



The New Historical Method

# Genius Loci – Geist des Ortes

Dr. Roberta Rio

## **Informationen über den Artikel**

**Genius Loci – Geist des Ortes**

**Veröffentlicht auf  
www.voyageindestiny.org  
am 15.02.2017**

©2017 Dr. Roberta Rio  
Alle Rechte vorbehalten

## **Schlüsselwörter**

Tourismus  
Kern  
Wissen  
Umsetzung  
Geist des Ortes  
genius loci  
Authentizität

## **Zusammenfassung**

Jeder Ort auf Erden ist mit Merkmalen ausgestattet, die nur ihm eigen sind und auf welche jeder von uns auf subjektive Art und Weise reagiert. Man könnte sagen, jeder Ort besitzt eine eigene Persönlichkeit, mit der wir in Resonanz gehen können oder auch nicht, geradeso wie mit einer Person aus Fleisch und Blut. Es gibt Orte, an denen wir uns sofort zu Hause fühlen, und andere, an denen uns ein anscheinend ungerechtfertigtes Bestreben befällt, wegzugehen. Offensichtlich gibt es mentale Reaktionen, unserer persönlichen Geschichte geschuldet, unseren Vorlieben und unserem ästhetischen Empfinden: Einige bevorzugen Bergorte, andere Küsten, moderne, groß angelegte Gebäude oder zurückhaltende mit schlichten Linien. Dennoch ist unsere Reaktion auf Orte nicht nur mental.

In der Tat, der springende Punkt ist nicht die Frage, warum wir in einer bestimmten Art und Weise auf ein bestimmtes Gebäude reagieren. Die fundamentale Frage müsste lauten: Warum ist dieses Gebäude mit diesen Eigenheiten gerade an diesem Ort errichtet worden? Warum dient dieser Ort gerade diesem Verwendungszweck und nicht einem anderen? Oder mehr noch: Wenn alles genauso ist, wie es unserem ästhetischen Empfinden entspricht, warum fühlen wir uns unwohl?

Hier also beginnen wir das Vorhandensein eines „Mehr“ zu begreifen, das einem Ort seine spezifische „Identität“ verleiht.

## **Einleitung**

Aus der persönlichen Erfahrung heraus kommt das Bewusstsein, dass wir erst in dem Augenblick, in dem wir den Kern eines Ortes verstehen, einen Prozess aktivieren können, der in eine nachhaltige, authentische und erfolgreiche Entwicklung mündet. Unsere Arbeit ist mütterlich: Wir führen keine neuen Elemente von außen ein, sondern wir beschäftigen uns mit der Wiederentdeckung der ursprünglichen Information des Ortes selbst, seinen fundamentalen Charakteristiken, seinen ihm innewohnenden Potenzialen bzw. mit jenem, was die Alten als „Genius Loci“ definierten. Erst wenn wir die ursprüngliche Information verstanden haben, können wir die Aufgabe des Ortes verstehen, seine Mission und letztendlich die Festlegung der Nutzung. Letztere wird dann die Arten und Formen des praktischen Eingriffs in das Territorium definieren.

Man beachte gut, dass ein wieder aktivierter Ort imstande ist, das Wesentliche in den Menschen zu erwecken, die sich auf diesem Territorium aufhalten. Offensichtlich gilt dies in einem doppelten Sinne: Menschen, die bereits in Kontakt mit sich selbst und ihrem eigenen Wesen sind, können dazu beitragen, dass sich die ursprüngliche Information eines Ortes wieder manifestiert.

