

Benutzerdefinierte Suche

TagesAnzeiger

Amsterdam ist sich zu populär

Der zwei Meter hohe Schriftzug «I amsterdam» half mit, die Stadt zum Touristenmagnet zu machen. Nun ist er weg – zu gross ist der Verdruss über den Massentourismus.



Mit einem Kran wurden die Buchstaben des «I amsterdam»-Schriftzugs abgebaut. (Foto: AFP)

Der Museumplein ist ein riesiger, etwas öder Platz in Amsterdam. Es gibt eine Wasserfläche, die im Winter zur Eisbahn mutiert, mehr nicht. Als Tourist freute man sich daher über den rot-weißen Schriftzug vor dem Rijksmuseum am Rande des Platzes. «I amsterdam» stand dort, mehr als zwei Meter hoch und 23 Meter breit, die perfekte Kulisse für ein Selfie vor historischem Hintergrund. Tausende Besucher setzten sich hier täglich in Szene, am beliebtesten war das «d». Man kam zum Posen und Lachen, das Ensemble war eine Ikone, beinahe wie der Eiffelturm oder Trevi-Brunnen.

WERBUNG

Thomas Kirchner 10.12.2018

Artikel zum Thema

Amsterdam will Tourismus einschränken



Die neue Regierung der niederländischen Hauptstadt möchte nicht, dass Touristen die Einwohner belasten. [Mehr...](#)

17.05.2018

Eine vertikale Stadt

Neues Leben kehrt in Amsterdam Noord ein – auch dank eines universell genutzten Hochhauses. [Mehr...](#)

Evelyn Pschak. 03.11.2017

Eine vertikale Stadt

Neues Leben kehrt in Amsterdam Noord ein – auch dank eines universell genutzten Hochhauses. [Mehr...](#)

Evelyn Pschak. 03.11.2017

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

@tagesanzeiger folgen

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

@tagesanzeiger folgen



inRead invented by Teads

Aber es war auch ein Symbol des Massentourismus, der Amsterdam so zu schaffen macht. Deshalb musste es weg. Diese Woche liess die Stadt die Buchstaben entfernen, auf Antrag der grün-linken Fraktion im Gemeinderat, die eine Mehrheit überzeugen konnte. «I amsterdam steht für Individualismus, während wir in dieser Stadt Solidarität und Vielfalt zeigen wollen», sagte Fraktionschefin Femke Roosma. «Ausserdem reduziert dieser Slogan die Stadt auf eine Marketing-Geschichte.»

Ja, wir haben ein Problem

«I amsterdam» ist eine extrem erfolgreiche Kampagne, später kopiert von Städten wie Moskau («Wow Moscow») oder Lyon («Only Lyon»). Die Werbeagentur Kessels Kramer erfand sie 2004, mitsamt den grossen Buchstaben. Damals machte sich die Stadt Sorgen um ihr Image, ihr verstaubter Spruch «Amsterdam hat's» lockte kaum noch jemanden an die Grachten. Umso besser funktionierte der neue: Die Touristen strömten herbei, auch wegen des Aufschwungs in Asien, und mehrten den Reichtum der Stadt. 2014 wurden die ersten Bedenken in den Medien geäussert. Die Kalverstraat in den Wallen hatte wegen Überfüllung gesperrt werden müssen, von «drukte», Gedränge, rund um die Grachten und Brücken war nun allenthalben die Rede. Dichtestress. 14 Millionen Besucher pro Jahr zählte man damals, und es tauchte die Frage auf, die sich auch Städte wie Venedig oder Barcelona stellten: Gibt es ein zu viel an Popularität?

2016 gab Bürgermeister Eberhard van der Laan die offizielle Antwort: Ja, wir haben ein Problem mit dem Tourismus. Die Innenstadt hatte sich deutlich verändert, sie sah aus wie ein Festivalgelände. Ganze Häuser verwandelten sich in Airbnb-Unterkünfte, interessante Geschäfte in quietschbunte Nutella-, Waffel oder Goudashops. Anwohner fühlten sich belästigt durch saufende, grölende Horden. Der «kotzende Brite» auf Junggesellentour wurde zur Hassfigur. Und besonders erschreckend: Das war erst der Anfang. Amsterdam nähert sich der 20-Millionen-Besucher-Marke; für 2030 werden, wenn es so weitergeht, 30 Millionen prognostiziert.

Die Stadt reagierte. Sie legte Airbnb immer härtere Beschränkungen auf, sie stoppte das berühmte Bierfietsen, bei dem Saufkumpane gemeinsam durch die Gassen radeln, sie verbannte Kreuzfahrtschiffe und Touri-Busse aus der Innenstadt, verbot den Bau neuer Hotels, schloss illegale Pensionen. Und manches mehr.

«Ohnmächtige Symbolpolitik»

Viel besser ist es seither nicht geworden mit dem Gedränge. Die neue Leerstelle vor dem Rijksmuseum wird daran wenig ändern. Die Aktion sei nur «ohnmächtige Symbolpolitik», schimpfte ein Kritiker. Andere fragten, ob es nicht dringendere

Probleme gebe: die Kriminalität, die Wohnungsnot, die steigenden Lebenshaltungskosten, die viele zum Wegziehen zwingen. Doch Grünen-Politikerin Roosma geht es um Grundsätzliches. Man müsse sich lösen vom Image als «Stad waar alles kan», der Stadt, in der alles möglich (und erlaubt) ist. Toleranz und Liberalität seien zwar wichtig für Amsterdam, das schon im 17. Jahrhundert Menschen aus ganz Europa Zuflucht bot, die wegen ihres Glaubens oder ihrer Ansichten verfolgt wurden. Aber: «Freiheit kennt Grenzen. Die Freiheit des einen endet dort, wie die Freiheit des anderen beginnt», sagte Roosma jüngst in einer Diskussionsrunde. Man müsse über jene reden, die sich «zu viel Freiheit nehmen». Der ehemalige Stadtrat Frits Huffnagel schlägt vor, ein halbes Jahr lang konsequent alle Regelverstösse zu ahnden, etwa die Missachtung des in der Innenstadt eigentlich geltenden Alkoholverbots. Das werde sich schnell herumsprechen. Seine frühere Kollegin Carolien Gehrels denkt noch weiter. Man solle das Verhalten der Besucher über Preise steuern, etwa mittels einer schlaun Chipkarte: Wer ins Rotlichtviertel wolle, erhielte 25 Euro abgebucht, dafür gäbe es Nachlass für den Besuch im Stedelijk-Museum.

Und die schönen Buchstaben? Fans werden Ersatz finden. Sie stehen auch am Flughafen Schiphol und anderen Stellen Amsterdams. Selbst das Ensemble vor dem Rijksmuseum wird nicht verschrottet, sondern geht nach einer Renovierung auf Tour durch die Stadt. Erste Station ist ein Studentenhotel. Am Ende war der gross angekündigte Abbau des Slogans vor allem wieder: Marketing. (Redaktion Tamedia)

Erstellt: 10.12.2018, 16:06 Uhr

Ist dieser Artikel lesenswert?

Ja

Nein