nicht mehr eine Gesellschaft der Dorfbewohner, wie auf dem Land“ (Interview 10.12.2013).

Geld nahm in Phi Nois eigener Geschichte eine besondere Rolle ein; es illustriert wie Phi Noi selbst ihr Leben aushandelte zwischen Stadt und Land.

Schon von Berufs wegen hatte Phi Noi mit Geld zu tun. Lange Jahre hatte sie in der Finanzabteilung eines Unternehmens in Bangkok gearbeitet. Bis mehrere Male in ihrer tagsüber unbeaufsichtigten Wohnung eingebrochen wurde und ihre Mutter sie bat zu ihr und ihrem Vater, dem hoch angesehenen Ritualexperten (*phu suat mon*), nach Chiang Khan zurückzukehren. Damals fing Chiang Khan gerade an zu boomen. Doch Phi Noi betonte, nicht deswegen, wie so viele andere, zurückgekehrt zu sein, sondern aus Liebe zu ihren Eltern. Daran gewöhnt alleine zu wohnen, zog sie in das leerstehende Haus ihrer Großeltern in unmittelbarer Nachbarschaft zu ihren Eltern. Ohne eigenes Einkommen und ohne eine Aufgabe fiel es ihr zunächst schwer, sich wieder in Chiang Khan einzufinden. In Bangkok war ihr Alltag straff organisiert gewesen. Morgens früh verließ sie das Haus, um trotz Verkehr rechtzeitig auf der Arbeit zu sein; erst spät abends kehrte sie zurück. Anfangs, so erzählte sie mir, setzte sie sich in Chiang Khan einfach nur mit einem Taschenrechner und einem Blatt Papier hin, um zu rechnen, das war sie schließlich über viele Jahre so gewohnt.

Als ich Phi Noi kennenlernte hatte sie jedoch ihre Passion gefunden: Sie liebte und hegte ihren Rosengarten. Jeden Morgen – sie stand wegen des angenehmen Wetters

[84] 2015 allein strebte die japanische *CP All Public Co* an 600 neue *7 Eleven*-Filialen zu eröffnen. Von den 8100 Geschäften befanden sich 45% in Bangkok oder Umgebung und 55% in den Provinzen (Sriwipa 2015). 2017 hatte das Unternehmen seine Präsenz auf über 10.000 Standorte erweitert (Fredrickson 2017).

morgens möglichst früh auf – begann sie damit ihre Rosen zu gießen. Mittags verließ sie stets das Haus, um mit ihren Eltern zusammen zu essen. Immer wieder betonte sie, wie sie hier in Chiang Khan ohne eigenes Einkommen zurechtkomme, dass es hier nicht viel Geld zum Leben brauche. In Bangkok habe sie zwar gut verdient, das Leben dort vermisse sie aber nicht. Ihr Homestay deckte die nötigen Kosten, mehr brauchte sie nicht. Im Verlauf meiner Feldforschung konnte ich Phi Noi begleiten, in ihrem Haus ein Café liebevoll aufzubauen und zu eröffnen. Die hohen Kosten stemmte sie mithilfe von einem Netzwerk aus Freunden, die allesamt im Naturschutz, insbesondere dem Schutz des Mekong, aktiv waren und die Vision des Cafés als Zentrum des Austausches teilten. Teile des Erlöses aus dem Café sollten zurück in die Umwelthilfe fließen. Phi Noi lernte so nicht nur professionell mit der Kaffeemaschine umzugehen, sondern war auch wieder zurück in ihrem Beruf: Sie wachte über die Ausgaben und Einnahmen des Caféprojektes. Wenn ich Phi Noi zuhörte, dann waren Stadt und Land ähnlich wie in den nostalgischen Verlustdiskursen fest besetzt. Bangkok stand für einen stressigen Arbeitsalltag, der mit einem hohen Einkommen ent- und belohnt wurde. Aus Sicht ihrer Mutter stellte Bangkok mit seiner Anonymität und Kriminalität eine Bedrohung dar. Chiang Khan hingegen bot ihr Sicherheit im Schoß der Familie und ein einfacheres Auskommen auch ohne feste Arbeit. Diese idealen Kategorien behielten ihre Gültigkeit, obwohl und gerade, weil sie verwischten (vgl. Harms 2011; siehe auch Kapitel 3): Mit ihrem Café eröffnete Phi Noi in Chiang Khan ein Geschäft, das zugleich die Prinzipien der Ländlichkeit – Gemeinnützigkeit – aufrechterhielt.

Dieses Verschwimmen der Kategorien verlief jedoch nicht immer harmonisch. Der Vorsitzende (*kamnan*) aller sechs Dorfobersten (*phu yai ban*), der die Dorfbevölkerung bei Problemen mit den verschiedensten Behörden vertritt, konnte berichten, dass sein Amt seit dem Anstieg der Touristenzahlen umso wichtiger wurde. Die überwiegenden Fälle, in denen er zur Vermittlung herangezogen wurde, standen in unmittelbarer Beziehung zu Geld und Geschäft:

> „Chiang Khan ist jetzt ein Tourismusort, stimmt's? Probleme mit Diebstahl haben wir nicht, mit Drogen nur sehr wenig. Die Probleme, die wir jetzt haben, entstehen, weil sich Nachbarn nicht verstehen, wenn's ums Geschäft geht" (Interview 19.12.2013).

Er berichtete von Streitereien um Grundstücksgrenzen, von denen auch Phi Noi ein Lied singen konnte. Ihre Nachbarn hatten sie im Zuge der Renovierungsarbeiten gedrängt, einen Schatten spendenden Baum zu fällen, weil er über ihr Grundstück hinüberreichte. So etwas hätte es früher nie gegeben, war sie sich sicher.

Kontinuität von ‚Stadt' und ‚Land'

Diese vier Illustrationen haben gezeigt, dass parallel zum Schwinden der Basis des touristischen Imaginärs nostalgische Erinnerungen in den Wandelnarrativen der Chiang Khaner auflebten. Anders als von vielen befürchtet wurde, gehörte das Dorf nicht der Vergangenheit an. Es bestimmte als imaginierte Kategorie nicht nur gegenwärtige Vorstellungen der Stadt, sondern auch Aushandlungsprozesse der zukünftigen Entwicklung auf dem Land. Die zunehmend verschwimmenden Grenzen zwischen dem Städtischen (Attributen, die die Stadt charakterisieren) und dem Ländlichen (Attributen, die das Land ausmachen) erscheint als Nostalgie auslösende Krise, in denen die Kategorien ‚Stadt' und ‚Land' sich nicht in Auflösung befinden, sondern gleichsam festgeschrieben werden. Auch für Harms (2011) ist die unvollkommene Gegenwart eines Randbezirks von Ho Chi Minh City in Vietnam, das zwischen einer bäuerlichen Vergangenheit und einer Fortschritt versprechenden Zukunft oszilliert, die Erklärung dafür, warum die Idealkategorien Stadt und Land beständig reproduziert werden:

> „Today Hóc Môn is neither rural nor urban, but a future orientation allows one to imagine what it will be like once it becomes urban, and an emphasis on memory allows one to imagine a time when it was marked by a certain rural purity. This oscillation between orientations to the district's imaginary perfection in the future and the past allows a sort of escape from the imperfect present. Yet it also hones the sharp divide between categories and contributes to the reproduction of the categories as binary oppositions. […]. For the present is never really either of these things, and social life as experienced in the here and now is almost always inauthentic when viewed against these pure poles" (2011: 91).

Dass im gegenwärtigen Chiang Khan nicht (nur) verheißungsvoll auf die Versprechen der Stadt reagiert wurde, sondern (auch) nach ländlichen Werten der Vergangenheit gestrebt wurde, wirft neues Licht auf Repräsentationen des Bangkok-zentrierten Thailands, in der die Stadt in politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Hinsicht eine Vormachtstellung einnimmt (Kapitel 3). Diese urbane Dominanz wurde selbst in der im inländischen Tourismus sichtbar werdenden nostalgischen Abkehr von der Stadt zementiert (Kapitel 4). In der ruralen Nostalgie Chiang Khans offenbart sich hingegen eine Dezentrierung dieser Stadt-Land-Ordnung. Denn bislang wurde in den historischen Aufständen der Bevölkerung des Isan gegenüber dem Zugreifen des thailändischen Staates und insbesondere in dem jüngeren Aufbegehren der ‚Rothemden' gegenüber struktureller Ungleichbehandlung (Kapitel 3) keine Revolte gegen das System an sich gesehen. Für Keyes (2014: 154) deutet die weit verbreitete Migrationspraxis darauf hin, dass die Isaner durchaus eine Entwicklung ihrer ländlichen Welt anstreben und den

Entwicklungskurs Thailands nicht gänzlich ablehnen. Auch Sopranzetti (2012) erkennt in den jüngsten Protesten ein Verlangen nach Inklusion am kapitalistischen Konsum, keine Zurückweisung dessen. Vorng (2017:116) sieht mit ihrer Erforschung der Statusverhältnisse in Bangkok ebenfalls den Kern des Konfliktes nicht in einer Ablehnung von Kapitalismus und Entwicklung an sich begründet, sondern in der Forderung der unteren, ländlich verwurzelten Gesellschaftsteile daran teilzuhaben. In Chiang Khan hingegen drückte sich in den Klagen um den Verlust ländlicher Gemeinschaftlichkeit deutlichere Kritik an den Verhältnissen des urbanisierten Thailands aus.

Dabei darf nicht unerwähnt bleiben, dass nicht alle mit Rückwärtsgewandtheit auf den Wandel Chiang Khans reagierten, sondern einige der touristischen Entwicklung auch erwartungsvoll entgegengesehen hatten. Sie bedauerten zwar so manche Veränderung, sahen vor allem aber die Vorteile, die der Tourismus nach Chiang Khan gebracht hatte und weiterhin bringen würde. Lung Lan, der lange eine Schneiderei betrieb und nun T-Shirts auf der *Walking Street* verkaufte, fand etwa, dass alle, die sich über Staus oder das hohe Müllaufkommen beschwerten, entweder nicht wüssten, wie man ein Geschäft aufziehe oder schlicht zu faul seien. Schließlich habe der Tourismus Chiang Khans wirtschaftliche Lage verbessert und er würde ihm, auch wenn es hart erarbeitet sei, ein gutes Auskommen ermöglichen. Insbesondere diejenigen, die, wie viele aus den ländlichen Regionen des Isan, für ihre Arbeit weggezogen und zurückgekehrt waren, als ihnen der Tourismus in Chiang Khan bessere Möglichkeiten bot, betonten den persönlichen Gewinn, zu Hause arbeiten und gleichzeitig für die eigene Familie da sein zu können. Pa To, die mich und ihre Nachbarschaft morgens mit Klebreis versorgte, fand, derzeit ein erfülltes Leben zu führen:

> „Ich bin sehr, sehr zufrieden. Ich kann zu Hause leben, in der Nähe meiner Kinder, meiner Familie, meiner Verwandten. Das war schon mal anders. Als ich noch außerhalb der Provinz gearbeitet habe, habe ich mein zu Hause ganz schön vermisst. Vor allem, wenn ich krank war, dann habe ich vor Heimweh sogar geweint, Chiap. Jetzt wohnen meine Eltern bei mir, ist es warmherzig. Wir tun, was wir gerne tun, schauen nach unseren Eltern und können jeden Morgen ‚Verdienst machen'" (Interview 12.01.2014).

In die Liebe zur eigenen Heimat – mit Keyes (2014) habe ich in Kapitel 3 die außerordentliche Identifikation der Isaner mit ihrem Dorf und ihrer gesamten Region („*ban hao*") bereits aufgezeigt – mischte sich oftmals auch ein bisschen Stolz, dass der eigene Herkunftsort nun im ganzen Land bekannt ist und Menschen von überall her hierher reisten.

So wie Phi Noi beobachteten viele den Wandel kritisch, sahen aber die Auswirkungen des Wandels auf das eigene Leben noch begrenzt. Pa Nang, die gegenüber der Thai PBS die abnehmende Herzlichkeit beklagt hatte und die mit ihrer Kulturgruppe die traditionellen Tänze am Leben erhielt, schätzte es, dass sie es schaffe, mit ihrer Familie noch wie eh und je zusammenzuleben:

> „Traditionell hat man zusammengelebt wie unter Verwandten. Nicht wie heute. Heute beginnt man wegen des Geschäfts nur noch auf sich zu schauen. Vieles hat sich geändert. Aber in meiner Familie leben wir noch traditionell zusammen. Wir essen gemeinsam. Egal was, es ist wie immer. Unsere Kinder und Enkel wachsen noch gleich auf. Wie in der Vergangenheit“ (Interview 06.12.2013).

Andere negierten fast beharrlich jeglichen Wandel – wohl auch, um angesichts der öffentlich geführten Diskussionen einen möglichen Schaden für das Image Chiang Khans abzuwenden. So ordne ich zum Beispiel die Rede Khun Nois vor der Thai PBS ein, als sie erklärte, dass die gemeinschaftlichen Beziehungen Chiang Khans trotz der Zunahme an Geschäften nicht in Mitleidenschaft gezogen wurden, weil sie beispielsweise Gäste untereinander weiterempfehlen würden. Wiederum andere äußerten sich ambivalent, teilten die Hassliebe (Sunanta 2013: 186) der Thais gegenüber ihrer Modernisierung und standen zwischen den kontrastierenden Versprechungen und Möglichkeiten von Stadt und Land. So wie Phi Fon, die in der Eröffnung des *7 Eleven* für heutige Kindergenerationen einen Werteverlust sah, dem Leben in Bangkok ein Leben in Chiang Khan vorzog, aber dennoch manchmal das Konsumangebot der Großstadt, insbesondere japanisches Essen, vermisste. Für die allermeisten war die Stadt aus dem Alltag nicht wegzudenken. Sie spielte in der Ausbildung, gesundheitlichen Versorgung, in Konsum und Unterhaltung trotz der Befürchtungen, die dessen Expansion auslöste, eine große Rolle.

Diese Kontroversen zeigen sich auch in der praktischen Arbeit, die investiert wurde, um den Wandel aufzuhalten und das nostalgische Imaginär aufrechtzuerhalten.

5.4 Bewahren der Vergangenheit: Nostalgische Praxis

Obgleich unterschiedlich stark ausgeprägt, waren die Varianten der Verlustdiskurse omnipräsent und untrennbar mit Überlegungen verbunden, wie sich der Wandel aufhalten ließe. Am Beispiel verschiedener Ansätze, die alten sogenannten 100-jährigen Holzhäuser zu bewahren, wird deutlich, dass Nostalgie in Chiang Khan nicht nur von Touristen konsumiert wurde und sich in Diskursen über den Verlust ländlicher

Gemeinschaftlichkeit äußerte, sondern auch als Ressource für Bewahrungspraktiken in Erscheinung trat. Aus dieser materiellen Reorientierung zur Vergangenheit, wie sie auch in den Politiken zur Erhaltung von Kulturerbe zum Ausdruck kommt (Berliner 2012a, 2012b; Dann 1994; Kim 2005; Peleggi 2002), lässt sich allerdings, so Berliner, kein zeitlicher Stillstand ablesen. Stattdessen ist Nostalgie eine transformative Kraft:

> „Instead of stopping transmission and culture mechanisms, heritage recognition creates aesthetic forms, historical narratives, politics of transmission, and, more generally, new social configurations" (Berliner 2012b: 771).

Der folgende Abschnitt widmet sich dieser nostalgischen Praxis. Die Macht der Imagination reichte nicht aus, um die Holzhäuser vor dem Abriss zu bewahren, wohl aber um das Narrativ aufrecht zu erhalten und zu tradieren. Statt die verwitterten und verlassenen Holzhäuser aus der Vergangenheit für die Zukunft zu bewahren (*anurak*), wurde versucht das touristische Imaginär trotz des Wandels in Neubauten aus altem Holz oder Fassaden mit Holzoptik aufrecht zu erhalten. Auch Fotos, auf die zur Bewerbung Chiang Khans zurückgegriffen wurde, retteten die Optik der einstigen Marktstadt in die Gegenwart des populären Reiseziels.

5.4.1 Inwertsetzung, Wandel und Verlust der alten Holzhäuser

Zunächst waren es die Touristen gewesen, die den heruntergekommenen Holzhäusern, die sich laut dem ehemaligen Bürgermeister ursprünglich über eine Länge von 1800m am Mekongufer entlang gereiht hatten, ihren Wert verliehen. Sie waren es, die nutzlos gewordene, einfache Häuser als kostbare Überbleibsel eines unverdorbenen Thailands würdigten, indem sie sie fotografierten und mit der Internetgemeinde teilten. Diesen Prozess der Aufwertung zur Tourismusattraktion beziehungsweise zum Kulturerbe bezeichnen E. Cohen und Scott A. Cohen (2012b; vgl. E. Cohen 2014b) als „hot authentication" im Gegensatz zur „cool authentication", die von oben durch eine anerkannte Institution wie etwa die *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) erfolgt. Mit der ‚heißen' Authentifizierung wurde den Holzhäusern zugleich Bedeutung eingeschrieben. Sie verdinglichten das Imaginär eines von der Moderne zurückgelassenen Idylls, das aus Sicht des urbanisierten Thailands der Vergangenheit angehört, durch die Gegenwart bedroht, aber in Zukunft nicht in Vergessenheit geraten dürfe. Diese Inwertsetzung, die Verknüpfung zwischen geerbter Vergangenheit und anvisierter Zukunft sowie selektive Sinnzuschreibungen, die angesichts der Schönheit des Landlebens die fatalen Konsequenzen der Grenzschließung

zu Laos, die Marginalisierung abseits des wirtschaftlichen Aufschwungs und die Stigmatisierungen gegenüber dem Isan ausspart, sind charakteristische Vorgänge der Konstruktion von Kulturerbe (Bendix 2009; Winter/ Daly 2012; Tauschek 2013). Den Status eines Kulturerbes (*moradok*) sprach ihnen wörtlich jedoch lediglich der ehemalige Bürgermeister zu. Da sie nicht ‚kühl' zum Kulturerbe deklariert wurden, gab es keine übergeordnete Institution, die ausgestattet mit der entsprechenden Autorität die Holzhäuser trotz Besucheransturm im Zustand ihrer konstruierten Authentizität bewahrte.[85] Erik Cohen (2014b) kommt im Vergleich zwischen Amphawa, Pai und Chiang Khan – drei Orten, die im Zuge des thailändischen Kulturerbetourismus eine ähnliche touristische Intensivierung erfahren haben, jedoch unterschiedliche Authentifizierungsprozesse durchlaufen haben – zu dem Schluss, dass „cool authentication" eine sicherere und stabilere Basis zum Bewahren von gebautem Erbe bietet als „hot authentication" wie im Falle Chiang Khans:

> „[A]s tourism intensified, this kind of authentication proved insufficiently effective to save the built heritage from modification by tourist-oriented businesses or from destruction by powerful outside hotel developers" (2014: 14).

Bald war der Wert der Holzhäuser derart angestiegen, dass kapitalstarke Investoren den Chiang Khanern mehrere, teils zweistellige Millionenbeträge für ihre Grundstücke an der Chaikhong Straße bezahlten. Sie rissen die alten Holzhäuser ab und bauten ihre Hotels von Grund auf neu, denn die Erforderlichkeit Gewinn zu machen sowie die Komfortansprüche der Touristinnen stand der Wertschätzung für die alte Architektur entgegen. Einige der Neubauten orientierten sich am Erscheinungsbild ihrer Vorgänger und waren vollständig von alten Holzlatten oder von an Holz erinnernden Materialien ummantelt. Andere waren aus Zement gebaut und hatten lediglich Zierleisten aus Holz. Nur wenige der alten Holzhäuser blieben bestehen und wurden lediglich instandgesetzt. Ungenutzt und dem Verfall überlassen war nur noch das Holzhaus, das als ältestes angepriesen wurde.

[85] Das Geflecht aus Kulturerbe und Tourismus birgt immer das Dilemma, die Einzigartigkeit der Stätte einerseits der Menschheit zugänglich zu machen, während andererseits hohe Besucherinnenzahlen den Anforderungen an dessen Erhalt für zukünftige Generationen entgegenstehen (King/ Hitchcock 2014; Hitchcock/ King/ Parnwell 2010; Salazar/ Zhu 2015; Winter 2010). Lauser (2016) hat veranschaulicht, dass die UNESCO Kulturerbestätte Yên Tử in Vietnam Teil einer komplexen, historisch konstruierten Landschaft ist, deren verwobene Aspekte – Pilgerwesen, Tourismus, wirtschaftliche Entwicklung sowie Kultur- und Religionspolitiken – sie in mehrdeutige Bedeutungszusammenhänge mit je unterschiedlichen Anforderungen einbetten.

Abbildung 5.8 Alte und neue ‚Holz'häuser ©H. Günther

An keinem anderen Beispiel, abgesehen vom Almosengang mit Klebreis, wurde mir der Wandel deutlicher vor Augen geführt als an den alten Holzhäusern, die auch ich größtenteils nur noch von den Postkarten kannte. Mit dem nostalgischen Unterton des Bedauerns verdeutlichte Phi Che mir den Unterschied zwischen Chiang Khan früher und heute:

> „Früher gab es die alten Häuser. Aber niemand hat sich für sie interessiert. Zu meiner Kindheit noch hat man sie verfallen lassen. Aber seit Chiang Khan ein Tourismusort ist, seit Reisen zu alten Häusern zum Trend im Tourismus geworden ist, seitdem wollten immer mehr nach Chiang Khan reisen und Chiang Khan wuchs. Die alten Häuser sind nun nicht mehr alt. Einige zogen um oder aus alten Häusern entstanden neue. Ich weiß nicht, ob wir in einigen Jahren noch alte Häuser haben, die wir zeigen können (Phi Che 27.11.2013).

Seine Antwort verdeutlicht, wie sich die Paradoxie von „loss, lack and longing“ (Pickering/Keightley 2006: 921) an den alten Holzhäusern manifestierte: Während sich der nostalgische Charme an den Holzhäusern vergegenständlichte, ließ die nostalgische Gentrifizierung (Berliner 2012b: 783) sie schwinden. Diskurse über diesen Verlust übertrugen sich in Gebote sie zu bewahren und führten schließlich zu deren Transformation. Für die einen stand dahinter eine moralische Pflicht. Für die anderen war es eine ökonomische Abwägung, denn mit dem Schwinden der Holzhäuser, so fürchteten sie, würden die Touristen ausbleiben.

5.4.2 Aufrechterhaltung des Imaginärs von ‚alten‘ Holzhäusern

Ohne, wie es der ehemalige Bürgermeister ausdrückte, die Macht zu besitzen, den Geschäftsinteressen der Investoren Einhalt zu gebieten,[86] rangen er und andere darum, dem touristischen Imaginär weiterhin eine Materialität zuzuweisen. Weil sie die Abrisse der Holzhäuser nicht verhindern konnten, sie das Alte nicht bewahren konnten, musste Neues geschaffen werden, das ähnlich als „mnemonic touchstone or a portal to the past“ (Bissell 2014: 220) wirken würde. Während sich die Anstrengungen der TAT vor allem darauf konzentrierten Chiang Khan als Stadt der Entspannung (*mueang phak phon*) zu erhalten (Kapitel 6), waren Bauvorschriften im Gemeinderecht, lokale Tourismusarbeit und kommerzielle Inszenierung darauf ausgerichtet, visuell am Chiang Khan als altertümliche Stadt (*mueang boran*) festzuhalten.

Gemeinderecht

2010 erließ die Gemeindeverwaltung neues Gemeinderecht zu Bauvorschriften, das aus der Zusammenarbeit mit dem neu gegründeten Gemeinderat hervorgegangen war, um dem einsetzenden Verlust ihres touristischen Kapitals entgegenzuwirken. Mit diesem Gemeinderecht wurde Chiang Khan in vier Zonen eingeteilt. Zone 1 umfasste die Chaikhong Straße innerhalb der Gemeindegrenzen von der 0. Gasse bis zur 20. Gasse inklusive dieser Seitenstraßen. Zur Zone 2 wurden die Häuser entlang der oberen

[86] Als ich ihn damit konfrontierte, warum es ihm, dem das Erbe Chiang Khans so sehr am Herzen lag, im Amt nicht möglich war, den Abriss der Holzhäuser zu vermeiden, entgegnete er, als lokaler Bürgermeister nur begrenzte Befugnisse gehabt zu haben. Stattdessen gab er den Ball an mich zurück und fand, dass meine Forschung zum Ergebnis haben müsste, wie die Gemeinderegierung trotz der Macht des Geldes das Erbe Chiang Khans erhalten könnte (Interview 20.01.2014).

Srichiang Khan Straße und des Frischmarktes gezählt. Die Grundstücke der sieben Tempel wurden zur Zone 3 erklärt. Das restliche Gemeindegebiet machte Zone vier aus. Abgesehen von der Zone 3, in der bis auf religiöse Stätten überhaupt keine Bebauung erfolgen durfte, galten für die Zone 1 die strengsten Bewahrungsrichtlinien, nach denen sich Neu- und Umbauten richten mussten: Gebäude innerhalb dieser Zone durften eine Höhe von 10m beziehungsweise zwei Stockwerken und eine Grundfläche von $100m^2$ nicht überschreiten. Genehmigungen für temporäre Verkaufsstände, Märkte, Vergnügungsmeilen, Alkoholausschank (mit Sitzplätzen), Theater, Fabriken einschließlich Mülldeponien und Kläranlagen, Stallungen, größere Lagerhallen, Tankstellen, Autowerkstätten, Bushaltestellen, Friedhöfe oder Krematorien sowie größere Werbeschilder wurden mit Eintreten des Gemeinderechts ausgeschlossen. Ein eigener Teilabschnitt des Gemeinderechts legte fest, dass die Dächer und Fassaden zu mindestens 80% natürlicher Farben wie braun, weiß, ziegelstein-, creme- oder hühnereifarben sein sollten. Die Außenseiten, Dekoration und Balkone eingeschlossen, mussten aus Holz oder holzähnlichem Material sein; glänzendes oder reflektierendes Material durfte keine Verwendung finden. Die Architektur sollte dem Vorbild der traditionellen Holzhäuser entsprechen.

Anders als das Übereinkommen der global agierenden, machtvollen UNESCO, sicherte das Gemeinderecht nicht die Weitergabe der vererbten Kulturgüter an zukünftige Generationen, sondern lediglich das äußere Erscheinungsbild, gewissermaßen den Charme, nicht die Authentizität,[87] der Holzhäuser. Damit löste es nicht die Erwartungen vieler ein, das weitere Schwinden der Holzhäuser aufzuhalten, wie man es im laotischen Luang Prabang, mit dem Chiang Khan historisch und kulturell verbunden war und wo die UNESCO die Verschmelzung aus traditioneller und kolonialer Architektur schützte, verwirklicht glaubte. Auch sichtbare Verstöße, wie etwa die Existenz von mindestens drei Hotels, die über drei Stockwerke verfügten, schürten mangelndes Vertrauen in die Durchsetzungskraft und Unbestechlichkeit der Gemeindeverwaltung.

[87] Authentizität ist nicht nur hinsichtlich touristischer Erfahrungen ein streitbares Konzept (Abschnitt 5.2), sondern verfehlt einen analytischen Nutzen auch mit Bezug auf Kulturerbe. Denn eine ethnologische Herangehensweise geht nicht von normativ-essentialisierenden Bestimmungen von Kulturerbe aus, wie sie den UNESCO-Kriterien unterliegen, sondern fragt nach den Kontexten, in denen Kulturerbe entsteht und den sozialen Prozessen der Zuschreibung und Inszenierung (Tauschek 2013: 26-28). Authentizität ist demnach, wie Bruner (2005: 163) schreibt, keine Eigenschaft, die Dingen innewohnt, sondern ein sozialer Prozess. Entscheidend ist, wer die Macht besitzt etwas als Kulturerebe zu authentifizieren (zum Konzept der Authentifizierung siehe auch E. Cohen/ S.A. Cohen 2012b).

Abbildung 5.9 Umsetzung und Missachtung des Gemeinderechts ©H. Günther

Tourismusarbeit

Statt sich auf die Politik zu verlassen, beteiligten sich die Betreiberinnen von Cafés oder Gästehäusern selber daran, dass die Touristen weiterhin das Chiang Khan vergangener Tage konsumieren konnten, auch wenn die Grundlage dafür längst verflogen war. Die praktische Nostalgie beschränkte sich demzufolge nicht nur auf eine Umsetzung des Gemeinderechts von oben nach unten, sondern beinhaltete maßgeblich auch die Tourismusarbeit von unten.[88] In Antizipierung dessen, was die Touristen sehen wollten, orientierten sie sich an der Ästhetik, anhand derer die ersten auswärtigen Geschäftetreibenden ihr Imaginär materialisiert hatten (Kapitel 4).

Holz wurde zum begehrten und knappen Gut. Es wurde gebraucht, um unschöne Betonfassaden zu verkleiden oder um Elemente der alten Architektur an Neubauten zu imitieren. Nachts wurde es mit Booten über den Mekong aus Laos geholt und morgens zügig verbaut, um nicht des Schmuggelns bezichtigt zu werden. Als sich im Umkreis die

[88] Dass hier vorwiegend die Tourismusarbeit beleuchtet wird, soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass Gastgeber und Touristen gleichermaßen Konsumenten und Produzenten ihrer Umgebung sind (Mavrič/ Urry 2009: 647). Indem die Touristen die Holzhäuser ‚heiß' würdigten, formulierten sie Erwartungen an die Ästhetik, die in der Tourismusarbeit umgesetzt wurden; genau wie andersherum die Ästhetisierung zur weiteren Inwertsetzung der Holzhäuser beitrug. Salazar und Zhu verdeutlichen ferner den Anteil, den auch die Touristen an der Beständigkeit ihres Imaginärs haben: „Tourists harness their purchasing power to feed their imagination and their consumption preferences back into the production of the heritage landscape and, thus, they contribute to the ways in which places are represented and constituted. […] In this sense, tourists at heritage attractions assist in the production of their own experiences through their imaginaries" (2015: 245).

Schließung einer holzverarbeitenden Fabrik ankündigte, entbrannte ein regelrechter Wettbewerb um die besten Stücke des Restbestandes. Für ihr Museum hatte Phi Iew gar veranlasst ein älteres Holzhaus in einem Dorf abzubauen, um es am vorgesehenen Ort so wieder aufzubauen. Für Chio, die dieses Phänomen vom hölzernen Haus (2014: 139) in Dörfern ethnischer Minderheiten im Süden und Südwesten Chinas beobachtet hat, sind diese Renovierungen pragmatischer und symbolischer Natur:

> „As I noticed passing through Sankeshu that day, one of the most pressing tasks was to cover the concrete walls of the shop fronts and buildings with wood planks in an effort to symbolize ruralness through the use of natural materials“ (2014: 139).

Auch beim Umbau von Phi Nois Wohnhaus zu einem Café zeigte sich der Versuch angesichts des konstatierten Verlusts ländlicher Werte und dem Einzug des Städtischen wenigstens im Aussehen ländlich und altertümlich zu bleiben. Auch sie hatte sich bei der Fabrik Holzlatten besorgt. Bis zur letzten Nacht vor der Eröffnung kurz nach der Presseschau zu *Ok Phansa* wurde unter Mithilfe von Nachbarn und Freunden, einige von ihnen aus der Gruppe der ersten Geschäftetreibenden, auf ihrem Grundstück gehämmert, gesägt, gebohrt und geschraubt. Das Café befand sich im offenen Erdgeschoss, dort, wo zu Zeiten ihrer Großmutter noch Küche, nachbarschaftlicher Treffpunkt und Viehgehege gewesen war. Alte Holztüren verkleideten die Wand vor der komplett neu gebauten und mit Holz verkleideten Theke. Eigens zusammengezimmerte Tische und Stühle, ergänzt mit Altbeständen waren darum aufgestellt. In ihrem Rosengarten ließ sie einen kleinen Fischteich samt dekorativem Miniwasserfall anbauen und suchte nach alten Fahrrädern, ausrangierten Fischerbooten und Fischfanggeräten zur Dekoration. Für die Hofeinfahrt hatte sie aus pastellrosanen Holzvertäfelungen samt angedeutetem Ziegeldach eine Hausfassade nachgestellt, vor der sich ihre Gäste fotografieren konnten. Dafür müsse unbedingt „Chiang Khan“ draufstehen, erklärte sie mir. Derlei Verschönerungsarbeiten hieß der ehemalige Bürgermeister hingegen nicht gut. Für ihn ließ sich das Erbe der Holzhäuser nur erhalten, wenn alle Fassaden auf der Chaikhong Straße, wie im Gemeinderecht verankert, „klassisch“ holzfarben blieben.

Der Aufwand, den Phi Noi betrieb, war aber nicht nur sentimentaler Natur. Diejenigen, die nicht über die Mittel oder das handwerkliche Talent verfügten, ihre Läden detailbetont für Touristen in Szene zu setzen, mussten diesen Wettbewerbsnachteil eingestehen. Phi Nit, die unter der Woche Englisch unterrichtete und am Wochenende mit ihrem Mann in einem Franchise-Café an einer viel befahrenen Straße Coffee to go verkaufte, beklagte massive Einbußen, seit in der Nähe ein Café im aufwendigen

Vintagedesign eröffnet hatte. Gegen die Vorliebe der Touristen fürs Fotografiertwerden, mit dem Kaffee in der Hand vor Hintergründen des altertümlichen Chiang Khans, half auch nicht, dass Phi Nit kontinuierlich mit mir als Testperson den Süßegrad ihres Kaffees optimierte.

Dass hinter der an der Vergangenheit festhaltenden Gestaltung nicht nur Überlegungen zum Erhalt des Altertümlichen, sondern auch Geschäftsinteressen standen, verdeutlicht ferner die kommerzielle Inszenierung des touristischen Imaginärs von alten Holzhäusern.

Kommerzielle Ästhetisierung

Abbildung 5.10 Der *7 Eleven* nach den Renovierungsarbeiten

Kurz vor Beginn der Hochsaison schloss die damals noch einzige *7 Eleven*-Filiale für umfangreiche Renovierungsarbeiten. Schonungslos verdeutlichte diese Entbehrung wie sehr das Angebot, das einst den Einzug des Städtischen versinnbildlicht hatte, den Alltag mittlerweile prägte. Mit der Wiedereröffnung präsentierte sich das Unternehmen mit neuer Außenfassade. Während es zuvor wie überall in Thailand an seiner orange-rot-grünen Leuchtreklame zu erkennen gewesen war, präsentierte sich der neue 7 Eleven in hölzernen Brauntönen. Statt mit grellen Farben waren die Fenster mit holzähnlichen Bögen eingefasst. Die Verkleidung der Balustrade erinnerte ebenfalls an Holzlatten. Auf der Brüstung stand „*Seven Eleven*“ geschrieben, in weißen lateinischen und thailändischen Buchstaben. Nur ein die anderen Häuserdächer überragendes Schild trug das übliche farbige Logo.

Etwa zur gleichen Zeit eröffnete die *Kasikorn* Bank eine Zweigstelle in Chiang Khan, die zur Zeit des florierenden Grenzhandels bereits einmal in Chiang Khan niedergelassen gewesen war. Die Eröffnung des nunmehr vierten Kreditinstituts in Chiang Khan war nicht nur Thema, weil die Verstädterung mit jedem Bauabschnitt sichtbar voranschritt, sondern auch, weil die Filiale äußerlich nicht an die *Kasikorn* Banken anderswo erinnerte. Statt, wie gewöhnlich hob sich dieses Gebäude nicht über einen breiten grünen Banner mit dem Logo der Bank über der Eingangstür von der Umgebung ab, sondern bestach durch eine komplette Vertäfelung aus dunklem, hochwertig aussehendem Holz. Selbst auf das grün-weiß-rote Logo hatte man verzichtet und stattdessen das Logo in schwarz auf das Holz gedruckt. Lediglich über den komplett in Holz eingefassten Geldautomaten blitzte das charakteristische Grün der Marke auf. Der großzügige Eingangsbereich war überschrieben mit einer Liebesbekundung an Chiang Khan im lokalen Dialekt („*hak chiang khan lai by k.bank*"). Er war gestaltet mit einer hölzernen Sitzecke und den typischen Elementen, wie sie auch auf der Walking Street zu finden waren: ein mit Blumenschmuck dekoriertes Fahrrad, ein grüner Wegweiser, der die Entfernungen nach Loei (48km), Vientiane (220km) und Luang Prabang (417km) auswies und der für Souvenirläden obligatorische rote Briefkasten mit der Postleitzahl 42110. Direkt hinter den Eingangstüren stand über einer Holzbank „Reisen nach Chiang Khan macht viel Spaß" („*thiao chiang khan muan lai*"). Daneben waren Holzhäuser in schwarz-weißer Holzstichoptik abgebildet und farbige Mobile der ethnischen Tai Dam drapiert.

Abbildung 5.11 Die *Kasikorn* Bank an der Srichiangkhan Straße

Mich wunderte nicht, dass Phi Toey, dem das in Kapitel 4 beschriebene Café und Gästehaus gehörte, mit der Gestaltung beauftragt worden war. Er und seine Freunde hatten schon des Öfteren den Events und Bauvorhaben der Gemeindeverwaltung oder des Luxushotels ihre Handschrift verliehen. Phi Toey sah in der speziellen Aufmachung der *Kasikorn* Bank einen eindeutigen Wettbewerbsvorteil gegenüber der ebenfalls erst kürzlich eröffneten *Siam Commercial Bank* (SCB), die klassisch in lila mit gelbem Logo auftrat. Fotos, auf denen sich die Touristen beim Geld Abheben entsprechend ihrer durch die sozialen Medien geprägten Vorstellungen in der altertümlichen Stadt (*mueang boran*) in Szene setzen konnten, bescherten der *Kasikorn* Bank kostenlose Werbung.

Anders als die *Krungthai* Bank, die als erste ihr Geschäft in einem der typischen Holzhäuser an der Chaikhong Straße eröffnet hatte und zur Erleichterung des ehemaligen Bürgermeisters bei der Umsetzung der Bauvorschriften des Gemeinderechts kooperiert hatte, waren weder der *7 Eleven*, noch die *Kasikorn* Bank, noch die Supermarktkette *Big C* oder der Mobilfunkbetreiber *true*, die ebenfalls mit einer Holzoptik in Chiang Khan einzogen, an spezielle Auflagen gebunden, da ihre Geschäfte außerhalb der gesondert geschützten Zone 1 lagen.

Abbildung 5.12 Die *Krungthai* Bank an der Chaikhong Straße ©H. Günther

Die Unternehmen beteiligten sich nicht nur daran, trotz des Wandels das nostalgische Imaginär weiter zu tradieren, sondern leisteten auch auf andere Art Nostalgiearbeit: Sie reproduzierten das Bild der alten Holzhäuser und versetzten es von der Chaikhong Straße,

dem ehemaligen Handelszentrum, auf die Srichiangkhan Straße, die als neue Wirtschaftsstraße schon immer von moderneren Zementhäusern gesäumt war und im Imaginär der ersten Touristen nicht einbezogen wurde. Indem *7 Eleven*, *Kasikorn* Bank, *Big C* und *true* auch dort das Emblem der nostalgischen Imagination aufleben ließen, rückten sie diese im für Nostalgie typischen Spiel mit Raum und Zeit (Creighton 2001: 10745) zurück in die Vergangenheit. Genau wie in kollektiven Nostalgielandschaften ländliche Gegenden der Gegenwart in die Vergangenheit der Städte gerückt wurden, verkörperte die Srichiangkhan Straße im Kontrast zur Chaikhong Straße städtische Gegenwart und wurde nun ebenfalls zeitlich zurückversetzt.

Fotografische Konservierung

Die Vergangenheit wiederaufleben lassen wollten auch alte Fotos, die aktuelles Werbematerial zierten oder als Hintergrund von Eventbühnen oder als Fotokulissen aufgestellt wurden. Die Vorliebe der Touristen für die fotografische Selbstinszenierung hatten sich die Betreiber eines Blumengartens auf einem freien Grundstück am Mekong etwas außerhalb auf dem Weg zu den Stromschnellen Kaeng Khut Ku zunutze gemacht. Inmitten von Blumenfeldern, die Assoziationen mit dem nahe gelegenen Nationalpark Phu Ruea weckten, waren Kulissen mit Holzbänken, Windmühlen (ebenfalls eine Anspielung auf Phu Ruea), den Masken des ikonisch für die Provinz Loei stehenden *Phi Ta Khon* Festivals und Schriftzügen à la „In Chiang Khan“ oder „Schon verliebt in Loei” (wortspielerisch: *rak laeo rak loei*) drapiert, vor denen man sich gegen ein geringes Eintrittsgeld fotografieren konnte. Ebenfalls aufgebaut war eine Leinwand, die eine Passage der alten Holzhäuser auf der Chaikhong Straße zeigte. Zwischen weißen Wolken vor blauem Himmel und über einem Berg stand geschrieben: „Chiang Khan: Altertümliche Stadt am Ufer des Mekong.” Davor stand ein altes Fahrrad, so dass es auf den Fotos aussehen würde, als würde man die lange Reihe alter Holzhäuser entlang radeln. Eine ähnliche Leinwand war zur Hochsaison auf der *Walking Street* aufgebaut worden. Stellte man sich vor die Leinwand und ließ sich fotografieren, dann stand man – für die Freunde in den sozialen Netzwerken – unter blauem Himmel und dem Schriftzug „Chiang Khan” auf der freien Chaikhong Straße inmitten alter Holzhäuser als wäre man es selbst gewesen, der Chiang Khan entdeckt hatte. Die Straße auf der Leinwand ist bis auf einige Anwohnerinnen im Hintergrund menschenleer; die wenigen Schilder, die auf Cafés und Restaurants hindeuten sind verblendet. Der Zustand der Holzhäuser und ein

Ankündigungsplakat für die Feier zum 100-jährigen im linken Bildrand deuten darauf hin, dass ein älteres Foto als Vorbild für die Leinwände hergehalten hat.

Abbildung 5.13 Fotos vor dem ‚alten' und ‚neuen' Chiang Khan ©H. Günther

Die Fotoleinwände beriefen sich auf ein altes Chiang Khan, eins das unwiederbringlich verloren gegangen war, denn den Wandel bildeten die abgedruckten Szenerien nicht ab. Auf einem Selfie an derselben Stelle im Jahr 2013 wären zwar noch Holzhäuser zu sehen gewesen – hier war die Dichte der erhaltenen Holzhäuser noch am größten – aber sie würden angesichts der vorbeischlendernden Touristen, der Verkaufsstände am Straßenrand und der mit bunten T-Shirts zugehängten Fassaden nicht über den Wandel hinwegtäuschen können.[89]

5.5 Nostalgische Beständigkeit

Eine Reaktion auf eine Welt im steten Fluss, so schreiben Coleman und Crang, „is precisely that of nostalgic and defensive creation of seemingly more fixed and stable entities" (2002: 7). Während die touristische Transformation das städtische Imaginär vom abgeschnittenen Dorf sichtbar konterkarierte, verfestigten sich in Chiang Khan nostalgische Ländlichkeitsbilder. Zwar war die Grundlage für den urbanen Konsum von Nostalgie vergänglich, aber die nostalgische Verschränkung von zurückliegender Dorfgemeinschaft entfaltete sich in Chiang Khan in Form von Verlustdiskursen und transformativer Praxis.

[89] Ganz bewusst führe ich hier nicht die postmoderne Debatte über Hyperrealität und Simulakrum (Baudrillard 1983; Eco 1987 [1986]), sondern vertrete mit Bruner (2005: 145-168) eine konstruktivistische Perspektive auf Kultur. Fragen nach ‚Original' und ‚Reproduktion' würde ähnliche Fallen wie die Debatte um den Einfluss von Tourismus auf Kultur stellen (Abschnitt 5.2). Zumal nicht eindeutig ist, was Original und Abbild sind: Es sind die Leinwände, die für die Kritiker des Wandels das ursprüngliche Chiang Khan, das durch den Wandel verloren gegangen ist, zeigen.

Nostalgie ist daher kein Phänomen, das auf die metropolitane Mittelklasse Bangkoks begrenzt ist, sondern auch vom Isan ausgehend formuliert wurde. Die als Krise empfundenen mobilen Verflechtungen zwischen Stadt und Land ermächtigten die Chiang Khaner ihrerseits die Grenzen zwischen Stadt und Land aufrecht zu erhalten und sich in der ungleichen Beziehung zwischen der Hauptstadt und den nordöstlichen Provinzen zu behaupten. Denn indem sie den urbanen Blick antizipierten – im Erscheinungsbild die Holzhäuser bewahrten und neue Attraktionen und Annehmlichkeiten schufen – agierten sie nicht als Objekte der urbanen Nostalgie, die sie zu zurückgebliebenen Dorfbewohnern machte, sondern als kosmopolitische Dorfbewohner (Keyes 2012a), die an den die Modernisierung Thailands begleitenden kritischen Debatten partizipierten.