## **Geschichtliche Aspekte**

In der klassischen Tradition hatten unsere Vorfahren ein persönliches Verhältnis zu den Orten, die sie als beseelt betrachteten. Als solche wurden jene verehrt, geachtet und geliebt. Aus den Gemälden ersieht man, dass unsere Ahnen die Notwendigkeit verspürten, die Orte und die Elemente der Natur zu personifizieren, gelegentlich zu vergöttlichen. Dies nicht nur in der klassischen Epoche: Es ist dies ein Bestreben, welches wir quer durch verschiedene Epochen und Regionen des Planeten antreffen. Man denke zum Beispiel an die Figur des Drachens. Im bildhaften Symbolismus war der Drache ursprünglich die Personifizierung der unterirdischen Naturgewalten, präsent in vulkanischen Gegenden. Aus der christlichen Epoche sind die Darstellungen des heiligen Georg bekannt, der den Drachen tötet. Das Christentum interpretiert den Drachen als das Böse, die Schatten, das Ego, die Versuchung, den Dämon, womit die ursprüngliche Bedeutung überlagert wurde. Man denke z.B. an Italien, wo in der Umgebung des Bolsener Sees zahlreiche Kirchen, Kapellen und Ortsnamen dem Heiligen gewidmet sind. Dieser See war ursprünglich der Krater eines Vulkans, welcher sich nach seiner aktiven Phase im Laufe der Jahrtausende mit Wasser füllte. In der heidnischen Epoche wurden um den See Kultstätten errichtet, um den Drachen bzw. den Vulkan gnädig zu stimmen, damit Leben in seiner Umgebung ermöglicht werde. Kulte an Orten wie diesem waren in der lokalen Tradition verankert, die Kirche konnte sie nicht einfach ausrotten, sie erhielt sie vielmehr, veränderte jedoch radikal deren Bedeutung.

Aber da steckt noch mehr dahinter. Für die Alten war es eine Gewissheit: „nullus locus sine genio“ (kein Ort ohne Genius). So schrieb der lateinische Philologe Servius zwischen dem IV. und V. Jahrhundert in einem Kommentar zur Aeneis. Mit dieser Bemerkung bezog er sich auf etwas, was seine Zeitgenossen sehr wohl wussten, d.h. jedem natürlichen Ort (etwa einem Berg, einem Fluss, einem Wald) oder jedem bebauten Ort (etwa einer Stadt) wohnt ein schützender Geist inne, welcher *genius loci* genannt wurde. In Wahrheit war dieser *genius loci* sehr viel mehr als nur ein Schutzgeist. Es war ein Wesen, welches die Griechen als *daimon* [δαίμων] bezeichneten. Wir dürfen uns von der Ähnlichkeit mit dem Wort Dämon nicht in die Irre führen lassen. Ein *daimon* war ein

Geist, anwesend in allen beseelten Wesen, also auch in den Orten, welcher die Aufgabe hatte, sie darin zu unterstützen, ihre Bestimmung zu erfüllen. Wir erinnern uns bei dieser Gelegenheit an die platonische Philosophie, nach der jede Person zur Welt kommt, um eine genau umrissene Aufgabe zu erfüllen. Dasselbe sagt man von den Orten: Jeder Ort hat eine Bestimmung zu erfüllen.

Infolgedessen half der *genius loci* einem Ort nicht nur, die ihm innewohnenden Eigenschaften zu manifestieren, sondern bewirkte obendrein, dass die Personen, die dort lebten, vom Charakter des Ortes selbst beeinflusst wurden.

Dieser Punkt ist sehr wichtig: Eingedenk der Tatsache, dass dies ein tragendes Element der zeitgenössischen Anthropologie darstellt, verbindet er uns nämlich wieder mit der heutigen Zeit: Ein Mensch, der an einem bestimmten Ort lebt, nimmt im Lauf der Zeit die Charakteristika des Ortes an und wird ihm ähnlich.

### **Ursprüngliche Bedeutung des Tourismus**

Es ist dies der eben angeführte Aspekt, der uns die ursprüngliche Bedeutung des Begriffes *Tourismus* vor Augen führt. In der Renaissance wurde die Landschaft wiederentdeckt, sei es wegen ihrer Faszination, sei es als Idee - wie wir gesehen haben, verwurzelt in Jahrtausenden – dass nämlich jeder Ort genau definierte Charakteristiken aufweist, die es zu entdecken und wertzuschätzen gilt, um voll in Einklang mit dem Ort zu treten. Es ist dies die historische Epoche, in welcher die *Grand Tour* entsteht – aus welcher das Wort *Tourismus* stammt – bzw. der Brauch, wonach sich die Jugend der europäischen Aristokratie nach Beendigung ihrer Studien auf eine lange Reise begab, lange vor allem in zeitlicher Hinsicht. Man denke z.B. an Johann Wolfgang von Goethe, der von 1786 bis 1788 durch sein 'Arkadien' verreiste.

Der Zweck dieser Erfahrung war das Lernen, Orte in ihrer Wesenheit zu erkennen und wiederzuerkennen, war das Bestreben, sich von neuen Elementen „befruchten“ zu lassen, sich einer Identität zu entledigen, starr und bisweilen auch überheblich, erworben im Leben am immer selben Ort. Es hatte zum Zweck, sich für neue Möglichkeiten zu öffnen, für neue Sichtweisen auf das Leben und die Realität, sich selbst in einem neuen Licht zu sehen, sich geläutert wiederzuentdecken: eine wahrhaftige Erfahrung persönlichen Wachstums.

Jeder Ort ist in der Tat in der Lage, einige bestimmte Aspekte zu aktivieren, die in uns in der Form von reiner Möglichkeit angelegt sind. Nur die Erfahrungen bewerkstelligen den Übergang von der Möglichkeit in die Realität.

Dies ist die ursprüngliche Bedeutung des Tourismus.

### **Der Tourismus heute**

Heute schlägt uns die Tourismusindustrie zum großen Teil vereinheitlichte Orte vor, verwandelt, um angenommenen Bedürfnissen eines ideellen Reisenden Genüge zu tun. Ich gebrauche absichtlich die Ausdrücke „*angenommen*“ und „*ideell*“, da der Tourist von heute von der Tourismusindustrie dazu erzogen wird, nur bestimmte Bedürfnisse zu haben und keine anderen. Er muss ein Hotel vorfinden, das genau definierte Eigenschaften zu haben hat: Wellness- Bereich, Pantoffeln und Bademantel in den Hotels mit vier Sternen und darüber, Haubenküche, auch wenn nicht regional, mehr noch, immer und überall besteht die Möglichkeit, sich für das „kontinentale“ Frühstück zu entscheiden, damit die Franzosen Brioche vorfinden als wären sie zu Hause, und die

Briten ihren Haferbrei. Aber dies ist nicht der Mensch auf Reisen. Dies ist der Tourist, wie er der heutigen Tourismusindustrie vorschwebt. Dies sind nicht seine wahren Bedürfnisse. Es sind von außen eingepflanzte Bedürfnisse, eingepflanzt auf so subtile Art und Weise, dass man glaubt, es seien die eigenen.

Verallgemeinernd könnte man sagen, der Zweck der heutigen Tourismusbranche scheint es zu sein, den Touristen zu einer müßigen Bequemlichkeit zu erziehen, die zur Faulheit - nicht bloß im physischen Sinne – führt. Frei nach der Rede von Jiddu Krishnamurti über die Impermanenz in „Die Suche nach der Glückseligkeit“, den Touristen dazu zu erziehen, sich an kleine, tote Pfützen, fern dem eigentlichen Leben, zu gewöhnen.