Da dieses Kapitel die provinzialisierte Perspektive aus dem Isan verfolgt hat, hat es bisher den scheinbaren Widerspruch, dass die Touristenzahlen trotz des Schwindens der Materialität des Imaginärs weiter anstiegen, nicht aufgelöst. Nicht nur Phi Ot, der auf der *Walking Street* selbstgestaltete Postkarten aus Holz verkaufte, vermutete, dass viele Touristen inzwischen nicht mehr kämen, weil sie alte Holzhäuser sehen wollten, sondern weil sie sich die schöneren, neu gestalteten Holzfassaden ansehen wollten. Inzwischen zog Chiang Khan längst nicht mehr nur die Phi Rats, Phi Neds und Phi Dongs Thailands an, die in Chiang Khan ihr unwiederbringlich verloren geglaubtes, rurales Thailand zu finden glaubten, sondern Thais aus dem ganzen Land, die nicht dem Imaginär anhingen, die Stadt zu dezentrieren, sondern ganz einfach, wie es kritisch in Chiang Khan kommentiert wurde, „dem Trend hinterherreisen“ (*thiao tam krasae*). Mit ihrer trotzdem nicht ungeschmälerten Begeisterung für die Ästhetik der Nostalgie, wie sie etwa die *Kasikorn* Bank zum Ausdruck brachte, hingen sie einer imaginierten Nostalgie (Appadurai 1996: 77) an. Wie die Massenwerbung in kapitalistischen Konsumgesellschaften hat ihnen der Erfolg Chiang Khans beigebracht, in Lehnstuhlmanier das zu vermissen, dessen Verlust sie selbst nie bedauert haben:

> „This inculcated sentiment […] is the latest twist in the compact between fashion and nostalgia in modern merchandising. Rather than expecting the consumer to supply memories while the merchandiser supplies the lubricant of nostalgia, now the viewer need only bring the faculty of nostalgia to an image that will supply the memory of a loss he or she has never suffered (1996: 78).

Im nächsten Kapitel wird diese Spannung zwischen Nostalgie- und Massentourismus nochmal aufgegriffen. Aus den Beobachtungen der Chiang Khaner über die Touristen leite ich zwei divergierende Reiseverständnisse ab: das vom nostalgischen Imaginär abgeleitete *phak phon* (Erholung) und das mit dem Massentourismus verbundene *thiao*

(Tourismus). Damit verlagert sich der Betrachtungswinkel im zweiten Teil, „*Mueang phak phon:* Erholsames Chiang Khan“, von touristischen Imaginären zu touristischen Performanzen. In der Verflechtung verschiedener, mit dem inländischen Tourismus verwobenen Mobilitäten zeigt sich, dass die sozio-räumliche Stadt-Land-Ordnung nicht nur in zeitliche Relationen gesetzt wird, sondern auch mit Bezug zu Aushandlungen von Arbeit und Erholung eingeordnet wird.

TEIL II:

MUEANG PHAK PHON: ERHOLSAMES CHIANG KHAN

6 Mobilitäten zwischen Stadt und Land, Performanzen zwischen Arbeit und Erholung

„In a world divided into rural vs. urban […] people do not just move around; they move productively and with intent, from meaningful place to meaningful place“ (Harms 2011: 224). Das zirkulierende nostalgische Imaginär des altertümlichen Chiang Khans hat Vorstellungen von Stadt und Land als getrennte Lebenswelten weiter verfestigt. Erst das Bild eines vom fortschrittlichen, modernen Thailand abgeschiedenen Dorfes veranlasste Touristinnen ihr gewohntes städtisches Umfeld zu verlassen und nach Chiang Khan aufzubrechen. Es war aber nicht nur die insbesondere in den Holzhäusern visualisierte und materialisierte Wertschätzung für das Alte, Lokale und Traditionelle, sondern die Atmosphäre (*banyakat*) der imaginierten Ruhe (*khwam ngiap sangop*), die eine Reise wert waren. Alles andere als hektisch, voll und laut, wurde der „Lifestyle Chiang Khans" (Abb. 6.1) als langsam, ruhig und einfach beschrieben und illustriert.

Abbildung 6.1 „Lifestyle Chiang Khan" (Postkarte ©*idea DD*)

Durch einen Perspektivwechsel von Imaginären zu Performanzen lege ich beginnend mit diesem Kapitel dar, dass Chiang Khan im Zentrums eines Geflechts aus Mobilitäten zwischen Stadt und Land stand, die sich zwischen der im Urbanen verorteten Arbeit und der im Ruralen lokalisierten Erholung entfalteten. So erklärte der in der Gruppe „*Chiang Khan Hak Mueang*" aktive und spätere stellvertretende Bürgermeister Phi Kaek den Zuschauerinnen der Sendung „Angekommen in Chiang Khan" (*Thai Mung* [Die Zuschauer] (2009); vgl. Abschnitt 5.1.1) den besonderen Charme (*sane*) Chiang Khans:

> „Dabei dreht es sich vor allem um die Ruhe, darum, dass es hier nichts wirklich gibt (*khwam mai mi arai loei*). […] So steht es bei *Line* [einer Kommunikations-App] und im Netz. Dort heißt es, dass hier die Zeit langsam läuft. […] Und das geht sie wirklich. Ich komme hierher zurück, um meine Batterien wieder aufzufüllen. Ich komme zurück, sitze, spaziere, komme nach Hause. Bangkok ist schon so betriebsam. Ich komme hierher, sitze, spaziere, vielleicht zwei oder drei Tage, und fahre wieder zurück."

Chiang Khan etablierte sich nicht nur für Heimkehrer wie Phi Kaek, sondern auch für Touristen als ‚erholsame Stadt' (*mueang phak phon*) im Kontrast zu den Strapazen Bangkoks. Während ich bisher der Erzählung Chiang Khans als altertümliche Stadt (*mueang boran*) gefolgt bin, werde ich nun Erholung als wesentliches Narrativ in seinen vielfältigen Facetten beleuchten.

Zuallererst wurde Erholung mit einem bestimmten Verhalten, einer bestimmten touristischen Performanz (Edensor 1998, 2001, 2009), verbunden. Der Herausgeber eines thaisprachigen Reiseführers, der 2011 veröffentlicht wurde, legte seinen Leserinnen einen Aufenthalt in Chiang Khan nicht nur als Ausgleich zum beschwerlichen Arbeitsalltag nahe, sondern empfahl den Touristinnen auch, wie sie ihre Zeit verbringen sollten:

> „Ich hoffe, dass jeder, der erschöpft ist vom Lernen, vom Arbeiten, der ein hastiges Leben führen muss, morgens früh aufsteht und dann im Stau steht, das hinter sich lassen kann. Ich hoffe, dass jeder eine gechillte Zeit verbringen kann, indem er Fahrrad fährt, den Mekong betrachtet, hippe Läden aufsucht, lecker Essen geht und sich in Chiang Khan angenehm erholen kann. Vergesst nicht dieses Buch ‚Wer hart gearbeitet hat, der ruht sich aus in Chiang Khan' mitzunehmen!" (Sattha 2011: 3).

Es waren die ersten Touristen, die diese erholsame Performanz in ihren Posts der Internetgemeinde vorlebten. Aber auch die TAT war maßgeblich daran beteiligt, Erholung in der thailändischen Gesellschaft einem Wert beizumessen. Während ich in Kapitel 4 aufgezeigt habe, dass sich der inländische Tourismus zunächst in spontan gewachsenen Strukturen entwickelte, demonstriere ich in diesem Kapitel, dass die aktive Förderung des Inlandstourismus durch die TAT mit der Herausstellung der Notwendigkeit von Freizeit verbunden war. Alle Thais sollten in Kompensation zum Arbeitsalltag Reisen in ihr Leben integrieren. Wie Thais in ihrer neuen Rolle als Touristen Entspannung in Chiang Khan fänden, davon hatten ihre Gastgeber eine klare Vorstellung, die jedoch nicht alle Touristen erfüllten. Über dessen Beobachtungen und Evaluationen nähere ich mich einem Verständnis, wie Tourismus in Chiang Khan ausgelegt und ausgefüllt wurde und entwickele eine schematische Gegenüberstellung divergierender Performanzen. Während „Erholung" (*phak phon*) von den Touristen abverlangte, sich

eintauchend auf Chiang Khan einzulassen, beschreibt „Tourismus“ (*thiao*) das eng getaktete Skript des Massentourismus.

Das Streben nach Erholung war ferner nicht nur an touristische Identitäten gebunden. Die vielen Gastgeber Chiang Khans leisteten einerseits harte Tourismusarbeit, damit andere ihre Arbeit loslassen konnten, richteten aber auch auf unterschiedliche Weise ihr Leben zum Narrativ des erholsamen Chiang Khans aus. Insbesondere diejenigen der ersten Touristinnen, die sich in Chiang Khan mit kleinen Läden niederließen, versuchten den Spagat beides in Chiang Khan zu finden: Arbeit und Erholung. An ihnen wird deutlich, dass die Grenzen zwischen analytischen Kategorien von Touristen und Gastgeber sowie von Tourismus und Migration fließend sind.

6.1 Von Arbeit zu Erholung

2016 verbreitete sich unter meinen Facebook-Freunden aus Chiang Khan ein Werbevideo der TAT,[90] das auch in Chiang Khan gedreht wurde. Der 7-minütige viel gelikte und geteilte Clip veranschaulicht die Ausrichtung, mit der die TAT die Entwicklung des inländischen Tourismus vorantrieb und bebildert einen Erholungsdiskurs, in den sich der Aufschwung Chiang Khans einbettet.

Das Video begleitet eine junge Frau namens Boso auf Reisen durch die fünf Regionen Thailands. In der ersten Szene sieht man Boso, die von einem männlichen Sprecher als durchschnittliche Büroangestellte vorgestellt wird, mit zerzauster Frisur an ihrem Schreibtisch vor ihrem Laptop sitzend. Der Tisch ist unaufgeräumt. Aktenordner stapeln sich, daneben stehen eine dreckige Kaffeetasse und eine leer gegessene Nudelsuppenschüssel. Benutzte Papiertaschentücher liegen verteilt herum. In sich schneller wiederholenden Sequenzen wird der immer gleiche Tagesablauf von Boso bebildert: Sie frühstückt im Auto, während sie im Stau steht. Morgens gähnt sie bereits während der Arbeit. Mittags isst sie allein *som tam* (Pappayasalat). Nachmittags schmerzen bereits ihre Handgelenke von der Arbeit am PC. Abends macht sie Erdnüsse essend Überstunden. Verschnupft, die Zuschauerinnen sehen Boso wieder wie in der Eingangsszene vor dem PC sitzen, stoppt Boso diesen Teufelskreis. Die männliche Stimme kommentiert: „Das ist zu viel. Du hast gearbeitet bis zum Umfallen, bist müde und gestresst. Kleine Boso, wer sich so fühlt, der muss ins nahe Zentralthailand reisen.“

[90] „Es war einmal: Wenn Gemütslagen leiten“: https://www.youtube.com/watch?v=BRKdxi0PiJQ (Amazing Thailand 2016b).

Es folgen Aufnahmen einer gelöst wirkenden, ununterbrochen lächelnden Boso vor der Szenerie des Schwimmenden Marktes in Amphawa. Sie reckt und streckt sich vor ihrer Unterkunft im traditionellen Stil inmitten von grünen Bäumen, probiert verschiedene Snacks der Bootshändler, lässt sich während einer Bootsfahrt die Füße massieren und probiert sich im lokalen Handwerk aus. Beim Besuch eines Tempels wünscht sich Boso vor einer Buddhastatue sitzend einen Freund. Die Hände noch zum *wai* aneinandergelegt, verliebt sie sich auf den ersten Blick in einen japanischen Touristen. Der Kommentator erklärt, dass das Gefühl des Verliebt Seins sie in den Isan führen müsse – ganz der Vermarktungsstrategie entsprechend, die den Isan mit Romantik verknüpft (Kapitel 4). Die traute Zweisamkeit wird verfilmt vor der Kulisse Chiang Khans: Sie tanzen gemeinsam mit *Phi Khon Nam-* (Geistermasken-)Tänzern; sie lassen sich von Ya Goi mit schmerzerfülltem Gesicht massieren; sie helfen bei der Herstellung von Baumwolldecken; sie spazieren die *Walking Street* entlang und essen mit Blick auf den Mekong *khao pun nam chaeo* (Reisnudeln in scharfer Sauce).

Das Video ist Teil der Neuausrichtung der bewährten „Amazing Thailand" Kampagne und enthält für jede der fünf Regionen laut der zugehörigen Pressemitteilung ein „Wertversprechen":

> „The regional proposition (sic.) are the North: A Million Inspirations, A Thousand Charms; the Northeast: Spicy Isan; the Central: Happiness within Reach; the East: Simply Colorful, and the South: Wonderful Hideaway" (TAT 2016).

Unter neuem Logo – ein pink- und gelbfarbener Schriftzug mit symbolträchtigem Smiley („Land des Lächelns") – sollte laut TAT der Schwerpunkt der Marketingstrategien von nun an darauf liegen, Thailand als „quality leisure destination" (TAT 2016) zu präsentieren, um darüber gezielt den inländischen Reisemarkt weiter anzukurbeln.

Von Gastgebern zu Touristen: Aktive Förderung des Inlandstourismus durch die TAT

Nachdem in Kapitel 4 gezeigt wurde, wie sich der thailändische Inlandstourismus ad hoc aus dem nostalgischen Imaginär einer urbanisierten Gesellschaft entwickelte, argumentiere ich in diesem Kapitel, dass die aktive politische Förderung des inländischen Tourismus eng damit verbunden ist, den Wert von Erholung herauszustellen. Die TAT ist dabei ein maßgeblicher Akteur, der touristische Performanzen als Entspannung von der Arbeit propagierte.

Eigens dem inländischen Markt wandte sich die TAT erst ab der Jahrtausendwende zu, als die Zahlen inländischer Reisen längst signifikant gestiegen

waren (E. Cohen 2014a: 248). 2003 lancierte die TAT die „Unseen Thailand“ Kampagne. Angesichts des durch den Irak-Krieg und die SARS-Krise geschwächten internationalen Tourismus sollten Thais durch die Bewerbung weniger bekannter Attraktionen ermuntert werden ihr Land zu bereisen (The Nation o.J.). Unter dem Werbeslogan „New Thinking, New Perspectives – Travel in Thailand Can Yield More Than You Think” setzte die TAT sich zum Ziel:

> „The domestic tourism campaigns planned for the rest of 2012 and into 2013 will seek to promote *travel and tourism as a part of life* for Thai people and foreign residents of Thailand, *not just a luxury or a recreational activity but a necessity*” (TAT 2012a, meine Hervorh.).

Auch die TAT-Direktorin der Region Nordost machte im Interview mit mir deutlich, dass ihre Aufgabe nicht nur darin bestehe, über den Tourismus Einkommensoptionen zu schaffen, sondern auch darin, den Thais die Idee vom Urlaub Machen nahezubringen:

> „Früher wussten Thais nicht zu reisen. Tourismus hatte außerdem ein negatives Image. Früher gab es auf dem Land viele konservative Thais. Sie ließen ihre Kinder nicht verreisen oder nach dem Schulabschluss in einem Hotel arbeiten. Hotels haftete ein schlechter Ruf an. Im Dorf sprach sich herum, wessen Tochter in einem Hotel arbeitete; ein schlechtes Mädchen müsse das sein. Sie verstanden eben das Tourismuswesen nicht. Also haben wir seit etwa 50 Jahren, seit die TAT gegründet wurde, viel Arbeit investiert, um den Thais den Tourismus näher zu bringen und ihm ein positives Image zu verleihen: Wir öffneten unsere Häuser, damit Ausländer nach Thailand kamen, um es kennen und lieben zu lernen. Die ausländischen Touristen ermöglichten uns einen Beruf zu ergreifen, Arbeit und Einkommen zu haben. Unser Lebensstil verbesserte sich. Gleichzeitig war es aber auch die Aufgabe der TAT die Thais zu informieren, dass die eigene Kultur und Lebensweise darüber erhalten werden muss. Die typisch thailändische Gastfreundschaft, das Lächeln, sollte bewahrt werden. Niemand sollte angestrengt aussehen. Touristinnen, egal aus welchem Land, sollten auf lächelnde Thais treffen. Thais lächeln nicht nur mit dem Mund, sondern auch mit den Augen und dem Herzen. Weil sie sich freuen, wenn Ausländer kommen. […] Dies ist die Einstellung der Thais seit jeher. Die Rolle der TAT besteht also darin, Thais Tourismus näher zu bringen und ihnen nahezulegen auch selbst anzufangen Urlaub zu machen" (Interview 26.06.2013).

Aus Gastgebern, die ihre Rolle perfekt beherrschten, um aus der Anwesenheit fremder Gäste ihren Lebensunterhalt zu beziehen, sollten Touristen werden. Nahtlos führte Khun Pattamat aus, dass vom Werbeagenten in Bangkok bis zur Geschäftsfrau im Privatsektor, keiner auf die Idee komme, dass man sich innerhalb eines Jahres auch mal ausruhen, mal verreisen müsse.

> „Auf die Frage: ‚Fährst du mit mir in den Urlaub‘?, erhält man allzu oft die Antwort: ‚Keine Zeit. Ich muss Geld verdienen‘ […] Die TAT bemüht sich den Thais beizubringen, dass Tourismus ein Teil des Lebens ist. Neben dem Wetter, Essen, einem zu Hause und Gesundheit sollte jeder Thai auch an Tourismus als ein Bestandteil des Lebens denken. Wir arbeiten 365 Tage, 12 Monate im Jahr. Wenn

wir nicht auch mal aufhören, uns nicht ausruhen, werden wir dann nicht eines Tages umfallen?“ (Interview 26.06.2013).

An ihren Mitarbeiter gewandt, erinnerte sie sich an erkrankte Kollegen, die nur gearbeitet und sich nicht die Zeit genommen hatten sich zu erholen. Wer viel arbeite, aber „seine Batterien auffüllt“, indem er verreist, der habe nicht nur wieder Energie zum Arbeiten, sondern treffe auch neue Freunde, lerne über das Leben lokaler Bevölkerungen, tue einer Gemeinde etwas Gutes und stärke den Zusammenhalt zwischen Familie und Freunden, so Khun Pattamat.

Mit dieser programmatischen Absicht adressierte die TAT vornehmlich die urbane Mittelklasse, die ausreichend Geld verdienten, entsprechend motorisiert waren und in geregelten Arbeitsverhältnissen Anspruch auf Freizeitausgleich hatten.[91] Auch waren diese Statusgruppen besonders empfänglich dafür, Freizeit und Erholung einen Wert beizumessen. Reisen, Wochenendausflüge oder Freizeitaktivitäten wie Wein oder Kaffee Trinken sowie der Genuss internationaler Küche zählten ebenso wie Mitgliedschaften in Fitnessclubs oder gelegentliches Golf Spielen zum standesgemäßen Lifestyle (King/ Parnwell 2011: 394f; Peleggi 1996: 436).

Weil die Lebensqualität in der Millionenmetropole Bangkok unter großem Verkehrsaufkommen, extremer Luftverschmutzung und hoher Bevölkerungsdichte litt, stieg zudem ihr Bedürfnis nach „‚out-of-town recreation‘“ (E. Cohen 2014a: 250). Auch Khun Pattamat von der TAT erkannte diesen Trend: „Bangkoker, Städter, haben die Großstadtatmosphäre satt. Sie wollen lieber in kleinere, ruhigere Umgebungen reisen“ (Interview 26.06.2013). Im „Erholungsgürtel“ um Bangkok herum, in den bergigen Regionen und Nationalparks, entstanden Ferienorte, die sich überwiegend an ein thailändisches Publikum richteten. Die bereits in Kapitel 4 erwähnten Natur- und Kulturerebestätten sowie die alten Marktstädte – auch Chiang Khan zählt dazu, obwohl es nicht in unmittelbarer Reichweite Bangkoks liegt – bedienten dieses geweckte Bedürfnis nach Erholungslandschaften außerhalb der Stadt (E. Cohen 2014a: 250-253; King/ Parnwell 2011). Auch Zweitwohnsitze, die sich die besonders gut Situierten außerhalb der Großstädte Bangkok, Chiang Mai oder Khorat leisteten, beflügelten den inländischen Tourismus (Kaosa-ard/ Bezic/ White 2001: 113f). Ab den 1990er Jahren, in Folge des wirtschaftlichen Booms, gewannen derartige Wohnsiedlungen an Bedeutung –

[91] So generierte sich der Besucheransturm in Chiang Khan an den Sams-, Sonn- oder Feiertagen überwiegend aus der Gruppe der Bediensteten (*kha ratchakan*), für die eine Unterteilung der Woche in arbeitsame Wochentage und freie Wochenenden galt.

mit weitreichenden Folgen für die auf Landwirtschaft basierenden Lebensgrundlagen an den Randzonen der Städte (Rigg/ Ritchie 2002: 364; Tubtim 2012). ‚Wochenend-Farmer' nannte ein thailändischer Ethnologe, der in einer Stiftung zur Förderung ökologischer Landwirtschaft und Bewahrung indigener Reissorten im Naturschutzgebiet Phu Luang unweit von Chiang Khan arbeitete, diese reichen Zugezogenen despektierlich. Aus einer ‚Cowboy-Romantik' heraus erwarben sie Grundstücke, zum Teil unrechtmäßig in geschützten Gebieten. Dort ließen sie mit Hilfe von Angestellten einen landwirtschaftlichen Betrieb, beispielsweise Kaffeeanbau, aufrechterhalten, um an den Wochenenden diese ländliche Szenerie vor Gebirgszügen genießen zu können. Die Ungleichheit zwischen betuchten Städtern, die sogar Geld genug besaßen, um Schutzgesetze zu umgehen, und der ansässigen Landbevölkerung, sprach für den Ethnologen Bände über die Wohlstandsverteilung zwischen Stadt und Land in Thailand.

Derartige Mobilitäten, die von einem Streben nach Erholung ausgelöst wurden, verfestigten eine in Stadt und Land aufgeteilte Raumordnung, in der die Stadt mit Arbeit in Verbindung gebracht und Entspannung von der Arbeit auf dem Land verortet wird. Sie impliziert zugleich eine Hierarchie der Arbeit: Während die Tätigkeiten in Bangkoks Büros ermüdend genug waren, um einen Kurzurlaub zu rechtfertigen, bot die ländliche Szenerie nicht nur eine romantische Kulisse, sondern für die ‚Wochenende-Farmer' eignete sich landwirtschaftliche Feldarbeit auch als erholsame Abwechslung zum urbanen Arbeitsalltag.

Glaubt man einem Kurzvideo[92], das die TAT parallel zum Film über die Büroangestellte Boso schaltete, dann könnten die bürogeplagten Städter ihre Batterien am besten im Isan auffüllen: Wer sich fühle, als wäre der Stecker gezogen, der müsse in den Isan reisen.

6.2 Performanzen zwischen Tourismus und Erholung

Wie sich die Batterien am besten auffüllen ließen, das war in Chiang Khan umstritten. Viele Touristen entsprachen mit ihrem Verhalten nicht den Anforderungen, die ihre Gastgeber an erholsames Verhalten stellten. Dies zeigt, dass Tourismus nicht mit einem Konzept begegnet werden kann, das vorab auf bestimmte Motivationen oder Aktivitäten festgelegt ist. Tourismus geht mit jeweils unterschiedlichen, voneinander abweichenden

[92] „Wo geht's am besten hin, wenn du deine Batterien auffüllen möchtest?" https://www.youtube.com/watch?v=ShXxGUGGz1I&feature=youtu.be (Amazing Thailand 2016c).

Verständnissen und Verhalten einher. Die theoretische Perspektive der Performanz lenkt daher den Blick auf eben diese subjektive Rekonstitution von Tourismus durch Touristen (Edensor 2001: 60). Edensor, der die unterschiedlichen Performanzen des Spazierens, Betrachtens, Fotografierens und Erinnerns von westlichen Pauschaltouristen, Backpackern und inländischen Touristen am indischen Taj Mahal erforscht hat, traf dort auf Linda, eine 33-jährige Londonerin:

> „I think Indians are really crap tourists. They just don't know how to be tourists, rushing around, talking all the time and never stopping to look at anything – even here at the Taj Mahal!" (1998: 126).

Linda beanspruchte für sich die einzig richtige touristische Annäherung an den Taj Mahal und sprach den Indern eine kompetente touristische Performanz ab. Doch nicht nur in Begegnungen untereinander wird ausgelegt und verhandelt wie Touristin-Sein geht: „tourism [is] […] a mutually negotiated relationship between consumers and producers" (Salazar 2012: 867). Wie ich in diesem Abschnitt herausarbeiten werde, hatten in Chiang Khan diejenigen in der Rolle der Gastgebenden eine klare und sehr normative Vorstellung von ‚guten' Touristen und ‚richtigem' touristischem Habitus. Diesen „host gaze" (Y. W. Chan 2006: 194) gilt es auch in Hinblick auf die Normierung von touristischer Performanz nicht zu vernachlässigen. Touristen machen mit ihrem ‚Blick' nicht nur Attraktionen aus (Urry 2002), sondern sind zugleich Objekte des Blickes ihrer Gastgeber. Interaktionen zwischen beiden Seiten sind Maoz (2006) zufolge durch einen „mutual gaze" gekennzeichnet, bei dem auch die gastgebende Seite über die Handlungsfähigkeit verfügt, aus Begegnungen Stereotype ihres Gegenübers zu bilden. Die indischen Dienstleisterinnen etwa, die die israelischen Backpacker, unter denen Maoz forschte, empfingen, blieben in den Interaktionen nicht in einer untergeordneten Position. Stattdessen waren sie sich des Bildes, das die Backpacker sich von ihnen machten bewusst und reagierten darauf mit Kooperation, offenem Widerstand oder verdeckter Opposition. Auch Yuk Wah Chan (2006, 2013), die in der vietnamesisch-chinesischen Grenzregionen das Aufeinandertreffen chinesischer Besucherinnen und vietnamesische Gastgeber analysiert hat, kommt zu dem Schluss, dass letztere den Touristen aktiv gegenübertraten und sich subtile Macht aneigneten, indem sie ihrerseits das Verhalten der Touristen lasen und in klischeebeladene Schubladen einsortierten.

Performanz des nostalgischen Imaginärs

„Slow Life at Chiang Khan“, so ist eine illustrierte Karte betitelt, die auf einer Internetplattform für alternative Stadtpläne, die von Künstlerinnen auf der ganzen Welt gestaltet werden, hochgeladen wurde.[93] Die Zeichnung, die wegen ihrer simplen Formen und unrealistischen Größenverhältnissen an eine Kinderzeichnung erinnert, stellt den Mekong und die parallel verlaufende Chaikhong Straße samt Holzhäusern und Sehenswürdigkeiten der näheren Umgebung dar. Sie benennt und bebildert, weswegen Touristen nach Chiang Khan kamen: Der Karte zufolge ist Chiang Khan eine Stadt zum Fahrradfahren, zum Fotografieren alter Gebäude, zum Almosen Geben, für Bootsfahrten nach Laos, zum Chillen bei den Stromschnellen Kaeng Khut Kus, zum Relaxen in lokalen Homestays und zum Erleben der Sonnenaufgänge auf dem Berg Phu Thok. Sie veranschaulicht, dass die Entdeckung des nostalgischen Imaginärs vom ruhigen, in der Zeit zurückgebliebenen Dorf von den ersten Touristen mit einer bestimmten Performanz verbunden wurde.

Denn Nostalgie im inländischen Tourismus äußerte sich nicht nur im Konsum einer Ästhetik, in Verlustdiskursen und Bewahrungspraktiken, sondern auch in körperlichen Inszenierungen: „[N]ostalgia […] is not just a sentiment, it is a script, performed and enacted on site“ (Salazar 2010a: 86). So wie die von Salazar beschriebenen ausländischen Touristen, die am Wasserpalast des Sultans in Yogyakarta (Indonesien) von ihren Reiseführern eingeladen wurden, eine imaginierte Vergangenheit voll orientalischer Exotik und Erotik nachzustellen, so partizipierten auch die ersten Touristen in Chiang Khan an einer Performanz, die ihre Vorstellungen ursprünglichen Landlebens in die Gegenwart holte. Sie ließen ihre Autos stehen und bewegten sich mit dem Rad fort, wie in früheren Zeiten, als noch nicht jeder Haushalt im Besitz mindestens eines Mopeds oder Autos war. Gemeinsam mit den Bewohnerinnen Chiang Khans setzten sie vorgestellte Gemeinschaftlichkeit in Szene, indem sie sich von ihnen zum Essen dazu bitten ließen. Sie führten ihre Vision vom ländlichen Müßiggang (Abb. 6.1) auf, indem sie sich zu den ‚Großmüttern‘ und ‚Großvätern‘, vor die Fassaden der alten Holzhäuser

[93] „Slow Life in Chiang Khan by Premwadi Khang-ae“, http://www.theydrawandtravel.com/illustrations/5383-slow-life-in-chiang-khan-thailand (Premwadi o.J.)

dazu setzten und sich die Geschichte Chiang Khans erzählen oder althergebrachte Handwerkstraditionen zeigen ließen.[94]

Mit dem Schwinden des Imaginärs vom Dorf, in dem nur die ‚Älteren, Kinder und Enkel' zu Hause waren, veränderte sich auch die Performanz der Touristinnen. Einige der weit nach den ersten ankommenden Touristen entschieden sich die Performanz ihrer Vorgänger zu mimen, indem sie sich vor den alten Fotos fotografieren ließen (Kapitel 5). Andere lösten sich gänzlich vom nostalgischen Imaginär und dessen Aufführung.

Performativer Wandel: Vom Erholungsort zum Touristenort

Wie so oft suchte ich auch an diesem Abend im Januar nach dem Essen Phi Ot auf der Walking Street auf. Phi Ot, der Faxen machte sobald man ihn fotografierte, lebte seit zwei Jahren in Chiang Khan, nachdem er vorher für Umwelt-Stiftungen in Chiang Mai gearbeitet hatte. Ich schnappte mir seinen zweiten Hocker und setzte mich neben ihn an den Straßenrand, wo Phi Ot Postkarten an Touristen verkaufte. May, die gegenüber T-Shirts, Hosen und Täschchen aus bunt kariertem Baumwollstoff, Tücher und kleine Stofftiere verkaufte, bediente gerade zwei Kundinnen, so dass ich sie erst später begrüßte.

Es war Montag, so dass verhältnismäßig wenige Touristen die Straße auf- und abgingen. Erst vor wenigen Tagen, an den Wochenenden um den Jahreswechsel herum, hatte Chiang Khan seinen Höchststand an Besucherzahlen erreicht. Die Fotos, die auf Facebook geteilt wurden, hatten die dicht gedrängten Menschenmengen auf der Walking Street *für die gesamte Internet-Gemeinde festgehalten.*

Heute beobachtete ich überwiegend Jugendliche – gute Verkaufsbedingungen, freute sich Phi Ot. Kurz darauf gesellte sich ein junger Student zu uns. Phi Ot schien ihn zu kennen und fragte ihn, wo er denn so lange geblieben sei. Kurzerhand drückte er ihm seine Verkaufsschürze, die dem Studenten viel zu groß war, samt Wechselgeld in die Hand und forderte mich auf aufzustehen und mit ihm zu kommen. Phi Ot holte drei Flaschen Bier und gönnte sich zusammen mit seinem Freund, der ein paar Häuser weiter geschnitzte Holzbilder verkaufte, eine kurze Verkaufspause. Ich hatte den Studenten für einen Freund von Phi Ot gehalten. Er klärte mich aber auf: Non, so hieß der Student, habe er erst heute kennen gelernt als er eine Postkarte für 15 Baht mit einem 1000 Baht

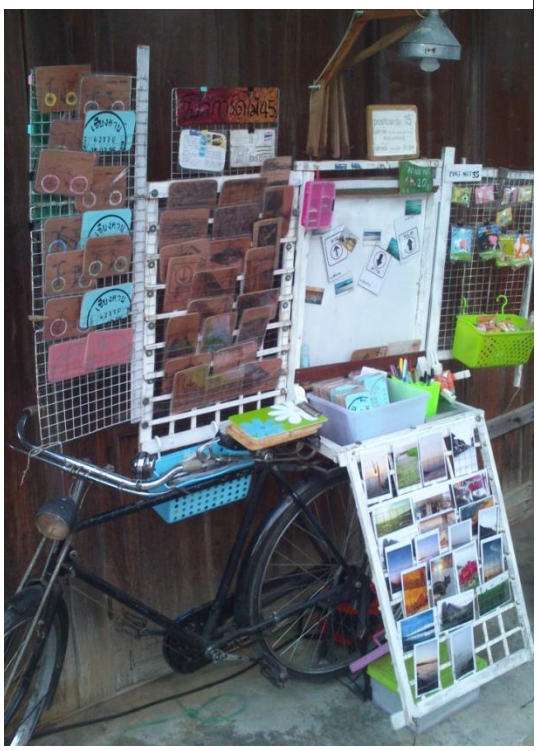
[94] Dieses Skript war nicht auf Chiang Khan begrenzt. Im auf nostalgische Empfindungen zugeschnittenen inländischen Tourismus konnten Thais sich diese touristische Perfomanz auch an Orten wie Amphawa oder Samchuk aneignen, wodurch ihr Verhalten in Chiang Khan mitbestimmt wurde: „Examples of the place image or memories are illustrative in that mobilities existing outside destinations inform people and guide them in their performances" (Mavrič/ Urry 2009: 652).

Schein bezahlen wollte. Wegen des „Shutdowns“ in Bangkok, mit dem die Opposition gegen Premierministerin Yingluck demonstrierte (Kapitel 3) waren auch die Universitäten geschlossen worden, so dass Non die Zeit für einen Urlaub nutzte – und offenbar nichts dagegen hatte als kurzfristige Verkaufshilfe einzuspringen (redigierter Auszug aus den Feldnotizen, 20.01.2014).

Nons Performanz stach aus den Massen heraus. Die allermeisten Touristen, mit denen Phi Ot und die vielen anderen in den Tagen rund um Neujahr an ihren Verkaufsständen, in ihren Restaurants oder Gästehäusern interagiert hatten, blieben für ihre Gastgeber anonym. Dass sich Beziehungen zwischen den Gastgebern aus Chiang Khan und den Touristen aufbauten, war die Ausnahme. Diejenigen, die schon länger im Geschäft waren, hatten hingegen noch erlebt, wie die Touristen sich Zeit nahmen, sich zu ihnen zu setzen, um sich mit ihnen zu unterhalten. Der Verkaufsstand von Phi Ot – ein altes Fahrrad, das er zu einem Postkartenhalter umgebaut hatte – war darauf ausgerichtet.

Seine Bestseller waren Postkarten aus Holz, die er selbst mit Zeichnungen der alten Holzhäuser oder deren Fassaden, mit Fahrradskizzen oder dem Poststempel mit der Postleitzahl 42210 bedruckte. Die Motive für die Fotopostkarten (überwiegend Aufnahmen vom Mekong, den Holzhäusern und vom Almosengang) stammten von einem Freund, der sie vor Jahren aufgenommen hatte – auch Phi Ot verkaufte ein altes Chiang Khan (Kapitel 5). Mit dem Fahrrad transportierte er jedes Mal zwei kleine Hocker: einen für sich und den anderen nicht etwa für mich, sondern für die Touristen, die sich zu ihm setzen und die Postkarten mit Grüßen versehen wollten. Er hielt auch Stifte, eine Schreibunterlage und Briefmarken bereit und bot sogar an, die Postkarten zur Post zu bringen. Nur selten musste ich allerdings meinen Hocker räumen, denn nur wenige Käufer wollten ihre Postkarte noch an Ort und Stelle schreiben. Phi Ot versuchte eine Performanz zu dirigieren, aber nur noch wenige Touristen folgten seinen Anweisungen, die er mit seinem Postkartenstand materialisiert hatte.

Abbildung 6.2 Phi Ots Postkartenstand



Stattdessen hatte May, deren Eltern häufig aus dem gegenüberliegenden Sanakham nach Chiang Khan übersetzten, um ihre zwei Töchter im Tourismusgeschäft zu unterstützen, sich auf ein neues Klientel eingerichtet. Sie verkaufte Massenware. Ihre Interaktionen mit den Touristen beschränkten sich auf Nachfragen zu verfügbaren T-Shirt-Größen und -Farben sowie Preisverhandlungen, denen sie kaum nachgeben konnte. Mit den angelieferten farbigen Täschchen beispielsweise, die sie selber aufwendig in Tüten verpackte, mit eigenem Namensschild versah und im Dreierpack für 100 Baht verkaufte, machte sie auch ohne Rabatt schon kaum Gewinn.

Während Chiang Khaner sich angesichts des Wandels die Frage stellten, ob sie Altes bewahren oder Neues schaffen sollten, fanden nicht mehr nur diejenigen den Weg nach Chiang Khan, die das Alte suchten – und wie Jane und ihr Kollege desillusioniert wurden (Kapitel 5), sondern auch diejenigen, die ‚einem Trend hinterherreisten' („*thiao tam krasae*"). Während es für die einen bedauerlich war, dass sich der anfängliche Charme zwischen den Boutique Hotels und Souvenirläden verloren hatte, hatte die Nachfrage der anderen nach komfortablen Unterkünften und einem vielfältigen Einkaufserlebnis zum Schwinden eben dieses Flairs beigetragen. Meine Freundin Phi Iew, die bei der TAT arbeitete, beschrieb mir das Profil der gegenwärtigen Touristen so:

> „Die Touristen in Chiang Khan sind Massentouristen (*pen klum mass*). Zum jetzigen Zeitpunkt, wenn ein Ort boomt, dann kommen sie in Scharen, die Thais, denn das ist ihre Art. Sie kommen zum Shopping. Wenn ein Ort sehr viel im Fernsehen gezeigt wird, dann müssen sie hin. So war es bei Pai [ein beliebtes Wochenendziel in den Bergen im Norden], als es noch ein neues Reiseziel war. Mittlerweile ist Pai nun schon veraltet und jetzt ist eben Chiang Khan bekannt" (Interview 02.01.2014).

Mit den Massentouristen kamen auch solche, die für das nostalgische Imaginär nicht empfänglich waren und seiner performativen Inszenierung nichts abgewinnen konnten. Ihnen genügte es nicht, den Charme Chiang Khans mit der Fotokamera festzuhalten und den Ort mit dem Fahrrad zu erkunden. Diese Veränderungen bemerkte auch Phi Nim, die vor den Massen als Touristin nach Chiang Khan gekommen war und eine der ersten Läden auf der Chaikhong Straße eröffnet hatte:

> „Früher fuhren die, die herkamen, mit dem Fahrrad von einem Laden zum nächsten und setzten sich dazu, um sich zu unterhalten. Heute sind die Gassen voller Menschen, aber Läden wie unsere, die eine Geschichte zu erzählen haben, die betritt kaum noch jemand. […] Jetzt gehen die Touristen nur noch auf und ab. Sie haben keine Zeit mehr in die Läden zu treten und ein Leben wie die ersten Touristen, die noch Fahrrad gefahren sind und hier und dort vorbeigeschaut haben, zu führen. Deswegen denken einige, hier gibt es doch nichts. Einige kommen nur ein oder zwei Tage, mögen vor allem die *Walking Street*" (Interview 16.12.2013).

Phi Fon, die in Chiang Khan aufgewachsen ist, beschrieb die Unterschiede zwischen den Touristengruppen so:

> Phi Fon: „Die Reisegruppen, die kommen, sind Touristen, die es komfortabel mögen. Wir sind ein Homestay, aber sie brauchen den Rundumservice eines Hotels. Das können wir nicht bieten."
>
> J.G.: „Und die Touristen, die in der Anfangsphase kamen…?"
>
> Phi Fon: „Toll. Das waren Touristen, die kommen wollten. Sie reisten nach dem Motto: Schönheit, das ist die Stille."
>
> J.G.: „Sie haben sich mehr angepasst?"
>
> Phi Fon: „Ja. Früher brauchten die Touristen nur eine Kamera, ein Fahrrad und eine Wasserflasche. Morgens war der Ausblick ein anderer als abends. In der kalten Jahreszeit geht dort drüben die Sonne unter. Diese Sicht bietet ihnen die Natur, nicht etwas Hergerichtetes. Die heutigen Touristen mögen das Künstliche, nicht die Dinge, die eine Geschichte erzählen. Sie interessieren sich nicht für die Holzhäuser, sondern für die Schilder; das, was extra aufgestellt wurde" (Interview 16.12.2013).

Phi Fon und Phi Nim machten deutlich, dass die touristischen Performanzen an ein- und demselben Ort unterschiedlichen Skripten folgten:

> „[T]he sense of what sites symbolise may generate myriad forms of performance on a single tourist stage, in which different roles, scripts, choreographies, group formations, instructions and cues are followed" (Edensor 1998: 62).

Edensor zufolge konfligierten am Taj Mahal westliche Konventionen des „romantic gaze" mit Normen des „communal witnessing" indischer Touristen. Während der Taj Mahal als Symbol Indiens den westlichen Pauschaltouristen und Backpackern eine ausführliche und intensive Würdigung der Ästhetik abverlangte, stand für die indischen Touristen das gemeinsame Erleben ihres nationalen Monuments mit Familien und Freunden im Vordergrund (1998: 119-128). In Chiang Khan allerdings, so legen die verschiedenen Stimmen der Gastgeber nahe, kam es nicht zu einer räumlichen Überschneidung divergierender Aufführungen, sondern zu einer zeitlichen Ablösung der einen durch die andere. Ging es um die Beschreibung der Touristen, dann wurde immer zwischen den Touristen früher und heute unterschieden.[95]

Touristen von früher und von heute

Der Bangkoker Betreiber eines hochpreisigeren Gästehauses erklärte mir, dass früher „travellers"[96] nach Chiang Khan gekommen wären, während heute „tourists" kommen.

[95] Zur ebenso häufigen Differenzierung von thailändischen und ausländischen Touristen siehe Kapitel 7.
[96] Weil er auch ein Hostel auf der unter Backpackern beliebten Khao San Road in Bangkok führte, sprach er gutes Englisch, so dass wir uns auch während des Interviews auf Englisch unterhielten.

Phi Noppadol: „Früher kamen Teenager, die ihren eigenen Stil hatten, die Zeitschriften wie ‚A Day Magazine' lesen. Menschen wie Toey [der das in Kapitel 4 beschriebene Gästehaus betrieb und in dessen Café wir saßen], wie er mit Hut, die das Modische suchen. Ich weiß nicht, wie sie auf Englisch heißen. Auf Thai nennen wir sie *dek naeo*."

J.G.: „Hipster"?

Phi Noppadol: Ja, genau. Es kamen nur die Hipster her. Chiang Khan war hip, wegen der Natur und den freundlichen Menschen. Sie machten gute Fotos, stellten sie ins Netz und jeder wollte wissen, wo das ist. […] Sie sahen, dass Chiang Khan sich wegen des Business verändert hat. Jetzt ist Chiang Khan nicht mehr hip und die Hipster müssen nach Pai, Nan, eben anderswo hin. Denn um hip zu sein, muss man als erster da sein."

[…]

J.G.: „Was ist mit den Touristen heute?

Phi Noppadol: „Die Touristen heute sehen nur den Trend. Sie wollen einmal herkommen, um dagewesen zu sein, es bei gutem Wetter gesehen zu haben. Im Gegensatz zu Pai, wo man mit Mopeds in die Bergen fahren, vielen Aktivitäten nachgehen kann, hat Chiang Khan nicht viel zu bieten. Nach ein oder zwei Nächten sind sie schnell gelangweilt. Wenn du kein ‚traveller' bist, sondern nur ‚tourist', dann bist du hier schnell gelangweilt.

J.G.: „Wo ist der Unterschied zwischen ‚traveller' und tourist'?

Phi Noppadol: Das weißt du nicht? ‚Traveller' wollen Erfahrungen sammeln, zwischen zwei Orten – dem zu Hause und dem Ziel. Sie schätzen Details, sie unterhalten sich mit den Menschen. Die Touristen sitzen nur hier: ‚Was steht auf dem Menu? Was sollte man essen? Wo geht man hin?' Das ist es, dann fahren sie nach Hause (Interview 07.12.2013).

Mit seinem Gästehaus, einem edel restaurierten, aber weitgehend im Originalzustand belassenen Holzhaus mit moderner Inneneinrichtung und komfortabler Ausstattung, schien er beide Zielgruppen anzusprechen.

Aus Ya Gois Analyse geht hingegen deutlicher hervor, welche Touristen sie sich in Chiang Khan wünschte. Niemand konnte besser – und energischer – als sie ausdrücken, dass Chiang Khan den Touristen die Bühne einer Stadt zum Erholen (*mueang phak phon*) bot und sie sich keine Touristen wünschte, die sich verhielten, als wären sie in einer Tourismusstadt (*mueang thong thiao*):

Ya Goi: „Mit einer thailändischen Reisegruppe zu verreisen ist anstrengender als mit Freunden. Viel zu beengt. Lass uns hierhin gehen, ich will aber das… Das ist alles andere als entspannend."

J.G.: „In letzter Zeit kommen immer mehr Reisegruppen her, oder?"

Ya Goi: Ja, viel mehr. Dass welche nach dem Trend reisen, das gibt es inzwischen. Aber früher kamen sie, weil sie sich ausruhen (*phakhphon*) wollten. Um wirklich Urlaub zu machen (*ma thiao ching ching*). Und sie trafen auf Dorfbewohner, die vor ihren Häusern aßen. Es hieß, wenn man viel gearbeitet hat, dann ruhte man sich

> aus, ruhig und gemächlich. Die Dorfbewohner riefen sie zum Essen dazu und schon waren sie glücklich. Man unterhielt sich über dieses und jenes. Aber heute ist das nicht mehr so, überhaupt nicht mehr. Stattdessen Gehetze. […] Chiang Khan, das heißt herkommen, um sich zu entspannen. Das reicht, um zufrieden zu sein. Herkommen, um die Stille zu genießen, bei sich zu sein. Ganz unbeschwert. Das ist Chiang Khan. Aber sie verstehen Chiang Khan nicht, kommen her und finden, hier gibt es nichts zu sehen. Dabei kommt man her, schläft, ruht sich aus, fährt Fahrrad, isst, schaut sich den Mekong an und schon ist man glücklich. Mehr braucht es nicht" (Interview 03.12.2013).