Die Pfütze ist bequem, das Wasser ruhig und wärmer als das ungestüme des Flusses. Bei genauerem Betrachten jedoch werden wir bemerken: Während letzteres unablässig fließt, breit und tief, ist die Pfütze trüb und ohne Leben. Ihr Wasser steht still, während der Fluss daneben, der schnell dahinfließt, voll mit Fischen und in Bewegung ist. Früher oder später wird das Wasser, welches sich nicht bewegt, sterben und beginnen, übel zu riechen. Was am Anfang Bequemlichkeit gewesen ist, verwandelt sich in der Folge in Unwohlsein und dann manches Mal in Krankheit. Mit anderen Worten, wir alle streben nach einem Zustand der Dauer, wir wollen, dass bestimmte Dinge für immer andauern - ein fixes Gehalt, eine Arbeit auf unbestimmte Zeit, eine Ehe, bis dass der Tod uns scheidet – wir wollen, dass die Freuden nie aufhören. Wir buddeln eine kleine Höhle, verbarrikadieren uns darin mit unseren Familien, Ambitionen, Kulturen, Ängsten, Gottheiten, Kultformen, und dort sterben wir, zulassend, dass das Leben an uns vorbeifließt – jenes Leben, welches endlich ist, in ständigem Wechsel, welches – gerade deshalb – unmessbare Tiefe und unermessliche Schönheit besitzt. Jeder Ort der Welt schließt in sich die Information ein, dass das Leben vergänglich ist. Der Tourismus, der a u s den Orten entsteht, bietet dem Reisenden die Möglichkeit, diesen wichtigen Aspekt unserer Existenz zu erfahren.

### Strukturen des Tourismus

Jedoch entstehen die Strukturen des Tourismus nicht a u s den Orten, sondern a u f den Orten, wie eine Prothese aus Silikon in einem weiblichen Busen. Sollte auch der erste optische Eindruck einige mentale Bedürfnisse befriedigen, der Kontakt mit diesem Teil des Körpers, kalt und unpersönlich, wird fürwahr keinen wahren Genuss aufkommen lassen, weder bei der Besitzerin, noch bei jenem, der sie berührt. Und so geschieht es oft auch in der aktuellen Tourismusindustrie: Sie bringt keine wahre Genugtuung, weder dem Touristen, noch dem Ort, auf dem die Struktur steht. Weil letztere nämlich **auf einen Ort draufgesetzt wird und nicht Teil des Ortes ist**. Der amerikanische Architekt Frank Lloyd Wright schrieb, wenn man ein Haus baut, darf dieses nicht a u f einem Hügel stehen, sondern muss T e i l d e s H ü g e l s sein (Fallingwater).

Einige Strukturen des Tourismus entwickeln sich auf der Erde wie ein Krebsgeschwür. Im Körper entsteht ein solches, wenn einige Zellen aufhören, mit den anderen und dem Rest des Organismus zu kommunizieren. Auf diese Weise gehen sie der Information verlustig, wie sie korrekt funktionieren müssen, und beginnen, getrennt vom restlichen Organismus zu arbeiten, der – früher oder später – bestrebt sein wird, sie zu eliminieren.

Eine touristische Struktur, die auf einem Ort entsteht, ohne mit ihm verbunden zu sein, ist in der Tat ein Krebsgeschwür, das nur deshalb am Leben bleibt, weil es große Mengen an Energie aus den

umgebenden Zellen entzieht, die dadurch geschwächt werden. Mit anderen Worten, eine touristische Struktur dieser Art fordert einen hohen Preis von der Umgebung.

Wir haben ausgeführt, dass Orte befähigt sind, Personen zu verändern, die in die Sphäre ihres Einflusses eintreten bzw. dass jene, die sich an jenem Ort aufhalten, von der Eigenheit dieses Ortes beeinflusst werden. Welche Erfahrung macht ein Tourist in einer diesbezüglichen Struktur? Eine Erfahrung der Trennung zwischen ihm selbst und seiner Umgebung. Und wenn, wie wir wissen, der Mikrokosmos den Makrokosmos spiegelt, wird er die Erfahrung der Trennung in sich selbst machen.

Mag sein, dass die Zugänge in diese Strukturen überaus verlockend sind: Der kurzfristige monetäre Gewinn ist für gewöhnlich d e r Parameter, mit dem man beurteilt, ob eine Struktur funktioniert oder nicht, ob sie Erfolg hat oder nicht.

Nicht jedoch für uns.