Wie bei Ya Goi war die Benennung von Unterschieden zwischen den Touristen häufig mit normativen Vorstellungen verbunden, wie Tourist-Sein in Chiang Khan ‚richtig' geht. Während es ihr egal war, wie viel sie einnahm, denn zum Leben brauche sie nicht viel, gaben andere durchaus zu, dass es ihnen gleichgültig sei, wer nach Chiang Khan komme, denn die Hauptsache sei, man verkaufe gut. Nicht selten aber schwangen nostalgische Rückblicke auf eine Zeit vor dem Wandel mit (Kapitel 5). Pa To, die in der Nachbarschaft wohnte und morgens mich und Ya Goi mit Klebreis versorgte und wie so viele einen Teil ihres Hauses an Touristinnen vermietete, fand:

> Pa To: „Früher waren die Touristen einverstanden mit uns zu essen. Egal, was es gab. Aber heute wollen sie mehr Privatsphäre. Sie wollen nur einen Schlafplatz und sind schon wieder unterwegs. Sie stellen kaum Fragen. Sie kommen schnell und gehen schnell wieder."
>
> J.G.: „Man baut also kaum mehr Beziehungen auf?"
>
> Pa To: „Ja, weniger. Früher haben sie sich zu unserer Oma [*yai*, Pa Tos Mutter], als sie noch lebte, dazugesetzt. Tagsüber haben sie sich von ihr Geschichten erzählen lassen. Einige kauften ihr Essen und aßen es mit ihr zusammen. Schüsseln und Teller konnten sie hier im Haus nutzen, um sich etwas zu essen zu machen. Aber heute wollen sie bloß wissen, ob sie ihr eigenes Badezimmer haben werden. Dann schicke ich sie doch besser ins Hotel! […] Früher war es so, als kämen sie, um Verwandte zu besuchen. Zum Abschied haben sich einige mit unserer Oma fotografieren lassen und uns das Foto später zugeschickt. Früher waren die Touristen soo liebenswürdig. Im ersten Jahr, bevor sie ins Auto gestiegen sind, haben sie sich extra von unserer Oma verabschiedet und darum gebeten, ihren Segen für eine sichere Heimreise entgegennehmen zu dürfen. Im Gegenzug haben sie ihr gute Gesundheit gewünscht (Interview 12.01.2014).

Dass der Blick auf die Touristen immer auch ein Diskurs über den Wandel Chiang Khans war, das wird auch deutlich, wenn man Phi Ned zuhört, dem Steak-Haus Besitzer, der bereits auf dem Absprung nach Nong Khai war:

> „Heute kennen die Touristen nichts mehr außer der *Walking Street*. Sie fragen nach nichts anderem. Früher hatte ich vor dem Hotel [das er inzwischen nicht mehr betrieb] einen blauen Stuhl stehen, siehst du? Zusammen mit dem Namensschild. Daneben stand eine Spendenbox. Ein guter Ort, um sich zu fotografieren. In nur einem Monat habe ich 4000 bis 5000 Baht gesammelt. Das Geld habe ich

gespendet. Heute weiß keiner mehr, was das hier soll. Dass das hier das erste und älteste Hotel war“ (Interview 09.12.2013).

Derartige Beobachtungen, meistens mit einem Unterton des Bedauerns ausgesprochen, formulierten zwei voneinander abweichende Verständnisse, wie Thais ihre Rolle als Touristen ausfüllen sollten (Tabelle 6.1). Chiang Khan verstand sich als Stadt zum Erholen (*mueang phak phon*) und nicht als Tourismusstadt (*mueang thong thiao*). Tourismus (*thiao*) kommt dabei einer „hypertime of leisure“ (Appadurai 1996: 80) gleich, einem Urlaub mit dicht getimten Aktivitäten, die den Zeitlogiken industrieller Arbeits- und Produktionsprozesse entsprechen. Erholung (*phak phon*) hingegen setzt einen Kontrapunkt zur Arbeit und will zeitlich entschleunigen. Übertragen auf touristische Performanzen bedeutet *phak phon*, dass sich die Touristen Zeit nehmen (sollten), um einzutauchen, um sich mit ihren Gastgebern zu unterhalten, damit sie mehr über Chiang Khan erfahren und sich in ihren Bedürfnissen den Gegebenheiten anpassen. Tourismus (*thiao*) wurde verunglimpft, weil die Touristen nicht die nötige Zeit mitbrachten. Sie kamen lediglich, um Chiang Khan zu sehen, um auf einem Foto festzuhalten, dass man dagewesen war, ohne sich aus einem komfortablen Hotelzimmer heraus wirklich auf die Umgebung einzulassen.

Tabelle 6.1 Schematische Darstellung touristischer Performanzen aus Sicht ihrer Gastgeber

	***phak phon* (Erholung)**	***thiao* (Tourismus)**
touristische Performanz	eintauchen	sehen
	sich bilden	sich amüsieren
	entdeckend, nostalgisch	dem Trend folgend
	individuell	kollektiv
	kommunikativ	anonym
	angepasst	komfortabel
gastgebende Perspektive	vergangen	gegenwärtig
	rückblickend	unmittelbar

Obwohl die kontrastierenden Darstellungen die „Bühnen“ „Erholung“ und „Tourismus“ in chronologischer Abfolge voneinander trennten, gab es Momente der zeitlichen Überschneidungen. Immer wieder, wenn ich meine Freunde Phi Bum und Phi Che besuchte oder bei ihnen im Restaurant abends aß, begrüßten sie einige Restaurantgäste, in meiner Wahrnehmung Touristen, überschwänglicher und zuvorkommender als andere.

Sobald ihr Tisch üppig gedeckt war und der Restaurantbetrieb es zuließ, setzten sich Phi Che, mit einer Flasche Bier, und Phi Bum, etwas zurückhaltender im Hintergrund, zu ihren Gästen an den Tisch. Phi Bum erzählte mir dann später, beim Abräumen, dass das ehemalige Touristen, nun Freunde, von ihnen gewesen waren. Sie hatten sie kennengelernt, als sie ihr Gästehaus, ihren Souvenirshop und ihre Restaurantbar noch an der Chaikhong Straße betrieben hatten (ihr neues Restaurant im eigenen Zuhause lag etwas außerhalb). Seitdem hielten sie Kontakt, tauschten Gefälligkeiten aus und besuchten sich, sobald sich Gelegenheiten ergaben.

Auch in der Reisesendung „Check In Now!!“ (2012)[97], die sich dem Genre entsprechend daran beteiligte, Empfehlungen für Performanzen auszusprechen, verschwamm das Narrativ der Erholungsstadt mit dem der Tourismusstadt. In kurzen modischen Kleidern, samt großer Sonnenbrille und auffälligen Hüten, fuhren die beiden Moderatorinnen zu Popmusik im Hintergrund mit dem Fahrrad die Chaikhong Straße entlang, posten für die Kamera und ihre Smartphones vor den Holzfassaden und ließen sich beim Schreiben von Postkarten fotografieren. Dieses Skript wurde ausbalanciert durch Einspieler, die sie zum koreanischen Charthit „Gangnam Style“ wild tanzend zeigten. Nach einem ausgedehnten Kaffee in einem der älteren Souvenirläden, der unter anderem Filmrollen für analoge Kameras als Schlüsselanhänger verkaufte, ließen sie sich ein edles Boutique Hotel zeigen. In der Lobby bot es freies Internet an. „Das sei sehr wichtig“, fand eine der beiden, „ohne Internet könne sie nirgends einchecken.“ Auf der Dachterrasse dieses dreistöckigen Gebäudes resümierten die beiden Moderatorinnen bei untergehender Sonne und einem Glas Wein ihren Aufenthalt:

> A: „Hier ist wirklich eine Stadt zum Erholen, hier in Chiang Khan, in der Provinz Loei. Ich war von allem beeindruckt.“
>
> B: „Ich fühle mich sehr wohl. Es ist eine Erholungsstadt, die eine Reise wert ist. […] Weil Chiang Khan eine Stadt ist, an dem das, was es heißt, eine Stadt am Mekong zu sein (*khwam pen mueang mae nam khong*), eine altertümliche Stadt zu sein, noch erhalten wird.“
>
> A: „Die Menschen hier sind alle freundlich, zuvorkommend, die ganze Zeit über herrscht Frohsinn und Heiterkeit. Ein herzliches Gefühl.“
>
> B: „Für ein Publikum, das zu Hause viel arbeitet und erschöpft ist. Für die, die am Feiertag oder Wochenende eine Stadt zum Erholen und Relaxen suchen, die müssen hierher kommen. Ich kann es nur empfehlen, hier treffen Sie auf das, was einen zufrieden macht und weiterarbeiten lässt.“

[97] Ausgestrahlt am 06.10.2012 und 13.10.2012 auf dem *Travel Channel Thailand (True Visions 73)* (nachzuschauen auf Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=jUAn709NT3M (Tview Media Channel 2012a) und https://www.youtube.com/watch?v=K_7qWiEMmEw (Tview Media Channel 2012b)).

Trotz ihrem Sinn für Annehmlichkeiten und modernen Statusmarkern hielten sie das Narrativ des Erholungsortes weiter aufrecht. Aktiv forciert wurde dies, wie ich im Folgenden zeigen werde, von der TAT, um dem Wandel Chiang Khans entgegenzuwirken.

Steuerung von Erholung durch die TAT

> „Gerade liegt Chiang Khan im Trend. Derzeit kommen sehr viele. Nun, unsere Rolle bezieht sich darauf, wie wir es schaffen, dass es reisenswert bleibt. Dass es nicht wird wie Pai oder Mae Hong Son, die Bars, Bier und jegliches erdenkliche Entertainment bieten. Wir haben uns Chiang Khan angeschaut und dachten, hier ist doch eher ein Erholungsort. Egal ob Ausländer oder Thai, wenn Sie nach Chiang Khan kommen, dann kommen Sie um sich auszuruhen. Sie sollen herkommen, spazieren gehen, sich die alten Läden, die alten Häuser anschauen. Das ist die Atmosphäre eines Erholungsortes. Es ist nicht richtig, hier zum Bier trinken herzukommen, nicht richtig hier die Musik laut aufzudrehen. Hier gibt es kein Shopping. Die Rolle der TAT besteht darin, dass wir mit den Hausbesitzern sprechen, dass sie bitte keine Bars eröffnen. Was die Autos angeht, wenn es nicht sein muss, dann nehmt bitte das Fahrrad. Eben alles Schlechte vermeiden, das von der Gruppe Touristen herrührt, die die Dinge nicht bewahren“ (Interview 30.04.3013).

Mit ihrer Antwort auf meine Frage, welche Rolle die TAT in Chiang Khan wahrnahm, implizierte die Direktorin der TAT Loei, Khun Yupa, dass der touristische Wandel von Touristen verursacht werde, die mehr Wert auf Unterhaltung statt Erholung legen, also eine Tourismus-Performanz (*thiao*) an den Tag legen. Touristen, die zum Erholen (*phak phon*) kommen, machte sie hingegen nicht verantwortlich. Chiang Khan als Erholungsort auf den Reisekarten zu positionieren war ihre Antwort auf ausgeprägte Verlustdiskurse und weitreichende Sorgen, Chiang Khan würde sich wie Pai im Norden des Landes von einem unscheinbaren Dorf zu einer Vergnügungsmeile entwickeln. Es hieß, dass Chiang Khan auch deswegen bekannt geworden war, weil die Touristen sich von dem mit Besuchern überströmten Pai abwendeten und stattdessen Chiang Khan entdeckt hatten (z.B. Apinan 2013; Bohwongprasert 2009; E. Cohen 2006: 25).

Seit einer neuen Arbeitsteilung inklusive Finanzaufteilung unter dem Ministerium für Tourismus und Sport, so erklärte mir Khun Yupas Kollegin von der TAT Bangkok (Interview 26.06.2013), sei die TAT ausschließlich für die Förderung und Vermarktung von Zielregionen zuständig, während die ebenfalls dem Ministerium unterstellte Organisation *Designated Areas for Sustainable Tourism Administration* (DASTA) in

ausgewiesenen Regionen politische und administrative Pläne für nachhaltigen Tourismus entwickele.[98]

Die Werbung, so schlussfolgere ich, eröffnete der TAT einen Handlungsspielraum, mit dem sie zu steuern versuchte, welche Touristen in Chiang Khan erwünscht waren und welches Bild diese von Chiang Khan haben sollten. Eine derartige Regulierung verfolgten die thailändischen Regierungen und dessen für Tourismus zuständigen Institutionen auch auf dem Gebiet des internationalen Tourismus. Visapolitiken definierten, so argumentiert Morrison (2013), den gern im Land gesehen Gast als Bürger eines wohlhabenden Nationalstaates, der nach einem kurzen Aufenthalt in Thailand das Land wieder verlässt. Um den ungebetenen, männlichen Sextouristen Einhalt zu gebieten, wurden Imagekampagnen entwickelt, die auf Frauen und Familien abzielten, und die Attraktionen jenseits der Rotlichtviertel hervorhoben:

> „In short, the recent interventions by the Thai state in the realm of tourism policy have aimed to promote particular figures of the tourist and the Thai host, and to inhibit others. Stated otherwise, these interventions are attempts to govern both who gazes and the image that appears within their gaze“ (Morrison 2013: 33).

Auf Chiang Khan sollten sich, wenn es nach Khun Yupa von der TAT Loei ging, nicht die Blicke der Massen, sondern die der ‚Qualitätstouristen‘ richten. Statt großer Busreisegruppen umwerbe die TAT diejenigen, die über Nacht blieben und über verschiedene Kanäle ihr Geld in Chiang Khan ließen. Die Strategie, die Tourismuseinnahmen nicht über quantitatives Wachstum der Ankunftszahlen zu steigern, sondern sich der Zielgruppe anzunehmen, die über hohe Kaufkraft verfügt, verfolgt die TAT nach eigenen Angaben für den gesamten Tourismusmarkt erfolgreich (TAT 2017, 2016, 2015e; vgl. E. Cohen 2008b: 5).

Was Touristen guter Qualität ausmache, darin war man sich in Chiang Khan allerdings nicht einig. Ya Goi beispielsweise fand nicht, dass Touristen, die in teuren,

---

[98] Loei ist eine der sechs Regionen, denen sich DASTA zuwandte. Unter dem Slogan „Leisure Loei“ entwickelte DASTA einen strategischen 10-Jahres-Plan, um in der Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinden, staatlichen Behörden und Tourismusorganisationen Loei als Urlaubsziel weiter zu fördern. Zwischen 2012 und 2022 steht DASTA ein Budget von 3.077 Milliarden Baht für 150 verschiedene Projekte, die sich überwiegend dem Ökotourismus widmen, zur Verfügung (Bamrung 2013).
Ich stieß nur einmal auf die Arbeit der DASTA als ich eine Delegation der Organisationen DASTA und TEATA (*Thai Ecotourism and Adventure Travel Association*) dabei begleitete, wie sie die Betreiberinnen von Unterkünften in Chiang Khan in Sicherheit und Sauberkeit schulten (Abschnitt 7.3.2). Ansonsten konnte ich keinen Einblick in die Rollen, Projekte und Aktivitäten der DASTA in Chiang Khan gewinnen. Laut der Direktorin der TAT Bangkok, kümmerte sich die DASTA in Chiang Khan vor allem um Umweltbelange wie die Verringerung des CO_2-Ausstoßes durch Baumanpflanzungen und die Förderung des Umstiegs vom Auto aufs Fahrrad sowie um die Verhinderung von Wasserverschmutzung und die Vermeidung von Müll (Interview 26.06.2013).

sogar mit Fernseher ausgestatteten Hotelzimmern schliefen und wie die Moderatoren von „Check In“ auf Internet nicht verzichten konnten, sich wirklich auf Chiang Khan einließen. Für andere wiederum gab es die auch von der TAT angedeutete Korrelation zwischen gehobenem Reisebudget und ‚guter‘ touristischer Performanz. Die Dozentin, die sich in der Gruppe „*Chiang Khan Hak Meuang*“ für den Erhalt Chiang Khans einsetzte (Kapitel 5), brachte zu meiner anfänglichen Irritation ihre Bekannte und Gäste in einem der Hotelneubauten unter. Wer Chiang Khan vor dem Wandel bewahren wolle, so hätte ich vermutet, der müsse Unterkünfte in einem der verbliebenen alten Holzhäuser unterstützen. In unseren Gesprächen wurde hingegen eine andere Sichtweise deutlich. Chiang Khan müsste sich laut der Dozentin auf „high class-“ Touristen konzentrieren. Denn die Touristen, die nach dem Trend reisten, einmal herkämen, billig übernachteten und nach einigen Fotoschüssen wieder verschwanden, wären für den Müll und nächtliche Ruhestörungen verantwortlich. Auch der Bangkoker Inhaber eines größeren, neuen Hotels, für das in direkter Nachbarschaft zu Ya Goi ein altes Holzhaus weichen musste, sah keine Schwierigkeiten durch Alkoholkonsum, Diebstahl oder Lautstärke mit den Gästen auf sich zukommen, denn er empfange Touristen ‚anderer Level‘, in einem höheren Preissegment.

Die touristische Entwicklung versuchte die TAT nicht nur zu beeinflussen, indem sie die gewünschte Zielgruppe definierte, sondern auch, indem sie ausbalancierte Reisezeiten propagierte. Ihren Job, so erklärte mir Khun Yupa, habe sie nur richtig erfüllt, wenn das ganze Jahr über Touristen nach Chiang Khan kämen, damit die Geschäftetreibenden ein stetiges und verlässliches Einkommen haben. Statt noch mehr Touristen zur bereits stark ausgelasteten, kühleren Jahreszeit anzulocken, bemühe sie sich Chiang Khan auch während der heißen Monate und der Regenzeit attraktiv zu machen. Sie warb bei Chiang Khanern darum, die Nebensaison mit Preisnachlässen zu beleben. Mit dieser Akzentuierung verfolgte die TAT einen zur Gemeindeverwaltung konträren Ansatz, die den Countdown zum Jahreswechsel, eines der Wochenenden, an dem viele Unterkünfte bereits ein Jahr im Voraus ausgebucht waren, aktiv ohne die Unterstützung der TAT bewarb.[99] In einem privaten Gespräch unterstrich Phi Iew nochmal, wie die

[99] Ähnlich divergierten auch die Strategien der TAT und Gemeindeverwaltung bei der Bewerbung der *Ok Phansa* Feierlichkeiten. Während die TAT *Phasat Loi Khro* als einzigartige, geschichtsträchtige Tradition hervorhob, sprach die Gemeindeverwaltung mit den Konzerten und der Vergnügungsmeile die Massen an (Kapitel 5).

Steuerung der Touristen durch die TAT von der Strategie der Gemeindeverwaltung abwich:

> J.G.: „Aus meiner Sicht gibt es zwei Gruppen. Manche denken, die Touristen brauchen viele Aktivitäten…“
>
> Phi Iew: „Ja, das ist die Gemeindeverwaltung.“
>
> J.G.: „Und es gibt die Gruppe, die von den Touristen verlangt sich anzupassen. Für die Chiang Khan ein Erholungsort ist. Man muss nicht…“
>
> Phi Iew: Die Gemeindeverwaltung sucht Events und Aktivitäten, damit die Touristen alles an einem Ort geboten bekommen. Aber die TAT promotet, dass wir nicht wie andere sind in Chiang Khan. Wir sind eine Erholungsstadt. Eine Stadt, in der man für nichts hetzen muss. Eine Stadt, wo die Familie ihr Leben zusammen führt. Das gibt es in Bangkok nicht. In Bangkok hetzt man, um dies zu tun, um dorthin zu gelangen, man isst nicht gemeinsam. Wir promoten, wenn ihr herkommt, dann gemeinsam als Familie. Wo ihr als Familie hingeht, geht ihr zusammen hin. Ihr müsst nicht hetzen. Morgens dies tun, wie in einer Reisegruppe, hier kurz sein, dort kurz sein. Das wollen wir nicht. Wir wollen, dass sie Gemütlichkeit und Entspannung finden. Bei sich sind“ (Interview 02.01.2014).

Im Bild, das die TAT von einer Erholungsstadt zeichnete, verfestigt sich eine Trennung zwischen Stadt und Land, die die Stadt zum Arbeiten und das Land zum Erholen vorsieht. Um dieses Bild aufrecht zu erhalten, setzte die TAT auf eindeutige Abgrenzungen zwischen den Reisezielen. Die TAT, so erklärte mir Khun Yupa, bündele die Interessen der Touristen, „aber wir verändern uns nicht“ (Interview 30.04.2013). Wer nach Einkaufserlebnissen und Unterhaltung suche, der sei in Udon Thani besser aufgehoben. In Chiang Khan vermittele die TAT den Dorfbewohnern ihr Wissen, wie sie mit dem hohen Müllaufkommen umgehen sollten und wie sich der Almosengang mit Klebreis oder die alten Holzhäuser erhalten ließen. Veränderungen ganz aufzuhalten sei aber auch nicht in ihrem Sinne, denn in erster Linie solle der Tourismus den Chiang Khanern ein Einkommen ermöglichen:

> „Früher bestand Chiang Khan aus Dorfbewohnern. Aber, wie heißt es, die Lebensart der Städter ist doch sehr eingedrungen. Über Cafés und Restaurants, aber dafür verdienen die Einheimischen nun auch ihren Lebensunterhalt (Interview 30.04.2013).

Weder Erholung noch Tourismus: Busreisende

Egal, wie sie zu Chiang Khan als Erholungsort standen, für die allermeisten Gastgeber waren Busreisende die ungebetensten Gäste. Die Vorbehalte waren vielfältig: Ya Goi konnte sich nicht vorstellen, dass jemand im dicht getakteten Reiseprogramm Erholung finden würde. Die TAT fürchtete, dass große Menschenmengen Chiang Khan verändern würden. Auch mein guter Freund Phi Che machte keinen Hehl daraus, dass er sich nach

Zeiten zurücksehnte, als Chiang Khan von Individualreisenden entdeckt wurde. Von den Touristen einer Gruppenreise würde höchstens einer, derjenige, der die Reise organisiert hatte, wirklich nach Chiang Khan kommen wollen. Die übrigen anderen, wüssten oft nicht einmal, dass Chiang Khan am Mekong liegt. Weil er nicht bloß Zuschauer des Wandels sein wolle, habe er einen Plan gefasst. Vielleicht sei es auch bloß Träumerei. Allabendlich wolle er für die Gruppentouren eine Show über die Kultur Chiang Khans anbieten. Er hoffte, dass die Mitreisenden anschließend verbreiten würden, dass es in Chiang Khan doch noch die Chiang Khansche Lebensweise zu sehen gäbe und dass sich so auch die Individualreisenden wieder für Chiang Khan interessieren würden. Dann werde Chiang Khan vielleicht wieder ein bisschen mehr wie früher. (Weil die Kooperation mit der Lokalität, wo die Aufführungen stattfinden sollten, nie zustande kam, blieben seine Pläne aber eine Träumerei.) Selbst diejenigen, die weniger nostalgisch auf die Entwicklung Chiang Khans schauten, die in erster Linie am Tourismus verdienen wollten, sahen in den Busreisenden kein Potential. Zwar sprach sich herum, wann sich mehrere Busse ankündigten, so dass May beispielsweise auch außerhalb der üblichen Stoßzeiten ihre T-Shirts an den Straßenrand hängte. Meist stand ihr Aufwand aber in keinem Verhältnis zum Gewinn. Sie beklagte sich dann oft, dass die Gruppenreisenden bloß die Straße entlang spazierten, sich die Souvenirs anguckten, in die Hand nahmen, sich nach dem Preis erkundigten, aber selten auch etwas kauften.

Mehr über das Prinzip der Busreisenden begann ich zu verstehen, als ich selbst versuchte eine Tour zu buchen, um Chiang Khan teilnehmend beobachtend durch die Augen der Touristinnen erleben zu können. Ich erfuhr, dass viele der Bustouren aus festen Gruppen bestanden, zu denen ich nicht dazustoßen konnte. Die Organisatoren der Touren waren zum Beispiel Arbeitgeber, die die Besichtigung Chiang Khans mit Fortbildungsprogrammen oder Informationsveranstaltungen für ihre Mitarbeiterinnen verbanden. Damit setzen sie eine Strategie der TAT um, die Zahl inländischer Reisen zu erhöhen. In Pressemitteilungen verkündete die TAT, dass sie Regierungsbehörden und große thailändische wie ausländische Firmen dazu anhalte, Inlandsreisen zum Bestandteil ihrer Leistungsanreizsysteme zu machen und Meetings, Teambildungsmaßnahmen oder Seminare innerhalb Thailands abzuhalten (TAT 2012a). Mit dem „Discover Thainess“ Programm verkündetet die TAT 2015 zugleich Steuererleichterungen auf Reiseausgaben für Unternehmen und Privatpersonen, um dem inländischen Tourismus zu weiterem Wachstum zu verhelfen (Wanwisa 2015).

Die dichotomische Trennung der Lebensbereiche ‚Arbeit' und ‚Freizeit' wurde auch vom größten und exklusivsten Hotel Chiang Khans aufgehoben. Es richtete sich mit sieben Konferenzräumen, die bis zu 400 Personen fassen konnten, an diese Zielgruppe der „reisenden Arbeiter" und „arbeitenden Touristen" (Uriely 2001).

Die uneindeutige Reiseabsicht machte die Busreisenden in den Augen der Chiang Khaner suspekt. Als ich die Bustouren mit dem stellvertretenden Bürgermeister erörterte, bemängelte er vor allem die fehlende Ernsthaftigkeit derjenigen, die sich bei der Gemeindeverwaltung zwecks Informations- und Erfahrungsaustausches angemeldet hatten:

> Phi Kaek: „Außerdem kommen auch die Beamten, um sich Arbeit anzuschauen."
>
> J.G.: „Das werden immer mehr, oder?"
>
> Phi Kaek: „Ja, es werden mehr. Allein letztes Jahr kamen rund 20.000 von anderen Gemeindeverwaltungen und Subdistriktverwaltungen. Pro Woche kamen etwa fünf Busse, also 250 Personen."
>
> J.G.: „Das finde ich interessant, weil…"
>
> Phi Kaek: „Es ist nicht ihr eigenes Budget. Sie haben sich entschieden nach Chiang Khan zu kommen, weil Chiang Khan bekannt ist. Und weil sie sich die Arbeit anschauen wollen. Und verwenden dafür das Budget ihrer Gemeindeverwaltung. Dafür haben sie einen Etat."
>
> J.G.: „Ich finde spannend, dass Arbeit und Tourismus miteinander verbunden sind."
>
> Phi Kaek: Richtig. Ja, wie nenne ich das? Sie kommen, um sich die Gemeindeverwaltung Chiang Khans anzusehen, aber sie kommen, um zu reisen. Sie machen ein Foto vor der Gemeindeverwaltung. Nur einen kurzen Moment. Und dann gehen sie verreisen. Oder sie lassen die Gemeindeverwaltung zehn oder zwanzig Minuten sprechen. Fertig" (Interview 16.12.2013).

Nach Meinung der Dozentin, die sich gemeinsam mit Phi Kaek in der Gruppe „*Chiang Khan Hak Mueang*" engagierte, sei diese Art von Touristen auch dafür verantwortlich, dass die Probleme in Chiang Khan nicht richtig angegangen werden könnten, da die Busreisenden die Zeitressourcen der Gemeindeverwaltung binden würden:

> „Wichtig ist, also den Nachteil, den ich sehe, ist, dass alle die Arbeit in Chiang Khan begutachten wollen. Herzukommen, um die Arbeit zu begutachten, heißt herzukommen, um zu verreisen. Viele Institutionen von außerhalb kommen nun nach Chiang Khan. Hast du sie gesehen, die vielen Busse? In der Folge, weil viele Menschen herkommen, kommen Probleme auf. Und die, die in der Gemeindeverwaltung arbeiten, sind hin- und hergerissen, ob sie mit ihrer Zeit die Probleme lösen oder Gäste empfangen (Interview 07.01.2014).

6.3 Mehr Arbeit als Erholung

Dass die Chiang Khaner die Performanz der Touristen an ihren Maßstäben von Erholung evaluierten, macht bereits deutlich, dass das Narrativ des Erholungsortes ein stetiger Referenzpunkt, nicht nur für die Touristen, sondern auch für ihre Gastgeber war. So artikulierten sie beispielsweise die negativen Folgewirkungen des Tourismus in einer Sprache von Arbeit und Erholung: Aus dem „Hast du schon gegessen?“ wurde „Bist du schon ausgebucht?“ (Kapitel 5). Die Begrüßungsfloskel drückte demnach nicht mehr die Zeit aus, die man sich nahm, um mit Nachbarn und Freunden vor den Häusern sitzend gemeinsam zu essen, sondern die Zeit, die man aufwenden musste, um Geld zu verdienen. Wie Gastgeber die Tourismusarbeit mit ihren Erholungsansprüchen ausbalancierten, soll nachkommend beleuchtet werden.

Denn die Zeitzyklen zwischen Arbeit und Erholung wurden durch den Tourismus neu angeordnet. Der Jahresverlauf war nicht mehr nur abhängig von Erntezeiten und dem buddhistischen Feiertagskalender, sondern wurde auch durch die Unausgewogenheit zwischen Hoch- und Nebensaison bestimmt. In der kurzen Zeit von Oktober bis Februar mussten viele ihren Lebensunterhalt für das ganze Jahr verdienen, so dass sie über die Runden kamen, auch wenn für den Rest des Jahres ihnen nur noch wenige Touristen die T-Shirts abkauften. Andere trugen zudem die Last, die Kredite, die sie für teure Umbauten ihrer Häuser aufgenommen hatten, zu bedienen, auch wenn die neuen Zimmer nicht durchgängig belegt waren. Wenn es in Chiang Khan kühler wurde und ein nationaler Feiertag das Wochenende verlängerte, dann waren viele Unterkünfte schnell ausgebucht und die Betreiber mussten Anfragen der Gäste weiterleiten. In den heißen und regenreichen Monaten aber konkurrierten sie untereinander um die wenigen Touristen, die für eine Übernachtung blieben.

Früher wurde der Wochenrhythmus durchbrochen vom buddhistischen Sabbat (*wan phra*), jeweils am 8. und 15. Tag des Mondkalenders. Am buddhistischen Sabbat legte man die Arbeit nieder und ging in die Tempel. Nun erschienen höchstens die Handwerker zu Voll-, Neu- oder Halbmond nicht auf den vielen Baustellen Chiang Khans. Stattdessen unterteilte sich die Woche in Wochentage und Wochenenden, allerdings mit gegenüber der Stadt umgekehrten Vorzeichen. Während die Städter, zumindest diejenigen, deren Berufe es zuließen (vgl. Fußnote 92), an den Wochenenden die Erholung vom Arbeitsalltag auf dem Land suchten, entwickelte sich in Chiang Khan ähnlich wie in anderen Erholungsgebieten eine Wochenend-Ökonomie (E. Cohen 2014a:

251): Von Freitag bis Sonntag wurde verkauft, während es an den übrigen Wochentagen ruhig blieb.

Zwar ermöglichte diese Arbeit vielen die Rückkehr aus der Arbeitsmigration, da sie nun auch zu Hause abseits der anstrengenden und wenig ertragreichen Tätigkeiten in der Landwirtschaft Geld verdienen konnten. Aber auch als Gastgeber lebten sie nicht das zurückgelehnte Leben, das das touristische Imaginär auf sie projizierte. Hinter den Bühnen war Tourismus harte Arbeit:

> „[T]he contingent, leaking and precarious nature of the tourist experience [is] always and inescapably linked with the lives and labour of those who take care of it in practice“ (Veijola 2010: 84; vgl. Adler/ Adler 1999; Bianchi 2000).

May, die gegenüber von Phi Ots Postkartenstand, aus einem kleinen Laden Souvenirs verkaufte, finanzierte durch den Verkauf ihr Studium. Tagtäglich jonglierte sie die Anforderungen ihrer Dozierenden mit dem Geldbeutel der Touristen. Gleich nachdem sie von einem Tag an der Universität in Loei zurückgekehrt war, steckte sie die Stangen ihrer Kleiderständer zusammen und wurde Teil der allabendlichen *Walking Street*. Wenn auf der Straße weniger los war, dann hatte sie zwischen Verkaufsgesprächen Zeit sich entweder ihren Seminararbeiten zu widmen oder neu angelieferte Ware in kleine Tütchen mit dem Namen ihres Ladens zu verpacken. Wenn, wie rund um Neujahr, viel los war, dann konnte es auch schon mal vorkommen, dass sie im Laden schlief. So ersparte sie sich den aufwendigen Auf- und Abbau und konnte gleich morgens an den Touristen verdienen, die für den Almosengang früh aufstanden. Auch wenn sie es am liebsten jeden Morgen getan hätte, nur ein einziges Mal am Vatertag konnte sie sich frei nehmen, um mit der Familie ihrer Schwester und mir zum wenige Kilometer entfernten beliebten Aussichtspunkt Phu Thok zu fahren, von wo aus man in der kalten Jahreszeit Chiang Khan unter einem Nebelmeer erblicken konnte.

Angesichts dieses Existenzkampfes und Wettbewerbsdrucks richteten diejenigen, die die Tourismusarbeit leisteten, ihr Leben unterschiedlich zum Narrativ des Erholungsortes aus. Für Lung Lan, der in Nachbarschaft zu Phi Ot und May von einem Handkarren T-Shirts verkaufte, gehörte die Erholung der Vergangenheit an. Diesbezüglich habe sich sein Leben durch den Tourismus am meisten gewandelt:

> „Ganz einfach gesprochen, ist es der Schlaf, der sich verändert hat. Früher konnte ich schlafen, wann ich wollte. Damals habe ich Waren ausgefahren, bin um 19 oder 20 Uhr aus dem Haus und nach Mitternacht nach Hause gekommen. Dann ging ich schlafen. Jetzt kann ich nicht mehr schlafen, weil ich mich morgens beeilen muss aufzustehen, um den Stand hier aufzubauen. Nachmittags hetze ich unter die Dusche, um den Stand dort aufzumachen. Früher ging ich um 18 Uhr zum

> Badminton Spielen im ehemaligen Kino. Heute mach ich keinen Sport mehr, wie man sieht: Ich bin dicker geworden“ (Interview 21.01.2014).

Für Ya Goi standen die Einnahmen nicht an allererster Stelle. Sie betonte stets, nur für ein ausreichendes Auskommen zu arbeiten, gerade so viel, dass die täglichen Ausgaben gedeckt sind und sie etwas für Arztbesuche und für später beiseitelegen könne. Sie nahm daher nur so viele Massagen pro Tag an, wie ihr Körper vertrug. Und die Stofflampions, die sie bei einer gemeinsamen Reise mit ihren beiden Töchtern entdeckt hatte und nun mit Leidenschaft nachbastelte, verkaufte sie nur, wenn die Kundin ihr auch wirklich sympathisch war.

Auch Phi Huean, den ich regelmäßig beim Yoga traf, war eine Balance aus Arbeit und Freizeit wichtig. Er hatte eine Zeit lang in Bangkok gelebt und nur ‚nach der Uhr‘ gearbeitet. Vor einigen Jahren war er nach Chiang Khan zurückgekehrt, um bei seinen Eltern in das inzwischen gut gehende Restaurant einzusteigen – aber auch, um ein bisschen mehr zu entspannen. Anders als viele andere, die ihre Läden in ihrem Zuhause eingerichtet hatten und bei denen Arbeit und Freizeit räumlich und zeitlich fließend ineinander übergingen, war Phi Huean eine strikte Trennung von Betrieb und Privatleben wichtig. Er hatte sich ein einzelnes Zimmer abseits der Chaikhong Straße gemietet, damit er nicht morgens um 6 Uhr von den Geräuschen im Restaurant geweckt werde, sondern morgens zur Arbeit gehen konnte wie andere ins Büro.

Phi Gut, Mitarbeiterin bei der Gemeindeverwaltung, war eine der wenigen, die ich kannte, die auf keine Weise am Tourismus verdiente. Ihr Haus, das sie von ihrer Mutter geerbt hatte, lag günstig an der Chaikhong Straße, aber sie hatte sich bewusst gegen noch mehr Arbeit entschieden:

> „Der Grund ist, erstens, dass ich nicht gerne verkaufe. Ich helfe gerne aus, wenn Verwandte oder Bekannte Hilfe gebrauchen können. […] Aber selber etwas zu eröffnen wäre nichts für mich. Außerdem habe ich Verpflichtungen auf der Arbeit, dort gehe ich morgens bis abends hin. Von der Arbeit bin ich dann erschöpft. Ich mag mich lieber mehr erholen. Und zweitens, habe ich keine Verantwortung für andere, muss mich um niemanden außer mir kümmern. Dafür reicht mein Monatseinkommen (Interview 14.12.2013).

6.4 Zwischen Tourismus und Migration: Chiang Khans ‚Lifestyle Migrantinnen‘

Bisher hat dieses Kapitel aufgezeigt, dass das Streben nach Erholung Touristen mobilisiert hat, ihre ‚Batterien‘ auf dem Land aufzuladen, um regeneriert ins Arbeitsleben in der Stadt zurückzukehren. Ihre Gastgeberinnen leisteten die dafür nötige

Tourismusarbeit. Auch wenn einige von ihnen nach Auszeiten vom alltäglichen Geschäft suchten, war es die Arbeit, die die einen niederlegten und die anderen aufnahmen, die ‚Touristen' von ‚Gastgebern' trennte. Dieses übliche Kategorisierungsschema lässt sich nicht auf die bereits mehrfach zu Wort gekommenen ersten Touristen, die ihr Abbild eines vergangen geglaubten Thailand in Chiang Khan entdeckt hatten und sich mit kleinen Läden niederließen, anwenden. Wenn ich mich mit ihnen unterhielt, dann sprachen sie zu mir als Touristen, die in Chiang Khan ihr nostalgisches Imaginär entdeckt hatten und dieses am neuen Wohnsitz weiterhin konsumierten. Sie sprachen zu mir aber auch als Gastgeber – im lokalen Sprachgebrauch als Unternehmer (*phu prakopkan*) – die mit der entsprechenden nostalgischen Inszenierung einen performativen Standard setzten, an dem sie die auf sie folgenden Touristen kritisch maßen.

Phi Dong, der das Klassische der alten Holzhäuser schätzte, Phi Ned, dem gefiel, dass alle Lokale bereits ab 18 Uhr geschlossen hatten, Phi Toey, der sein eigenes Vintage-Gästehaus designt hatte oder Phi Rat, dessen liebste Fotomotive traditionelle Handwerksutensilien waren, wollten nicht wie die Touristen ausgeruht in ihren Alltag zurückkehren, sondern Erholung zum Bestandteil des Alltäglichen machen. An zwei ausgewählten Biografien illustriere ich im Folgenden, wie sich ihr touristisches Imaginär und deren touristische Performanz in einen andauernden Lebensstil übersetzte, der anders als bei Scott A. Cohens (2011) „lifestyle travellers" nicht mit immer währender Mobilität, sondern mit (vorübergehender) Sesshaftwerdung einherging (vgl. S.A. Cohen/ Duncan/ Thulemark 2013: 3). Strukturiert durch die Sprache und Praxis des Tourismus fanden sie im Reiseziel anderer ihren Alltag und ein zu Hause (Franklin/ Crang 2001: 11f).

Derartige Mobilitäten an der Schnittstelle zwischen Tourismus und Migration, die sich durch das Streben nach alternativen und besseren Lebensentwürfen auszeichnen, wurden unter den Konzepten „lifestyle migration" (Benson/ O'Reilly 2009a, 2009b; Benson/ Osbaldiston 2014a; O'Reilly/ Benson 2009) oder „lifestyle mobilities" (S.A. Cohen/ Duncan/ Thulemark 2015; Duncan/ S.A. Cohen/ Thulemark 2013) gebündelt. Zwar steht hinter den meisten Beweggründen zur Migration der Wunsch nach einem besseren Leben. Lifestyle Migration betont indes die Möglichkeit zur Wahl der individuellen Lebensführung (Benson/ O'Reilly 2009b: 609; vgl. Salazar 2014b: 119) und verlagert den Fokus der Betrachtung von der physischen Bewegung auf die Entscheidung für einen Lebensstil (Benson/ O'Reilly 2009b: 615). Obwohl Lifestyle Migration fokussiert wurde als Phänomen, das von der westlichen Welt ausgeht, ist es keinesfalls auf diese beschränkt (Benson/ O'Reilly 2009b: 608; vgl. Salazar 2014b: 120).

Denn die Gruppe der ersten Touristen und Unternehmer Chiang Khans, die ich alle als meine *phi* („ältere Geschwister“) adressierte, da sie knapp älter als ich, zwischen Anfang 30 und Mitte 40 Jahre alt waren, hatten mit Ruhestandsmigranten oder saisonabhängigen Wohnortswechslern gemein, dass sie durch die Verortung in Chiang Khan eine bessere Work-Life-Balance oder eine Befreiung aus zuvor bestehenden Zwängen verwirklichen wollten. Sie teilten den Wunsch nach einem ‚einfacheren‘ Lebensstil, den Ausbruch aus individuellen Umständen oder gemeinschaftlichen Zusammenhängen und die Suche nach Selbstverwirklichung (O’Reilly/ Benson 2009: 2). Benson und O’Reilly definieren Lifestyle Migrantinnen als „relatively affluent individuals of all ages, moving either part-time or full-time to places that for various reasons, signify, for the migrant, a better quality of life“ (2009b: 609). Entlang der Zielorte unterscheiden sie drei Typen: den Wohntouristen, der sich in küstennahen Tourismusgebieten erholen will, den bourgeoisen Bohemien, der spirituelle, künstlerische oder kreative Inspiration und einzigartige kulturelle Erfahrungen sucht und den nach ländlicher Idylle Suchenden, der wie die Lifestyle Migrantinnen Chiang Khans auf dem Land einem früheren simpleren und gemeinschaftlicheren Leben nachspürt (Benson/ O’Reilly 2009b: 611-613).

Wenn ich nun aus dieser Gruppe der Lifestyle Migranten Chiang Khans Phi Dong und Phi Gon Gehör schenke, dann unter Berücksichtigung der Überlegung, dass das Bedürfnis ihrem Leben eine neue Richtung zu geben sowohl in ihren individuellen Biografien angelegt, aber auch in kollektive Sinnzuschreibungen eingebettet war:

> „[T]he decision to become a lifestyle migrant may well be individual, but […] it is partially structured by socially shared imaginaries” (Salazar 2014b: 133).

Sie teilten das verbreitete Imaginär eines altertümlichen und erholsamen Chiang Khans, das im Gegensatz zur Stadt einen lebenswerten Lifestyle versprach und wurden mobilisiert von dieser aufgeladenen Vorstellung von Idylle. In einem für Lifestyle Migration typischen Prozess der kulturellen Konstruktion von Orten wurde Chiang Khan in den Erzählungen von Phi Dong und Phi Gon zu einem „repositor[y] for culturally framed imaginings of a better way of life“ (Benson/ Osbaldiston 2014b: 9; vgl. O’Reilly/ Benson 2009: 6f; Benson/ O’Reilly 2009b: 611-613).

Zwischen Tourist und Gastgeber

Phi Dong ließ ich bereits in Kapitel 4 seine ersten Eindrücke schildern, die er von Chiang Khan hatte, als er es zufällig auf einer seiner Reisen als Journalist, Fotograf und Filmemacher entdeckte. Als wir uns kennenlernten, war er Anfang 40 und lebte seit drei

Jahren dauerhaft in Chiang Khan. Seine Entscheidung hierher umzuziehen begründete er so:

> „Mit meiner Arbeit hatte ich mental den Sättigungsgrad erreicht (*chit chut im tua*). Zunächst wollte ich gar nicht kündigen, aber meine Freundin konnte dieses Haus hier anmieten. Im ersten Jahr bin ich zwischen Chiang Khan und meiner Arbeit [in Bangkok] hin- und hergependelt. Im zweiten Jahr war mir das zu viel, also kündigte ich. Jetzt nehme ich noch Arbeit als Freischaffender an“ (Interview 16.12.2013).

Wenn er nicht gerade für einen seiner Aufträge unterwegs war, dann öffnete er täglich alle vier Falttüren des Holzhauses, dem er, nachdem er es angemietet hatte, einen weiß-blauen Anstrich verliehen hatte und gab den Blick frei auf die Fotografie-Kollektionen seiner Galerie. Da er die Zimmer im Obergeschoss nicht ungenutzt lassen wollte, hatte er sich zusätzlich zum Cafébetrieb im Ausstellungsraum entschieden, Touristinnen eine Unterkunft zu bieten. Phi Dong, der sich in seinen Facebook-Profilfotos stets mit Kamera und großem Objektiv in der Hand zeigte, hatte durch den Umzug nach Chiang Khan auch einen Rollenwechsel vollzogen:

> „Verändert hat sich, dass nicht mehr wir diejenigen sind, die reisen, um andere aufzusuchen. Jetzt teilen wir mit denjenigen, die zu uns kommen. […] Ich bin sesshafter geworden (*dai yu kap thi mak khuen*). Aber wenn du fragst, ob sich mein Befinden geändert hat? Ja, sehr sogar. Hierherzukommen, war nicht das, was ich mal gedacht hatte. Ich bin aufgewachsen, habe gelernt Fotograf und Journalist zu sein. Ich hätte nicht gedacht, das hier mal zu tun“ (Interview 16.12.2013).

Statt zu reisen, für Reisemagazine zu schreiben und zu fotografieren, war er nun derjenige, der Touristen bei sich aufnahm. Von der Seite der Touristen hatte er auf die Seite der Gastgeber gewechselt. Weil diese Seite neu für ihn war, orientierte er sich an seinen eigenen Erfahrungen und Vorlieben als Tourist, um seine Unterkunft zu gestalten. Wenn er unterwegs war, habe er nie in Hotels übernachtet, wo man sich nach dem Check-In auf sein Zimmer zurückziehe und nicht in Kontakt mit dem Besitzer und den anderen Reisenden im Nebenzimmer komme: „So lernt man niemanden wirklich kennen, genauso wie wir in Bangkok leben“. Stattdessen bot sein Gästehaus Gemeinschaftsräume, die er an seiner Lieblingsunterkunft in Nong Khai, wo überwiegend ausländische Touristen übernachteten, schätzte. Ihm ging es nicht in erster Linie darum, an seinen Gästen zu verdienen, sondern vor allem darum, mit ihnen in Kontakt zu treten:

> „Ich will immer noch mit anderen teilen, aber selber nicht mehr so viel unterwegs sein, so wie ich es für meine Arbeit die letzten 20 Jahre sein musste. Ich möchte mich weiter mit anderen austauschen, sonst hätte ich dich zum Beispiel nicht getroffen. Aber ich will hier leben, also muss ich andere in Empfang nehmen. Das war der Hauptgrund, warum ich hergekommen bin“ (Interview 16.12.2013).

Die Gestaltung seiner Unterkunft spiegelte wieder, welche Performanz er sich von den Touristen wünschte: In seinem Café sollten die Touristen bei einer Tasse Tee verweilen, während sie in den herumliegenden Magazinen, die teilweise seine Reportagen enthielten, blätterten. Gern sprach Phi Dong auch Einladungen zu gemeinsamer Geselligkeit aus und besorgte auch schon mal einige Dosen *Beer Lao* im Supermarkt in Loei für seine Gäste, die sich nach der beliebten laotischen Marke erkundigt hatten.

Mit dieser Geschäftsphilosophie, die keinen Profit erwirtschaften, sondern lediglich die laufenden monatlichen Kosten decken sollte, zählte Phi Dong zu den Verlierern des touristischen Wandels, dessen Konsequenzen gerade seine Freundin zu spüren bekam. Sie musste ihr Geschäft schließen, da ihrem Vermieter ein Angebot von mehr als dem achtfachen ihrer jetzigen Miete vorlag. Eine Summe, die nach ihren Vorstellungen nicht erwirtschaftbar wäre, erklärte mir Phi Dong:

> „Wenn wir das hinnehmen, dann können wir unser Haus nicht mehr so entspannt (*chill chill*) für andere öffnen. Wir müssten auch ein Business draus machen. Ich denke aber, dann lebe ich lieber nicht hier. Ich müsste mit meinen Kundinnen ganz anders umgehen, könnte nicht einfach nur mehr mit ihnen plaudern, sondern müsste aus allem ein Geschäft machen. Ansonsten reicht das Geld für die Miete nicht. Die Beziehungen zu denen, die uns aufsuchen, würden unter diesem Businesssystem leiden. Sollte es so weit kommen, gehe ich lieber woanders hin“ (Interview 16.12.2013).

Die Suche nach dem besseren Leben ist daher keine einmalige Entscheidung: „Lifestyle migration is thus a project, rather than an act, and it encompasses diverse destinations, desires and dreams“ (Benson/ O’Reilly 2009b: 610). Auch Phi Dong verfiel angesichts des zunehmenden Business in Nostalgie (Abschnitt 5.3.2): Jeder müsse nun vor allem sehen, dass er billig, aber viel verkaufe. In der Folge, und das bedauerte er am meisten, schwinde das Herzliche (*khwam na rak*) der Menschen, alle seien nun gehetzt. Auch er habe in der Hochsaison kaum Zeit für seine Freunde, zu denen nicht nur die Zugezogenen zählten, sondern auch die ‚Kinder und Enkel‘ Chiang Khans.

Lieber Erholung statt Business

Im Unterschied zu Phi Dong praktizierte Phi Gon in Chiang Khan weiter in seinem erlernten Beruf. Er hatte lange Jahre als Küchenchef in den verschiedensten Restaurants und zuletzt in seinem eigenen Mensabetrieb einer Bangkoker Universität gearbeitet. Zusammen mit seiner Freundin hatte er in Chiang Khan ein Lokal eröffnet, dessen Bestehen sich während meiner Feldforschung zum zweiten Mal jährte. Phi Gon kochte lecker und verstand es seine Gerichte für mich vegetarisch abzuwandeln. Meist setzte ich

mich zu ihm an die Theke und wir unterhielten uns, während er mich und andere Gäste bekochte.

Phi Gon war Ende 30 und stammte ursprünglich aus der Provinz Phetchabun. Eine der Reisen, die er und seine Freundin während der Betriebsruhe in den Semesterferien unternahmen, führte sie, nachdem sie im Fernsehen davon gehört hatten, nach Chiang Khan. In ihrer Erinnerung war Chiang Khan damals eine ruhigere Stadt gewesen. Zwar, so erzählten sie mir, eröffnete im selben Jahr der *7 Eleven*, aber anders als heute war Chiang Khan damals noch bewaldet, sogar Wildtiere auf den Straßen hatten sie gesichtet und viele der alten Holzhäuser waren noch erhalten. Chiang Khan erschien ihnen perfekt (*sombun*), denn Bangkok waren sie überdrüssig, wie mir Phi Gon am Abend eines Ruhetages beim Barbecue erzählte:

> „Wir hatten genug von Bangkok. Auf dem Weg zum Markt stand man im Stau. Wir hatten die Hektik und die Bangkoker Gesellschaft satt. Ich war nicht genervt vom Verkauf, von meinem Beruf als Küchenchef, vom Kontakt mit den Studierenden. Aber vom Verkehr, von der Betriebsamkeit, von den vielen Menschen. Alle stehen zueinander in Konkurrenz. Niemand ist aufgeschlossen oder fair. Jeder denkt nur ans Nehmen, ob beim Auto Fahren oder bei der Parkplatzsuche. Sogar die Busse treten gegeneinander an“ (Interview 03.01.2014).

Auf der Suche nach einem entspannteren Leben machte Phi Gon den Unterschied zwischen einem guten und einem weniger erträglicheren Leben an den Gegensatzpaaren Stadt/ Land und Arbeit/ Erholung fest. Chiang Khans ländliches Idyll wurde für ihn zu einem Kristallisationspunkt für den Ausstieg (Benson/ Osbaldiston 2014b: 10). Wie er, bewegten sich viele der Lifestyle Migration zwischen ihrer urbanen Perspektive, aus der sie nostalgisch auf Chiang Khan schauten, und der Perspektive Chiang Khans, mit der sie aus der Distanz kritisch die zurückgelassenen Verhältnisse in Bangkok kommentierten. Denn wenn Phi Gon bewusst wurde, dass ich nicht nur als gute Bekannte, sondern auch als Forschende an seinem Leben interessiert war, dass ich bei ihm ‚Daten suchte‘, dann betonte er stets, dass er mir Informationen aus zwei Perspektiven gebe. Einerseits sei er schon eine Zeit in Chiang Khan und deswegen sei er Chiang Khaner. Andererseits sei er zugezogen und sehe daher manche Dinge wie ein Tourist.

Als sie sich nach einer Weile des Pendelns zwischen Bangkok und Chiang Khan dafür entschieden, ganz nach Chiang Khan zu ziehen, suchten sie für ihr Restaurant ganz bewusst ein Mietshaus an der oberen Srichiangkhan Straße, um nicht vom saisonal schwankenden Tourismusgeschäft abhängig zu sein. Sie wollten vor allem die Chiang Khaner erreichen; Schülerinnen, Mitarbeiterinnen der Gemeindeverwaltung oder Besucherinnen des Krankenhauses. Wie Phi Dong ging es auch Phi Gon nicht darum,

möglichst viel Gewinn mit seinem Lokal zu erzielen. Für ihn stand im Vordergrund die Anstrengungen in der Stad hinter sich lassen und mehr Erholung in Chiang Khan zu finden:

> „Ich habe es nicht auf das große Geschäft abgesehen. Warum hätte ich dann kommen sollen? In Bangkok habe ich gut verkauft, Studierende müssen schließlich nur schlafen, lernen und essen. Ich will lieber hier ein einfaches, entspanntes Leben führen. Ohne zu hetzen, ohne im Wettbewerb bestehen zu müssen. Hier kann ich zu Fuß zum Markt, muss nicht den Bus nehmen. Und muss vor allem nicht ständig hetzen“ (Interview 03.01.2014).

Nicht immer jedoch ging dieses Ideal auf. Einige Male habe ich Phi Gon gehetzt erlebt: im vollbesetzten Lokal, wenn er keine Zeit fand, sich mit mir zu unterhalten und mich trotz Ansturm schnell bedienen wollte, oder auf dem Markt, wenn er bei laufendem Betrieb fehlendes Gemüse kaufte. Darin ähnelte er Phi Dong, der nie gedacht hätte, dass ihn die Arbeit hier so auslaugen würde und ohne eine zusätzliche Aushilfskraft in der Hochsaison nicht zu bewältigen wäre. Ich wunderte mich daher, ob Phi Gons Vorhaben in Chiang Khan zur Ruhe zu kommen, aufgegangen ist. Phi Gon aber fand, dass er dennoch hier insgesamt zufriedener (*sabai chai*) sei. Er lebe zwar von seiner Familie getrennt, halte aber über Telefon den Kontakt. Außerdem falle es ihm hier leichter regelmäßig im Tempel ‚Verdienst zu machen‘, was ihm wichtiger geworden ist, seit sein Vater verstorben war. Wenn ich aber wissen wolle, ob er erschöpft (*nueay*) sei, dann müsse er zugeben, dass er in Chiang Khan genau so müde sei, wie er es noch in Bangkok gewesen war. An manchen Tagen kommen alle auf einmal zum Essen, das sei schon anstrengend. Sein Klagen setzte insbesondere um die Neujahrstage ein, an denen in Chiang Khan Hochbetrieb herrschte. Statt sich über hohe Einnahmen zu freuen, ärgerte Phi Gon sich über Gäste, die sich über lange Wartezeiten und mangelnden Service beschwerten. Auch an den Ruhetagen, die er etwa einmal die Woche auf Facebook verkündete, fand er keine Erholung:

> „Ruhetage mag ich nicht. Sie sind langweilig. Der Grund, warum wir schließen ist, weil uns Waren ausgegangen sind. Andere denken, an diesen Tagen lassen wir es uns gut gehen. Das stimmt so nicht. Zu verkaufen macht mehr Spaß. Ich kann mit meinen Kundinnen reden, mich austauschen. Nicht, dass wir immer aufhaben müssten, weil wir Geld verdienen müssen. Wir können es uns erlauben, auch mal zu schließen, weil wir niemand anderen angestellt haben. Andere denken, wenn wir geschlossen haben, dass wir uns ausruhen, schlafen. Überhaupt nicht. Die Ruhetage sind anstrengender als die Verkaufstage. Weil wir nach Loei zum Einkaufen fahren müssen. Stimmt’s? Du hast es doch auch beobachtet. Wenn wir aus Loei zurückkommen, dann müssen wir noch weiterarbeiten, die Waren verstauen. Bevor wir fertig sind ist es dunkel und spät. Dann ist man müde. Und am nächsten Tag muss ich das Lokal wieder aufmachen. Ohne auch nur kurz ausgeruht zu haben.

> Das mag ich nicht. Am liebsten würde ich jemand anderen zum Einkaufen schicken? Kannst du das nicht für uns machen, Chiap?“ (Interview 03.01.2013).

Seinen Ausgleich fand Phi Gon dafür bei morgendlichen Joggingrunden entlang des Mekong. Denn weil er nicht nur vom Tourismusgeschäft abhängig war, brachte die Regenzeit, die Phi Dong mit einer gemächlicheren Zeit in Verbindung brachte, für Phi Gon keine Entschleunigung.

Business ohne Lifestyle und ohne Migration

In den Erzählungen von Phi Dong und Phi Gon klingt bereits an, dass Business (*thurakit*) in Chiang Khan oftmals mit negativen Konnotationen einherging. Zunehmendes Geschäftsgebaren wurde häufig als einer der Gründe für den touristischen Wandel angeführt. Je bekannter Chiang Khan wurde, desto mehr kapitalstarke Investoren stiegen aus finanziellem Gewinninteresse in das Hotelgewerbe ein.

Zufällig beim Mittagessen lernte ich den Besitzer eines neuen Hotels kennen, das gerade inmitten der Hochsaison an der Chaikhong Straße eröffnet hatte. Seine Baustelle war in aller Munde gewesen, nicht nur weil er durch seine Zahlung von 8,5 Mio. Baht den Grundstückspreisen einen neuen Höchstwert verliehen hatte, sondern auch, weil er für den Neubau seines Hotels eines der alten, charakteristischen Holzhäuser abgerissen hatte.

Der Besitzer, ein Anwalt aus Bangkok, war erst vor einem halben Jahr zum thailändischen Neujahr mit seiner Frau und 12-jährigen Tochter über ein Wochenende in Chiang Khan gewesen. In der Regel hatten sie nicht viel Zeit zu verreisen, höchstens an den Wochenenden fuhren sie in ihr Wochenendhaus im Khao Yai Nationalpark – er und seine Familie teilten das Bedürfnis nach Erholung, auch wenn sie es anders als die Lifestyle Migranten auslebten. Denn die Bauarbeiten hatte der Investor noch persönlich überwacht; für die Zeit nach der Eröffnung suchte er aber einen zuverlässigen Geschäftsführer, so dass er wieder nach Bangkok zurückkehren konnte. Einzig seiner Tochter zuliebe, der es hier sehr gut gefallen hatte und die sich für die Hotelerie begeistern konnte, hatte er sich auf den Neubau eingelassen, nachdem er zuvor ein bereits laufendes Hotel in Chiang Khan erworben hatte. In Bangkok gehörten ihm zudem zwei gehobene Apartmentkomplexe in der Nähe einer Universität und eines großen Bürogebäudes.

Als ich ihn damit konfrontierte, dass viele in Chiang Khan es schade fänden, dass die alten Holzhäuser Hotels wie seinen weichen müssten, erklärte der er mir seine Sichtweise als Geschäftsmann. Eigentlich hatte er nicht vorgehabt, das neue Hotel derart

groß mit 28 Zimmern aufzuziehen. Das Grundstück war aber so groß und teuer, dass er nur mit vielen Zimmern Gewinn erzielen könnte. Die Richtlinien der Gemeindeverwaltung (Abschnitt 5.4.2) haben seinen Gestaltungsspielraum bezüglich der Architektur ohnehin stark eingegrenzt. Ihm persönlich habe es auch leidgetan, das alte Haus abzureißen. Er habe aber seinen Beitrag zum Erhalt geleistet, indem er sich darum bemühte, optisch das Neue in den lokalen Stil einzupassen. Eine Internetrecherche über Beispiele aus Luang Prabang hatte ihn zu der Frontfassade aus Giebeln, die mit hölzernen Zierleisten versehen waren, inspiriert.

Durch die Auswirkungen derartiger Geschäftsinteressen verlor Phi Dong – Phi Gon war diesbezüglich weniger desillusioniert – sein Imaginär, was ihn, wie viele andere, zu Überlegungen veranlasste Chiang Khan zu verlassen.

6.5 Verflechtung von Tourismus mit anderen Stadt-Land-Mobilitäten

In der Betrachtung Chiang Khans wird einmal mehr deutlich, wie verschiedene Mobilitätsanlässe ineinandergreifen, wie Tourismus und Migration sequentiell aufeinanderfolgen und einander bedingen (Hall/ A.M. Williams 2002; O'Reilly 2003; A.M. Williams/ Hall 2000, 2002) und wie Tourismus mit anderen Freizeitmobilitäten verschwimmt (Rickly/ Hannam/ Mostafanezhad 2017).

Anders als in den Vorstellungen, die sich Bangkoker Mittelklasse von ihnen machte, war die Bevölkerung des Isan nicht lokal, sondern in nationale und globale Relationen eingebunden (Keyes 2012a). Aber auch in Chiang Khan selbst kreuzten sich miteinander verwobene, bedeutungsschwere Bewegungsströme, die ich zum Abschluss dieses Kapitels nochmal zusammenführen will.

Weil Chiang Khan im Isan nicht auf den Hauptrouten der ausländischen Touristen lag, brachte der Tourismus im Unterschied zu anderen Regionen Thailands lange keine alternativen Einkommensoptionen in diese strukturschwache Region. Die Tatsache, dass Chiang Khan von der arbeitenden Bevölkerung verlassen worden war und nur die Älteren und Kinder zurückgeblieben waren, weckte aber bei Thais das Imaginär eines altertümlichen und erholsamen Ortes. Einigen von ihnen gefiel Chiang Khan derart gut, dass sie sich niederließen. Aus Touristinnen wurden (Lifestyle) Migrantinnen. Die Masse der Touristen, die auf ihre Posts folgten, machten es für einige in der Gruppe der Lifestyle Migranten derart unattraktiv, dass sie entschieden (oder durch auslaufende Mietverträge gezwungen wurden), den Ort ihrer Nostalgie wieder zu verlassen, um ihr Imaginär

woanders wieder zu finden. Der Touristenansturm ermöglichte aber nicht nur den Lifestyle Migranten, ein Auskommen in Chiang Khan zu verdienen. Auch viele der ‚Kinder und Enkel' kehrten aus der Arbeitsmigration nach Hause zurück. Neben ihnen fanden auch Laoten von der gegenüberliegenden Seite des Mekong im expandierenden Tourismussektor Arbeit. Nach Schätzungen der Gemeindeverwaltung arbeiteten etwa 10.000 Laoten im Distrikt Chiang Khan, Tendenz steigend.

Touristen, die die formale Infrastruktur nutzten, steigerten die Attraktivität Chiang Khans und zogen informellere Reisende nach sich. Viele Betreiberinnen von Unterkünften gaben beispielsweise an, ihr Heim zunächst nur umgebaut zu haben, damit sie ihre Verwandte, Freunde und Bekannte aufnehmen konnten. Die Verkäuferinnen wussten sie allerdings von regulären Touristen zu unterscheiden. Zum thailändischen Neujahr im April beispielsweise, einem wichtigen Feiertag, der traditionell in der Familie begangen wird und mit einem besonders ausgedehnten Wochenende zu Ausflügen einlädt, war der Besucheransturm in Chiang Khan für die Jahreszeit außergewöhnlich hoch. Geld verdienen ließ sich mit den Besuchern, ähnlich wie mit den Busreisenden, allerdings nicht, da sie in der Regel weder in Hotels übernachteten, noch auswärts aßen, noch besonders viele Souvenirs kauften. Die Möglichkeit aber in informellen Strukturen zu reisen, öffnete touristische Identitäten und dessen Statusversprechen nicht nur der gut verdienenden urbanen Mittelklasse, die sich ein verlängertes Wochenende Erholung in komfortabel und stilvoll ausgestatteten Unterkünften gönnten. Auch Besucherinnen aus den umliegenden Provinzen, die den Ausflug mit nützlichen Erledigungen kombinierten sowie Angestellte auf subventionierten Busreisen, Arbeitsmigranten, die ihre Heimreisen mit Sightseeing kombinierten (Mills 1999b) und andere weniger Privilegierte, die von verhältnismäßig günstigen Transportkosten profitierten, mischten sich unter die Touristen in Chiang Khan.

Mobilität und Migration waren schon immer ein definierendes Merkmal der nordöstlichen Provinzen (Rigg/ Salamanca 2009: 263f; Keyes 2014: 5). Aber mit der Entwicklung des inländischen Tourismus waren es nicht mehr länger die Chiang Khaner, die ihre Heimat verließen; sie empfingen nun auch zu Hause („*ban hao*") Besucherinnen aus dem ganzen Land. Die nostalgische Neuanordnung der Stadt-Land-Verhältnisse, die ländliche Provinzen in Verschränkung mit einer idyllischen Vergangenheit aufwertete, hatte diese gegenläufigen Mobilitäten ermöglicht. Fortan bot die Stadt der Landbevölkerung nicht mehr nur ein Versprechen auf Arbeit, sondern wurde die arbeitende Stadtbevölkerung mit dem Bedürfnis nach Erholung aufs Land gelockt. Das

folgende Kapitel 7 ergründet, wie die Touristen in Chiang Khan zu einer Projektionsfläche wurden, mit Hilfe derer die Chiang Khaner einen kritischen Blick auf die gegenwärtige Stadtgesellschaft warfen. Anders als die Motorradtaxifahrer in Bangkoks Straßen, die durch ihre Mobilität und die Bezähmung der städtischen Geografie die sozialen Strukturen der Exklusion und Ausbeutung durchschauten, mussten die Chiang Khaner nicht selber mobil sein, um ‚kosmopolitisch' (Keyes 2012a; vgl. Notar 2008) die gesellschaftlichen Verhältnisse Thailands zu erfassen.

7 Internationale Touristen und die Anderen aus der Stadt. Oder: Wer ist der bessere Tourist?[100]

„*Ban Naeo Non*" (zusammengesetzt aus den Vokabeln „Haus/ Heim", „Trend/ Stil", „schlafen") hieß das neue Gästehaus meiner Freunde Phi Bum und Phi Che, das ich bei einem kurzen Wiederbesuch im Oktober 2015 als erster Gast einweihen durfte. Es war ihr zweiter Versuch mit einer Unterkunft im Tourismusgeschäft Fuß zu fassen. Als Chiang Khan sich im Aufschwung befand, hatten sie Zimmer an der Chaikhong Straße vermietet und zusätzlich einen Souvenirladen und ein Restaurant betrieben. Mit „*Ban Naeo Non*" wollten sie sich auf eigenem Grundstück etwas weiter außerhalb, abseits der unmittelbaren Wettbewerber, eine Zukunft für sich und ihre beiden Kinder aufbauen. Den Namen wählten sie, um auszudrücken, an wen ihr Übernachtungsangebot sich richtete. Wer bei ihnen übernachten wollte, der sollte sich bei ihnen wohlfühlen, ihr Ambiente und ihre Gastfreundschaft aber auch zu schätzen wissen. Sie sollten entspannt („*chill-chill*") sein und sich auch mal die Zeit nehmen sich rüber in ihr Café zu setzen und sich bei einem Stück selbst gebackenen Kuchen mit ihnen zu unterhalten. Sie wünschten sich die jugendlichen Trendsetter (*dek naeo* = Hipster, „traveller"; Abschnitt 6.2) zurück, die Chiang Khan entdeckt hatten. Kurz, sie wollten, wie so viele, die Touristen ansprechen, die zum Entspannen (*phak phon*) nach Chiang Khan kamen.

Am liebsten wären ihnen aber westliche Touristen (*farang*). Im Gegensatz zu den thailändischen Touristen, die deplatzierte Forderungen und unangemessenes Verhalten an den Tag legten, schrieben sie den *farang* die ideale Performanz zu. Zudem erhofften sie sich von ihnen verlässlichere Einnahmen. Denn den Existenzkampf spürten Phi Che und Phi Bum weiterhin. Durch die neue Lage konnten sie nicht den viel nachgefragten Mekongblick bieten, hatten weniger Laufkundschaft und waren weiterhin den starken Schwankungen des Saisongeschäfts ausgesetzt. Wenn sie *farang* als Zielgruppe gewinnen könnten, so hofften beide, dann wären sie von diesen äußeren Faktoren unabhängig. Während unserer gemeinsamen Zeit quetschten sie mich und meinen damaligen Freund regelrecht aus, wie uns ihr Gästehaus gefallen würde, wie sie den Ansprüchen und Geschmäckern anderer *farang* noch besser entsprechen könnten, welche Preise pro Nacht und pro Monat von Touristen wie uns als angemessen empfunden werden würden und wie sie ihre Unterkunft im englischsprachigen Internet bekannter machen könnten.

[100] Auszüge dieses Kapitels sind erschienen als „Encountering the New 'Other': Domestic Tourism in Thailand" (Günther 2017).

Freundschaftlich mitdenkend schlug ich vor „*Ban Naeo Non*“ auf *airbnb* zu registrieren, in der Hoffnung es würden sich Touristen finden, die die Fürsorge, Herzlichkeit und Liebe zum Detail der beiden zu schätzen wüssten. Phi Che bat meine Begleitung, einen passionierten Hobby-Fotografen, die Blickpunkte des von ihm designten Gästehaus für den Webauftritt in Szene zu setzen: das hölzerne Eingangstor, den Fischteich vor überdachter Terrasse, die knallbunten 70er-Jahre Sitzkissen im Wohnbereich, das Bett vor pastellblauer Holzverkleidung, die goldene Stehlampe mit Stofflampion und das alte Radio vor rot-gelb-blau-karierten Fliesen in der Küchenzeile.

Abbildung 7.1 „*Ban Naeo Non*“

Es war nicht das erste Mal, dass ich die Rolle der exemplarischen *farang* Touristin einnehmen sollte, um Beratungen und Empfehlungen auszusprechen. In Chiang Khan wurden nicht nur die Performanzen der früheren mit den heutigen Touristen verglichen, sondern auch ausländische mit thailändischen Touristen kontrastiert. Denn bevor Chiang Khan Bekanntheit auf dem inländischen Markt erlangte, war es für einige westliche Backpacker ein beliebter Zwischenstopp auf der landschaftlich reizvollen Route entlang des Mekong nach Nong Khai, von wo aus die erste Freundschaftsbrücke in die laotische Hauptstadt Vientiane führt. Diese ausländischen Touristen waren in Chiang Khan in guter Erinnerung geblieben, während die negativen Folgewirkungen des Tourismus (Kapitel 5) paradoxerweise ausschließlich auf die thailändischen Touristen zurückgeführt wurden. Dass fremde Touristen der Vorstellung ‚guter‘ Touristen näher kamen als die eigenen Landsleute, muss eine Tourismusforschung irritieren, dessen Erkenntnisinteresse auf der relativen Unterschiedlichkeit zwischen westlichen Touristen und nicht-westlichen Gastgebern und den Auswirkungen dieser ungleichen Beziehung fußt. Implizit und

unhinterfragt nahm sie an, dass Interaktionen im inländischen Tourismus zwischen Gleichen und auf Augenhöhe erfolgen. Ich argumentiere jedoch konträr dazu, dass auch Begegnungen im inländischen Tourismus Differenzerfahrungen bergen. In den Begegnungen zwischen thailändischen Touristen und Chiang Khanern kamen die Machtverhältnisse zwischen Stadt und Land so sehr zum Tragen, dass die kulturellen Verschiedenheiten zu den ausländischen Touristen in den Hintergrund traten.

Nichtsdestotrotz waren die internationalen Touristen in Chiang Khan ein wesentlicher Referenzpunkt für erwünschte oder angemessene touristische Performanzen. Während ich im vorangegangenen Kapitel die Verknüpfungen binnenländischer Stadt-Land-Mobilitäten herausgearbeitet habe, nehme ich in diesem Kapitel die Vergleiche, die zwischen den thailändischen und ausländischen Gästen gezogen wurden, zum Anlass, um die Dichotomisierung zwischen internationalem und inländischem Tourismus aufzubrechen und zeige stattdessen Relationen zwischen beiden auf.

7.1 Internationaler Tourismus in Thailand jenseits einer Dichotomisierung

Eine eindeutige Unterscheidung zwischen internationalem und inländischem Tourismus, vor dessen Hintergrund der Gegenstand Tourismus lange einseitig bestimmt wurde (Kapitel 1), lässt sich aus einer Mobilitätsperspektive nicht aufrechterhalten:

> „The terms ‘domestic‘ and ‘international‘, as a binary pair, constitute merely a conventional, politico-administrative classificatory devise deployed by the modern state, and should not be uncritically used in social scientific research, as if they were ‘etic‘ theoretical concepts with some explanatory power. Such a usage tends to create the false impression that there exists some fundamental cleft between ‘domestic‘ and ‘international‘ tourism, masking similarities and continuities between them“ (E. Cohen 2014a: 238).

Im Dualismus nicht sichtbar werden bedeutende Zwischenkategorien wie Grenztourismus zwischen Nachbarländern und Differenzierungen innerhalb der Kategorien. Internationaler Tourismus umfasst so etwa zugleich interregionalen Tourismus zwischen kontinentalen Subregionen, interkontinentalen Tourismus sowie Ferntourismus zwischen ‚Nord und Süd‘ beziehungsweise ‚Westen und Osten‘ (E. Cohen 2014a: 238-241; vgl. E. Cohen/ S.A. Cohen 2015a: 16f; King/ Ploysri 2014: 4f). Die Gegenüberstellung täuscht zudem über das Ineinandergreifen zwischen binnenländischen und internationalen Mobilitäten verschiedener Reichweiten hinweg. Bruner (2005: 10f; 101-123) macht zudem darauf aufmerksam, dass Diaspora-Touristen sich nicht unzweifelhaft als

internationale oder inländische Touristen klassifizieren lassen, da sie aus ihrer Sicht eine Heim- oder Rückreise antreten, während sie im Empfängerland als Fremde angesehen werden.

Die folgende Darstellung der Entwicklung des internationalen Tourismus kontextualisiere ich in Anbetracht dieser bestehenden Kritik, indem ich Relationen zur Förderung des inländischen Tourismus aufzeige. Außerdem nehme ich in den Blick, dass internationale wie inländische Tourismusmobilitäten in Thailand, das sich zunehmend als Teil einer größeren Region versteht, nicht auf das Binnenland beschränkt, sondern grenzüberschreitend gedacht werden.

7.1.1 Genese und Regulierung des internationalen Tourismus

Die Geschichte des internationalen Tourismus in Thailand lässt sich bis in die 1920er Jahre zurückverfolgen. Allerdings blieb die touristische Erkundung der kulturellen Höhepunkte Thailands zunächst auf eine kleine Elite beschränkt. Erst nach dem Zweiten Weltkrieg öffnete sich Thailand ab den 1950er Jahren für den Massentourismus (Peleggi 1996: 434). Unter der auf Entwicklung fokussierten Regierung von Feldmarschall Sarit Thanarat (1957-1963) wurde der Grundstein gelegt für den Ausbau touristischer Infrastruktur und die Förderung ausländischer Investitionen. Ebenfalls in diesem Zeitraum wurde die *Tourism Organization of Thailand* gegründet (1979 umbenannt in *Tourist Authority of Thailand*, TAT). US-Amerikanische Streitkräfte, die während des Vietnamkrieges vor allem im Nordosten des Landes stationiert waren und ihren Urlaub vom Einsatz („rest and recreation“) hauptsächlich rund um Bangkok verbrachten, kurbelten den Tourismussektor nachhaltig an. In dieser Zeit, die auch als GI-Phase bezeichnet wird, erhielt Thailand sein lasterhaftes Image des erotischen und exotischen Reiseziels, das durch ‚Tempel und Bordelle‘ besticht (E. Cohen 1996: 1-4; Peleggi 1996: 434f).

In den 1970er Jahren profitierte Thailand von politischen Instabilitäten in den Nachbarländern, die es zum sichersten Reiseland in Südostasien machten. Im *Vierten Wirtschaftlichen und Sozialen Entwicklungsplan* (1977-1981) wurde der Tourismusentwicklung zum ersten Mal ein eigener Abschnitt gewidmet (Peleggi 1996: 435). Seitdem verfolgten alle thailändischen Regierungen das Ziel die Touristenzahlen zu steigern, vornehmlich, um den Auslandsumsatz zu erhöhen, aber auch, um Berufe und

Einkommensoptionen zu schaffen. Bis auf wenige Ausnahmen[101] stiegen die Zahlen internationaler Touristen kontinuierlich Jahr für Jahr an, von lediglich 81.340 internationalen Ankünften im Jahr 1960 bis über 32 Millionen im Jahr 2016 (Tabelle 7.1).

Tabelle 7.1 Internationale Ankünfte ausländischer Touristen (1960-2016)

Jahr	Anzahl (in Mio)
1960	0,08
1975	1.18
1985	2.43
1995	6.95
1998	7.76
1999	8.65
2000	9.50
2001	10.06
2002	10.79
2003	10.00
2004	11.65
2005	11.51
2006	13.82
2007	14.46
2008	14.58
2009	14.14
2010	15.93
2011	19.23
2012	22.35
2013	26.54
2014	24.80
2015	29.8
2016	32.59

Quellen: bis 2005 (E. Cohen 2008b: 3); 2005-2014 (Department of Tourism, Thailand o.J.); 2015 (TAT 2016); 2016 (TAT 2017)

Mit den wachsenden Ankunftszahlen stand nicht mehr nur die Erhöhung der Quantität, sondern auch die Regulierung der Qualität der Touristinnen und des Images Thailands in der Welt im Vordergrund. Statt lediglich die Zahlen in die Höhe zu treiben, wurden gezielter sogenannte ‚Qualitätstouristen' (Abschnitt 6.2) angeworben. Die Staatseinkünfte sollten nicht mehr nur über die Vermehrung der Touristen erhöht werden,

[101] Kurzfristige Rückgänge in den Touristenzahlen gab es erstmals zwischen 1991 und 1992, aufgrund weltweiter Rezession, dem Golfkrieg und politischer Instabilität im Inland, wie Peleggi (1996: 436) nahelegt. Statistisch wenig bedeutsam sind die Einbußen nach dem Tsunami zwischen 2004 und 2005 (-1,15%) und aufgrund politischer Unruhen zwischen 2008 und 2009 (-2,98%). Zwischen 2002 und 2003 (-7,36%) gingen die Touristenzahlen aufgrund des SARS Ausbruches in Asien hingegen signifikant zurück (TAT 2003). Markant ist auch der Verlust von 6,54% im Jahr 2014 gegenüber 2013. Eine innenpolitische Krise führte zum sogenannten „Bangkok Shutdown", während dem Teile der Hauptstadt von Demonstrierenden gesperrt wurden, zum Putsch und zur zeitweisen Einführung des Kriegsrechtes (basierend auf Zahlen vom Department of Tourism, Thailand o.J., vgl. Tabelle 7.1).

sondern über die Anwerbung eines solventen, gehobenen Klientels, das in kürzerer Zeit verhältnismäßig mehr Geld in Thailand ausgibt (E. Cohen 2008b: 5). 1998 bewarb die seitdem mehrfach neu aufgelegte „Amazing Thailand“ Kampagne eine Vielfalt an naturnahen, historischen, ethnischen und kulturellen Attraktionen, um der Assoziation Thailands mit Sextourismus entgegenzuwirken (Morrison 2013: 42).

Auch im Umgang mit Krisen steuerte Thailand die globale Wahrnehmung, um das langjährig berechtigte Bild eines sicheren Reiselandes nicht zu gefährden. Nach dem Tsunami im Dezember 2004, der weite Teile der Andamanenküste verwüstete und nach offiziellen Angaben 5395 Todesopfer forderte (darunter 2280 ausländische Touristen), wandte sich die Katastrophenhilfe bevorzugt den Touristenzentren zu. Medizinische Hilfe kam zuallererst verletzten Touristen zugute und ausländisch aussehende Leichen wurden vorrangig identifiziert. Außerdem wurden schnelle Beisetzungen der Toten veranlasst, damit ihre Angst vor Geistern der Verstorbenen asiatische Touristen nicht daran hindern würde, an den aufgeräumten Stränden wieder Urlaub zu machen (E. Cohen 2008c). Die Wiederaufbaumaßnahmen wurden kombiniert mit dem Bestreben überbordende Bebauung der Vergangenheit einzudämmen und der Küste wieder den Anstrich eines Paradieses zu verleihen (E. Cohen 2008d).

Auch als im August 2015 eine Bombe am berühmten Erawan Schrein mitten im geschäftigen Einkaufsviertel Bangkoks 20 Touristen und Passanten, darunter viele Chinesen, in den Tod riss, wurden Spekulationen über die Drahtzieher begleitet von Befürchtungen, der Anschlag könnte sich negativ auf die so wichtige Tourismusindustrie auswirken (Beirman 2015). Während die TAT bemüht war, ein Bild der Normalität zu zeichnen (TAT 2015d), zerstreuten offizielle Behörden eilig den Verdacht, es könne sich um ein Attentat internationaler Terroristen handeln und sprachen stattdessen von organisierter Kriminalität (Abuza 2015; Crispin 2015; Khaosod English 2015b; Lefevre/ Aukkarapon 2015).

Thailand im touristischen Wandel

Im Laufe der Entwicklung des internationalen Tourismus zeichneten sich laut Erik Cohen (1996) vier prinzipielle Veränderungen ab: Vermassung, Expansion, Heterogenisierung und Regionalisierung.

Erstens ging die Explosion der Ankunftszahlen mit einem Ausbau der touristischen Infrastruktur einher und resultierte auf qualitativer Ebene in der relativen Depersonalisierung des Kontakts zwischen Gastgebern und Besuchern (1996: 4f).

Zweitens waren die Touristenströme anfangs auf Bangkok und Umgebung zentralisiert gewesen. Jugendliche, abenteuerlustige Backpacker etablierten daraufhin weitere Schauplätze vor allem in den von den ethnischen Minderheiten bevölkerten Bergregionen des Nordens und auf den Inseln des Südens. Mit der Expansion des Tourismus kristallisierte sich eine Nord-Süd-Achse des Tourismus (1996: 7) entlang der Städte Chiang Mai im Norden, Bangkok im Zentrum und der Insel Phuket im Süden heraus (1996: 6-8).

Hinsichtlich der Herkunftsländer und Interessenschwerpunkte der Touristen, der Bandbreite an Attraktionen und Qualität der Einrichtungen wie Dienstleistungen wurde Tourismus in Thailand, drittens, zunehmend heterogener. Touristische Leistungen waren zunächst an US-amerikanische Geschmäcker angepasst. Japaner, Europäer, Taiwanesen, Südkoreaner, Singapurer und Malaysier drängten nach und nach mit ihren je eigenen Erwartungen auf den Markt (1996: 8-12). Während etwa europäisch-amerikanische Touristen in Thailands Süden „‚sand, sea and sex'" (Smith 1989: 3, zit. in Maud 2011: 14) suchten, lockten „‚shopping, sex and the sacred'" (Maud 2011: 14; vgl. Askew 2006, 2008; Askew und E. Cohen 2004) singapurische und malaysische Touristen ins südliche Grenzgebiet zwischen Thailand und Malaysia. Inzwischen generiert sich das exorbitante Wachstum des Tourismus vor allem aus Ostasien.[102] Während 1998 lediglich 4 Mio. Touristinnen aus Ostasien stammten (gegenüber 2,6 Mio. westlichen Touristinnen aus Europa inkl. Russland, USA und Kanada), reisten 2016 21,86 Millionen Ostasiaten (gegenüber 7,17 Mio. westlicher Touristinnen) nach Thailand. Die prozentuale Zusammensetzung des Touristenstroms ist dennoch seit 1998 in etwa gleichgeblieben: Während westliche Touristen lediglich um die 30% der Gesamtzahl an Touristen ausmachten, stammten jeweils knapp über die Hälfte der Touristen aus Ostasien. Als größte Nationalität haben die Chinesen (8,82 Mio. im Jahr 2016) die Malaysier abgelöst (alle Zahlen vom Department of Tourism, Thailand o.J.).

Viertens, existiert der Tourismus in Thailand seit den 1990er Jahren nicht mehr in Isolation zu den Nachbarländern. Seitdem Laos, Vietnam, Kambodscha und Myanmar sukzessive ihre Grenzen öffneten, ist Thailand nicht mehr alleiniges Reiseziel, sondern Drehkreuz und Transitregion für Tourismus in der Region (1996: 12-14; Abschnitt 7.1.2).

[102] Vom thailändischen Ministerium für Tourismus bestimmt als die Staaten der *Association of Southeast Asian Nations* Brunei, Kambodscha (seit 1999), Indonesien, Laos, Malaysia, die Philippinen, Singapur und Vietnam) sowie China, Hong Kong, Japan, Korea und Taiwan.

Diese Transformationen blieben laut Erik Cohen (2001) nicht ohne Folgen. Durch die Massen an Touristen wurden Thailands natürliche Attraktionen wie naturnahe, kulturelle oder historische Orte und Events transformiert oder zerstört. Eine zunehmend größere Kluft tat sich auf zwischen den Bildern, die international vermarktet und von Touristen erwartet wurden, und dem, was die Touristen in ihrem Urlaub vorfanden. Statt unberührter Attraktionen begannen künstlich geschaffene Sehenswürdigkeiten zu überwiegen. Um trotz schwindender ‚Authentizität' weiterhin eine immer größere Zahl von Touristinnen anzuziehen, wurden Swimmingpools gebaut, um verschmutzte Strände zu ersetzen oder Vergnügungs- und Themenparks mit Tier- insbesondere Elefantenshows, Zoos oder Aquarien errichtet, um zerstörte Korallenriffe und abgeholzten Tropenwald zu kompensieren (E. Cohen 2001; vgl. auch E. Cohen 2008b: 8f). Mit dieser ausgewiesenen Infrastruktur, so vermutet Erik Cohen würde sich Thailand zukünftig eher als „shopping, entertainment and vacationing destination" (2001: 169) etablieren, während andere Mekong-Anrainerstaaten Südostasiens, die sich nach Thailand für den Tourismus geöffnet hatten, die Suche nach Exotik, Authentizität und unberührter Natur bedienen würden.

7.1.2 Relationen zwischen internationalem und inländischem Tourismus

Ein erweiterter Blick auf die Fördergeschichte beider Tourismusmärkte lässt erkennen, dass der inländische Tourismus vornehmlich ausgebaut wurde, um mögliche Einbrüche auf dem internationalen Markt finanziell zu kompensieren. Außerdem wurde in beiden Märkten eine Regionalisierung angestrebt, die den Tourismus nicht auf Thailand begrenzt, sondern um Attraktionen der Nachbarländer erweitert.

Inländischer als Kompensation zum internationalen Tourismus

Wie der Blick auf die Entwicklung der internationalen Ankunftszahlen gezeigt hat, erweist sich der internationale Tourismus in Thailand trotz Bedrohungen durch weltweite sicherheitspolitische oder epidemische Krisen, regionale Naturkatastrophen wie den Tsunami oder nationale politische Instabilitäten als erstaunlich resilient. Ungeachtet dessen war eine aktive Förderung des inländischen Tourismus mit dem Motiv verbunden, mögliche wirtschaftliche Einbußen im als krisenanfällig geltenden internationalen Tourismus zu kompensieren (TAT 2012a). So erklärte mir die TAT-Direktorin der Region Nordost:

> Khun Pattamat: „Die Tourismuseinnahmen teilen sich auf den internationalen und inländischen Markt auf. In zwei Jahren soll die Zielmarke von 2 Trillionen Baht erreicht werden. Das ist die Politik der thailändischen Regierung. Die Förderung des inländischen Tourismus ist wichtig, weil gerade auf der Welt viele Krisen entstanden sind. Diese Krisen führen dazu, dass ausländische Touristen nicht mehr verreisen wollen. Überschwemmungen, Erdbeben, Waldbrände oder der Tsunami nehmen die Lust aufs Reisen. Das gilt auch für die schlechte Wirtschaft, oder Gesundheitsepidemien."
>
> J.G.: „Das betrifft die internationalen oder inländischen Touristen?"
>
> Khun Pattamat: „Die ausländischen, die wollen nicht mehr kommen. Deshalb müssen wir den inländischen Tourismus fördern, damit die Thais ihr Land bereisen können" (Interview 26.06.2013).

Dies heißt nicht, dass der inländische Tourismus von Ausnahmezuständen unberührt bleibt. Der wegen der anhalten Proteste im Januar 2014 über Bangkok verhängte Ausnahmezustand wurde als Bedrohung sowohl für den internationalen als auch für den inländischen Tourismus gewertet (Wanwisa 2014). 2015, nachdem im Mai 2014 politische Auseinandersetzungen zwischen ‚Rot-' und ‚Gelbhemden' (Abschnitt 3.1) durch einen Putsch und eine Interimsjunta bis dato von der Straße verbannt wurden, machte die TAT „Happiness" zum zentralen Marketing-Konzept und warb mit ihrem Programm „full of colour, excitement, fun and happiness" (TAT 2014a) bei Touristen nach mehreren Monaten der Unruhen wieder um Vertrauen.[103] Das damit verbundene „Discover Thainess" Programm richtete sich insbesondere an den inländischen Tourismus (Wanwisa 2015). Zehn Provinzen abseitig der Haupttourismusroute wurden aufgrund ihrer historischen Bedeutung, natürlichen Ressourcen oder Einzigartigkeit besonders hervorgehoben: Lampang und Phetchabun im Norden, Buriram und Loei im Nordosten, Trat und Chanthaburi im Osten sowie Trang und Chumphon im Süden Thailands (Suchat 2014; TAT 2014b).[104] Unter dem Thema „Fall in Love with Thailand" sollten die Thais sich nach Monaten der Unruhe wieder auf das Reisen besinnen, so die Vizechefin der TAT-Abteilung für inländisches Marketing:

> „We feel that the Thai people themselves should take time to travel and explore the wonders of their homeland, cheer themselves up, and find that the kingdom is truly amazing. *People from all over the world know that Thailand is a great place to*

[103] Das Programm lehnte sich an die ‚Happiness-Initiative' der Juntaregierung an, die mit freien Musikkonzerten in Bangkoker Parks den Thais nach dem Putsch ‚wieder Freude bringen' wollte (Hodal 2014). Bei dieser Wortwahl sollte auf die Doppelzüngigkeit (Thongchai/Haberkorn 2015) der Militärregierung hingewiesen werden: Thailands Diktatur schaffte angesichts der Einschränkung von Presse- und Meinungsfreiheit und der Unterdrückung oppositioneller Kräfte alles andere als ein freudvolles Klima.

[104] Presseartikel nennen unter dem Stichwort „12 Cities You Can't Say No To" zusätzlich die Städte Nan und Nakhon Si Thammarat (Suchat 2014, Wanwisa 2015).

come and it's time the Thais rediscovered (sic.) this for themselves" (TAT 2014b, meine Hervorh.).

Hier deutet sie nicht nur an, dass eine Relation besteht, zwischen dem, wie die Welt auf Thailand schaut und wie Thais dies in ihrer Rolle als Touristen prägt – ein Aspekt, den ich nachfolgend (Abschnitt 7.3) in Hinblick auf die unterschiedliche Evaluation der touristischen Performanz von *farang* und Thais aufgreifen werde. Implizit vermittelt die TAT-Repräsentantin ferner die Botschaft, dass Inlandstourismus, der seit jeher auch von der TAT mit der Entdeckung und Demonstration nationaler Loyalität verbunden wird (Abschnitt 4.2.1), dienlich ist, um die bestehenden gesellschaftlichen Spannungen abzubauen. Dass dem nicht so ist, sondern dass soziale Grenzen zwischen Stadt und Land in touristischen Begegnungen weiter aufrechterhalten werden, hat meine Ethnografie bis hierhin gezeigt. Zum Schluss dieses Kapitels (7.3) werde ich aufzeigen, dass sie im Gegenteil sogar noch weiter verschärft werden.

Verflechtung internationaler und binnenländischer Mobilitäten

Die Teilung zwischen internationalem und inländischem Tourismus löst sich noch in einer weiteren Hinsicht auf. Am Beispiel Thailands lässt sich nachvollziehen, dass internationaler Tourismus, der der Definition nach grenzüberschreitend ist, und binnenländischer Tourismus, der innerhalb eines Landes erfolgt, miteinander verflochten sind. Ausländische wie inländische Touristinnen[105] gleichermaßen beschränken eine Reise nicht zwangsläufig auf die Erkundung Thailands, sondern verbinden sie mit Aufenthalten in angrenzenden Nachbarländern.

Die TAT verfolgt explizit diese Regionalisierungsstrategie. Seit den 1990er Jahren haben die thailändischen Behörden zum Ziel, sich als ‚Tor' zu den anderen

[105] Den Grundstein für internationalen thailändischen Tourismus legte König Chulalongkorns Europareise 1897. Auslandsreisen blieben aber auf eine kleine Elite beschränkt. Erst ab den 1980er Jahren, mit verbreiteterem Wohlstand, nahm die Zahl ausreisender Thais stetig zu (E. Cohen 2014a: 253-255). 1998 lag die Anzahl bei nur 1.39 Mio., 2013 bereits bei 5.97 Mio. Das Gesamtvolumen der Ausgaben belief sich 2013 auf 146.410.700 Baht. Über die Hälfte der Thais reist in die nahegelegenen ASEAN-Staaten (2013: 4.93 Mio.) oder ins chinesisch-sprachige Ostasien (2013: 732.025). Auch Südkorea ist beliebt (2013: 172.088, alle Zahlen vom Department of Tourism, Thailand o.J.). Kürzere Ausflüge verbringen die Thais in den Grenzregionen zu ihren Nachbarländern. Insbesondere Casinos locken auf myanmarische, laotische oder kambodschanische Seite, da Glücksspiel im eigenen Land verboten ist (E. Cohen 2014a: 253). Bei der statistischen Erfassung von Auslandsreisen durch das thailändische Ministerium für Tourismus muss aber davon ausgegangen werden, dass ein fließender Übergang zwischen Reisen anlässlich Tourismus, Business und Heirats- oder Arbeitsmigration besteht (vgl. E. Cohen 2014a: 254). Hinter der relativ hohen Zahl der Reisenden in den Mittleren Osten (2013: 208.405, Department of Tourism, Thailand o.J.) können sich etwa ebenso thailändische Vertragsarbeiter in Saudi-Arabien sowie wohlhabende Besucherinnen der Sehenswürdigkeiten in Dubai verbergen.

Ländern Festlandsüdostasiens zu etablieren. Nur als Zentrum voranschreitender Regionalisierung glaubte man den Anschluss an die touristische Entwicklung in den benachbarten Ländern nicht zu verlieren (E. Cohen 2001: 168-170). Sowohl die geschäftsführende TAT-Direktorin der Region Nordost (Interview, 26.06.2013) als auch die TAT-Direktorin der Provinz Loei (Interview, 30.04.2013) betonten, dass mit voranschreitender Integration innerhalb der Staaten der ASEAN, die 2015 die *ASEAN Economic Community* (AEC) ins Leben rief, nationalstaatliche Grenzen für den Tourismus zunehmend an Bedeutung verlieren würden: „Nur innerhalb Thailands, nur ein Land zu bereisen, ist das Geld nicht wert. Genau wie ausländische Touristen müssen Thais mit einer Reise zwei bis drei Länder mitnehmen", erklärte mir die Loei-Beauftragte (Interview 30.04.2013).[106]

Der Isan-Region kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Sein touristisches Potential wurde insbesondere in der Grenzlage zu Laos und Kambodscha gesehen (P. Davies 2009; Lunda 2014; TAT 2014d; TTR Weekly 2013). Durch die AEC werde der Isan zum „gateway", versicherte mir die Direktorin der TAT-Abteilung Nordost unter Verwendung des englischsprachigen Begriffs. „Alle, die innerhalb von Laos reisen, müssen nach Thailand reisen. Alle, die innerhalb Thailands reisen, müssen nach Laos reisen" (Interview 26.06.2013). Mittlerweile könne man nicht mehr nur im Norden über Chiang Rai oder Chiang Khong, sondern auch im Isan über die Thailändisch-Laotischen Freundschaftsbrücken in Nong Khai (1994 eröffnet), Mukdahan (2006/2007) und Nakhon Phanom (2011) die Grenze nach Laos überschreiten. Die TAT bewarb die Region daher als zukünftigen Hauptbrückenkopf zwischen Thailand und den benachbarten Ländern der *Mekong Subregion* (TAT 2011a). Der Ausbau der wirtschaftlichen Korridore der *Greater Mekong Subregion* (GMS)[107] sowie des Asiatischen Fernstraßenprojektes sollte den Isan weiter in die Länder der GMS eingliedern (TAT 2011b).

Auch die Provinz Loei, in der Chiang Khan liegt, sollte sich dem Ansinnen der TAT-Direktorin im Regionalbüro nach als ‚Zentrum', als Tor zu Laos, etablieren:

> „Die TAT hat es sich zur Aufgabe gemacht, diejenigen, die zu uns reisen, weiter auf den Weg nach Luang Prabang [Laos] zu schicken. Und diejenigen, die nach

[106] Bereits im *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* wurde die Vision festgehalten, die gesamte Region als eine Tourismusregion zu vermarkten und mit einem einzigen Visum bereisbar zu machen (ASEAN Secretariat 2011). Im *ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025* ist die Arbeit an einem einzigen Visum weiterhin als strategisches Ziel aufgeführt (ASEAN 2015). Zum 50-jährigen Bestehen der ASEAN im Jahr 2017 wurde die „Visit ASEAN@50 Golden Celebration Campaign" ausgerufen, um die Länder der ASEAN zu einem Touristenziel zu bündeln (ASEAN n.d.).

[107] Die GMS ist ein Zusammenschluss der Mekonganrainerstaaten Vietnam, Kambodscha, Vietnam, Laos, Thailand, China unter dem Schirm der Asiatischen Entwicklungsbank.

Luang Prabang reisen auch zu uns zu holen. Selbiges gilt für Vang Vieng und Vientiane [in Laos]. Für den Vertrieb muss Zusammenarbeit statt Wettbewerb gelten. Nur sich selber zu verkaufen reicht heute nicht mehr aus“ (Interview 30.04.2013).

Abbildung 7.2 Chiang Khan als Tor nach Laos – ein beliebtes Fotomotiv

Unter diesen Vorzeichen wurde am 8. Januar 2014 eine neue Busroute auf der 395km langen Strecke zwischen Loei, Sanyabuli und Luang Prabang in Laos eröffnet. Sie verleiht Loei laut dem TAT-Präsidenten Thawatchai Arunyik neuen Wert:

„This new bus route is sure to become very important as Loei in the northernmost part in the Northeast region of Thailand offers unique natural beauty and a cultural heritage not unlike that found in Sainyabuli and Luang Prabang in Lao PDR. By linking these historic and picturesque regions, tourists and travelers have a new, affordable way of exploring some of Southeast Asia’s cultural gems” (TAT 2014e).

7.2 Vor der Entdeckung Chiang Khans: Begegnungen mit *farang*

In Chiang Khan war die Beziehung zwischen internationalem und inländischem Tourismus durch eine zeitliche Abfolge und räumliche Segregation geprägt. Denn bevor sich Chiang Khan unter Thais einen Namen machte, war es unter westlichen Backpackern bekannt. Das thailändische Magazin „Osotho“, das monatlich von der TAT herausgegeben wird, rekonstruiert den Beginn des Tourismus in Chiang Khans so:

„Etwa 2540 [1997] fristete Chiang Khan ein Dasein im Rentenalter. Die Stadt war leblos, von Stille durchdrungen. Es schien, als würden die Jüngeren allesamt den kleinen Ort verlassen. Sie arbeiteten weit entfernt in den großen Städten und kamen nicht zurück. Aber es schien, als würden die guten Menschen noch nicht aussterben. Ein junger Mann aus Chiang Khan interessierte sich fürs Mountainbiken. Er hatte Glück, denn er hatte eine Frau aus dem Ausland. Dieses Ehepaar hat zusammen ein kleines Gästehaus eröffnet, das *Zen Guesthouse* und setzte zusammen mit einem anderen Mann einen Trend. Sie verbreiteten den Namen Chiang Khan in der Gruppe der Backpacker und Fahrradfahrer. Zeitgleich fing man gerade an moderne Kommunikationsmittel zu nutzen. Damit wurden Ausländer im ganzen Land überzeugt nach Chiang Khan zu kommen. Seitdem erschien der Name Chiang Khans auf den Reisekarten, die Backpacker und Fahrradfahrer nach Chiang Khan holten. Und schließlich folgten die Thais den *farang* nach Chiang Khan“ (Apinan 2013: 57; zum Zitatanfang vgl. Abschnitt 4.3.1).

Obwohl Chiang Khan abseits der üblichen Hauptreiserouten entlang der ‚Nord-Süd-Achse‘ liegt, kamen neben den Individualreisenden auch organisierte Gruppenreisen. Bei Pa Pim, eine meiner ersten Gesprächspartnerinnen, hingen im Eingangsbereich ihres Gästehauses noch Fotos von Tanzdarbietungen, die sie eigens für die europäischen Gäste

zusammen mit ihrem damaligen holländischen Mann ausgerichtet hatte. So wie Pa Pim war auch Khun Noi mit einem Ausländer, der für eine Umweltorganisation tätig war, verheiratet. Die gebürtige Chiang Khanerin hatte bereits 1987 eine Unterkunft aufgemacht und bot sechs Jahre später in einem neuen Resort Mountainbiketouren durch die Berge der Umgebung und Kajakfahrten auf dem Mekong an.

Eine alltägliche Präsenz hatten *farang* in der Vergangenheit auch aufgrund eines Flüchtlingscamps der UNO im ca. 60km entfernt gelegenen Ban Vinai. 1975 wurde es auf thailändischer Seite errichtet, um verfolgten ethnischen Minderheiten, überwiegend Hmong, nach der kommunistischen Revolution in Laos Zuflucht zu gewähren. Bis zur Schließung 1992 bot Chiang Khan sich für viele Mitarbeiterinnen der internationalen Organisationen als Wohnort an, da es auf halber Strecke zwischen ihrem Arbeitsort und der Provinzhauptstadt Loei lag. Meine Nachbarin erinnerte sich gerne an einen meiner Vormieter zurück. Er sei auch Deutscher gewesen und konnte, so schwärmte sie öfters, sogar Laotisch essen, was wegen der fermentierten Fischsoße (*pla ra*) für westliche Gaumen eher gewöhnungsbedürftig ist. (Von mir wird sie vermutlich weitererzählen, dass ich mich als Vegetarierin nur von Obst und Gemüse ernährte.)

Als Chiang Khan den Boom durch inländische Touristen erlebte, schien es als würden die Backpacker bis auf einige wenige Durchreisende ausbleiben. Bemerkt wurde auch, dass die neuen thailändischen Gäste andere Ansprüche stellten. Neben einfachen Unterkünften im nostalgischen Design setzten gehobenere Hotels einen neuen Standard. Während viele durch diesen Aufschwung erst zu Unternehmern im Tourismusgewerbe wurden, wurde Pa Pim durch das Interesse der thailändischen Touristen ins Abseits gedrängt. Im Gegensatz zu Khun Noi passte sie ihr Gästehaus nicht dem transformierten Markt an und bediente mit ihren Zimmern nicht die Geschmäcker der urbanen Thais. Frustriert über ihre Verdrängung äffte Pa Pim oftmals die vielen thailändischen Touristinnen nach, die sich nach Klimaanlage und privaten Badezimmern erkundigten und dann weitergingen, weil sie lediglich Ventilatoren und Gemeinschaftsbad bieten konnte. Lediglich die wenigen verbliebenen jugendlichen Budget-Reisenden fanden geführt vom „Lonely Planet“ noch zuverlässig den Weg zu ihr. Sie empfanden es als „urig“, wenn es nachts hereinregnete und man durch die Dielen vom Schlafzimmer oben die Geschehnisse im Aufenthaltsraum unten mit verfolgen konnte. Trotz explodierender Besucherzahlen kämpfte Pa Pim ums Überleben und hoffte auf zusätzliche Einnahmen als Lotterieverkäuferin, während sie nostalgisch auf bessere Zeiten zurückschaute. Immer wieder holte sie ihre zahlreichen Gästebücher hervor und überflutete mich in einem Mix

aus Englisch und Thai mit Geschichten ihrer zahlreichen Gäste; von Susanna, die ihr beibrachte, wie man Rührei zubereitete, von einem deutschen Pärchen, dem sie nach einem Moped-Unfall zur Seite stand oder von einem Mann, dessen Boot, mit dem er den Mekong heruntergefahren war, in Chiang Khan geklaut wurde.

Das Unverständnis, warum Thais im Erholungsort Chiang Khan nicht auf Fernseher und Kühlschrank verzichten konnten, sprach aber nicht nur aus Verliererinnen wie Pa Pim. Das Verlangen der Thais nach Annehmlichkeiten war, daran war man sich einig, ursächlich für den Wandel Chiang Khans (Kapitel 5). Deswegen wurden Holzhäuser abgerissen und durch Neubauten ersetzt. Dass den ausländischen Touristen zugesprochen wurde, sich besser eingefügt zu haben, während thailändische Touristinnen negativ auffielen, erfordert es, neu über die ‚Anderen', das Vertraute und Fremde, in der Tourismusforschung nachzudenken.

7.3 Tourismus und die ‚Anderen'. Oder: Wer ist der ‚bessere' Tourist?

Dass Touristen in Chiang Khan ihre Spuren hinterließen, hörte ich schon bevor ich Pa Pim kennenlernte. Noch bevor ich meine Feldforschung aufnahm, absolvierte ich in Chiang Mai einen zweiwöchigen Intensivsprachkurs zur Wiederauffrischung. Meine Lehrerin hatte sich auf mein Forschungsanliegen eingestellt und mir zum Verbessern meiner Lesekompetenz Texte über Chiang Khan aus dem Internet herausgesucht. Von ihren Recherchen wusste sie zu berichten, dass sich die Menschen in Chiang Khan zunächst über den wachsenden Tourismus gefreut hatten, sich aber zunehmend gestört fühlten, weil Touristinnen ungefragt ihre privaten Badezimmer aufsuchten oder beim Betreten ihrer Zuhause nicht die Schuhe auszogen. Sie sprach von ‚Touristen'. Obwohl ich um der Popularität Chiang Khans im inländischen Tourismus wusste, fügte ich in mein anschließendes Gedächtnisprotokoll hinzu, dass sie an dieser Stelle wohl *farang* Touristen gemeint haben muss. Auch ich war dem Missverständnis erlegen, dass derart unglücklich verlaufende Begegnungen auf der relativ größeren Unterschiedlichkeit zwischen ausländischen Touristen und thailändischen Gastgebern fußen musste. Im Verlauf meiner Forschung zeigte sich aber, dass, wie Franklin und Crang es ausdrücken, auch meine Schablonen für ‚Opfer' und ‚Täter' überdacht werden müssen: „Tourism may be less of a one-way street than the all-engulfing westernizing tidal wave it sometimes seems" (2001: 9).

Zu Recht wurde jener Eurozentrismus kritisiert, der der einseitigen Fokussierung auf westlichen internationalen (lies: interkontinentalen) Tourismus zugrunde liegt (Alneng 2002; E. Cohen/ S.A. Cohen 2015b; Winter/ Teo/ Chang 2009a; Kapitel 1). Diese Schieflage folgte aus zentralen Annahmen der Tourismusforschung, die die relative Differenz zwischen Touristen und Gastgebern hervorhoben (Smith 1978). Tourismus, so postulierte MacCannell (1999 [1976]) einflussreich, entstehe aus der modernen Suche nach Authentizität und dem exotisch ‚Anderen'. Die Relevanz des Gegenstands Tourismus speiste sich aus dem Erkenntnisinteresse am hegemonialen Machtgefälle zwischen ‚Nord' und ‚Süd' (Winter/ Teo/ Chang 2009b: 4). Klassische ethnologische Forschungen gingen der Frage nach, wie das ‚Globale' auf das ‚Lokale' einwirkte (Winter 2007: 28f). Debatten kreisten dabei um die Frage, ob Tourismus eine externe Kraft sei, die in zerbrechliche soziale, kulturelle und ökologische Lebenswelten vordringt (Leite/ Graburn 2009; Franklin 2007; Franklin/ Crang 2001; Picard 1993; Abschnitt 5.2).

Hinsichtlich der Korrektur des Westen-zentristischen Bias und der folgerichtigen Hinwendung auch zum inländischen Tourismus argumentiere ich jedoch gegen den vorschnell gezogenen Umkehrschluss, dass Differenz im inländischen Tourismus keine Relevanz habe. Denn abgesehen von Fallstudien zur Triade von Tourismus, Nationenbildung und ethnischen Minderheiten (Adams 1998; Evrard/ Prasit 2009) waren Forschungen zum Inlandstourismus blind für das ‚Andere'. Die Vernachlässigung des inländischen Tourismus ansprechend schreibt Aramberri beispielsweise:

> „Real tourist interactions between North and South are but a trickle in the river of mass travel; so, why do we keep on talking as though in the majority of cases, transactions between visitors and locals were not conducted *in the same language*? In fact, both tourists and tourees are more often than not citizens of the same nation and their exchanges take place *within a common culture*" (2004: 8, meine Hervorh.).

Auch Singh macht zum Ausgangspunkt ihres Sammelwerkes (2009a) über asiatischen Inlandstourismus „the familiarity and shared values of native guests and hosts" (2009a: 20). Aus den Bewertungen, mit denen die Gastgebenden Chiang Khans die Performanz ihrer Landsmänner und –frauen klassifizierten, sprach hingegen weder die Überzeugung einer ‚gemeinsamen Kultur' noch ‚Vertrautheit und geteilte Werte'. In der diskursiven Aushandlung, wer im Erholungsort die ‚besseren' Touristen waren, wurden ‚Wir-Sie' Unterscheidungen vielmehr zwischen Stadt und Land getroffen. *Farang* Touristen im Gegenzug gaben die Folie ab, vor der Thais in ihrer Rolle als Touristen evaluiert wurden.

7.3.1 Die ‚Anderen' aus der Stadt

Ya Goi, die als Massagetherapeutin nicht nur die körperlichen Leiden der Dorfbewohnerinnen kurierte, sondern sich auch den verspannten Sehnen der Touristinnen zuwandte, war möglicherweise von Berufs wegen eine Verfechterin von Chiang Khan als Erholungsstadt. Insbesondere morgens, während sie und ihre Nachbarinnen auf die Mönche warteten, beobachtete sie, dass die Touristen sich an ihre Vorstellung der idealen Performanz nicht anpassen konnten:

> „Sie verstehen so vieles nicht. Zum Beispiel steht man in Chiang Khan früh auf, geht duschen, zieht sich höflich an und bereitet den Reis vor. Dann setzen wir uns hin und warten auf die Mönche. Nicht die Mönche warten auf uns! Wir sitzen und unterhalten uns, richtig? Wir erkundigen uns nach dem Wohlbefinden, oder? Du hast sie doch beobachtet. Die, die Almosen geben sind freundlich und heiter. Sie fragen sich untereinander, wo gehst du heute hin, was hast du gestern gemacht, wie geht's den Kindern, wo machst du ‚Verdienst'? Solange die Mönche noch nicht kommen unterhalten wir uns. Aber *die Menschen aus der Stadt* hetzen immerzu, sie unterhalten sich nicht und was sie auch machen, sie tun es in Eile. So sind sie nicht zufrieden. Sie verstehen nicht, worum es beim Almosengang geht" (Interview, 3.12.2013, meine Hervorh.).

Ihre Bemerkung illustriert ein weit verbreitetes Muster. Ya Goi erlebte die thailändischen Touristen nicht als Thais, mit denen sie gemeinsame buddhistische Prinzipien teilte,[108] sondern als ‚die Anderen' aus der Stadt. Eine ähnliche Sichtweise vertrat auch eine Diskutantin der vom Fernsehsender Thai PBS ins Leben gerufenen Spurensuche nach den Veränderungen in Chiang Khan (Abschnitt 5.3.3). Als die Moderatorin eine Mitverantwortung für den Wandel bei den Chiang Khanern suchte, indem sie nachhakte, ob es nicht die Unternehmerinnen seien, die für die Touristen umfangreiche Almosensets bereithielten, ergriff die Betreiberin eines Gästehauses, selbst Bangkokerin, das Wort:

> „Ich bin zwar nicht aus Chiang Khan, aber darf ich? In Wirklichkeit, was den Almosengang – die Kleidung und die Art und Weise angeht – wir müssen es ihnen [den Touristen] beibringen, weil sie überwiegend aus der Stadtgesellschaft kommen und dort nicht-klebrigen Reis (*khao chao*) geben."

In derartigen Charakterisierungen thailändischer Touristen wird deutlich, dass die Begegnungen während des Almosengangs mit Differenzerfahrungen einhergingen, die auf die weit verbreitete sozio-räumliche Stadt-Land-Ordnung rekurrierten. Sie offenbaren, dass grundsätzliche Unterschiede festgestellt wurden zwischen einem Leben, wie es in Chiang Khan geführt wurde, und einem Alltag, wie er Städtern zugeschrieben wurde. Die Charakterisierung der Touristen als Städter war dabei doppeldeutig: Weil die

[108] Bis auf christliche und muslimische Minderheiten sind die Mehrheit der Thais Buddhisten. Im offiziellen nationalen Diskurs wird „Thai-Sein" zudem über den buddhistischen Glauben definiert.

Touristen mit den regionalen Traditionen des Isan nicht vertraut waren, wurden sie als Bangkokerinnen imaginiert, die andere zentralthailändische Gepflogenheiten gewohnt sind. Dass sie hetzten, obwohl nicht nur Ya Goi Reisen mit Zeit und Ruhe im Sinne von Erholung (Kapitel 6) für angemessener hielt, wurde auf einen generellen urbanen Lebensstil zurückgeführt.

Bangkok vs. Isan

Wenn Ya Goi davon sprach, dass die Städter die hiesigen Traditionen nicht verstehen, dann meinte sie nicht irgendeine Stadt, sondern Bangkok, dessen zentralthailändische Kultur sich nicht nur von den verschiedenen Regionalkulturen unterscheidet, sondern in dessen Hierarchie auch den obersten Rang in Anspruch nimmt (Kapitel 3).

Amüsiert erzählte man sich in Chiang Khan immer wieder gern, dass manche Touristinnen morgens nicht wüssten, wie sie den Klebreis aus dem Körbchen und die anderen Gaben, die üblicherweise den Gabensets beigelegt waren, richtig an die Mönche übergeben sollten. Anekdoten wurden geteilt von Touristen, die, anstatt jedem Mönch eine Handvoll Klebreis in ihre Schale zu legen, gleich den gesamten Klebreis samt Körbchen einem einzelnen Mönch reichten. In ähnlicher Verwirrung verteilten andere die Blumen, Süßwaren, Eier, Mandarinen oder sonstige Bestandteile der Sets nicht wie üblich auf die Mönche, die in Gruppen nach Tempelzugehörigkeit mit einigem Abstand sukzessive vorbeiliefen, sondern entledigten sich aller Gaben beim allerersten Mönch. Wiederum andere fragten die Verkäuferinnen der Sets nach Plastiktüten, mit Hilfe derer sie die Komponenten gebündelt in eine Schale legen konnten.

Die Unwissenheit und Unsicherheit mancher Touristen begründete sich darin, dass der Almosengang nach zentralthailändischer Tradition anderen Regeln folgt.[109] Zwar begehen die Mönche der Tempel Bangkoks ebenfalls morgens die Straßen ihrer Nachbarschaft, um der Gemeinde Gelegenheit zu geben ‚Verdienst zu machen', indem sie Essen spenden, das die Mönche sich gemäß buddhistischer Doktrin nicht selber besorgen dürfen. Die Gaben in Zentralthailand umfassen dabei gesamte Mahlzeiten, sprich schieren, nicht-klebrigen Reis (*khao chao*) und in Tüten verpackte Gemüse- oder Fleischbeilagen. In Chiang Khan hingegen berief man sich auf den Brauch, den Mönchen

[109] So wie bei den Touristen Unkenntnis über die Gepflogenheiten in Chiang Khan herrschte, so waren auch Chiang Khaner unsicher im Umgang mit zentralthailändischen Gewohnheiten. Als ich zur Haussegnungszeremonie (*tham bun ban*) in einem Gästehaus einer Bangkoker Familie eingeladen war, erkundigte ich mich vorab, was ich mitbringen und anziehen solle. Mit Informationen weiterhelfen konnten mir aber erst diejenigen, die selber zugezogen waren.

während des Almosengangs lediglich Klebreis in die Schalen zu legen, während alle übrigen Beilagen anschließend direkt in die Tempel gebracht wurden.

Diese regionale Unterschiedlichkeit, der Reiz des ‚Exotischen' (Peleggi 1996: 436) war es, die den Isan als Urlaubsregion für Thais attraktiv gemacht hat (Kap. 4.2.2). Chiang Khan war nicht nur bekannt für seine alten Holzhäuser und das gemächlichere Leben, sondern auch für seine lokale Lebensweise (*withi chiwit thong thin*), hiesige Essensspezialitäten und den lokalen Dialekt. In Reisesendungen wurden die besten Adressen für *khao piak sen* (Reisnudelsuppe) oder *chum nua* (Eintopfgericht) hervorgehoben und einige Vokabeln der Mundart vermittelt, die, so war ich immer wieder beruhigt, nicht nur für mich, sondern auch für Zentralthais eine Herausforderung darstellten.

Das Unwissen der Touristen beim morgendlichen Almosengang, wurde, um dem folgenden Punkt vorweg zu nehmen, aber nicht ausschließlich mit regionaler Unterschiedlichkeit erklärt. Es wurde auch aus unterschiedlichen Lebensweisen in der Stadt und auf dem Land hergeleitet: Während die Bewohnerinnen Chiang Khans in unmittelbarer Nähe zu den Tempelgeländen wohnen und über die Zeit verfügen würden den Segen der Mönche im Tempel entgegenzunehmen sowie die Möglichkeit hätten, den Vormittag mit ihrer Tempelgemeinde zu verbringen, Neuigkeiten auszutauschen und Beziehungen zu pflegen, sei es in Bangkok aufgrund der Entfernungen und immerzu verstopften Straßen nicht denkbar, morgens noch vor dem Job im Tempel vorbeizufahren. Allerhöchstens könne man den am Zuhause vorbeilaufenden Mönchen das komplette Gabenset aus Reis und Beilagen zukommen lassen und dabei den Segen empfangen. Und auch das schafften die wenigsten im urbanen Alltag, so dass der Urlaub dem ‚Verdienst Machen' vorbehalten war.

Stadt vs. Land

Wenn ich Ya Goi länger zuhörte, dann war offensichtlich, dass für sie nicht das Entscheidende war, ob die Touristinnen nun nach Chiang Khanscher Tradition ausschließlich Klebreis gaben. Die vor ihrem Haus angebrachten Holztäfelchen, die um ‚Kooperation beim Almosengang und den Erhalt der Kultur' warben, baten um ein respektvolles, höfliches Verhalten, nicht aber um die Beschränkung auf Klebreis (Kapitel 1):

> „1. Bitte ziehen Sie sich höflich an, keine zu kurzen Hosen. 2. Bitte ziehen Sie kein ärmelloses Shirt an. 3. Beim Fotografieren ausreichend Abstand zu den Mönchen

halten. 4. Gehen Sie den Mönchen aus dem Weg. Vielen Dank. Gesellschaft für Almosengang mit Klebreis. 2010.“

Immer wieder hörte ich Klagen, dass einige Touristen noch im Pyjama aus ihren Hotels kommen würden, um den Almosengang am frühen Morgen nicht zu verpassen und sich anschließend aber wieder hinlegen zu können. Andere hatten junge Frauen beobachtet, die in viel zu knappen Hosen oder ärmellosen Shirts den Mönchen gegenübertraten. Ya Goi musste wiederholt Touristen darauf hinweisen, ihre Schuhe während des ‚Verdienst Machens‘ auszuziehen und Fotos nur dann und so zu machen, dass es die Mönche nicht behinderte.

Indem die Chiang Khaner das Benehmen der Touristen kommentierten und durch ihr Eingreifen disziplinierten, warfen sie einen kritischen Blick auf die Verhältnisse in der Stadt. Anhand der kurzen Hosen und ärmellosen Tops identifizierten sie die Touristen als modebewusste Gegenüber aus der Stadt, dessen Auftreten in Chiang Khan aber als stillos empfunden wurde. Phi Fon, die Tochter von Ya Goi, die zwischen ihren Cafés in Chiang Khan und Bangkok pendelte, klärte mich mit Erstaunen auf, dass sie selbstverständlich in Bangkok anders gekleidet sei. In Chiang Khan kannte ich sie in bequemen Baumwollhosen und lockeren T-Shirts, in Bangkok trage sie hingegen auch mal ein Kleidchen. Ich wurde oft dafür gelobt wie ‚ordentlich‘ (*riap roi*) ich immer angezogen war, nie sah man mich in kurzer Hose. Dies wurde besonders herausgestellt, denn mein Auftreten schnitt im Vergleich mit den deutlich legerer gekleideten ausländischen Backpackerinnen und insbesondere mit der Bangkoker Jugend, die nicht mehr wisse, was sich gehöre, besser ab.

In Bangkok ist Kleidung aber nicht nur Ausdruck von Fashionbewusstsein, sondern auch ein Mittel der Distinktion. Mit ihrer Garderobe drückt die wohlhabende Bangkoker Oberklasse ihre Statuszugehörigkeit aus, wohingegen die urbane Mittelklasse mit ihrem äußeren Erscheinungsbild nach sozialer Anerkennung und sozialem Aufstieg streben. Die materielle Zurschaustellung oder Vorgabe von Reichtum ist verbunden mit sozialer Symbolik, auf die Prestige, politische Macht, Anerkennung von Freunden, beruflicher Erfolg oder zuvorkommender Service folgen:

„[T]he presentation of wealth is a lingua franca in Thai society. Its fundamental principles are that money and power are inseparable, and that an individual stands to gain the most if his or her wealth is communicated to others“ (Vorng 2017: 99).

In Chiang Khan sorgte derartiges Statusgehabe der High-Society (*hi-so*) immer wieder für Missmut. Dann, wenn sich Touristen trotz der hohen Cafédichte erkundigten, wo es denn den nächsten *Starbucks* gäbe. Phi Noi hatte vor ihrer Caféeröffnung eigens einen

mehrtägigen Kurs zur Kaffeezubereitung in Bangkok besucht, um ihre professionelle Kaffeemaschine bedienen und den gehobenen Ansprüchen gerecht werden zu können. Unmut wurde auch dann geäußert, wenn die Touristen die Schilder ignorierten, die sie freundlich darum baten beim Betreten der Läden ihre Schuhe auszuziehen. Als ich mich bei meiner Freundin Phi Bum am Telefon erkundigte, wie die Vermietung ihres Gästehauses „*Ban Naeo Non*“ läuft, berichtete sie mir von einem Pärchen, das sich über das Internet ein Wochenende eingebucht hatte. Als sie ankamen, stornierten sie umgehend, da ihrer Meinung nach die Fotos, die mein damaliger Freund eigens für die Buchungsplattform gemacht hatte, viel schöner seien als das, was sie vorfanden. Im Schlafzimmer hatten sie einen Gecko entdeckt, so dass sie keine Sekunde länger bleiben wollten. Phi Bum musste lachen, aber ihre Verbitterung war nicht zu überhören: „Wo, außer in den klimatisierten *condos* [Eigentumswohnungen] in Bangkok, gibt es denn keine Geckos? Hätten wir die etwa auch fotografieren sollen?“

Ya Goi deutete hingegen nicht nur einen Unterschied im statusbezogenen Lifestyle zwischen Stadt und Land an, sondern sie schrieb den Lebensstilen einen anderen Rhythmus zu. Während die Touristen nach dem Almosengang nochmal zu Bett gingen, hatte der Tag in Chiang Khan längst begonnen. Einige waren bereits um vier Uhr aufgestanden, um den Klebreis zuzubereiten. Auch deswegen waren bis in die Nacht trinkende Touristen nicht gern gesehen, da sie den Tagesrhythmus ihrer Gastgeber durcheinanderbrachten. Die langsame Lebensweise, die an das nostalgische Imaginär Chiang Khans geknüpft war (Kapitel 6), stand im Kontrast zur Schnelllebigkeit der Stadt. Während Ya Goi, ihre Nachbarinnen und ich meist fast eine Stunde lang am Straßenrand sitzen blieben bis alle Tempel ihre Runde gedreht hatten, standen die meisten Touristen auf, sobald eine Gruppe an Mönchen vorbeigelaufen war und sie Fotos von sich geschossen hatten. Das bestätigte Ya Goi in ihrer Sicht, dass die Städter immerzu in Eile seien, dass sie noch während sie den Segen entgegennahmen schon auf dem Sprung zur nächsten Attraktion Chiang Khans waren. Beim Massieren hatte sie sich darauf eingestellt: Normalerweise veranschlagte sie für eine Massage, die körperliche Leiden lösen sollte, zwei bis drei Stunden. Bei Touristen war sie sich schon sicher, dass sie nicht mehr als eine Stunde Zeit für eine Massage hätten. Das langsame Leben Chiang Khans hatte für Touristen durchaus seinen Reiz, aber dem normativen Ideal der Erholung kamen sie nach Meinung von Ya Goi und anderen nicht nahe (Abschnitt 6.2).

Dieses Stereotyp des großstädtischen Touristen, das in den Anfängen der touristischen Entwicklung Chiang Khans seine Berechtigung gehabt haben mag, hielt sich

hartnäckig, obwohl Phi Bums anstrengendste Kundin, die den grünen Tee zu süß fand und sich nicht selbstständig die herumliegenden Sitzkissen nehmen konnte, nicht aus dem entfernten, großen Bangkok, sondern aus der nahe gelegenen, kleinen Provinzstadt Loei kam. Auch dass Phi Iew als alleinerziehende Mutter neben ihrem Job bei der TAT und dem Haushaltswarenladen, den sie nach dem Tod ihrer Mutter weiterführte, morgens so in Eile war, dass sie den Mönchen das Essen in die Schalen legte, statt es in den Tempel zu bringen, entkräftete nicht die schematische Gegenüberstellung von Stadt und Land.

Mit Blick auf die sozialen Relationen zwischen Bangkok und dem Isan (Kapitel 3) ist es bemerkenswert, dass im Gegensatz zum nostalgischen Imaginär, nach dem sich Bangkok ein Bild von Chiang Khan machte, die Differenz zur Stadt aus Chiang Khan heraus formuliert wurde. Statt Gegenstand einer urbanen negativen Karikatur oder idealisierenden Romantisierung zu sein, schauten die Bewohner Chiang Khans – inklusive der Lifestyle Migranten, die sich entfremdet von der Stadt hierhin zurückgezogen hatten (Abschnitt 6.4) – ihrerseits mit herabwürdigenden Blick auf die Bangkoker Gesellschaftsverhältnisse.

7.3.2 Die gewollten Touristen aus dem Ausland

Ganz im Gegensatz zu den thailändischen Touristen waren die *farang* in Chiang Khan gerne gesehen.

„Wish you were here."

Mitten in der Regenzeit begleitete ich Phi Iew und ihre Kolleginnen zum wichtigsten Event im Jahreskalender der TAT Loei, zum *Phi Ta Khon* Festival[110] in Dan Sai. Die

[110] In der deutschsprachigen Pressemitteilung, die an die anwesenden Journalisten verteilt wurde, wird das *Phi Ta Khon* Festival als überlieferte traditionelle Zeremonie bezeichnet, die Teil der regionalen *Bun Lung* Feierlichkeit ist. *Bun Lung* vereint die religiösen Zeremonien *Bun Phra Wet* und *Bun Bang Fai*: „*Bun Phra Wet* ist eine religiöse Zeremonie, bei der die Menschen der Region traditionell zusammenkommen, um nacheinander 13 buddhistische Predigten zu hören. Die Menschen glauben, dass die Teilnehmer dadurch näher zu Lord Si-Ariya gebracht werden, dem nächsten Lord nach Buddha. *Bung Bang Fai*, das Festival das weithin als Raketenfest bekannt ist, wird gefeiert, um die Geister und Beschützer der Region zu verehren und sie um genügend Regen für die kommende Saison zu bitten." Höhepunkt der dreitägigen Feierlichkeiten ist eine Prozession bunt kostümierter Tänzer, die verhüllt in *Phi Ta Khon* Masken Geister der Toten symbolisieren: „Ursprung der *Phra Wet Prozession* ist eine buddhistische Legende. Sie erzählt vom Prinzen Vessandorn, der als vorletzte Inkarnation Buddhas gilt und beim Volk sehr beliebt war. Übermütig verließ er Loei eines Tages auf dem Rücken eines weißen Elefanten, um eine lange Reise zu unternehmen. Die Untertanen aber fürchteten, mit den weißen Elefanten – in Thailand ein heiliges Tier und Symbol königlicher Macht – werde sie auch das Glück verlassen und baten den König, er möge seinen Sohn zur Rückkehr bewegen. Als Prinz Vessandorn kurz darauf tatsächlich heimkehrte, wurde dies ausgelassen gefeiert – so laut, dass sogar die Geister der Toten erwachten und den Prinzen ihrerseits freudig willkommen hießen. Die bunte *Phi Ta Khon* Kostümierung symbolisiert die Anwesenheit dieser Geister."

TAT hatte in diesem Jahr zum ersten Mal einen kurzen Straßenabschnitt als *Walking Street* (wortspielerisch: *thanon phi khon doen*) mit Souvenirläden, Snackbuden und Informationsständen für die Touristen eingerichtet. Phi Iew hatte die Aufgabe den Aufbau zu koordinieren und den reibungslosen Ablauf zu gewährleisten, während sich die Direktorin der TAT Loei und die Direktorin der TAT Nordost, der Provinzgouverneur oder zahlreiche Journalisten über das Areal führen ließen, um Informationen über das Festival einzuholen. In der verbleibenden Zeit sollte ich ihr behilflich sein, Videomaterial für eine Kampagne der TAT zu sammeln. Wir mischten uns unter die teils dicht gedrängten Massen und hielten Ausschau nach den wenigen ausländischen Touristen, die den Weg hierhergefunden hatten. Ich sollte sie ansprechen und darum bitten für die Kamera aufzusagen, wie ihnen das *Phi Ta Khon* Festival gefällt. Abschließen sollten sie mit dem Satz „Wish you were here". Die meisten willigten ein und Phi Iew hielt die Aufnahme mit ihrem iPad fest.

Die Social-Media-Kampagne "Wish You were here"[111] startete die TAT 2012, um nach der Hochwasserkatastrophe des vorangegangenen Jahres bei internationalen Touristinnen um Zuversicht zu werben (Pichaya 2012). Auf Youtube veröffentlichte sie drei kurze Episoden aus Bangkok, Ayutthaya und Pattaya, in denen Touristinnen verschiedener Herkunftsländer ihre Euphorie für Thailand mitteilten und im mehrsprachigem „Wish you were here" die Mediengemeinde aufforderten auch nach Thailand zu kommen.

Ein Videoclip aus Dan Sai wurde wegen der schlechten Qualität unserer Dokumentation nie veröffentlicht, die Botschaft blieb mir aber in Erinnerung. In diesem Jahr fiel das *Phi Ta Khon* Festival nicht auf ein Wochenende. Den Termin ermittelte ein Medium und richtete sich zum Bedauern der Verkäufer nicht nach kommerziellen Interessen. Obwohl moniert wurde, dass weniger Zuschauer als sonst gekommen waren, drängten sich zur Parade Touristen und Anwohnerinnen dicht auf der Straße. Unter ihnen stachen jedoch wenige *farang* heraus, so dass Phi Iew und ich länger Ausschau halten mussten und Mühe hatten einige, die wir aus der Entfernung gesichtet hatten, im dichten Getümmel einzuholen. Trotz Bemühungen den Isan auch im internationalen Tourismus zu platzieren (Abschnitt 4.2.2) lag der Nordosten Thailands immer noch nicht auf der

[111] „Wish you were here": Episode 1 in Bangkok (https://www.youtube.com/watch?v=QT5lDfn7eFU) (Amazing Thailand 2012a), Episode 2 in Ayutthaya (https://www.youtube.com/watch?v=vKX7xYghSIw) (Amazing Thailand 2012b) und Episode 3 in Pattaya (https://www.youtube.com/watch?v=drn-HiuOSKk) (Amazing Thailand 2012c).

Hauptreiseroute der 25 Millionen ausländischen Touristen, die 2013 Thailand bereisten. *Wish you were here*.

Werben um die internationalen Touristen

Auch in Chiang Khan wünschte man sich trotz des Ansturms durch thailändische Besucherinnen mehr ausländische Gäste zu empfangen.

Pünktlich um 9 Uhr traf ich bei Pa Nang ein und wurde sogleich von ihr in Empfang genommen. Die vier Gremienmitgliederinnen der Thai Ecotourism and Adventure Travel Association *(TEATA) in Begleitung einer Vertreterin von der* Designated Areas for Sustainable Tourism Administration *(DASTA,* Abschnitt 6.2*) waren früher als angekündigt eingetroffen. Nach kurzer Vorstellung und Begrüßung versuchte ich herauszufinden, worum es bei diesem Treffen, zu dem mich Pa Nang so nachdrücklich dazu gebeten hatte, ging. TEATA, laut ihrer Homepage ein privatwirtschaftliches Netzwerk aus nachhaltig arbeitenden Tourenanbietern, die in Zusammenarbeit mit Regierungsstellen wie der TAT und lokalen Gemeinden den negativen Einfluss auf Natur und Kultur durch Tourismus minimieren wollen, war seit 2012 in Chiang Khan aktiv. Die Delegation war für fünf Tage in der Provinz Loei unterwegs, um Betreiber von Homestays in Sachen Sicherheit und Sauberkeit zu trainieren.*

Pa Nang, offenbar die Schnittstelle zwischen TEATA und den Chiang Khanern, hatte Schwierigkeiten gehabt genügend Interessierte an diesem Tag im Dezember, mitten in der Hochsaison, zusammenzutrommeln. Statt wie angedacht 30 Personen anzusprechen, waren außer mir nur Pa Nangs Schwester, ein Lehrer und Homestay-Betreiber aus der Nachbarschaft Pa Nangs und zwei Frauen, die selber kein Tourismus-geschäft betrieben, aber Pa Nang bei der Vorbereitung und Zubereitung lokaler Speisen an diesem Tag zur Seite standen, erschienen. Mehrmals erklärte Pa Nang sich, dass sie kurzfristig viele Absagen erhalten hatte, weil Übernachtungsgäste in Empfang genommen werden mussten. Nur hinter vorgehaltener Hand gestand sie weiter ein, dass kaum jemand einen persönlichen Gewinn für sich gesehen habe hieran teilzunehmen.

Nach einer kurzen Besichtigung einer Schneiderei, die aus den typischen karierten Stoffen Souvenirs für Touristen anfertigte, versammelten wir uns um einen Tisch auf der Terrasse von Pa Nangs Homestay. Wegen der niedrigen Temperaturen waren alle dick eingepackt in Winterjacken oder mindestens in zwei Pullovern und trugen Schals und Mützen. Immer noch frierend traten wir beim Zuhören von einem Fuß auf den anderen. Pa Nangs Helferinnen hatten Gewürze, Gemüse und Fleisch auf Schüsseln portioniert,

die Pa Nang benötigte, um die Zubereitung einer lokalen Speise zu demonstrieren. Khun Tharee, TEATA-Mitglied und Kochlehrerin, ergriff aber zunächst das Wort, während ihre Kolleginnen mitschrieben. Sie verwies darauf, dass es bei der Präsentation der Zutaten darauf ankäme, diese auch im ganzen, ungeschnittenen Zustand zu präsentieren. Die Touristinnen würden vieles schließlich nicht kennen und hätten sonst Schwierigkeiten sie in ihrem Heimatland nachzukaufen. Einige Gewürze griff sie heraus und zeigte andere Schnitttechniken, die das Aroma noch stärker herausholen würden. Was die Wahl des Fleisches anbetraf, stellte sie fest, dass es mit Blick auf die vielen muslimisch Gläubigen sinnvoller sei, auf Hühnerfleisch statt auf Schweinefleisch zurückzugreifen. Nach diesen einführenden Worten bereitete Pa Nang das Essen im Wok über einer Gaskartusche zu.

Noch war keine Mittagszeit, so dass das TEATA-Komitee es vorzog, zunächst die Homestays des Lehrers und von Pa Nang zu inspizieren, bevor sie das Essen probierten. Während der Führung durch die Räumlichkeiten kommentierte Khun Tharee, wie ich fand ungewöhnlich direkt, die aus ihrer Sicht offensichtlichen Mängel und bat darum, dass Pa Nang, weil so wenige gekommen waren, diese in ihrem Netzwerk in Chiang Khan verbreiten sollte. Unter anderem sprach Khun Tharee hervorstehende Nägel in den Holzwänden, nachlässig bezogene Bettwäsche und herumliegende Plastiktüten auf dem Gelände an. Sie selbst verhältnismäßig groß musste sich wie ich bei mancher Tür bücken, so dass sie fand, dass diese ruhig größer hätten ausfallen können, schließlich seien die Touristen auch eher hochgewachsen. Bereits am Morgen bei der Besichtigung der Schneiderei hatte sie mich beiseite genommen und auf den heruntergekommenen Zustand des Geländes, auf herumliegende alte Zeitungen und ein kaputtes Dach hingewiesen. Im selben Atemzug lud sie mich in ihre Unterkunft in Bangkok ein, dessen Sauberkeit „deutschem Standard“ entspreche. Pa Nang nahm die Ratschläge lächelnd entgegen und kommentierte nur, dass die vielen Baustellen in der Umgebung derzeit viel Staub aufwirbelten. Der Lehrer beklagte sich, dass die Touristen hier in Chiang Khan 5-Sterne Standards erwarten würden. So forderten sie beispielsweise in jedem Zimmer einen Fernseher. Khun Tharee fand, dass er dem nicht entsprechen müsse. Es könne zur Identität Chiang Khans gehören, dass man hier ohne Fernseher zu Bett geht. Das könnten die Touristen sonst nirgendwo anders finden. Auf seine Beschwerden, dass es schon vorgekommen sei, von Gästen beklaut zu werden, dass einige Gäste das Alkoholverbot auf der Chaikhong Straße ignorieren würden und dass Schilder, die auf das Ausziehen von Schuhen vor dem Betreten der Innenräume hinweisen, unberücksichtigt blieben, wurde nicht eingegangen (redigierter Auszug aus den Feldnotizen, 23.12.2013).

An diesem halben Tag prallten die Mitgliederinnen der TEATA, dessen unausgesprochene Zielgruppe ausländische Touristen waren, mit Chiang Khanern aufeinander, die von Sorgen im Umgang mit thailändischen Touristen geplagt waren (sofern sie nicht durch Abwesenheit bestachen, weil sie von der Tourismusarbeit eingenommen waren). Während den Lehrer beschäftigte, wie er dem Fehlverhalten seiner Gäste, die durch unhöfliches und zum Teil gar straffälliges Benehmen auffielen, begegnen sollte, hatte die Gruppe der TEATA im Sinn, wie den speziellen Bedürfnissen ausländischer Touristen besser entsprochen werden könnte.

Dass die Empfehlungen der TEATA an den gelebten Realitäten in Chiang Khan vorbeigingen, empfand nicht nur ich so. Einige Monate zuvor hatten meine Freundin Phi Bum und ihr Mann Phi Che Essen für eine Delegation der TEATA ausgerichtet, die das Potential Chiang Khans für nachhaltige Gruppenreisen eruieren wollte. Phi Che konnte das Feedback zu seinem Essen, in das er viele Gedanken investiert hatte und bei dessen Zubereitung er sichtlich aufging, nur schwer annehmen. Die TEATA empfahl zukünftig Löffel zu jeder Essensvariation, von der sich alle am Tisch bedienten, zu servieren. *Farang* fänden es möglicherweise befremdlich das Huhn mit den Fingern zu essen. Außerdem wurde moniert, dass der Kohl nicht mundgerecht geschnitten war, dass beim Obst Zahnstocher fehlten und dass es Älteren womöglich schwerfiel, während des gesamten Essens und des geplanten Begleitprogramms mit Kulturaufführungen der ethnischen Tai Dam am Boden zu sitzen. Phi Che konnte nicht nachvollziehen, dass die TEATA sich zwar für den Erhalt der lokalen Kultur aussprach, den Klebreis dann aber doch nicht mit den Händen essen ließ.

An dieser Stelle will ich nicht auf den Widerspruch hinaus, dass die TEATA als Prinzip die Beteiligung der lokalen Bevölkerung verfolgte[112] und daher wegen der vielen auswärtigen Investoren Bedenken bezüglich der Nachhaltigkeit Chiang Khans äußerte, selber aber in einem der extern geführten Boutique Hotels Zimmer angefragt hatte. Stattdessen verfolge ich das Paradoxon zwischen der aktiven Förderung des inländischen Tourismus auf der nationalen Ebene und der faktischen Vorrangstellung internationaler Touristen auf lokaler Ebene. Einerseits wurde inländischer Tourismus aktiv gefördert, als Kompensation zum krisenanfälligen internationalen Tourismus (Abschnitt 7.1.2) und als

[112] Auf ihrer Homepage heißt es: „The current trend of tourism is Eco Tourism, this kind of tourism shows a concern for environment, culture, tradition and sustainable interest of this planet earth. Sustainable tourism must be initiated and worked out to include natural resource conservation and a creative kind of tourism. Rather than tourism for pleasure alone. *The local people should participate in developing this kind of tourism* and in gaining economic interest from tourism at the same time" (TEATA o.J., meine Hervorh.).

Wert an sich innerhalb der thailändischen Gesellschaft (Abschnitt 6.1). Andererseits wurde ich vor der Pressekonferenz zu *Ok Phansa* als vermeintliche *farang* Touristin vom Distriktvorsteher bevorzugt begrüßt (Abschnitt 5.1.2). Ebenso wurde für die Eigenheiten der *farang* (Körpergröße, Essgewohnheiten, Serviceempfinden) von der TEATA besondere Berücksichtigung eingefordert.

2016 machte die TEATA offiziell, dass sie in Chiang Khan großes Potential sehe, eine neue Zielregion für den internationalen Ökotourismus zu werden (Suchat 2016a, 2016b). Auch der deutsche Markt, soll zukünftig das „versteckte Provinz-Juwel" (Grunwald 2016) und das „Traumland am Mekong" (Thailändisches Fremdenverkehrsamt 2016) entdecken. *Wish you were here.*

Farang *vs. Thais*

Es waren ausländische Touristen gewesen, mit denen die Chiang Khanerinnen ihre ersten Erfahrungen als Gastgeber sammelten. Sie waren in guter Erinnerung geblieben. Phi Iew hatte beispielsweise nicht vergessen, dass sie während ihrer Schulzeit von ihrer Lehrerin aufgefordert wurde, die *farang* anzusprechen, um ihr Englisch im Gespräch zu üben. Ausgestattet mit einem Katalog aus 40 bis 50 Fragen musste sie damals losziehen und die Fremden interviewen. Auch die Dozentin, die sich für die Gruppe „*Chiang Khan Hak Meuang*" engagierte, entsann sich, wie sich in ihrer Kindheit alle untereinander kannten:

> „Nur wenige, die von außerhalb nach Chiang Khan gekommen waren, lebten damals hier. Immer wenn jemand von woanders kam, egal ob *farang* oder woanders her, dann waren wir aufgeregt. Wir wollten sie ausfragen, uns mit ihnen unterhalten, haben sie angelächelt. Das war früher" (Interview 17.01.2014).

Die ausländischen Backpacker waren die Wegbereiter, denen die ersten Touristen hinterher reisten. Der Journalist der Zeitschrift „Nature Explorer" eröffnete seine Entdeckungsgeschichte der Stille Chiang Khans mit den Worten: „Ich war an dem Ort angekommen, der gerade unter Backpackern und Mountainbikern wirklich extrem populär ist" (Piyaruethai 2006: 84; Abschnitt 4.3.1). Für die Chiang Khaner dienten die *farang* als Folie, vor dessen Hintergrund die Performanz der thailändischen Touristen bewertet wurde und vor der eigene Reisevorlieben formuliert wurden. So erklärte mir der Vorsitzende aller sechs Dorfvorsteher, der sich trotz Hochsaison bereit erklärte hatte, meine Fragen zu seinen Aufgaben und zu seiner Sichtweise auf die touristische Entwicklung zu beantworten, dass er selber gerne reise. Schließlich müsse auch er sich von der vielen Arbeit erholen. Er betonte aber, dass er lieber wie die *farang* entspanne, denn Thais, so führte er mir vor Augen, verstehen nichts vom Reisen.

Während unseres Gespräches, während sich die Autos auf der Straße stauten und der *7 Eleven* mit leer gekauften Regalen kämpfte, wurden wir immer wieder vom Klingeln seines Handys unterbrochen. Nach der x-ten Anruferin, die sich nach einem freien Zimmer in seinem Resort, das er seit drei Jahren nebenher betrieb, konnte er nicht mehr an sich halten:

> „Siehst du, so kann der Tourismus in Chiang Khan nicht funktionieren. Sie können nicht reisen. Eben am Telefon haben sie nicht mal ausgesprochen, dass sie für den 28./29. reservieren wollen. Ich habe ihnen gleich gesagt, dass hier am 28./29. ausgebucht ist. Das ganze Land reist am 28./29. Sie kommen für nur einen Tag. Gestern Nacht war meine Unterkunft frei, heute auch. Auch am 25./26./27. In ganz Chiang Khan. Sie können nicht reisen, sie kommen nicht, um zu entspannen. Auf der Hinfahrt sind die Straßen voll. Normalerweise braucht man von Bangkok hierher zehn Stunden, momentan muss man 15 Stunden einplanen. Sobald sie ankommen, konkurrieren sie auf der Suche nach Unterkünften und Restaurants. Und dann fahren alle in langer Schlange wieder zurück nach Bangkok. Das soll Spaß machen? Würden sie heute fahren, würden sie von Bangkok aus durchfahren können. Thais verstehen es nicht zu reisen. In einem Jahr gibt es so viele Möglichkeiten für sie die Arbeit niederzulegen, aber alle reisen zur gleichen Zeit. In der heißen Jahreszeit fahren alle ans Meer, in der kalten Jahreszeit alle gleichzeitig gen Norden. Sie können mit ihrer eigenen Zeit nicht umgehen. Ganz anders als die Ausländer: Sie legen die Arbeit nieder, entspannen für sieben Tage. Egal wo, im eigenen Land oder in einem anderen. Thais können mit dem Wort Entspannung nichts anfangen. [...] Thais reisen nur, um zu sehen, nicht um sich einzufühlen (*suem sap*) – schnell hin, schnell sehen, schnell zurück. Sie reisen nicht, um alles aufzusaugen, sich weiterzubilden, sich weiterzuentwickeln, sich zu entspannen. Sie kommen hier abends aus Bangkok an, spazieren die *Walking Street* entlang, stehen um 7 Uhr auf und fahren zurück. Hin und zurück sitzen sie für 20 Stunden im Auto, um sechs Stunden in Chiang Khan zu verbringen. Die Ausländer hingegen fliegen her, entspannen sich, fliegen zurück und arbeiten wieder ein Jahr lang“ (Interview 19.12.2013).

Wie zur Bestätigung klingelte wieder die sanfte Melodie seines Handys. Dieses Mal ließ sich der Anrufer nicht abwimmeln, sondern erkundigte sich, ob es nicht die Möglichkeit gäbe im Garten des Resorts wenigstens ein Zelt aufzustellen. Platz dafür hätte er, aber der Subdistriktvorsitzende riet energisch davon ab gerade an diesem Wochenende nach Chiang Khan zu kommen.

Diese Gegenüberstellung von Thais und *farang* war nicht neu für mich. Wann immer es um die Performanz der Touristen ging, wurde nicht nur zwischen den ersten und jetzigen thailändischen Touristinnen unterschieden (Abschnitt 6.2), sondern das Reiseverhalten der eigenen Landsleute wurde auch mit dem der *farang* kontrastiert. Dabei waren es durchweg die fremderen *farang*, die dem normativen Ideal von Erholung (*phak phon*) näherkamen.

In der Diskussionsrunde „Auf der Suche nach Chiang Khan“ des Fernsehsenders Thai PBS (Kap. 5.3.3) wurde Khun Ben als Betreiberin eines Gästehauses mit eigener Küche, dessen Menü sich wie das der Backpacker-Lokale in der Touristenhochburg Chiang Mai las, aufgefordert zum Wandel Chiang Khans Stellung zu beziehen. Sie war diejenige, die darum gebeten hatte, den städtischen Touristen das richtige Verhalten beim Almosengang beizubringen. Dieses Mal stieg sie ein mit der Bemerkung, dass sie die Bezeichnung ‚Stadt zum Erholen‘ (*mueang phak phon*) vorziehe. Würde Chiang Khan ‚Tourismusstadt‘ (*mueang thong thiao*) genannt werden, dann wecke das falsche Erwartungen. Diese Gefahr sehe sie vor allem bei der neuen Zielgruppe der Thais:

> „Die ausländischen Touristen unterscheiden sich in ihrer Reisekultur von uns. Sie reisen, weil sie interessiert sind, weil sie wirklich in das lokale Leben und die Kultur eintauchen wollen. Sie reisen, weil sie das sehen wollen, was sie noch nie gesehen haben. Wie man Reis erntet, Felder bestellt. Das, was wir bei uns jeden Tag machen und oft sehen. Das ist, was sie sehen wollen. Das Befinden von ausländischen und thailändischen ist unterschiedlich. Thais, so muss man wohl sagen, reisen dem Trend hinterher. Ist doch richtig, oder?

Die Moderatorin hakte nach, ob die thailändischen Touristen denn in Chiang Khan eine Tourismusstadt oder eine Stadt zum Erholen sähen. Khun Ben antwortete:

> „Wir beobachten, dass sie auf Chiang Khan als Tourismusstadt schauen. Vielleicht kommt das auch daher, was wir ihnen vermitteln: ‚Kommt nach Chiang Khan, hier gibt es dieses und jenes Reisenswerte.‘ […] Sie erwarten Annehmlichkeiten. Unterkünfte, die vorher ohne Klimaanlage und privatem Bad auskamen, müssen nun Klimaanlage haben, Boutique sein, schön sein, fotogen sein. Nach dem Motto: Auf Facebook hochladen. Ist es schön dekoriert? Dann sofort einchecken!“

Wer auch immer auf die Unterschiede zwischen Thais und *farang* zu sprechen kam, übereinstimmend hieß es, dass die ausländischen Touristen wüssten, wie sie entspannen. Einem Thai Sprichwort zufolge verstünden sie es, in der Stadt, in der alle mit den Augen zwinkern, ebenfalls zu zwinkern.[113] Sie wären oft für länger geblieben, hätten ein Buch gelesen oder am Mekong Landschaftsbilder gemalt. Thais würden reisen, um Menschenansammlungen zu bestaunen oder am liebsten nur um zu shoppen. *Farang* würden individuell reisen, sich vorab beispielsweise im „Lonely Planet“ gut informieren, während Thais herkämen und sich wundern würden, warum es hier nichts zu sehen gebe. Das erklärt, warum meine Freunde sich für ihr „*Ban Naeo Non*“ ausländische Touristen als Gäste wünschten, obwohl die alten Backpacker-Unterkünfte, wie die von Pa Pim, vom

[113] „Wenn man eine Stadt betritt, wo die Bürger mit den Augen zwinkern, muss man mitzwinkern“ (*khao mueang ta lio tong lio ta tam*).

Untergang bedroht waren. Phi Che und Phi Bum erwarteten keinen finanziellen, wohl aber einen persönlichen Gewinn. *Wish you were here*.

7.3.3 Touristische Performanzen vis-à-vis dem Westen und der Stadt

Chiang Khan war nicht der einzige Ort, an dem inländische Touristen argwöhnisch beäugt wurden. Am Taj Mahal echauffierte sich Edensors Gesprächspartnerin Linda, dass Inderinnen „crap tourists“ (Edensor 1998: 126; Abschnitt 6.2) seien. Das vietnamesische Dalat, ein ehemaliger kolonialzeitlicher Höhenkurort, erfreute sich unter Vietnamesen aufgrund des für tropische Verhältnisse ungewöhnlich kühlen Klimas, der atypischen Vegetation sowie der Relikte französischer Architektur großer Beliebtheit. Aber was für Vietnamesen romantisch anmutete, fand ähnlich wie die nostalgische Inszenierung Chiang Khans (Abschnitt 5.3.1) seitens der westlichen Touristen wenig Beachtung oder wurde als Kitsch herabgewürdigt. Der „Lonely Planet“ verunglimpfte etwa die „circus-style ‚tourist attractions‘“ (Storey/ Florence 2001: 421, zitiert in Alneng 2002: 134). Für Alneng demonstriert dies,

> „how natives-as-tourists […] are rendered inauthentic by their inability to perform according to modernist ideals. […] Overall the attitude seems to be that, ideally the natives should not be tourists but if they still are, they should at least do it right“ (2002: 134).

Immerhin, so fügt Alneng zynisch hinzu, erhielten die Vietnamesen von ihrem westlichen Gegenüber noch das Label ‚Tourist‘; dies sei mehr als ihnen der durchschnittliche Tourismusforscher zugestanden habe (2002: 134; Abschnitt 1.2.1).

In Chiang Khan mokierten sich zwar auch einige europäische Gäste über das „Disneyland“ oder den „Ballermann“ (Kap. 5.3.1). Es waren aber in erster Linie die Thais, die ihren eigenen Landsleuten absprachen (gute) Touristinnen zu sein. Hitchcock und Putra (2008), die Businesstreibende auf Bali zum sich verändernden Besucherprofil seit den Bombenanschlägen in den Jahren 2002 und 2005 befragten, vermuten, dass sich hinter den Klagen dort über inländischen Touristen regionale Rivalitäten verbergen. Denn die größte Frustration über die ‚neuen‘ Touristen aus den asiatischen Ländern Taiwan, China, Korea oder Indonesien, die die Lücke der fernbleibenden ‚alten‘ Touristen aus Europa, Australien oder Japan füllten, entlud sich an den Indonesiern:

> „Homegrown tourists may come in for slightly more criticism than the others precisely because they are more familiar to the Balinese, who may thus feel less shy about voicing their opinions about them. Given that many are from Java and mainly Jakarta, there may also be a touch of rivalry in these comments“ (Hitchcock/ Putra 2008: 218).

Innerhalb derartiger ‚Rivalitäten' zwischen der Hauptstadt und der Provinz erfolgte auch die Einordnung der Touristinnen durch die Chiang Khaner. Indem sie ihr normatives Verständnis von ‚guten' Touristen formulierten, verhandelten sie ihre Rolle als Isaner gegenüber dem Hegemonieanspruch Bangkoks. Die Aufwertung von Stadt-Land-Mobilitäten ermöglichte ihnen ihren „host gaze" (Y. W. Chan 2006: 194; Abschnitt 6.2) aus dem Isan auf die Stadt zu richten – demgegenüber waren sie durch etablierte Land-Stadt-Mobilitäten lange den Herabwürdigungen der Städterinnen in Bangkok ausgesetzt. Diesem Blick der Stadt aufs Land begegnete Chiang Khan, indem es sein Augenmerk über die Touristen nun auf Bangkok richtete. Mit ihren Klagen über das Fehlverhalten und schlechte Benehmen der Touristen beteiligten sie sich an überwiegend stadtzentristisch geführten Debatten um Thailands Modernisierungs- und Entwicklungskurs und übten indirekt Kritik am Fortgang der Urbanisierung sowie der Dominanz und den Ansprüchen der urbanen Mittel- und Oberklassen. Darin wird nochmals deutlich, dass die Chiang Khaner nicht in einer passiven Rolle als Gastgeber und Subjekte des nostalgischen Imaginärs gefangen waren, sondern sich aktiv und ‚kosmopolitisch' (Keyes 2012a) daran beteiligten die sozio-räumlichen Grenzen zwischen Stadt und Land aufrecht zu erhalten. Während in Bangkok Klassen- und Statusgrenzen auch räumliche Grenzen schaffen – indem beispielsweise exklusive Shopping Malls der High Society vorbehalten sind (Vorng 2017: 123f) – hat der inländische Tourismus räumliche Grenzen zwischen Stadt und Land aufgehoben, ohne jedoch zum Abbau sozialer Grenzziehungen zwischen urbanen und ruralen Lebenswelten beizutragen.

Einschränkend muss an dieser Stelle mit Yuk Wah Chan darauf verwiesen werden, dass touristische Begegnungen in hohem Maße ortsspezifisch sind:

> „All people are situated subjects, and they move with a baggage of historical and cultural imprints which shape their 'situatedness' and condition their interactions with others. Tourists and hosts have differing perceptions and presumptions about 'other' peoples and places, which in turn affect the way they interact and behave in tourism space" (Y.W. Chan 2009: 74).

Im gleichsam unter inländischen wie internationalen Touristen beliebten Chiang Mai im Norden Thailands stechen etwa die chinesischen Touristen als die ‚Anderen' aus der Masse hervor. In den thailändischen Social Media, ebenso wie in der englischsprachigen Presse, entbrannte über das unangepasste Verhalten der derzeit lukrativsten

Touristengruppe eine „online *dis*-like campaign“ (Austin 2015a).[114] Ähnliche negative Stereotypisierungen der Chinesen hat Yuk Wah Chan in Singapur, Hong Kong und Vietnam beobachtet:

> „As Westerners become part of the norm in the Asian tourism space, the Chinese are beginning to constitute a new category of ‘aliens’ for the Asian hosts, to be policed by strict rules and regulations“ (2009: 74).

In Chiang Khan waren lange eher die *farang* die ‚Norm‘ – man kannte sie als Touristen, Ehemänner oder UN-Mitarbeiter – während die Massen der Städter ungewohnt ‚fremd‘ daherkamen. In Interaktionen mit westlichen Touristen mussten zwar so manches Mal Sprachbarrieren überwunden werden (meist wurde ich in diesem Fall hinzugezogen), nie habe ich aber beobachtet, dass es zu sozialen Grenzziehungen wie gegenüber den thailändischen Touristen gekommen ist. Dass die ausländischen Touristen nicht mit den negativen Folgewirkungen in Verbindung gebracht wurden, liegt zugegebenermaßen offenkundig daran, dass Chiang Khan im Isan abseits der ausgetretenen Pfade liegt und nur einen Bruchteil der internationalen Ankünfte anzieht. In den differenzierenden Beurteilungen der Touristen machte die zahlenmäßige Präsenz aber nicht den Unterschied aus. Selbst bei Busreisenden wurde weniger das geballte Auftreten einer größeren Gruppe moniert; die störende Performanz wurde vordergründig auf das Thai-, sprich Städtisch-Sein zurückgeführt.

Vis-à-vis diesen Anderen aus der Stadt gründete sich die paradox anmutende Vertrautheit zu den europäisch-amerikanischen Touristen, so lege ich Pattana (2010) folgend aus, in einem generellen Verhältnis Siams beziehungsweise Thailands zum ‚Westen‘. Dieses ist von „ambiguous allure“ (Harrison/ Jackson 2010) geprägt: Es bewegte sich zwischen Bedrohung und Reiz, Verachtung und Bewunderung, Abkehr und Nachahmung. Über vier Jahrhunderte der Selbstmodernisierung bildeten *farang* den „ethnocultural mirror that measures the imagined hierarchical distance between ‚We-Self‘ and the constructed Western ‚Other‘“ (Pattana 2010: 58). Pattana zufolge waren Westler ein „Occidentalist construct“ (2010: 59) erst der siamesischen Eliten und später

[114] Chinesische Touristinnen würden demnach unangenehm auffallen, indem sie Glocken in der berühmtesten und heiligsten Tempelanlage Chiang Mais mit Füßen kickten (Khaosod English 2015a), ihre Füße (den Teil des Körpers, den Thais als besonders unrein betrachten) im Handwaschbecken wuschen (Prasit 2015) oder sich am Flughafen in der Schlange vordrängelten (Nettikkara, Ni, A. Chan 2015; vgl. Austin 2015a, 2015b; Lefevre 2015). Aus Sicht der Verantwortlichen setzte man trotz der Ressentiments auf chinesische Touristen: „We have to endure because having tourists is better than having no tourists at all”, kommentierte der stellvertretende Regierungssprecher die Vorkommnisse (Lefevre 2015). Während die thailändische Regierung Knigge-Handbücher an chinesische Touristinnen austeilen ließ (Lefevre 2015), wandte sich die TAT mit einer Marketingkampagne auf Weibo, dem größten chinesischen Mikroblogging-Dienst, gar eigens an den chinesischen Markt (PATA 2015; vgl. Austin 2015a, 2015b).

der Popkultur und wurden, ihrer Fremdartigkeit beraubt, zum Maßstab für die Herausbildung einer thailändischen Identität: „I see *farang* as compelling and productive site to produce meanings about and valuations of what it signifies to be Thai today“ (2010: 74).

In diesem Sinne wurden *farang* zur Projektionsfläche, vor dessen Hintergrund die Thais nicht nur ihre Rolle als Touristen definierten, sondern auch gesellschaftliche Werte im urbanisierten Thailand ausmachten. Die Abwendung Chiang Khans von der Stadt ging daher nicht mit einer Abkehr vom Westen einher. Dies ist ein wensentlicher Unterschied zu einigen der in Kapitel 4 angeführten Nostalgiediskurse, die sich aus nationalistischen Bewegungen entwickelten, die insbesondere im Zusammenhang mit der Asiatischen Finanzkrise eine zunehmende Vereinnahmung durch den Westen anprangerten.

In der folgenden Schlussbetrachtung plädiere ich dafür, dass die Tatsache, dass Thais ihre Rollen als Gastgeber und Touristen in Auseinandersetzung mit den Performanzen der *farang* ausfüllten, zu einer Tourismusforschung führen muss, die nicht in Dichotomien zwischen internationalem und inländischem oder westlichem und nicht-westlichem Tourismus verfällt.

7.4 Westlicher und nicht-westlicher Tourismus in Relation

Erik Cohen zufolge hat sich der thailändische Inlandstourismus nicht nur historisch unabhängig vom westlich-internationalen Tourismus entwickelt (Abschnitt 4.2.1), sondern zeichnet sich auch durch abweichende Reisemotivationen aus. Den thailändischen Tourismus charakterisiert er als überwiegend hedonistisch. Streben nach *sanuk* (Spaß) überwiegt gegenüber einem westlichen Anspruch an Authentizität (2014a: 255f, vgl. Evrad/ Prasit 2009: 250). Weitere Unterschiede zwischen thailändischen und westlichen Touristen sind Erik Cohen zufolge:

> „[T]he former [the Thai] show a preference for ordered […], ‘cosmicised’ settings, such as gardens, over chaotic wilderness (*pa*); a tendency to perceive the natural environment as an amenity for pleasant socializing, rather than an ‘attraction’ of intrinsic value; a preference for brief excursions, particularly over the weekends, over extended vacations, a preference for resorts in hilly inland area, oriented to local visitors, rather than foreigners; and a different leisure style in destinations shared with foreigners” (2014a: 256).

Selbst an Orten, die im internationalen wie inländischen Tourismus gleichermaßen attraktiv sind, wie die Strände der Andamanensee und des Golfs von Thailand, gibt es Erik Cohen zufolge aufgrund unterschiedlicher Ansprüche an den Meeresurlaub kaum Berührungspunkte. Noch vor der ‚Entdeckung‘ der südlichen Inseln wie Phuket oder

Samui durch westliche Backpacker, hatte die thailändische Monarchie Anfang des 20. Jahrhunderts Seebäder wie Hua Hin als Sommerresidenz auserkoren und als Freizeitareale für die thailändische Mittelklasse erschlossen (2014a: 247f; vgl. Hamilton 1994). Die ersten ausländischen Touristen suchten hingegen nicht die schattigen Strände auf, die die Thais als Szenerie zum Ausruhen und gemeinsamen Essen schätzten, sondern bevorzugten weiße, höchstens von ein paar Palmen gesäumte Sandstrände, die der Beschreibung eines ‚tropischen Paradieses' am nächsten kamen (E. Cohen 2014a: 247f). Diese in zeitlicher und räumlicher Hinsicht divergierenden Reisemuster legen Erik Cohen zufolge nahe, dass sich mit dem thailändischen Inlandstourismus ein „separate domestic tourist system" (2014a: 248) mit wenig Berührungspunkten zum westlichen Tourismus entwickelt hat.

Anzeichen dieser sozialen und räumlichen Segregation lassen sich auch mit Blick auf die Genese des Tourismus in Chiang Khan nachweisen: Mit dem Wachstum des inländischen Tourismus wurden westliche Backpackerinnen verdrängt und diejenigen, die trotzdem kamen, orientierten sich an den noch vorhandenen Strukturen. So blieben sie Pa Pim und ihrem Gästehaus treu und missachteten die neueren, gehobeneren Unterkünfte. Dass aber die *farang* in Chiang Khan einen wesentlichen und positiven Bezugspunkt für die Herausbildung und Begutachtung thailändischer Tourismusperformanzen bildeten, suggeriert jedoch Interdependenzen zwischen beiden ‚Systemen'. Wie an vielen anderen Orten betraten westliche Touristen als erste die Bühne und bildeten lange den einzigen Vergleichspunkt bevor immer mehr Chinesen wie in Chiang Mai oder Thais wie in Chiang Khan die Szenerien prägten. Dabei waren die *farang* den kritischen Blicken ihrer thailändischen Gastgeber, selbst angehende Touristen, unterworfen. Wie beim Subdistriktvorsteher, der lieber wie die *farang* entspannt, statt sich wie die Thais den Massen anzuschließen, flossen die Reflektionen, Urteile und Stereotype über die *farang* in das Finden einer eigenen touristischen Identität oder zumindest in ein Werturteil über ‚gute' touristische Performanz ein. Westliche und asiatische touristische Mobilitäten sind daher nicht voneinander getrennt, sondern in gegenseitiger Wechselbeziehung zueinander zu betrachten. Ich schließe mich daher E. Cohen und S.A. Cohen (2015a: 14) an, die vor einer Aufspaltung zwischen der Tourismusforschung in Paradigmen für westlichen und nicht-westlichen Tourismus warnen.

8 Schlussbetrachtung

> „Vielleicht darf ich sagen, dass Chiang Khaner eine große Gruppe der Bevölkerung repräsentieren, die typische Charakteristika für die Dörfer hier haben: Sie sind schlampig, unverantwortlich, unpünktlich. Sie halten ihre Versprechen nicht, sind missgünstig und gierig. Sie wollen reich sein, sind aber faul. Sie wissen wenig und sehen wenig. Aber sie sind dickköpfig und sollten nicht einfach belehrbar sein. Sie sind abergläubisch […].“[115]

Dieser Facebook-Post eines Bangkoker Geschäftsmannes, der über ein weiteres Internet-Diskussionsforum landesweit geteilt wurde und nicht nur online einen Shitstorm auslöste, sondern auch in Chiang Khan für Empörung sorgte, illustriert eindrücklich, wie in Thailand eine Kluft zwischen Stadt und Land manifestiert wird. Trotz des nostalgischen Klimas, das die ländlichen Provinzen im Ansehen aufwertete und für Großstadtgeplagte als Erholungsperipherien zugänglich machte, war die historisch verankerte Vormachtstellung Bangkoks insbesondere gegenüber den nordöstlichen Provinzen der Isan-Region nach wie vor alltagsprägende Realität. Innerhalb dieser sozio-räumlichen Hierarchie gestalten sich im gegenwärtigen Thailand der Zugang zu materiellen und symbolischen Ressourcen, werden Statusunterschiede festgemacht und politische Polarisierungen zwischen ‚Rothemden‘ und ‚Gelbhemden‘ begünstigt. In diese politisierte Raumordnung betteten sich, so habe ich argumentiert, auch die touristischen Narrative, bildlichen Inszenierungen und Begegnungen des Inlandstourismus in Chiang Khan ein.

8.1 Dialektische Aufrechterhaltung von Stadt und Land

Meine Ethnografie hat durchweg das Paradoxon nachgezeichnet, demzufolge der inländische Tourismus und damit verwobene Mobilitäten einerseits Grenzen zwischen Stadt und Land beständig transzendieren und verwischen, sowie andererseits Stadt und Land als Ordnungskategorien des Sozialen kontinuierlich reproduzieren. Stadt und Land mobilisieren und werden zugleich in der Mobilität festgeschrieben. Mit ihnen werden mitunter konträre Assoziationen verknüpft, die gegenläufige Ortswechsel veranlassen. Während etwa Arbeitsmigranten die Stadt in der Hoffnung auf Arbeit aufsuchen, fliehen Großstädter aus ihrem urbanen Arbeitsalltag aufs Land.

[115] Dieses Zitat stammt aus einem Facebook-Post, der auf einer beliebten Online-Diskussionsplattform gegen den Willen des Verfassers publik gemacht wurde. Um den Verfasser zu schützen bilde ich hier nur ab, was öffentlich lesbar war (inzwischen ist der Post gelöscht) und nenne keinen Namen und keine Quelle.

Eine Spaltung in Stadt und Land wird dabei von beiden Seiten aufrechterhalten. Bangkoker Touristen hielten aus der hegemonialen Position der Stadt die Trennung zum Land aufrecht, indem sie Chiang Khan als Dorf außerhalb der Zeit imaginierten. Aber auch Chiang Khaner hielten ihrerseits an fest besetzten Raumkategorien fest: Statt die augenblicklichen Veränderungen als Transformation ihrer ländlichen Lebenswelt zu begreifen, beschrieben sie den touristischen Wandel als Vormarsch des Städtischen. Auch in der Evaluation touristischer Performanzen griffen sie auf starre Vorstellungen zurück und deuteten das unangepasste Verhalten ihrer thailändischen Gäste zu einem negativen Zerrbild städtischer Mentalitäten um.

Es war daher nur aus einer dialektischen Perspektive (Tabelle 8.1) möglich, zu verstehen, wie das touristische Imaginär des altertümlichen Chiang Khans (*mueang boran*) und normative Ansprüche an touristische Performanzen im erholsamen Chiang Khan (*mueang phak phon*) sich innerhalb dieser Stadt-Land-Relationen ereigneten. In der Dialektik werden stadtzentrierte Diskurse nicht als fälschliche Verzerrungen abgetan, sondern als wirksam begriffen, jedoch zugleich um ‚provinzialisierte' Wirklichkeiten korrigiert. Stadtzentrierte Diskurse waren insofern wirksam, als die nostalgische Suche nach dem im modernisierten Thailand verloren Geglaubtem Motor für die Entwicklung des inländischen Tourismus war. Sie waren wirksam, weil das aus dem Lehnstuhl heraus formulierte Imaginär eines altertümlichen, im Lokalen verhafteten Dorfes jährlich Hunderttausende veranlasste, nach Chiang Khan aufzubrechen, um eine ländliche Vergangenheit zu erfahren, die die wenigsten Städter noch selbst erlebt hatten. Sie waren wirksam, weil die Nostalgie der Touristen ironischerweise den irreversiblen Abriss der alten Holzhäuser zur Folge hatte, die Chiang Khan erst seinen nostalgischen Charme verliehen hatten. In dieser stadtzentristischen Wahrnehmung wird ignoriert, dass Chiang Khan in unmittelbarer Gleichzeitigkeit zu Bangkok existiert. Sie negiert zudem, dass Chiang Khan einen eigenen Standpunkt in den Stadt-Land-Relationen für sich beansprucht. Auf das Schwinden der Holzhäuser reagierten viele Chiang Khanerinnen mit einer eigenen sehnsüchtigen Retrospektive auf bessere Zeiten vor dem Tourismus. Ihre rurale Nostalgie entpuppte sich gleichermaßen als transformative Kraft, die an alten wie neuen Häusern Spuren hinterließen.

Wenn daher stadtzentrierte Diskurse statische Ideen vom zeitlosen, lokal beschränkten, landwirtschaftlichen und müßiggängerischen Dorfleben produzieren, dann betont die ‚provinzialisierte' Sicht die gegenwärtigen Dynamiken, die die Landbevölkerung in größere wirtschaftliche und politische Prozesse verwickelt. Die

Dialektik entwirft ein komplexes Bild vom Ringen um soziale Hierarchien, ökonomische Verteilungsgerechtigkeiten und politische Machtbefugnisse in der thailändischen Gesellschaft.

Tabelle 8.1 Dialektische Aufrechterhaltung von Stadt und Land

stadtzentristisch	**provinzialisiert**
noch nicht – immer noch – nach wie vor	*nicht mehr – schon zu sehr – noch nicht gänzlich*
vergangen	gegenwärtig
Verlust der Anderen	eigener Verlust
zeitlos	veränderlich
lokal	„kosmopolitisch“
landwirtschaftlich	wirtschaftliche Diversität
dörflich	‚dissoziiert‘ & verstädtert
langsam	hektisch
erholsam	arbeitsam
ideologisch: selbstgenügsam	erneuernd & bewahrend
valorisierend & unterdrückend	kritisierend & behauptend
politische Rolle: limitiert	politische Rolle: aufbegehrend
verlangsamt	zu schnell

Wie genau Stadt und Land als sinngebende Betrachtungsweisen in Chiang Khan aufrechterhalten wurden, soll im Folgenden in dieser räumlich-zeitlichen Dialektik weiter ausgeführt werden. Was hier im Spezifischen ausformuliert wird, soll auf einer generellen Ebene dazu beitragen, Stadtethnografie neu zu denken: ‚Stadt‘ sollte nicht nur in und aus dessen geografischer Räumlichkeit erforscht werden. In diskursiven, symbolischen und materiellen Formen entfaltet sich das Städtische auch in Imaginationen und gesellschaftlichen Wertedebatten, die jenseits von dem, wo die Stadt verortet wird, gedacht werden, Wirklichkeiten entfalten und soziale Grenzen markieren.

8.1.1 Das urbane Imaginär von der altertümlichen Stadt in zeitlicher Dialektik

Das touristische Imaginär vom altertümlichen Chiang Khan bezog seine Popularität aus intellektuellen und royal-nationalistischen Diskursen, die das Verhältnis zwischen Stadt und Land angesichts der Umwälzungen, die der Übergang vom agrarisch geprägten zum

industrialisierten Thailand mit sich brachte, nicht nur hierarchisch, sondern auch zeitlich (neu) anordneten. Während sich das ökonomische, politische und kulturelle Leben auf Bangkok konzentrierte – sich neue Wirtschaftszweige in und um die Hauptstadt ansiedelten, Migrantinnen aus den Provinzen in der Hoffnung auf Arbeit dorthin strömten, sich durch den Aufschwung eine urbane Mittelklasse als wesentliche Kraft der öffentlichen Meinung formierte – richtete sich in kritischen Auseinandersetzungen mit den Begleiterscheinungen der Globalisierung (*lokanuwat*) und Moderne (*than samai*) das Augenmerk auf die ruralen Provinzen. Weil in den ländlichen Gebieten noch die gesellschaftliche Ordnung aus der Zeit vor der Modernitätskrise erhalten schien, wurde ihnen die Gleichzeitigkeit zur Stadt abgesprochen. Als Überbleibsel einer besseren Vergangenheit wurden sie zu zukunftsweisenden Idealbildern aufgewertet. Aus räumlichen Sphären des ‚*noch nicht*' wurden Gegenden des ‚*immer noch*'. Statt noch nicht zivilisiert, noch nicht entwickelt oder noch nicht modern zu sein, avancierte insbesondere der Nordosten Thailands zu einer Region, die immer noch für dörflich und landwirtschaftlich, immer noch für authentisch Thai, immer noch für ruhig, immer noch für lokalitäts- und geschichtsorientiert gehalten wurde. In Chiang Khan entdeckten die ersten Touristinnen einen Ort, der immer noch von alten und verwitterten Holzhäusern gesäumt war; in dem man immer noch Anzeichen einer Zeit erkannte, als der Handel über Wasser erfolgte und städtische Infrastruktur noch positiv besetzt war; in dem die Bevölkerung immer noch an althergebrachte Traditionen wie *phasat loi khro* („Floß zum Wegtreiben des Schicksals") glaubte und in dem man immer noch am einzigartigen Almosengang mit Klebreis partizipieren konnte.

An die Würdigung des ‚*immer noch*' knüpften sich ideologisch-moralische Forderungen des ‚*nach wie vor*'. Chiang Khan sollte nach wie vor aus alten Holzhäusern bestehen und nach wie vor seine Traditionen erhalten. Die vom verstorbenen König Bhumibol ausgearbeitete Suffizienzwirtschaft verwehrte der Landbevölkerung die Gleichzeitigkeit zur Stadt nicht nur in der Gegenwart, sondern trug ihr auch in Zukunft an, selbstgenügsam und moderat zu sein. Im Dienst der Nation sollte sie nach wie vor lokal und subsistenzorientiert wirtschaften. Politisiert wurde diese ökonomische Grundüberzeugung im Konflikt zwischen ‚Rot-' und ‚Gelbhemden'. Die Proteste der als hinterwäldlerische ‚Wasserbüffel' diffamierten ‚Rothemden' wurden umgedeutet als gieriges Streben nach urbanen Lebensentwürfen und illegitimes Greifen nach einer tragenden politischen Rolle, die ihnen nach konservativen Governance-Modellen nicht zugedacht war.

In diesen drei Zeitlichkeiten des ‚*noch nicht*‘, ‚*immer noch*‘ und ‚*nach wie vor*‘ spiegelt sich die Ambivalenz der urbanen Nostalgien wider. Fotos verlassener Holzhäuser aus Chiang Khan, die sich über die sozialen Medien verbreiteten, idealisierten die wirtschaftliche Marginalisierung, die vielen in Chiang Khan keine andere Wahl ließen, als es für Lohnarbeit in den Städten zu verlassen. Sepiafarbene Postkarten der Mönche beim Almosengang vor verfallenen Holzhäusern froren Chiang Khan in der Vergangenheit ein. Es sollte sich nicht verändern – allenfalls durfte es mit popkultureller Vintageästhetik aufgehübscht werden – damit Bangkoker hierin noch das finden würden, was sie im städtischen Alltag missten.

Aus der Perspektive der Chiang Khanerinnen, den Gastgeberinnen der Touristen, wurde deutlich, dass das, was von der Stadt in einer unbestimmten Vergangenheit lokalisiert wurde, im Wandel begriffen war. Chiang Khan war nicht – wie in der urbanen Wahrnehmung – stehen geblieben. Seine Bewohner waren mit der Zeit gegangen, als sie mit dem Wechsel vom Wasser- zum Straßenhandel von der Chaikhong Straße am Mekong an die Srichiangkhan Straße gezogen waren oder als sie die Möglichkeiten ergriffen, die sich ihnen durch die Arbeitsmigration boten. Die Zeit blieb auch nicht stehen, als Touristen versuchten diese einzufangen. Um die fremden Gäste aus der Stadt zu empfangen, eröffneten die Chiang Khaner Homestays und Essenslokale. Um den Bedürfnissen und Ansprüchen der Besucher gerecht zu werden, integrierten sie Klimaanlagen und private Badezimmer in die Gästehäuser. Um weiterhin Touristen anzusprechen, schufen sie neue Anreize und Attraktionen.

Die Veränderungen, ausgelöst durch die Rückwärtsgewandtheit der Touristen, bewirkten, dass auch viele in Chiang Khan zurückschauten. Sie sehnten sich zurück in eine Zeit, in der noch keine thailändischen Touristen gekommen waren. Sie beklagten, dass Chiang Khan „*nicht mehr*“ eine dörfliche Gemeinschaft war, in der sie sich die Zeit nehmen konnten, vor den Häusern gemeinsam mit den Nachbarinnen zu essen oder in der sie sich gegenseitig zu traditionellen Anlässen unter die Arme griffen. Stattdessen wurde moniert, dass sie „*schon zu sehr*“ wie in der Stadt lebten, dass kommerzielle Geschäfte Einzug erhalten hatten, Alltagskonversationen von geschäftlichen Themen dominiert wurden und die ehemals gemeinschaftlichen Beziehungen von gegenseitiger Konkurrenz geprägt waren. Aus diesem Bedauern heraus gepaart mit existenziellen Sorgen, dass die Touristinnen ausbleiben könnten, sobald sie hier ihr nostalgisches Imaginär nicht mehr finden würden, setzten die Chiang Khaner ihre rurale Nostalgien in Bewahrungspraktiken

um. Die Ästhetik der Holzhäuser zu bewahren war ein Versuch die Zeit anzuhalten, denn Chiang Khan war „*noch nicht gänzlich*“ im Städtischen aufgegangen.

8.1.2 Performanzen unterschiedlicher Geschwindigkeiten in der erholsamen Stadt

Auch die touristischen Performanzen, die sich aus dem Imaginär der altertümlichen Stadt ableiteten, waren von urbanen und ruralen Zeitlichkeiten im Sinne von Geschwindigkeiten getragen.

Die aktive Förderung inländischer Reisen, die die TAT erst dann aufnahm, als Thais sich längst die Rolle der Touristen angeeignet hatten, koppelte Tourismus an Erholung. Thais sollten Reisen als elementares Bedürfnis erkennen, um sich vom arbeitsamen Alltag zu regenerieren. Die davon in erster Linie angesprochenen urbane Mittelklasse fand einen Ausgleich zur Arbeit abseits der hektischen Lebensbedingungen in der Stadt und suchten Entschleunigung auf dem Land. Dort würde das Leben *verlangsamt* ablaufen. Dort würden sie noch Fahrrad fahren können. Dort würden sie noch die Zeit finden ‚Verdienst zu machen‘. Für einige der ersten Touristen, die sich mit kleinen Läden in Chiang Khan niedergelassen hatten übersetzte sich Erholung in einen dauerhaften Lebensstil. Diese sogenannten Lifestyle Migranten fällten ihre Entscheidung zunächst für landwärtige Mobilität und anschließend für Sesshaftwerdung auf dem Land vor dem Hintergrund nostalgisch umgekehrter Vorzeichen von Stadt und Land. Sie würdigten das, was andere hinter sich gelassen hatten. Fern ab der Versprechen des wirtschaftlichen Fortschritts, dort wo Generationen von Isanerinnen kein Auskommen finden konnten, fanden sie – zumindest temporär – ihre Vorstellungen eines besseren, entspannteren Lebens verwirklicht.

Aus Chiang Khan heraus musste das Bild von Erholung nuancierter beschrieben werden. Sich als erholsame Stadt zu präsentieren, barg normative Erwartungen an die Performanz der Gäste. Die Touristinnen sollten sich aus Sicht vieler in Chiang Khan Zeit nehmen, um ihren Ort zu entdecken und in Gesprächen mehr über die Geschichte und die Lebensweise zu erfahren – ein Anspruch, den trendbewusste Thais, die den Massen nach Chiang Khan gefolgt waren, nicht erfüllten. Die kritische Beurteilung ihres Auftretens war zugleich eine geringschätzige Bewertung urbaner Verhältnisse. Repräsentierte Chiang Khan für die großstädtischen Nostalgiker eine verlangsamte Realität, dann charakterisierten ihre Gastgeber die Stadt, allen voran Bangkok, als *zu schnell*. Die Touristen agierten wie Städter, die immerzu in Eile waren. Dieser Lebensstil habe auch

in Chiang Khan Einzug gehalten. Anderen Erholung zu ermöglichen, war ermüdend. Augenblicke, die man gemeinsam etwa in den Tempeln nach dem Almosengang verbringen könnte, gehörten bald, so fürchtete man, einer besseren, einer ländlicheren Vergangenheit an.

8.1.3 Aufbegehren der Provinz?

Die bisher beschriebenen Dynamiken deuten darauf hin, dass der inländische Tourismus wahrgenommene Grenzen zwischen Stadt und Land weiter verschärft. Hinsichtlich der zeitlichen Verblendung ländlicher Regionen mit der Vergangenheit ist zu betonen, dass diese in gegenwärtigen Beziehungen mit Blick auf zukünftige Konstellationen erfolgte. Nostalgie konnte sich in städtischen Diskursen angesichts von Bedenken gegenüber Thailands Entwicklungskurs und instabiler politischer Verhältnisse durchsetzen. Chiang Khaner bezogen sich auf vergangene Tage, weil die Zukunft in einer Gegenwart auf dem Spiel stand, in der sie fürchteten, nicht mehr ländlich, sondern schon zu sehr, aber noch nicht gänzlich städtisch zu sein. Diese Gegenwarten waren nicht eindeutig, sondern geprägt vom zeitgleichen Ringen konkurrierender Ordnungen. Zugleich repräsentierte Bangkok den Gipfel zivilisatorischen Fortschritts und die Kulmination kulturellen Verderbens. Zugleich verkörperte die Stadt das Versprechen des sozialen Aufstiegs und die Prophezeiung gesellschaftlichen Niedergangs. Die Region des Isan stand zwischen ‚noch nicht' und ‚immer noch', zwischen Abgrenzung und Aneignung, Verunglimpfung und Idealisierung, Rothemden und Romantik.

In diesem Kontext konkurrierender Ordnungen liegt das Potential der Transformation der sozialen Raumordnung. Der Inlandstourismus erwies sich als eine neue Arena, in der manifeste ‚Wir'-‚Sie'-Unterscheidungen zwischen Bangkok und dem Isan ausgehandelt wurden. Die zahlreichen Momente des Aufbegehrens der Isanerinnen dagegen, ein marginalisierter, untergeordneter Teil der Nation zu sein, wurden bisher nicht als Widerstand gegen die herrschende Ordnung an sich interpretiert. Die im Isan weit verbreitete Bereitschaft zur Migration und zur Eingliederung in nationale wie globale Ökonomien, deutete Keyes (2014: 154) dahingehend, dass die Bevölkerung des Isan Entwicklung nicht per se ablehne. Auch Sopranzetti (2012) wertet die Demonstrationen der Rothemden nicht als Ablehnung des Geltungskonsums, der sich insbesondere in Bangkoks luxuriösen Shopping Malls äußert, sondern als Verlangen, am Kapitalismus in gleicher Weise teilzuhaben.

Meine Ergebnisse hingegen offenbaren, dass der Dominanzanspruch und die Lebensführung als Ausgeburt der Stadt Gegenstand deutlicherer Kritik aus der Provinz sind. Chiang Khans eigene Nostalgie für das Schwinden eines vermeintlich besseren ländlichen Lebens und die mokierende bis denunzierende Abschätzung touristischer Performanzen legen die Schlussfolgerung nahe, dass Thailands Landbevölkerung die Deutungshoheit der Stadt in Modernitätsdebatten anzweifelt und sich eine Sichtweise aus der Provinz erkämpft. Sie eigneten sich Erholung (*phak phon*) als Schlagwort an, um ähnlich wie in den stadtzentrierten Diskursen um Globalisierung (*lokanuwat*) und Moderne (*than samai*) die Entwicklung gesellschaftlicher Werte zu kommentieren. Im Sinne konkurrierender Ordnungen stellt freilich die Formulierung eines Zerrbildes der Stadt gegenwärtige Teilhabeaspirationen ebenso wenig in Frage, wie die nostalgische Suche nach dem wahren, ländlichen Thailand an den Statussymboliken der Stadt rüttelt.

Wie sich die Beziehungen zwischen Stadt und Land beziehungsweise Bangkok und dem Isan oder Gelb- und Rothemden in Zukunft nach dem Tod des einigenden König Bhumibol und nach einem durch Neuwahlen vielleicht möglich werdenden Ende der jegliche Proteste unterdrückenden Militärjunta entwickeln wird, ist schwierig vorherzusagen. Wegzudenken aus Politik und Alltag scheint die gesellschaftliche Aufteilung in Stadt und Land jedenfalls nicht.

8.2 Mobilitätsverflechtungen zwischen Stadt und Land, Thailand und der Welt

Das Licht, das der Inlandstourismus auf die gesellschaftspolitischen Verhältnisse in Thailand wirft, rechtfertigt nicht das stiefmütterliche Dasein, das der inländische Tourismus innerhalb der Tourismusforschung lange geführt hat. Diese Ethnografie hat sich der verengten Auslegung von Tourismus als Reflektor von Machtrelationen zwischen ‚Nord' und ‚Süd' und dem Aufeinanderprallen des ‚Globalen' mit dem ‚Lokalen' im westlichen, interkontinentalen Tourismus entgegengestellt und Gäste im eigenen Land ernst genommen. Die Distanzierung der Chiang Khaner von thailändischen Touristen drückte eine Distanzierung von städtischen Lebensformen und zentralthailändischer Überlegenheit aus, die eindrücklich belegt, dass auch inner-staatliche Begegnungen von Machtdifferenzen und Konstruktionen des Anderen geprägt sind.

Nicht nur diese Tatsache verkompliziert vereinfachte Annahmen vom inländischen Tourismus. Chiang Khanerinnen, die das rezente Auftreten von

thailändischen Touristen mit Erinnerungen an frühere *farang* Touristen kontrastierten, stellten einen Zusammenhang zwischen inländischem und internationalem Tourismus her. Mit ihren Erfahrungen, die sie mit vielen ihrer Landsleute teilten, Gastgebende sowohl für ausländische und thailändische Touristen zu sein, zogen sie Schlussfolgerungen zu Kriterien der idealen Performanz respektive zum ‚guten' Touristen, die sie auch in ihrem eigenen Reiseverhalten umsetzten. Aus dieser relationalen, situationsabhängigen Positionierung als Gastgebende und Touristen folgt, dass westlicher und nicht-westlicher, internationaler und inländischer Tourismus nicht als getrennt voneinander bestehende Systeme entflochten werden können. Ebenso wenig kann Tourismus isoliert von anderen Stadt-Land-Mobilitäten betrachtet werden. Er entfaltet sich stattdessen als ein ortspezifisches Zusammenspiel verschiedener Mobilitäten.

Anders als nach gängiger Bangkok-zentristischer Anschauung lag der Isan nicht etwa abgeschieden, sondern inmitten von Mobilitätsströmen unterschiedlicher Reichweite. Stadtwärtige Arbeitsmigration verband die Dörfer der Region spätestens seit dem Wirtschaftsboom mit der Hauptstadt. In unmittelbarer Grenzlage zu Laos gelegen, lag es im Zentrum von Regionalisierungsstrategien. Auf dem Gebiet des Tourismus verstanden die Provinzen sich etwa als ‚Tor' zum laotischen Nachbarland. Zugleich war der Isan Einfallstor für Laotinnen, die in Thailand Arbeit finden, das bessere Gesundheitssystem in Anspruch nehmen oder sich mit qualitativ hochwertigeren oder günstigeren Konsumgütern versorgen wollten. Im Zuge der sozialen Nostalgie wurde der Isan zum Schauplatz neuartiger, landwärtiger Mobilitäten, weil Großstädter hofften in der imaginierten Abgelegenheit Erholung zu finden. Auch wenn sie nicht so exorbitant auftraten wie in anderen Gegenden Thailands, fanden auch internationale Touristinnen den Weg in die nordöstlichen Provinzen – und sollten es zukünftig noch gehäufter tun.

8.3 Was bleibt? Ein Plädoyer für die (Tourismus-)Ethnografie

Am Ende jeder Ethnografie – nach einem intensivem Forschungsprozesses und verdichtender Auswertungs- und Schreibphase beziehungsweise am Ende einer ausgiebigen Lektüre – steht die Frage: Was bleibt? Was bleibt von einer Ethnografie über einen kleinen Ort an der thailändisch-laotischen Grenze?

Rückblicke, so haben die Ausführungen zur Nostalgie gezeigt, sind immer auch mit einem Ausblick verbunden. An dieser Stelle erlaube ich mir eine persönliche Retrospektive, die mich von der Frustration mit einer erstarrten Tourismusforschung zu einem Plädoyer für eine (Tourismus-)Ethnografie führt. ‚Tourismus' beschrieb zwar meinen Untersuchungsgegenstand, empfunden habe ich ihn aber als analytische Zwangsjacke, die immerzu die gleichen Themen einkreist. Was bliebe von einer Ethnografie, die wieder einmal erörtert, dass die Formel zwischen ‚Tourismus gleich kultureller Wandel' zu kurz greift oder die auf ein Neues fragt, inwieweit nicht-westlicher Tourismus mit Authentizitäts-Konzepten beschrieben werden kann? Für mich wurde Tourismus erst dann zum lohnenswerten Untersuchungsgegenstand, als er ein Fenster auf Themen eröffnete, die gegenwärtig in der thailändischen Gesellschaft verhandelt werden; als er sich als soziale Kraft entfaltete, die Einfluss auf die momentane Sozialordnung nimmt. Dieser Fokus entwickelte sich Schritt für Schritt aus der Alltäglichkeit des Tourismus, eintauchend, entdeckend, kommunikativ und fragend – ganz im Sinne vom entschleunigenden *phak phon*, das die Chiang Khaner von den Touristen erwarteten. Erst aus der Verbindung der Themen, die nicht im analytischen Konzept Tourismus, sondern in der Ethnografie angelegt waren, nahm mein Verständnis seinen Lauf. Ich begann zu verstehen, wie Chiang Khan als ein Phänomen aus miteinander verflochtener Mobilitäten erwachsen ist, die sich zwischen verfestigten Vorstellungen und in Auflösung beginnenden Kategorien entfalteten.

Eine Tourismusethnografie, für die ich mich stark mache, kann daher zu der Entwirrung einer Welt beitragen, die in stetiger Veränderung ist, in der zugleich allgegenwärtig der Verlust von Althergebrachten moniert und an Vergangenem festgehalten wird. Sie kann zur Interpretation einer Realität beitragen, die von Menschen strukturiert und mit Bedeutung aufgeladen wird. Während Mobilitäten Ordnungen in Frage stellen, halten Imaginäre an ihnen fest. Vorstellungen vom guten Leben, nach denen der Norden eine bessere Zukunft verspricht oder der Süden mit einem entspannteren Dasein lockt, stellen Verbindungen her, reduzieren Lokalitäten aber auch auf essentialisierte Verzerrungen, die soziale und mitunter faktische Grenzen errichten. Eine Ethnografie, die auf innigen Beziehungen beruht und sich der dichten Beschreibung verpflichtet fühlt, kann diese scheinbaren Widersprüche verstehbar machen. Das ist es, was von meiner Ethnografie bleiben sollte.

Referenzen

Abuza, Zachary (2015) Truth the Latest Victim in Bangkok Blast. Elektronisches Dokument. http://www.newmandala.org/truth-the-latest-victim-in-bangkok-blast/ [14.12.2017].

Adams, Kathleen (1998) Domestic Tourism and Nation-Building in South Sulawesi. *Indonesia and the Malay World* 26 (75): 77-96.

— . (2004) The Genesis of Touristic Imagery: Politics and Poetics in the Creation of a Remote Indonesian Island Destination. *Tourist Studies* 4 (4): 115-135.

— . (2012) Ethnographic Methods. In: Larry Dwyer, Alison Gill und Neelu Seetaram (Hg.), Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches; S. 339-351. Cheltenham [u.a.]: Edward Elgar.

Adey, Peter, David Bissell, Kevin Hannam, Peter Merriman und Mimi Sheller (Hg.) (2014) The Routledge Handbook of Mobilities. London: Routledge.

Adler, Patricia A. und Peter Adler (1999) Resort Workers: Adaptations in the Leisure-Work Nexus. *Sociologial Perspectives* 42 (3): 369-402.

Alneng, Victor (2002) The Modern does not Cater for Natives: Travel Ethnography and the Conventions of Form. *Tourist Studies* 2 (2): 119-142.

Amazing Thailand (2016a) *Thai thiao thai*. [Thais bereisen Thailand]. Elektronisches Dokument. https://www.facebook.com/AmazingThailand/videos/10154143798460699/ [14.12.2017].

Amazing Thailand (2016b) *Kankhrangnueng. Mueaaromphapai.* [Es war einmal: Wenn Gemütslagen leiten]. https://www.youtube.com/watch?v=BRKdxi0PiJQ [14.12.2017].

Amazing Thailand (2016c) *Yakchagebaet painaide?* [Wo geht's am besten hin, wenn du deine Batterien auffüllen möchtest?]. https://www.youtube.com/watch?v=ShXxGUGGz1I&feature=youtu.be [14.12.2017]

Amazing Thailand (2012a) Wish You Were Here: Episode 1 (Bangkok). Elektronisches Dokument. https://www.youtube.com/watch?v=QT5lDfn7eFU [14.12.2017].

Amazing Thailand (2012b) Wish You Were Here: Episode 2 (Ayutthaya). Elektronisches Dokument. https://www.youtube.com/watch?v=vKX7xYghSIw [14.12.2017].

Amazing Thailand (2012c) Wish You Were Here: Episode 3 (Pattaya). Elektronisches Dokument. https://www.youtube.com/watch?v=drn-HiuOSKk [14.12.2017].

Amporn Jirattikorn (2006) *Lukthung*: Authenticity and Modernity in Thai Country Music. *Asian Music: Journal of the Society for Asian Music* 37 (1): 24-50.

Anan Ganjanapan (2003) Globalization and the Dynamics of Culture in Thailand. In: Shinji Yamashita und Jeremy S. Eades (2003), Globalization in Southeast Asia: Local, National and Transnational Perspectives; S. 126-144. New York [u.a.]: Berghahn Books.

Anchalee Kongrut (2011) Tourism in Chiang Khan. Elektronisches Dokument. http://www.bangkokpost.com/photo/photo/216240/tourism-in-chiang-khan [14.12.2017].

Anderson, Ben (1977) Withdrawal Symptoms: Social and Cultural Aspects of the October 6 Coup. *Bulletin of Concerned Asian Scholars* 9 (3): 13-30.

Angé, Olivia und David Berliner (2014) Introduction: Anthropology of Nostalgia – Anthropology as Nostalgia. In: Dies. (Hg.), Anthropology and Nostalgia; S. 1-15. New York: Berghahn Books.

Apinan Buahapakdee (2013) W*ithi thai: mueang chiang khan wanwan lae wanni*. [Auf Thai: Chiang Khan gestern und heute.] *Osotho* 53 (11): 57-59.

Appadurai, Arjun (1996) Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press.

Aramberri, Julio (2004) Editorial: Domestic Tourism in Asia: Some Ruffle and Flourish for a Neglected Relation. *Tourism Recreation Research* 29 (2): 1-11.

ASEAN (2015) ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025. Elektronisches Dokument. http://aseantourism.travel/media/kcfinder/docs/asta-doc/atsp-2016-2025.pdf [14.12.2017].

— . (n.d.) ASEAN Tourism Ministers Meeting. http://asean.org/asean-economic-community/asean-tourism-ministers-meeting-m-atm/ [14.12.2017].

ASEAN Secretariat (2011) Connecting the Region Through Tourism: ASEAN Adopts Tourism Strategic Plan. Elektronisches Dokument. http://asean.org/connecting-the-region-through-tourism-asean-adopts-tourism-strategic-plan/ [14.12.2017].

Askew, Marc (2002) Bangkok: Place, Practice and Representation. London: Routledge.

— . (2006) Sex and the Sacred: Sojourners and Visitors in the Making of the Southern Thai Borderland. In: Alexander Horstmann und Reed L. Wadley (Hg.), Centering the Margin: Agency and Narrative in Southeast Asian Borderlands; S. 177-206. Oxford: Berghahn.

— . (2008) Materializing Merit: The Symbolic Economy of Religious Monuments and Tourist- Pilgrimage in Contemporary Thailand. In: Pattana Kitiarsa (Hg.), Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods; S. 89-119. London [u.a.]: Routledge.

— . (2012) The Ineffable Rightness of Conspiracy: Thailand's Democrat-ministered State and the Negation of Red Shirt Politics. In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 72-86. Singapore: ISEAS.

Askew, Marc und Erik Cohen (2004) Pilgrimage and Prostitution. Contrasting Modes of Border Tourism in Lower South Thailand. *Tourism Recreation Research* 29 (2): 89-104.

Austin, James (2015a) Thailand Doesn't Have a Chinese Tourist Problem: The Problem is Resentment, and Racism. Elektronisches Dokument. http://asiancorrespondent.com/131624/thailand-doesnt-have-a-chinese-tourist-problem-the-problem-is-resentment-and-racism/ [14.12.2017].

— . (2015b) Thailand's Uneasy Reliance on Chinese Tourists Just Keeps Getting Bigger. Elektronisches Dokument.

http://asiancorrespondent.com/133675/thailands-uneasy-reliance-on-chinese-tourism-just-keeps-getting-bigger/ [14.12.2017].

Baird, Ian G. (2013) Millenarian Movements in Southern Laos and North Eastern Siam (Thailand) at the Turn of the Twentieth Century: Reconsidering the Involvement of the Champassak Royal House. *Southeast Asia Research* 21 (2): 257-279.

Baker, Chris (2000) Thailand's Assembly of the Poor: Background, Drama, Reaction. *South East Asia Research* 8 (1): 5-29.

— . (2016) The 2014 Thai Coup and Some Roots of Authoritarianism. *Journal of Contemporary Asia* 46 (3): 388-404.

Baker, Christopher und Pasuk Phongpaichit (2014) A History of Thailand. 3. Aufl. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

Bamrung Amnatcharoenrit (2013) DASTA Works on Raising Loei's Profile as Tourist Destination. Elektronisches Dokument. http://www.nationmultimedia.com/business/DASTA-works-on-raising-Loeis-profile-as-tourist-de-30221425.html [14.12.2017].

Baudrillard, Jean (1983) Simulations. In der Übersetzung von Paul Foss, Paul Patton und Philip Beitchman. New York: Semiotext(e).

Beirman, David (2015) Tourism and Terror in Thailand. Elektronisches Dokument. http://www.newmandala.org/tourism-and-terror-in-thailand/ [14.12.2017].

Bendix, Regina (2009) Heritage Between Economy and Politics: An Assessment from the Perspective of Cultural Anthropology. In: Laurajane Smith und Noriko Akagawa (Hg.), Intangible Heritage; S. 253-269. London: Routledge.

Benson, Michaela und Karen O'Reilly (2009a) Lifestyle Migration: Expectations, Aspirations and Experiences. Farnham: Ashgate.

— . (2009b) Migration and the Search for a Better Way of Life: A Critical Exploration of Lifestyle Migration. *The Sociological Review* 57 (4): 608-625.

Benson, Michaela und Nick Osbaldiston (2014a) Understanding Lifestyle Migration: Theoretical Approaches to Migration and the Theoretical Quest for a Better Way of Life. Basingstoke [u.a.]: Palgavre.

— . (2014b) New Horizons in Lifestyle Migration Research: Theorising Movement, Settlement and the Search for a Better Way of Life. In: Dies. (Hg.), Understanding Lifestyle Migration: Theoretical Approaches to Migration and the Theoretical Quest for a Better Way of Life; S. 1-23. Basingstoke [u.a.]: Palgavre.

Berliner, David (2012a) The Politics of Loss and Nostalgia in Luang Prabang (Lao PDR). In: Patrick Daly und Tim Winter (Hg.), Routledge Handbook of Heritage in Asia; S. 234-246. London [u.a.]: Routledge.

— . (2012b) Multiple Nostalgias: The Fabric of Heritage in Luang Prabang (Lao PDR). *The Journal of the Royal Anthropological Institute* 18 (4): 769-786.

Bernard, H. Russel (2006) Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches. 4. Aufl. Lanhham [u.a.]: AltaMira.

Bianchi, Raoul (2000) Migrant Tourist-Workers: Exploring the 'Contact Zones' of Postindustrial Tourism. *Current Issues in Tourism* 3 (2): 107-137.

Bielo, James S. (2015) Anthropology of Religion: The Basics. London [u.a]: Routledge.

Bissell, William Cunningham (2014) Afterword: On Anthropology's Nostalgia – Looking Back/ Seeing Ahead. In: Olivia Angé und David Berliner (Hg.), Anthropology and Nostalgia; S. 213-223. New York: Berghahn Books.

Bohwongprasert, Yvonne (2009) Lost in Time: Chiang Khan. Elektronisches Dokument. https://www.wereldwijzer.nl/showthread.php?t=76228 [14.12.2017].

Borthwick, John (o.J.) Chiang Khan: Authentic Thailand Without the Invading Hordes. Elektronisches Dokument. https://www.internationaltraveller.com/chiang-khan-authentic-thailand-without-the-invading-hordes/ [14.12.2017].

Bowie, Katherine (1992) Unraveling the Myth of the Subsistence Economy: Textile Production in Nineteenth-Century Northern Thailand. *Journal of Asian Studies* 51 (4): 797-823.

Breidenstein, Georg, Stefan Hirschauer, Herbert Kalthoff und Boris Nieswand (2015) Ethnografie: Die Praxis der Feldforschung. Konstanz [u.a.]: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

Brettel, Caroline B. und Robert V. Kemper (2012) Cityward Migration in Comparative Perspective. In: George Gmelch, Robert V. Kemper und Walter P. Zenner (Hg.), Urban Life: Readings in the Anthropology of the City. 5. Aufl; S. 347-358. Long Grove: Waveland Press.

Bruner, Edward M. (2005) Culture on Tour: Ethnographies of Travel. Chicago: Univ. of Chicago Press.

Bunnag, Tej (1977) The Provincial Administration of Siam 1892-1915: The Ministry of the Interior under Prince Damrong Rajanubhab. Oxford [u.a]: Oxford Univ. Press.

Burns, Peter M. (1999) An Introduction to Tourism and Anthropology. London: Routledge.

Castells, Manuel (1996) The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol 1: The Rise of the Network Society. Cambridge [u.a.]: Blackwell.

Chairat Charoensin-o-larn (2013) Redrawing Thai Political Space: The Red Shirt Movement. In: Tim Bunnell, D. Parthasarathy und Eric C. Thompson (Hg.), Cleavage, Connection and Conflict in Rural, Urban and Contemporary Asia; S. 201-221. Dordrecht: Springer.

Chakrabarty, Dipesh (2010) Europa als Provinz: Perspektiven postkolonialer Geschichtsschreibung. In der Übersetzung von Robin Cackett. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Chambers, Paul (2009) Edgy Amity along the Mekong: Thai-Lao Relations in a Transforming Regional Equilibrium. *Asian Journal of Political Science* 17 (1): 89-118.

Chan, Carol (2017) The Politics of Leisure and Labor Mobilities: Discourses on Tourism and Transnational Migration in Central Java. *Mobilities*. DOI: 10.1080/17450101.2017.1356436.

Chan, Yuk Wah (2006) Coming of Age of the Chinese Tourists: The Emergence of Non-western Tourism and Host-guest Interactions in Vietnam's Border Tourism. *Tourist Studies* 6 (3): 187-213.

— . (2009) Disorganized Tourism Space: Chinese Tourists in an Age of Asian Tourism. In: Tim Winter, Peggy Teo und T.C. Chang (Hg.), Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian of Asian Tourism; S. 67-77. New York: Routledge.

— . (2013) Vietnamese-Chinese Relationships at the Borderlands: Trade, Tourism and Cultural Politics. London [u.a.]: Routledge.

Charmaz, Kathy und Richard G. Mitchell (2001) Grounded Theory in Ethnography. In: Atkinson, Paul et al. (Hg.), Handbook of Ethnography; S. 160-174. London [u.a]: SAGE Publ.

Chatthip Nartsupha (1999 [1984]) The Thai Village Economy in the Past. In der Übersetzung von Chris Baker und Pasuk Phongpaichit. Chiang Mai: Silkworm Books.

Chio, Jenny (2014) A Landscape of Travel: The Work of Tourism in Rural Ethnic China. Seattle [u.a.]: University of Washington Press.

Clifford, James (1992) Traveling Cultures. In: Lawrence Grossberg (Hg.), Cultural Studies; S. 96-116. New York: Routledge.

Clifford, James und George E. Marcus (Hg.) (1986) Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography. Berkeley: Univ. of California Press.

Cochrane, Janet (Hg.) (2008) Asian Tourism: Growth and Change. Oxford [u.a.]: Elsevier.

Cohen, Erik (1993) Bangkok and Isan: The Dynamics of Emergent Regionalism in Thailand. In: Reuven Kahane (Hg.), Studies in Rural Development: Essays in Memory of Dov Weintraub; S. 147-172. Jerusalem: Magnes Press.

— . (1996) Thai Tourism: Hill Tribes, Islands and Open-ended Prostitution. Bangkok: White Lotus.

— . (2001) Thailand in 'Touristic Transition'. In: Peggy Teo, T.C. Chang und K.C. Ho (Hg.), Interconnected Worlds: Tourism in Southeast Asia; S. 155–175. Amsterdam: Pergamon.

— . (2006) Pai: A Backpacker Enclave in Transition. *Tourism Recreation Research* 31 (3): 11-27.

— . (2008a) Explorations in Thai Tourism: Collected Case Studies. Bingley: Emerald Group Publishing.

— . (2008b) Introduction: Exploring the Diversity of Thai Tourism. In: Ders., Explorations in Thai Tourism: Collected Case Studies; S. 1-21. Bingley: Emerald Group Publishing.

— . (2008c) Tourism and Disaster: The Tsunami Waves in Southern Thailand. In: Ders., Explorations in Thai Tourism: Collected Case Studies; 23-51. Bingley: Emerald Group Publ.

— . (2008d) The Tsunami Waves and the Paradisiac Cycle: The Changing Image of the Andaman Costal Region of Thailand. *Tourism Analysis* 13: 221-232.

— . (2014a) The Permutations of Thai Tourism. In: Karl Husa, Alexander Trupp und Helmut Wohlschlägl (Hg.), Southeast Asian Mobility Transitions: Issues and Trends in Migration and Tourism; S. 237-261. Vienna: Dept. of Geography and Regional Research Univ. of Vienna.

— . (2014b) Heritage Tourism in Thai Urban Communities. *Tourism, Culture & Communication* 14 (1): 1-15.

Cohen, Erik und Scott A. Cohen (2012a) Current Sociological Theories and Issues in Tourism. *Annals of Tourism Research* 39 (4): 2177-2202.

— . (2012b) Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research* 39 (3): 1295-1314.

— . (2015a) A Mobilities Approach to Tourism from Emerging World Regions. *Current Issues in Tourism* 18 (1): 11-43.

— . (2015b) Beyond Eurocentrism in Tourism: A Paradigm Shift to Mobilities. *Tourism Recreation Research* 40 (2): 157-168.

Cohen, Scott A. (2011) Lifestyle Travellers: Backpacking as a Way of Life. *Annals of Tourism Research* 38(4): 1535-1555.

Cohen, Scott A., Tara Duncan und Maria Thulemark (2013) Introducing Lifestyle Mobilities. In: Tara Duncan, Scott A. Cohen und Maria Thulemark (Hg.), Lifestyle Mobilities: Intersections of Travel, Leisure and Migration; S. 1-18. Farnham: Ashgate.

— . (2015) Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration. *Mobilities* 10 (1): 155-172.

Coleman, Simon und Mike Crang (2002) Grounded Tourists, Travelling Theory. In: Dies. (Hg.), Tourism: Between Place and Performance; S. 1-20. New York: Berghahn.

Crang, Mike und Ian Cook (2007) Doing Ethnographies. Los Angeles, Calif.: SAGE Public.

Creighton, Millie (1997) Consuming Rural Japan. The Marketing of Tradition and Nostalgia in the Japanese Travel Industry. *Ethnology: An International Journal of Cultural and Social Anthropology* 36 (3): 239-254.

— . (2001) Nostalgia, Anthropology of. In: Neil J. Smelser und Paul B. Baltes (Hg.), International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences; S. 10744-10747. Amsterdam: Elsevier.

Crick, Malcolm (1995) The Anthropoligist as Tourist: An Identity in Question. In: Marie-Françoise, John B. Allock und Edward M. Bruner (Hg.), International Tourism: Identity and Change; 205-223. London [u.a]: Sage.

Crispin, Shawn (2012) Thailand's Classless Conflict. In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 108-119. Singapore: ISEAS.

— . (2015) Exclusive: Who's Really Behind Thailand's Erawan Shrine Bomb Blast? Elektronisches Dokument. https://thediplomat.com/2015/09/exclusive-an-inside-look-at-thailands-erawan-shrine-bomb-blast/ [14.12.2017].

Culhane, Dara (2017) Imagining: An Introduction. In: Dara Culhane and Denielle Elliott (Hg.), A Different Kind of Ethnography: Imaginative Practices and Creative Methodologies; S. 1-21. Toronto: Univ. of Toronto Press.

Damrong Rajanubhab, Prince 1961 [1938] *Nithan borankhadi* [Historische Anekdoten]. Bangkok. Phrae Phittaya.

Dann, Graham M.S. (1994) Tourism: The Nostalgia Industry of the Future. In: William F. Theobald (Hg.), Global Tourism: The Next Decade; S. 55-67. Oxford [u.a.]: Butterworth-Heinemann.

Davies, Charlotte Aull (1999) Reflexive Ethnography: A Guide to Researching Selves and Others. London [u.a]: Routledge.

Davies, Paul (2009) TAT to Target Isarn under ‚Unseen Thailand‘ Campaign. Elektronisches Dokument. http://www.travelweekly-asia.com/Travel-News/TAT-to-target-Isarn-under-Unseen-Thailand-campaign-2147448358 [14.12.2017].

Department of Tourism, Thailand (o.J.) Tourism Statistics. Elektronisches Dokument. http://www.tourism.go.th/home/listcontent/11/221/276 [08.08.2015].

DeWalt, Kathleen M. und Billie R. DeWalt (2011) Participant Observation: A Guide for Fieldworkers. Lanham [u.a]: AltaMira Press.

Donnan, Hastings und Thomas M. Wilson (1999) Borders: Frontiers of Identity, Nation and State. Oxford [u.a]: Berg.

Dumont, Louis (1986) Essays on Individualism: Modern Ideology in Anthropological Perspective. Chicago: Chicago Univ. Press.

Duncan, Tara, Scott A. Cohen und Maria Thulemark (Hg.) Lifestyle Mobilities: Intersections of Travel, Leisure and Migration. Farnham: Ashgate.

Echtner, Charlotte M. und Pushkala Prasad (2003) The Context of Third World Tourism Marketing. Annals of Tourism Research 30 (3): 660-682.

Eco, Umberto (1987 [1986]) Travels in Hyperreality: Essays. In der Übersetzung von William Weaver. London: Pan Books.

Edensor, Tim (1998) Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site. London: Routledge.

— . (2001) Performing Tourism, Staging Tourism: (Re-)Producing Tourist Space and Practice. *Tourist Studies* 1 (1): 59-81.

— . (2009) Tourism and Performance. In: Tazim Jamal und Mike Robinson (Hg.), The Sage Handbook of Tourism Studies; 543-557. Los Angeles: Sage.

Ehrlich, Richard S. (2011) Chiang Khan: Plastic Junk and Paranoid Monks. Elektronisches Dokument. http://travel.cnn.com/bangkok/visit/chiang-khan-next-pai-524892/ [14.12.2017].

Elinoff, Eli (2014) Sufficient Citizens: Moderation and the Politics of Sustainable Development in Thailand. *PoLAR: Political and Legal Anthropology Review* 37 (1): 89-108.

Elinoff, Eli und Claudio Sopranzetti (2012) Special Focus: Provincializing Bangkok: Isan From 'Not Yet' to 'Now': Introduction. *South East Asia Research* 20: 299-303.

Elliott, Denielle (2017) Writing. In: Dara Culhane and Denielle Elliott (Hg.), A Different Kind of Ethnography: Imaginative Practices and Creative Methodologies; S. 23-44. Toronto: Univ. of Toronto Press.

Embong, Abdul Rahman (Hg.) (2001) Southeast Asian Middle Classes: Prospects for Social Change and Democratisation. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.

Eriksen, Thomas Hylland (2015) Small Places, Large Issues: An Introduction to Social and Cultural Anthropology. 4. Aufl. London: Pluto Press.

Evans, Grant, Christopher Hutton und Kuah Khun Eng (Hg.) (2000) Where China Meets Southeast Asia: Social and Cultural Change in the Border Regions. Copenhagen [u.a.]: Nordic Institute of Asian Studies.

Evers, Hans-Dieter und Rüdiger Korff (2003) Southeast Asian Urbanism: The Meaning and Power of Social Space. Münster: Lit.

Evrard, Olivier und Prasit Leepreecha (2009) Staging the Nation: Exploring the Margins: Domestic Tourism and its Political Implications in Northern Thailand. In: Tim Winter, Peggy Teo und T.C. Chang (Hg.), Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism; S. 239–252. New York: Routledge.

Fabian, Johannes (2002 [1983]) Time and the Other: How Anthropology Makes its Object. New York: Columbia Univ. Press.

Ferguson, James (1997) The Country and the City on the Copperbelt. In: Akhil Gupta und James Ferguson (Hg.), Culture, Power, Place: Explorations in Critical Anthropology; S. 137–154. Durham: Duke Univ. Press.

Ferguson, Jane M. (2010) Another Country is the Past: Western Cowboys, Lanna Nostalgia, and Bluegrass Aesthetics as Performed by Professional Musicians in Northern Thailand. *American Ethnologist* 37 (2): 227-240.

Franklin, Adrian (2007) The Problem With Tourism Theory. In: Irena Ateljevic (Hg.), The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methods; S. 131-148. Amsterdam: Elsevier.

— . (2014) Tourist Studies. In: Peter Adey, David Bissell, Kevin Hannam, Peter Merriman und Mimi Sheller (Hg.), The Routledge Handbook of Mobilities; S. 74-84. London: Routldge.

Franklin, Adrian und Mike Crang (2001) The Trouble with Tourism and Travel Theory. *Tourist Studies* 1 (1): 5-22.

Fredrickson, Terry (2017) Now more than 10,000 7-Eleven Stores in Thailand. Elektronisches Dokument. https://www.bangkokpost.com/learning/advanced/1307966/now-more-than-10-000-7-eleven-stores-in-thailand [14.12.2017].

Frohlick, Susan und Julia Harrison (2008) Introduction: Engaging Ethnography in Tourist Research. *Tourist Studies* 8(1): 5-18.

Fullbrock, David (2012) Changing Thailand, an Awakening of Popular Political Consciousness for Rights? In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 131-140. Singapore: ISEAS.

Gainsborough, Martin (Hg.) (2009) On the Borders of State Power: Frontiers in the Greater Mekong Sub-region. London [u.a.]: Routledge.

Gay y Blasco, Paloma und Huon Wardle (2007) How to Read Ethnography. London [u.a.]: Routledge.

Gebhardt, H. (2004) The Impact of Internationalization Processes on the Region of Isan – The Examples of International Migration and Transnational Tourism. Khon

Kaen, Thailand: 7th Southeast Asia Geographer's Association International Conference. Unveröffentlichter Vortrag.

Geertz, Clifford (1980) Negara: The Theatre State in Nineteenth-century Bali. Princeton [u.a.]: Princeton Univ. Press.

Geertz, Clifford (1988) Works and Lives: The Anthropologist as Author. Cambridge: Polity Press.

Ghimire, Krishna B. (2001) The Growth of National and Regional Tourism in Developing Countries: An Overview. In: Dies. (Hg.), The Native Tourist: Mass Tourism within Developing Countries; S. 2-29. London: Earthscan.

Girtler, Roland (2001) Methoden der Feldforschung. Böhlau: UTB.

Glick Schiller, Nina und Noel B. Salazar (2013) Regimes of Mobility Across the Globe. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 39 (2): 183-200.

Goffman, Erving (1959) The Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday.

Graburn, Nelson H.H. (1983) The Anthropology of Tourism. *Annals of Tourism Research* 10: 9-33.

— . (1993) To Pray, Pay and Play: The Cultural Structure of Japanese Domestic Tourism. Aix-en-Provence: Centre des Hautes Etudes Touristiques.

— . (1995a) Tourism, Modernity and Nostalgia. In: Akbar S. Ahmed (Hg.), The Future of Anthropology: Its Relevance to the Contemporary World; S. 158-178. London: Athlone.

— . (1995b) The Past in the Present in Japan: Nostalgia and Neo-traditionalism in Contemporary Japanese Domestic Tourism. In: Richard Butler und Douglas Pearce (Hg.), Change in Tourism: Peoples, Places, Processes; S. 47-70. London: Routledge.

— . (2002) The Ethnographic Tourist. In: Graham M. S. Dann (Hg.), The Tourist as a Metaphor of the Social World; S. 19-39. Wallingford [u.a.]: CABI.

Graburn, Nelson H.H. und Maria Gravari-Barbas (2011) Imagined Landscapes of Tourism. Special Issue, *Journal of Tourism and Cultural Change* 9 (3): 159-166.

Grunwald, Maike (2016) Loei, Thailands verstecktes Provinz-Juwel im Norden. Elektronisches Dokument. https://www.welt.de/reise/Fern/article155761918/Loei-Thailands-verstecktes-Provinz-Juwel-im-Norden.html [14.12.2017].

Günther, Jelka (2012) „Leben in Chiang Khan: Ethnographische Perspektiven auf Inlandstourismus an der thailändisch-laotischen Grenze". Darstellung des Dissertationsvorhabens zur Bewerbung um ein Doktorandenstipendium beim Deutschen Akademischen Austauschdienst. Unveröffentlichter Projektantrag.

— . (2017) Encountering the „New" Other: Domestic Tourism in Thailand. *Asian Review* 30 (1): 65-84.

Halfacree, Keith (2012) Heterolocal Identities? Counter-Urbanisation, Second Homes, and Rural Consumption in the Era of Mobilities. *Population, Space and Place* 18: 209-224.

Hall, Michael C. und Allan M. Williams (Hg.) (2002) Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption. Dordrecht: Springer.

Halliday, Joyce und Mike Coombes (1995) In Search of Counterurbanisation: Some Evidence from Devon on the Relationship between Patterns of Migration and Motivation. *Journal of Rural Studies* 11 (4): 433-446.

Hamilton, Annette (1992) Family Dramas: Film and Modernity in Thailand. *Screen* 33 (3): 259-273.

— . (1994) Dizzy Development in Hua Hin: The Effects of Tourism on a Thai Seaside Town. In: Marc Askew und William S. Logan (Hg.), Cultural Identity and Urban Change in Southeast Asia: Interpretative Essays; S. 149-166. Geelong: Deakin Univ. Press.

Hammersley, Martyn und Paul Atkinson (2007) Ethnography: Principles in Practice. London [u.a.]: Routledge.

Hannam, Kevin, Mimi Sheller und John Urry (2006) Editorial: Mobilities, Immobilities and Moorings. *Mobilities* 1 (1): 1–22.

Harms, Erik (2011) Saigon's Edge: On the Margins of Ho Chi Minh City. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Harries, John (2014) Communicating the Research and Writing up. In: Konopinski, Natalie (Hg.), Doing Anthropological Research: A Practical Guide; S. 118-143. London [u.a]: Routledge.

Harrison, Rachel V. (2005) Amazing Thai Film: The Rise and Rise of Contemporary Thai Cinema on the International Screen. *Asian Affairs* 36 (3): 321–338. DOI: 10.1080/03068370500276290

Harrison, Rachel V. und Peter A. Jackson (2010) The Ambiguous Allure of the West: Traces of the Colonial in Thailand. Hong Kong [u.a.]: Hong Kong Univ. Press.

Hauser-Schäublin, Brigitta (2003) Teilnehmende Beobachtung. In: Bettina Beer (Hg.), Methoden und Techniken der Feldforschung; S. 33-54. Berlin: Reimer.

Hengartner, Thomas, Waldtraut Kokot und Kathrin Wildner (2000) Das Forschungsfeld Stadt in Ethnologie und Volkskunde. In: Waldtraut Kokot, Thomas Hengartner und Kathrin Wildner (Hg.), Kulturwissenschaftliche Stadtforschung. Eine Bestandsaufnahme, S. 3-18. Berlin: Reimer.

Hennig, Christoph (2002) Tourism: Enacting Modern Myths. In: Graham M. S. Dann (Hg.), The Tourist as a Metaphor of the Social World; S. 169-188. Wallingford [u.a.]: CABI.

Herman, Steve (2015) Thailand Tourism Sector Courts Chinese, Upscale Visitors. Elektronisches Dokument. https://www.voanews.com/a/thailand-tourism-sector-pins-hopes-on-chinese-upscale-visitors/2648432.html [14.12.2017].

Herzfeld, Michael (2016a) Siege of the Spirits: Community and Polity in Bangkok. Chicago [u.a.]: The Univ. of Chicago Press.

— . (2016b) What is Wrong with Urban Anthropology? Asian and European Refractions of a Troubled Subfield. Göttingen: SPIRIT Summer School 2016: Beyond the City Limits: Rethinking New Religiosities in Asia, 18. Juli. Keynote Lecture.

Hewison, Kevin (1996) Emerging Social Forces in Thailand: New Political and Economic Roles. In: Richard Robison und David S. G. Goodman (Hg.), The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonalds and Middle-class Revolution; S. 137–162. London: Routledge.

— . (2000) Resisting Globalization: A Study of Localism in Thailand. *The Pacific Review* 13 (2): 279-296.

— . (2004) Thai Migrant Workers in Hong Kong. *Journal of Contemporary Asia* 34 (3): 318-335.

— . (2012) Class, Inequality, and Politics. In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 141-160. Singapore: ISEAS.

— . (2015) Inequality and Politics in Thailand. *Kyoto Review of Southeast Asia* 17. Elektronisches Dokument. https://kyotoreview.org/issue-17/inequality-and-politics-in-thailand-2/ [14.12.2017].

Hewison, Kevin und Kengkij Kitirianglarp (2010) 'Thai-Style Democracy': The Royalist Struggle for Thailand's Politics. In: Søren Ivarsson und Lotte Isager (Hg.), Saying the Unsayable: Monarchy and Democracy in Thailand; S. 179-202. Copenhagen: NIAS Press.

Hitchcock, Michael und I Nyoman Darma Putra (2009) Old Tourists and New Tourists: Management Challenges for Bali's Tourism Industry. In: Janet Cochrane (Hg.), Asian Tourism: Growth and Change; S. 209–220. Amsterdam: Elsevier.

Hitchcock, Michael, Victor T. King und Michael Parnwell (Hg.) (2010) Heritage Tourism in Southeast Asia. Copenhagen: NIAS Press.

— . (Hg.) (2009) Tourism in Southeast Asia: Challenges and New Directions. Copenhagen [u.a.]: NIAS Press [u.a.].

Hodal, Kate (2014) Thai Junta 'Brings Happiness to the People' with Parties and Selfies: Government Seeks to Solidify its Position in the Face of Protests Following May Coup. Elektronisches Dokument. https://www.theguardian.com/world/2014/jun/04/thailand-to-bring-happiness-to-the-people [14.12.2017].

Hoek, Lotte (2014) Sorting Things Out: Organizing and Interpreting Your Data. In: Konopinski, Natalie (Hg.), Doing Anthropological Research: A Practical Guide; S. 103-117. London [u.a]: Routledge.

Holden, Andrew (2005) Tourism Studies and the Social Sciences. London: Routledge.

Horstmann, Alexander (Hg.) (2011) Borderlands und Border Studies. Themenheft, *ASEAS* 4 (2).

Husa, Karl, Alexander Trupp und Helmut Wohlschlägl (Hg.) (2014) Southeast Asian Mobility Transitions: Issues and Trends in Migration and Tourism. Vienna: Dep. of Geography and Regional Research Univ. of Vienna.

Husa, Karl, Christian Vielhaber, Julia Jöstl, Krisztina Veress und Birgit Wieser (2014) Searching for Paradise? International Retirement Migration to Thailand – A Case Study of Hua Hin and Cha-am. In: Karl Husa, Alexander Trupp und Helmut Wohlschlägl (Hg.), Southeast Asian Mobility Transitions: Issues and Trends in

Migration and Tourism; S. 137-167. Vienna: Dept. of Geography and Regional Research Univ. of Vienna.

Isager, Lotte und Søren Ivarsson (2010) Strenghtening the Moral Fibre of the Nation: The King's Sufficiency Economy as Etho-Politics. In: Søren Ivarsson und Lotte Isager (Hg.), Saying the Unsayable: Monarchy and Democracy in Thailand; S. 223-239. Copenhagen: NIAS Press.

Johnson, Andrew A. (2013) The City as Promise and Ruin: The Supernatural and Urban Change in Chiang Mai. In: Tim Bunnell, D. Parthasarathy und Eric C. Thompson (Hg.), Cleavage, Connection and Conflict in Rural, Urban and Contemporary Asia; S. 223–239. Dordrecht: Springer.

— . (2014) Ghosts of the New City: Spirits, Urbanity, and the Ruins of Progress in Chiang Mai. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Jones, Gavin W. (1997) The Thoroughgoing Urbanisation of East and Southeast Asia. *Asia Pacific Viewpoint* 38 (3): 237-249.

Jonsson, Hjorleifur (2001) Serious Fun: Minority Cultural Dynamics and National Integration in Thailand. *American Ethnologist* 28 (1): 151-178.

Kaosa-ard, Mingsarn, David Bezic und Suzanne White (2001) Domestic Tourism in Thailand: Supply and Demand. In: Krishna B. Ghimire (Hg.), The Native Tourist: Mass Tourism Within Developing Countries; S. 109-141. London: Earthscan.

Kasian Tejapira (2002) On the Horns of a Dilemma. *Kyoto Review of Southeast Asia* 1. Elektronisches Dokument. https://kyotoreview.org/issue-1/on-the-horns-of-a-dilemma/ [14.12.2017].

Kennedy, Laurel B. und Mary Rose Williams (2001) The Past Without Pain: The Manufacture of Nostalgia in Vietnam's Tourism Industry. In: Hue-Tam Ho Tai (Hg.), The Country of Memory: Remaking the Past in Late Socialist Vietnam; S. 135-163. Berkeley, Calif.: Univ. of California Press.

Kessler, Clive S. (2001) Alternative Approaches, Divided Consciousenss: Dualities in Studying the Contemporary Southeast Asian Middle Classes. In: Abdul Rahman Embong (Hg.), Southeast Asian Middle Classes: Prospects for Social Change and Democratisation; S. 31-45. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.

Keyes, Charles F. (1977) Millenialism, Theravāda Buddhism, and Thai Society. *Journal of Asian Studies* XXXVI (2): 283-302.

— . (1983) The Observer Observed: Changing Identities of Ethnographers in a Northeastern Thai Village. In: Robert Lawless, Vinson H. Sutlive, Jr. and Mario D. Zamora (Hg.), Fieldwork: The Human Experience; S. 169-194. New York: Gordon and Breach.

— . (2012a) 'Cosmopolitan' Villagers and Populist Democracy. *South East Asia Research* 20 (3): 343-360.

— . (2012b) The Color of Politics: Thailand's Deep Crisis of Authority. In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 171-189. Singapore: ISEAS.

— . (2014) Finding Their Voice: Northeastern Villagers and the Thai State. Chiang Mai: Silkworm Books.

Khaosod English (2015a) ‚Chinese Tourist‘ Filmed Kicking Chiang Mai Temple Bell. Elektronisches Dokument. http://www.khaosodenglish-com/detail.php?newsid=1424603910 [13.08.2015]

— . (2015b) Bangkok Bombing Not ‘Transnational Terrorism,’ Police Say. Elektronisches Dokument. http://www.khaosodenglish.com/news/crimecourtscalamity/2015/08/22/1440228398/ [14.12.2017].

Kim, Hyounggon (2005) Research Note: Nostalgia and Tourism. *Tourism Analysis* 10 (1): 85-88.

King, Victor T. (2008a) The Middle Class in Southeast Asia. Diversities, Identities, Comparisons and the Vietnamese Case. *International Journal of Asia Pacific Studies* 4 (2): 73-109.

— . (2008b) Social Class, the State and the Political Economy. In: Ders., The Sociology of Southeast Asia: Transformations in a Developing Region. Copenhagen: NIAS Press.

King, Victor T. Michael J. Hitchcock (2014) UNESCO World Heritage Sites in Southeast Asia: Problems and Prospects. In: Ploysri Porananond und Victor T. King (Hg.), Rethinking Asian Tourism: Encounters and Local Response; S. 24-70. Newcastle: Cambridge Scholars Publ.

King, Victor T. und Michael Parnwell (2011) World Heritage Sites and Domestic Tourism in Thailand: Social Change and Management Implications. *South East Asia Research* 19 (3): 381-420.

King, Victor T. und William D. Wilder (2003) The Modern Anthropology of South-East Asia: An Introduction. London: RoutledgeCurzon.

King, Viktor T. und Ploysri Porananond (2014) Introduction: Rethinking Asian Tourism. In: Ploysri Porananond und Victor T. King (Hg.), Rethinking Asian Tourism: Culture, Encounters and Local Response; S. 1-21. Newcastle: Cambridge Scholars Publ.

Korff, Rüdiger (1989) Urban or Agrarian? The Modern Thai State. *Sojourn - Journal of Social Issues in Southeast Asia* 4 (1): 44–53.

Kortländer, Kristina (2000) Das Land des Lächelns: Thailand als Mythos in Reisekatalogen. Münster: Lit.

Lauser, Andrea (2016) Pilgrimage between Religious Resurgence, Cultural Nationalism and Touristic Heritage in Contemporary Vietnam. In: Michael Dickhardt und Andrea Lauser (Hg.), Religion, Place and Modernity: Spatial Articulations in Southeast Asia and East Asia; S. 149-183. Leiden [u.a.]: Brill.

Lefevre, Amy Sawitta (2015) Thais Smile Through Gritted Teeth for China's Tourists. Elektronisches Dokument. http://www.reuters.com/article/2015/03/27/us-thailand-china-tourism-idUSKBN0MM0FK20150327 [14.12.2017].

Lefevre, Amy Sawitta und Aukkarapon Niyomyat (2015) Bangkok Bombing 'Unlikely' the Work of International Terrorists. Elektronisches Dokument. http://calgarysun.com/2015/08/20/bangkok-bombing-unlikely-the-work-of-international-terrorists/wcm/75366940-c90e-4b3e-ad74-f66901aba625 [14.12.2017].

Lefferts, Leedom (2005) Sticky Rice, Fermented Fish, and the Course of a Kingdom: The Politics of Food in Northeast Thailand. *Asian Studies Review* 29 (3): 247-258.

Leite, Naomi and Nelson Graburn (2009) Anthropological Interventions in Tourism Studies. In: Tazim Jamal und Mike Robinson (Hg.), The Sage Handbook of Tourism Studies; S 35-64. Los Angeles: Sage.

Leite, Naomi (2014) Afterword: Locating Imaginaries in the Anthropology of Tourism. In: Noel B. Salazar und Nelson H.H. Graburn (Hg.), Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches; S.260-278. New York: Berghahn Books.

Lindquist, Johan A. (2010) The Anxieties of Mobility: Migration and Tourism in the Indonesian Borderlands. Honolulu: Univ. of Hawai'i Press.

Lonely Planet (o.J.a) Chiang Khan. Elektronisches Dokument. http://www.lonelyplanet.com/thailand/loei-province/chiang-khan [04.08.2014].

— . (o.J.b) Chiang Khan. Elektronisches Dokument. http://www.lonelyplanet.com/thailand/loei-province/chiang-khan [02.09.2017].

Lunda, Viviene (2014) Cultural Tourism: A Regional Development Impetus in the Isaan, Thailand? In: Karl Husa; Alexander Trupp and Helmut Wohlschlägl (Hg.), Southeast Asian Mobility Transitions. Issues and Trends in Migration and Tourism; S. 404-425. Vienna: Dep. of Geography and Regional Research Univ. of Vienna.

MacCannell, Dean (1999 [1976]) The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. London: Macmillan.

Malinowski, Bronislaw (1973 [1922]) Magie, Wissenschaft und Religion, und andere Schriften. Ein Bericht über Unternehmungen und Abenteuer der Eingeborenen in den Inselwelten von Melanesisch-Neuguinea. Frankfurt/ Main: Syndikat.

Maoz, Darya (2006) The Mutual Gaze. *Annals of Tourism Research* 33 (1): 221-239.

Marcus, George E. (1995) Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology* 24: 95-117.

Maud, Jovan (2011) Sacred Tourism and the State: Paradoxes of Cross-border Religious Patronage in Southern Thailand. *MMG Working Paper* 04.

Mavrič, Mišela und John Urry (2009) Tourism Studies and the New Mobilities Paradigm. In: Tazim Jamal und Mike Robinson (Hg.), The Sage Handbook of Tourism Studies; S. 645-657. Los Angeles: Sage.

McCargo, Duncan (2005) Network Monarchy and Legitimacy Crises in Thailand. *The Pacific Review* 18 (4): 499-519.

McCargo, Duncan und Krisadawan Hongladarom (2004) Contesting Isan-ness: Discourses of Politics and Identity in Northeast Thailand. *Asian Ethnicity* 5 (2): 219-234.

McGee, T.G. (1991) The Emergence of *Desakota* Regions in Asia: Expanding a Hypothesis. In: Norton Ginsburg und Bruce Koppel (Hg.), The Extended Metropolis: Settlement Transition in Asia; S. 3-26. Honolulu: Univ. of Hawaii Press.

Miller, Terry (1998) Thailand. In: Terry Miller und Sean Williams (Hg.), The Garland Encyclopedia of World Music, Volume 4 Southeast Asia; S. 218-334. New York: Garland Publishing.

— . (2005) From Country Hick to Rural Hip: A New Identity through Music for Northeast Thailand. *Asian Music: Journal of the Society for Asian Music* 36 (2): 96-106.

Mills, Mary Beth (1997) Contesting the Margins of Modernity: Women, Migration, and Consumption in Thailand. *American Ethnologist* 24 (1): 37-61.

— . (1999a) Thai Women in the Global Labor Force: Consuming Desires, Contested Selves. New Brunswick: Rutgers University Press.

— . (1999b) Migrant Labor Takes Holiday: Reworking Modernity and Marginality in Contemporary Thailand. *Critique of Anthropology* 19 (1): 31-51.

— . (2001) Auditioning for the Chorus Line: Gender, Rural Youth, and the Consumption of Modernity in Thailand. In: Dorothy Louise Hodgson (Hg.), Gendered Modernities: Ethnographic Perspectives; S. 27-52. New York: Palgrave.

— . (2012) Thai Mobilities and Cultural Citizenship. *Critical Asian Studies* 44 (1): 85-112.

— . (2014) Questioning Thailand's Rural-Urban Divide. Elektronisches Dokument. http://www.culanth.org/fieldsights/571-questioning-thailand-s-rural-urban-divide [14.12.2017]

Mitchell, Clare J.A. (2004) Making Sense of Counterurbanization. *Journal of Rural Studies* 20: 15-34.

Mitchell, James Leonard (2015) *Luk thung*: The Culture and Politics of Thailand's Most Popular Music. Chiang Mai: Silkworm Books.

Morris, Rosalind C. (2000) In the Place of Origins: Modernity and its Mediums in Northern Thailand. Durham: Duke Univ. Press.

— . (2002) Crises of the Modern in Northern Thailand: Ritual, Tradition and the New Value of Pastness. In: Tanabe Shigeharu und Charles F. Keyes (Hg.), Cultural Crisis and Social Memory: Modernity and Identity in Thailand and Laos; S. 68-94. London: RoutledgeCurzon.

Morrison, Ian A. (2013) The Thai Host Gaze: Alterity and the Governance of Visitors in Thailand. In: Omar Moufakkir und Yvette Reisinger (Hg.), The Host Gaze in Global Tourism; S. 33-45. Wallingford: CAB Internat.

Murchison, Julian M. (2010) Ethnography Essentials: Designing, Conducting and Presenting Your Research. San Francisco: Jossey-Bass.

N.N. (1998) Isan offers phenomenal tourism opportunities. *Bangkok Post*, 10. Aug.

Naruemon Thabchumpon und Duncan McCargo (2011) Urbanized Villagers in the 2010 Thai Redshirt Protests: Not Just Poor Farmers? *Asian Survey* 51 (6): 993-1018.

Nash, Dennison (1996) Anthropology of Tourism. Oxford: Pergamon

— . (2000) Ethnographic Windows on Tourism. *Tourism Recreation Research* 25 (3): 29-35.

NESDB (Office of the Royal Development Projects Board) (2004) Alternative Development: Sufficiency Economy. Bangkok: Office of the Royal Development Projects Board.

Nettikkara, Samiha, Vincent Ni and Ashley Chan (2015) Chinese Tourists Push Back Against Rant About Poor Manners. Elektronisches Dokument. http://www.bbc.com/news/blogs-trending-31928761 [14.12.2017]

Notar, Beth E. (2008) Producing Cosmopolitanism at the Borderlands: Lonely Planeteers and 'Local' Cosmopolitans in Southwest China. *Anthropological Quarterly* 81 (3): 615-650.

Nyíri, Pál (2006) Scenic Spots: Chinese Tourism, the State, and Cultural Authority. Seattle: University of Washington Press.

O'Reilly, Karen (2003) When is a Tourist? The Articulation of Tourism and Migration in Spain's Costa del Sol. *Tourist Studies* 3 (3): 301-317.

O'Reilly, Karen und Michaela Benson (2009) Lifestyle Migration: Escaping to the Good Life? In: Michaela Benson und Karen O'Reilly (Hg.), Lifestyle Migration: Expectations, Aspirations and Experiences; S. 1-13. Farnham: Ashgate.

Ockey, Jim (1999) Creating the Thai Middle Class. In: Michael Pinches (Hg.), Culture and Privilege in Capitalist Asia; S. 230-250. London: Routledge.

— . (2001) On the Expressway, and under it: Representations of the Middle Class, the Poor, and Democracy in Thailand. In: Yao Souchou (Hg), House of Glass: Culture, Modernity, and the State in Southeast Asia; S. 313-337. Singapur: ISEAS.

O'Connor, Richard (1983) A Theory of Indigenous Southeast Asian Urbanism. Singapur: Institute of Southeast Asian Studies.

— . (1995) Indigenous Urbanism: Class, City and Society in Southeast Asia. *Journal of Southeast Asian Studies* 26 (1): 30-45.

Palmer, Catherine (2001) Ethnography: A Research Method in Practice. *International Journal of Tourism Research* 3: 301-312.

Pasuk Phongpaichit und Chris Baker (1999) Afterword: Chatthip and the Thai Village. In: Chatthip Nartsupha (1999 [1984]), The Thai Village Economy in the Past. In der Übersetzung von Chris Baker und Pasuk Phongpaichit; S. 114-131. Chiang Mai: Silkworm Books.

— . (2012) Thailand in Trouble: Revolt of the Downtrodden or Conflict Among Elites? In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 214-229. Singapore: ISEAS.

— . (Hg.) (2013) Essays on Thailand's Economy and Society for Professor Chatthip Nartsupha at 72. Bangkok: Sangsan.

— . (Hg.) (2016a) Unequal Thailand: Aspects of Income, Wealth and Power. Singapore: NUS Press.

— . (2016b) Introduction: Inequality and Oligarchy. In: Dies. (Hg.), Unequal Thailand: Aspects of Income, Wealth and Power; S. 1-31. Singapore: NUS Press.

PATA (2015) Social Media Campaign to Have Chinese Tourists Vote for “the Best of Thailand Awards” Elektronisches Dokument. https://www.pata.org/social-media-campaign-to-have-chinese-tourists-vote-for-the-best-of-thailand-awards/ [14.12.2017]

Pattana Kitiarsa (2006) Modernity, Agency and *Lam Sing*: Interpreting ‘Music-Culture-Contacts’ in Northeastern Thailand. *Crossroads: An Interdisciplinary Journal of Southeast Asian Studies* 17 (2): 34-65.

— . (2010) An Ambiguous Intimacy: *Farang* as Siamese Occidentalism. In: Rachel Harrison und Peter A. Jackson (Hg.), The Ambiguous Allure of the West: Traces of the Colonial in Thailand; S. 57-74. Hong Kong [u.a.]: Hong Kong Univ. Press.

— . (2012) From Red to Red: An Auto-ethnography of Economic and Political Transitions in a Northeastern Thai Village. In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 230-247. Singapore: ISEAS.

— . (2014) The “Bare Life” of Thai Migrant Workmen in Singapore. Chiang Mai: Silkworm Books.

Pavin Chachavalpongpun (2014) “Good Coup” Gone Bad: Thailand's Political Development since Thaksin's Downfall. In: Ders. (Hg.), “Good Coup” Gone Bad: Thailand's Political Development since Thaksin's Downfall; S. 3-16. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

Peleggi, Maurizio (1996) National Heritage and Global Tourism in Thailand. *Annals of Tourism Research* 23: 432-448.

— . (2002) The Politics of Ruins and the Business of Nostalgia. Bangkok: White Lotus.

— . (2007) Thailand: The Worldly Kingdom. London: Reaktion Books.

Picard, Michel (1993) 'Cultural Tourism' in Bali: National Integration and Regional Differentiation. In: Michael Hitchcock, Victor T. King und Michael Parnwell (Hg.), Tourism in South-East Asia; S. 71-98. London: Routledge.

Pichaya Svasti (2012) Thailand Tourism Biz Goes Global. Elektronisches Dokument. https://www.bangkokpost.com/tech/gadget/328072/thai-tourism-biz-goes-digital [14.12.2017].

Pickering, Michael und Emily Keightley (2006) The Modalities of Nostalgia. *Current Sociology: Journal of the International Sociological Association* 54 (6): 919-941.

Piyaruethai Piyopeerapong (2006) *Chiang Khan: kap arom samran nai khwam ngiap.* [Chiang Khan: Glücksgefühl in der Stille]. *Nature Explorer* 74: 84-93.

Ploysri Porananond und Victor T. King (Hg.) (2014) Rethinking Asian Tourism: Culture, Encounters and Local Response. Newcastle: Cambridge Scholars Publ.

Porphant Ouyyanont (2017) Thailand’s Northeast “Problem” in Historical Perspective. *Southeast Asian Affairs* 1: 367-384.

Prasit Tarnsirisin (2015) Chinese Tourists Put Their Foot in it. Elektronisches Dokument. http://phuketwan.com/tourism/chinese-tourists-visiting-thailand-foot-taboo-breach-goes-viral-22032/ [14.12.2017].

Premwadi Khang-ae (o.J.) Slow Life in Chiang Khan. Elektronisches Dokument. http://www.theydrawandtravel.com/illustrations/5383-slow-life-in-chiang-khan-thailand [14.12.2017].

Prudhisan Jumbala und Chantana Banpasirichote (2001) Thai Middle Classes: Class Ambiguity and Democratic Propensity. In: Embong, Abdul Rahman (Hg.), Southeast Asian Middle Classes: Prospects for Social Change and Democratisation; S. 263-291. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.

Purnell, Newley (2012) Exploring Thailand's Taste for Nostalgia. Elektronisches Dokument. https://blogs.wsj.com/scene/2012/08/02/thailands-taste-for-nostalgia/ [14.12.2017].

Rabinow, Paul (1977) Reflections on Fieldwork in Morocco. Beverly Hills: Sage.

Redfield, Robert (1947) The Folk Society. *The American Journal of Sociology* 4: 293-308.

Reynolds, Craig J. (1998) Globalization and Cultural Nationalism in Modern Thailand. In: Joel S. Kahn (Hg.), Southeast Asian Identities: Culture and the Politics of Representation in Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand; S. 115-145. New York: St. Martin's Press.

— . (Hg.) (2002) National Identity and its Defenders: Thailand Today. Chiang Mai: Silkworm Books.

— . (2013) Chatthip Nartsupha, His Critics, and More Criticism. In: Pasuk Phongpaichit und Chris Baker (Hg.), Essays on Thailand's Economy and Society for Professor Chatthip Nartsupha at 72; S.1-22. Bangkok: Sangsan.

Rickly, Jilian, Kevin Hannam und Mary Mostafanezhad (2017) Tourism and Leisure Mobilities: Politics, Work, and Play. London [u.a.]: Routledge.

Rigg, Jonathan (1991) Southeast Asia: A Region in Transition: A Thematic Human Geography of the ASEAN Region. London: Unwin Hyman.

Rigg, Jonathan und Albert Salamanca (2009) Managing Risk and Vulnerability in Asia. A (Re)study from Thailand, 1982-83 and 2008. *Asia Pacific Viewpoint* 50 (3): 255-270. DOI: 10.1111/j.1467-8373.2009.01399.x.

Rigg, Jonathan und Mark Ritchie (2002) Production, Consumption and Imagination in Rural Thailand. *Journal of Rural Studies* 18 (4): 359-372.

Robison, Richard und David S. G. Goodman (1996) (Hg.) The New Rich in Asia: Mobile Phones, McDonalds and Middle-class Revolution. London: Routledge.

Rosaldo, Renato (1989) Imperialist Nostalgia. Special Issue, *Representations* 26: 107-122.

Rotheray, Joe L. (2016) Doi Kham's Miracle: Domestic Tourism and Popular Religion in Northern Thailand. *Asian Journal of Tourism Research* 1 (1): 168-181.

Salazar, Noel B. (2008) 'Enough Stories!': Asian Tourism Redefining the Roles of Asian Tour Guides. *Civilisations* 57 (1-2): 207-222.

— . (2010a) Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond. New York: Berghahn Books.

— . (2010b) Towards an Anthropology of Cultural Mobilities. *Crossings: Journal of Migration and Culture* 1 (1): 53-68.

— . (2011) Studying Local-to-global Tourism Dynamics through Glocal Ethnography. In: Michael C. Hall (Hg.), Fieldwork in Tourism: Methods, Issues and Reflections; S. 177-187. London: Routledge.

— . (2012) Tourism Imaginaries: A Conceptual Approach. *Annals of Tourism Research* 39 (2): 863-882.

— . (2014a) Anthropology. In: Peter Adey, David Bissell, Kevin Hannam, Peter Merriman und Mimi Sheller (Hg.), The Routledge Handbook of Mobilities; S. 55-63. London: Routledge.

— . (2014b) Migrating Imaginaries of a Better Life… Until Paradise Finds You. In: Micheala Benson und Nick Osbaldiston (Hg.), Understanding Lifestyle Migration: Theoretical Approaches to Migration and the Theoretical Quest for a Better Way of Life; S. 119-138. Basingstoke [u.a.]: Palgavre.

Salazar, Noel B. und Alan Smart (2011) Introduction: Anthropological Takes on (Im)Mobility. *Identities: Global Studies in Culture and Power* 18: i–ix.

Salazar, Noel B., Alice Elliot und Roger Norum (2017) Studying Mobilities: Theoretical Notes and Methodological Queries. In: Alice Elliot, Roger Norum und Noel B. Salazar (Hg), Methodologies of Mobility: Ethnography and Experiment; S. 1-24. New York [u.a.]: Berghahn.

Salazar, Noel B. und Nelson H. H. Graburn (2014a) Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches. New York: Berghahn Books.

— . (2014b) Introduction: Toward an Anthropology of Tourism Imaginaries. In: Dies. (Hg.), Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches; S. 1-28. New York: Berghahn Books.

Salazar, Noel B. und Yujie Zhu (2015) Heritage and Tourism. In: Lynn Meskell (Hg.), Global Heritage: A Reader; S. 240-258. Chichester: Wiley Blackwell.

Sathha Lapwatthanacharoen (2011) *Nueay ngan nak…pai pak chiang khan*. [Wer hart gearbeitet hat, der ruht sich aus in Chiang Khan]. Tawan Song: Bangkok.

Selwyn, Tom (Hg.) (1996) The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism. Chichester [u.a.]: John Wiley & Sons.

— . The Political Economy of Enchantment: Formations in the Anthropology of Tourism. *Suomen Anthropologi* 32 (2): 48-70.

Sherlock, Kirsty (2001) Revisting the Concept of Hosts and Guests. *Tourist Studies* 1 (3): 271-295.

Shibuya, Miwa (2014) Experience a Change in Life: Long-Stay Tourism for Japanese Retirees in Chiang Mai, Thailand. In: Ploysri Porananond und Victor T. King (Hg.), Rethinking Asian Tourism: Culture, Encounters and Local Response; S. 297-319. Newcastle: Cambridge Scholars Publ.

Singh, Shalini (Hg.) (2009a) Domestic Tourism in Asia: Diversity and Divergence. London: Earthscan.

— . (2009b) Domestic Tourism: Searching for an Asianic Perspective. In: Shalini Singh (Hg.), Domestic Tourism in Asia: Diversity and Divergence; S. 1-30. London: Earthscan.

Sluka, Jeffrey A. und Antonius C. G. M. Robben (2007) Fieldwork in Cultural Anthropology: An Introduction. In: Antonius C. G. M. Robben und Jeffrey A. Sluka (Hg.), Ethnographic Fieldwork: An Anthropological Reader; S. 1-28. Malden, Mass. [u.a.]: Blackwell.

Smalley, William A. (1994) Linguistic Diversity and National Unity: Language Ecology in Thailand. Chicago: Univ. of Chicago Press.

Smith, Melanie, Nicola Macleod und Margaret Hart Robertson (2010) Key Concepts in Tourism Studies. Los Angeles [u.a.]: SAGE Publ.

Smith, Valene L. (Hg.) (1978) Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. Oxford: Blackwell.

— . (Hg.) (1989) Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. Philadelphia: Univ. of Pennsylvannia Press.

Somchai Phatharathananunth (2006) Civil Society and Democratization: Social Movements in Northeast Thailand. Copenhagen: NIAS Press.

Sopranzetti, Claudio (2012) Burning Red Desires. Isan Migrants and the Politics of Desire in Contemporary Thailand. *South East Asia Research* 20 (3): 361-379.

— . (2013) The Owners of the Map: Motorcycle Taxi Drivers, Mobility, and Politics in Bangkok. Cambridge: Unveröffentlichte Hochschulschrift, Harvard University.

— . (2014) Owners of the Map: Mobility and Mobilization among Motorcycle Taxi Drivers in Bangkok. *City & Society* 26 (1): 120-143.

— . (2018) Owners of the Map: Motorcycle Taxi Drivers, Mobility, and Politics in Bangkok. Oakland: Univ. of California Press.

Spitler, Gerd (2001) Teilnehmende Beobachtung als Dichte Teilnahme. Zeitschrift für Ethnologie: 126 (1): 1-25.

Spradley, James P. (1980) Participant Observation. Fort Worth [u.a.]: Harcourt Brace College Publ.

Sriwipa Siripunyawit (2015) Marriage of Convenience: Special Report: CP All Matches Students with 7-Eleven Jobs to Ease Crunch. Elektronisches Dokument. https://www.bangkokpost.com/print/400189/ [08.12.2017].

Sternstein, Larry (1982) Portrait of Bangkok. Bangkok: Bangkok Metropolitan Administration.

Storey, Richard und Maurice Florence (2001) Vietnam. Hawthorn: Lonely Planet Publications.

Streck, Bernhard (2013) Das Auge des Ethnografen: Zur perspektivischen Besonderheit der Ethnologie. In: Thomas Bierschenk, Matthias Krings und Carola Lentz (Hg.), Ethnologie im 21. Jahrhundert; S. 35-53. Berlin: Reimer.

Streckfuss, David (2012) An 'Ethnic' Reading of 'Thai' History in the Twilight of the Century-old Official 'Thai' National Model. *South East Asia Research* 20 (3): 305-327.

Suchat Sritama (2011) TAT Fair to Help Boost Tourism in Northeast. Elektronisches Dokument. http://www.nationmultimedia.com/business/TAT-fair-to-help-boost-tourism-in-Northeast-30145911.html [04.09.2015].

— . (2014) TAT rolls out campaign to boost domestic travel. Elektronisches Dokument. http://www.nationmultimedia.com/business/TAT-rolls-out-campaign-to-boost-domestic-travel-30246788.html [14.12.2017].

— . (2016a) TEATA Plans Sustainable Ecotourism Throughout Region Using Thai Model. Elektronisches Dokument. http://www.nationmultimedia.com/detail/Economy/30288838 [14.12.2017].

— . (2016b) Old town in Loei promoted to international tourists. Elektronisches Dokument. http://www.nationmultimedia.com/business/Old-town-in-Loei-promoted-to-international-tourist-30288921.html [14.12.2017].

Sunanta Sirijit (2013) Gendered Nation and Classed Modernity: The Perceptions of *Mia Farang* (Foreigners' Wives) in Thai Society. In: Tim Bunnell, D. Parthasarathy und Eric C. Thompson (Hg.), Cleavage, Connection and Conflict in Rural, Urban and Contemporary Asia; S. 183-199. Dordrecht: Springer.

Sunanta Sirijit und Leonora C. Angeles (2013) From Rural Life to Transnational Wife: Agrarian Transition, Gender Mobility, and Intimate Globalization in Transnational Marriages in Northeast Thailand. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography* 20 (6): 69-717.

Takashi, Shiraishi und Pasuk Phongpaichit (2008) (Hg.) The Rise of Middle Classes in Southeast Asia. Kyoto [u.]: Kyoto Univ. Press [u.a.].

Talyor, Philipp (1999) The Shifting Heart: Encountering the Modernities of Post-war Southern Vietnam. *Canberra Anthropology* 22 (2): 15-25.

Tambiah, Stanley J. (1977) The Galactic Polity: The Structure of Traditional Kingdoms in Southeast Asia. *Annals of the New York Academy of Sciences* 293 (1): 69-97.

Tanabe Shigeharu und Charles F. Keyes (Hg.) Cultural Crisis and Social Memory: Modernity and Identity in Thailand and Laos. London: RoutledgeCurzon.

Tappe, Oliver (2013) Thailand und Laos: eine historische Hassliebe. In: Orapim Bernart und Holger Warnk (Hg.), Thailand: Facetten einer südostasiatischen Kultur; S. 35-68. München: Ed. Global.

TAT (Tourism Authority of Thailand) (2003) Details on Tourists. Elektronisches Dokument. http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tsi_detail.php?TsiID=9 [09.08.2015].

— . (2011a) TAT to Make Big Promotional Push for Festival & Tourism Activities in Amazing I-San. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/tat-to-make-big-promotional-push-for-festival-tourism-activities-in-amazing-i-san/ [09.09.2015].

— . (2011b) TAT Organises "Amazing I-San Fair 2011" Between 27-30 January. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/tat-organises-%E2%80%9Camazing-i-san-fair-2011%E2%80%9D-between-27-30-january/ [04.09.2015].

— . (2011c) TAT Finalises Marketing Action Plan 2012, Targets 19 Million Visitors in 2012. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/media-release/18-media-releases-2011/241-tat-finalises-marketing-action-plan-2012. [23.08.2013].

—. (2012a) Domestic Tourism Campaign to Make Travel "Part of Life". Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/domestic-tourism-campaign-to-make-travel-%E2%80%9Cpart-of-life%E2%80%9D/ [17.08.2015].

—. (2012b) Loei's Homestay Attracts Slow Tourism. (Geschrieben von TTR Weekly.) Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/loei%E2%80%99s-homestay-attracts-slow-tourism/ [10.09.2015].

—. (2013a) Thailand's Northeast Given Major Tourism Boost. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/thailand%E2%80%99s-northeast-given-major-tourism-boost/ [04.09.2015].

—. (2013b) Isaan: A Laid-back Way to Experience Amazing Thailand. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/isaan-a-laid-back-way-to-experience-amazing-thailand/ [09.09.2015].

—. (2013c) TAT Unveils Marketing Action Plan 2014. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/tat-unveils-marketing-action-plan-2014/ [08.10.2015].

—. (2014a) TAT to make 'Thainess' and 'Happiness' Core Themes of Tourism Marketing Plan for 2015. Elektronisches Dokument. http://www.tourismthailand.org.vn/en/tat-to-make-thainess-and-happiness-core-themes-of-tourism-marketing-plan-for-2015 [14.12.2017].

—. (2014b) TAT Launching Three Strategic Campaigns to Boost Domestic Travel and Tourism. Available Online. http://www.tatnews.org/tat-launching-three-strategic-campaigns-boost-domestic-travel-tourism/ [18.08.2015].

—. (2014c) Tour of Thailand's Isan Civilisation and Heritage at its Best During the Rainy Season. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/tour-thailand%E2%80%99s-isan-civilisation-heritage-best-rainy-season/ [09.09.2015].

—. (2014d) Thailand and Mekong Tourism Office push for multi-nation promotions. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/thailand-and-mekong-tourism-office-push-for-multi-nation-promotions/ [09.09.2015].

—. (2014e) New Bus Route Between Loei and Luang Prabang Launched Ahead of AEC. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/new-bus-route-between-loei-and-luang-prabang-launched-ahead-of-aec/ [10.09.2015].

—. (2014f) A Day at Amphawa Floating Market. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/a-day-at-amphawa-floating-market/ [14.12.2017].

—. (2015a) A Very Thai Time in the Lovely Hills of Loei. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/a-very-thai-time-in-the-lovely-hills-of-loei/ [14.12.2017].

—. (2015b) The Lowdown on Lovely Loei, the Emerald of Northeastern Thailand. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/the-lowdown-on-lovely-loei-the-emerald-of-northeastern-thailand/ [14.12.2017].

—. (2015c) Explore the Isan Province of Loei and Discover a Land Before time. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/explore-the-isan-province-of-loei-and-discover-a-land-before-time/ [14.12.2017].

— . (2015d) Situation Update of the Explosion Incident in Bangkok. Elektronisches Dokument. https://www.tourismthailand.org/What-news/detail/Situation-Update-of-the-Explosion-Incident-in-Bangkok--2245 [14.12.2017].

— . (2015e) Thai Tourism to Enter New Era With Total Focus on ‚Quality'. Elektronisches Dokument. https://www.tatnews.org/thai-tourism-to-enter-new-era-with-total-focus-on-quality/ [14.12.2017].

— . (2016) Thailand Strenghtens its Quality Leisure Destination Appeal Through New Amazing Thailand Logo. Elektronisches Dokument. http://www.tatnews.org/thailand-strengthens-its-quality-leisure-destination-appeal-through-new-amazing-thailand-logo/ [14.12.2017].

— . (2017) Thailand's Strategy to Target High Quality Tourists Pays off. Elektronisches Dokument http://www.tatnews.org/thailands-strategy-target-high-quality-tourists-pays-off/ [14.12.2017].

Tauschek, Markus (2013) Kulturerbe: Eine Einführung. Berlin: Reimer.

TEATA (o.J.) Sustainable Tourism. Elektronisches Dokument. http://www.teata.or.th/sustainable.php [10.11.2017].

Thailand, Committee on Development of the Northeast (1961) The Northeast Development Plan, 1962-1966. Bangkok: The Planning Office, National Economic Development Board, Office of the Prime Minister.

Thailändisches Fremdenverkehrsamt (2016) Thailand Reise Magazin. Elektronisches Dokument. http://www.thailandtourismus.de/fileadmin/downloads/16/ThailandMagazin2016Doppelseitig.pdf [14.12.2017].

Thai Mung [Die Zuschauer] (2009) *Hotlaeodoe*. [Angekommen in Chiang Khan]. Elektronisches Dokument. https://www.youtube.com/watch?v=Re_EEQohrfc [14.12.2017].

Thak Chaloemtiarana (1979) Thailand: The Politics of Despotic Paternalism. Bangkok: Thammasat University Printing Press.

The Nation (o.J.) Tourism: Domestic Campaign Proves a Hit. Elektronisches Dokument. http://www.nationmultimedia.com/home/TOURISM-Domestic-campaign-proves-a-hit-80671.html [19.08.2015]

The Resource Center of Thai Culture (2007) Guide to Muang Boran. Muang Boran Publishing House: Bangkok.

Theodossopoulos, Dimitros (2013) Laying Claim to Authenticity: Five Anthropological Dilemmas. *Anthropological Quaterly* 86 (2): 337-360.

Thompson, Eric C. (2002) Migrant Subjectivities and Narratives of the *kampung* in Malaysia. *SOJOURN* 17: 52-75.

— . (2004) Rural Villages as Socially Urban Spaces in Malaysia. *Urban Studies* 41: 2357-2376.

Thompson, Eric C.; Tim Bunnell und D. Parthasarathy (2013) Introduction: Place, Society and Politics Across Urban and Rural Asia. In: Tim Bunnell, D. Parthasarathy und Eric C. Thompson (Hg.) Cleavage, Connection and Conflict in Rural, Urban and Contemporary Asia; S. 1-11. Dordrecht: Springer.

Thongchai Winichakul (1994) Siam Mapped: A History of the Geo-body of a Nation. Chiang Mai: Silkworm Books.

— . (1995) The Changing Landscape of the Past: New Histories in Thailand Since 1973. *Journal of Southeast Asian Studies* 26 (1): 99-120.

— . (2000) The Quest for "Siwilai". A Geographical Discourse of Civilizational Thinking in the Late Nineteenth and Early Twentieth-Century Siam. *The Journal of Asian Studies* 59: 528-549.

— . (2008) Nationalism and the Radical Intelligentsia in Thailand. *Third World Quarterly* 29 (3): 575-591.

— . (2014) The Monarchy and Anti-Monarchy: Two Elephants in the Room of Thai Politics and the State of Denial. In: Pavin Chachavalpongpun (Hg.), "Good Coup" Gone Bad: Thailand's Political Development since Thaksin's Downfall; S. 79-108. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

Thongchai Winichakul und Tyrell Haberkorn (2015) The Thai Junta's Doublespeak. Elektronisches Dokument. http://www.newmandala.org/the-thai-juntas-doublespeak/ [14.12.2017].

Timothy, Dallen J. und Daniel H. Olsen (Hg.) (2006) Tourism, Religion and Spiritual Journeys. London: Routledge.

Toyota, Mika (im Erscheinen) Trans-Asia Mobility from Above and Below: Elderly Migration from Japan to Southeast Asia. *Asian Review* 30 (1): 3-23.

Trenk, Marin (2012) Das rohe und das gekochte Laab: Eine regionale Esskultur Thailands zwischen Aneignung und Ausgrenzung. *Anthropos* 107: 115-128.

Trupp, Alexander und Claudia Dolezal (2013) Editorial: Mobilities in South-East Asia. Themenheft, *ASEAS*: 6 (2).

TTR Weekly (2013) Fair to Promote Isan. Elektronisches Dokument. http://www.ttrweekly.com/site/2013/01/fair-to-promote-isan/ [04.09.2015].

Tubtim Tubtim (2012) Migration to the Countryside: Class Encounters in Peri-urban Chiang Mai, Thailand. *Critical Asian Studies*: 44 (1): 113-130.

Tview Media Channel (2012a) Check in Now – Ep. 6 Chiang Khan in der Provinz Loei. Elektronisches Dokument. https://www.youtube.com/watch?v=jUAn709NT3M [14.12.2017].

Tview Media Channel (2012b) Check in Now – Ep. 7 Chiang Khan in der Provinz Loei. Elektronisches Dokument. https://www.youtube.com/watch?v=K_7qWiEMmEw [14.12.2017].

Ubonrat Siriyuvasak (1998) Thai Pop Music and Cultural Negotiation in Everyday Politics. In: Hkun Hsing Chen (Hg.), Trajectories: Inter-Asia Cultural Studies; S. 206-227. London: Routledge.

UNWTO (2016) UNWTO Tourism Highlights. Elektronisches Dokument. http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 [14.12.2017].

Uriely, Natan (2001) 'Travelling Workers' and 'Working Tourists': Variations across the Interaction between Work and Tourism. *International Journal of Tourism Research* 3 (1): 1-8.

Urry, John (2002) The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage.

van Roy, Edward (2011) Rise and Fall of the Bangkok Mandala. *Journal of Asian History* (45) 1/2: 85-118.

Veijola, Soile (2010) Introduction: Tourism as Work. *Tourist Studies* 9 (2): 83-87.

Vickery, Michael (1970) Thai Regional Elites and the Reforms of King Chulalongkorn. *The Journal of Asian Studies* 29 (4): 863-881.

Vielhalber, Karl Husa, Julia Jöstl, Krisztina Veress, und Birgit Wieser (2014) Paradise Found? Experiences of Farang Retirement Migrants in Hua Hin and Cha-am, Thailand. In: Karl Husa, Alexander Trupp und Helmut Wohlschlägl (Hg.), Southeast Asian Mobility Transitions: Issues and Trends in Migration and Tourism; S. 168-195. Vienna: Dept. of Geography and Regional Research Univ. of Vienna.

Vorng, Sophorntavy (2011a) Beyond the Urban-Rural Divide: Complexities of Class, Status and Hierarchy in Bankok. *Asian Journal of Social Science* 39 (5): 674-702.

— . (2011b) Bangkok's Two Centers: Status, Space, and Consumption in a Millennial Southeast Asian City. *City & Society* 23 (1): 66-85.

— . (2017) A Meeting of Masks. Status, Power and Hierarchy in Bangkok. Copenhagen: Nordic Institute of Asian Studies.

Walker, Andrew (1999) The Legend of the Golden Boat: Regulation, Trade and Traders in the Borderlands of Laos, Thailand, China and Burma. Richmond: Curzon.

— . (2010) Royal Sufficiency and Elite Misrepresentation of Rural Livelihoods. In: Ivarsson, Søren, and Lotte Isager (Hg.), Saying the Unsayable: Monarchy and Democracy in Thailand; S. 241-266. Copenhagen: NIAS Press.

— . (2012a) Thailand’s Political Peasants: Power in the Modern Rural Economy. Madison: Univ. of Wissonsin Press.

— . (2012b) Royal Succession and the Evolution of Thai Democracy. In: Michael J. Montesano, Pavin Chachavalpongpun und Aekapol Chongvilaivan (Hg.), Bangkok, May 2010: Perspectives on a Divided Thailand; S. 333-338. Singapore: ISEAS.

Walker, Marilyn Diana (1991) Thai Elites and the Construction of Socio-Cultural Identity Though Food Consumption. Unveröffentlichte Hochschulschrift, York University, Ontario.

Walton, John K. (2009) Epilogue: Domestic Tourism in Asia – Contexts and Directions. In: Shalini Singh (Hg.), Domestic Tourism in Asia: Diversity and Divergence; S. 315-324. London: Earthscan.

Wang, Ning (1999) Rethinking Authenticity in Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research* 26 (2): 349-370.

Wanwisa Ngamsangchaikit (2014) Domestic Tourism Our Salvation. Elektronisches Dokument. http://www.ttrweekly.com/site/2014/02/domestic-tourism-our-salvation/ [17.08.2015].

— . (2015) Thainess Campaign Spurs Domestic Tourism. Elektronisches Dokument. http://www.ttrweekly.com/site/2015/02/thainess-campaign-spurs-domestic-tourism/ [14.12.2017].

Wenk, Klaus (1968) The Restoration of Thailand under Rama I. Tucson: University of Arizona Press.

Williams, Allan M. und Michael C. Hall (2002) Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption. *Tourism Geographies* 2 (1): 5-27.

— . (2002) Tourism, Migration, Circulation and Mobility: The Contingencies of Time and Place. In: C. Michael Hall und Allan M. Williams (Hg.), Tourism and Migration: New Relationships Between Production and Consumption; S. 1-52. Dordrecht [u.a.]: Kluwer Academic Publishers.

Williams, Raymond (1993 [1973]) The Country and the City. London: Hogarth.

Winter, Tim (2007) Rethinking Tourism in Asia. *Annals of Tourism Research* 34 (1): 27-44.

— . (2009a) Destination Asia: Rethinking Material Culture. In: Tim Winter; Peggy Teo und T.C. Chang (Hg.), Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism; S.52–66. New York: Routledge.

— . (2009b) Conclusion: Recasting Tourism Theory towards an Asian Future. In: Tim Winter; Peggy Teo und T.C. Chang (Hg.), Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism; S. 315-325. New York: Routledge.

— . (2010) Heritage Tourism: The Dawn of a New Era? In: Sophia Labadi und Colin Long (Hg.), Heritage and Globalisation; S. 117-129. London: Routledge.

Winter, Tim und Patrick Daly (2012) Heritage in Asia: Converging Forces, Conflicting Values. In: Patrick Daly und Tim Winter (Hg.), Routledge Handbook of Heritage in Asia; S. 1-35. London [u.a.]: Routledge.

Winter, Tim, Peggy Teo und T.C. Chang (Hg.) (2009a) Asia on Tour. Exploring the Rise of Asian Tourism. London: Routledge.

— . (2009b) Introduction: Rethinking Tourism in Asia. In: Dies. (Hg.), Asia on Tour: Exploring the Rise of Asian Tourism; S. 1-18. New York: Routledge.

Wirth, Louis (2010 [1938]) Urbanism as a Way of Life. In: George Gmelch; Robert V. Kemper und Walter P. Zenner (Hg.), Urban Life: Readings in the Anthropology of the City. 5. Aufl; S. 101-118. Long Grove, Ill: Waveland Press.

Wolcott, Harry F. (1999) Ethnography: A Way of Seeing. Walnut Creek, Calif: AltaMira Press.

— . (2005) The Art of Fieldwork. Walnut Creek, Calif.: AltaMira Press.

Wolters, O. W. (1982) History, Culture, and Region in Southeast Asian Perspectives. Singapore: Inst. of Southeast Asian Studies.

Wulff, Helena (2017) The Anthropologist as Writer: Genres and Contexts in the Twenty-First Century. New York [u.a.]: Berghahn.

Yoshifumi, Tamada (2008) Democracy and the Middle Class in Thailand: The Uprising of May 1992. In: Shiraishi Takashi und Pasuk Phongpaichit (Hg.), The Rise of Middle Classes in Southeast Asia; S. 40-82. Kyoto: Kyoto Univ. Press [u.a.].

Zenner, Walter P. (2012) Beyond Urban and Rural Communities in the 21st Century. In: George Gmelch, Robert V. Kemper und Walter P. Zenner (Hg.), Urban Life. Readings in the Anthropology of the City. 5. Aufl; S. 101-118. Long Grove, Ill: Waveland Press.

Eidesstattliche Erklärung

„Ich versichere, dass ich die eingereichte Dissertation „(Thai-)Land in Bewegung: Nostalgien und inländische Tourismusmobilitäten“ selbstständig und ohne unerlaubte Hilfsmittel verfasst habe. Anderer als der von mir angegebenen Hilfsmittel und Schriften habe ich mich nicht bedient. Alle wörtlichen oder sinngemäß den Schriften anderer Autoren entnommenen Stellen habe ich kenntlich gemacht.“

Göttingen, 22.12.2017