Der Erfolg gehört nach unserem Verständnis zu einer Werteskala, die wesentlich mehr beinhaltet als nur das Geld. Ein positives ökonomisches Ergebnis, das ausschließlich der persönlichen Bereicherung eines einzelnen oder einer Gruppe dient, kann auch durch Spekulation erreicht werden. In diesem Fall kann man von Ausbeutung sprechen. Arbeitet man aber mit dem Kern, steht das wirtschaftliche Ergebnis nicht im Mittelpunkt, vielmehr ist es eine logische und offensichtliche Konsequenz aus der Annäherung an diesen.

### **Neue Wertmaßstäbe: die Orte**

Wenn wir den Tourismus mit einem ganzheitlichen Konzept erneuern wollen, durchdrungen von der Authentizität und der Achtung vor der Landschaft und vor den Menschen, die darin wohnen, so müssen nach unserer Überzeugung die Wertmaßstäbe überarbeitet werden.

Ganz oben auf diese neue Skala setzen wir die Orte.

Wir haben gesagt, dass jeder Ort seinen eigenen Charakter, seine ihm eigene Identität hat.

Die Faktoren, die diese Identität ausmachen, sind verschiedener Natur: physische und geografische, jedoch auch historische und kulturelle. Die Energie eines Ortes wird bestimmt von der Geologie, von seiner Geomorphologie (Landformenkunde), vom Vorhandensein von Wasser, etc. Diese Charakteristiken werden ergänzt durch die Geschichte der dort lebenden Menschen. Zwei Schicksale kreuzen sich auf dieser Ebene: jenes des Ortes und jenes der Bewohner. Manchmal sind beide in Harmonie zueinander, sodass sie in ihrer Ähnlichkeit geneigt sein werden, sich gegenseitig anzupassen. Es kann aber auch sein, dass sich auf einem harmonischen Platz Kriege abspielen oder Ereignisse, die nicht harmonisch sind. So wird sich diese neue Information der ursprünglichen des Ortes hinzufügen.

Alle diese Gesichtspunkte müssen berücksichtigt werden, wenn man touristische Strukturen realisieren will, die im Einklang mit der Umgebung sind.

### **Information der Orte, Bestimmung der Nutzung, Struktur und Form von Baukörpern**

In erster Linie ist die Grundinformation des Ortes zu verstehen. Sind dort z.B. Orte, die für sich eine starke Erdenergie aufweisen, wie z. B. Plätze vulkanischen Ursprungs, Thermalorte etc. In diesem Fall wird es wenig vorteilhaft sein, dort einen Raum für Meditation und spirituelle Übungen

zu errichten, ist doch die Energie der Materie zu stark und die ins Auge gefassten Tätigkeiten würden energetisch nicht unterstützt. Wenn wir planen, ein Haus über einem Friedhof zu errichten, von dem heute keine sichtbare Spur zu finden ist, werden wir einen diskreten, wenn nicht kärglichen Erfolg haben, ist dieser Ort doch für die Zersetzung der Materie bestimmt. Eher geeignet ist es, dort eine Kompostieranlage zu errichten. Alle diese Elemente sind für jeden wahrnehmbar und erkennbar. Dies aber, mehr oder weniger bewusst, entsprechend der Sensibilität und Fähigkeit des Einzelnen.

Ausgehend von diesen Beispielen und Überlegungen wird man, hat man einmal die Information bzw. den *Geist des Ortes* begriffen, seinen Zweck abzuleiten verstehen.

Hat man die Bestimmung verstanden, werden die Formen, die Dimensionen und die für den Bau geeigneten Materialien ausgewählt. Im Jahr 1979 veröffentlichte der norwegische Architekt Christian Norberg-Schulz *Genius loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Für ihn war der *genius loci* die Quintessenz eines Ortes, die der Architekt, der Planer, der Ingenieur oder wer auch immer kennen und respektieren muss, um in harmonischer Art und Weise zu bauen, ohne die Charakteristiken des Ortes über den Haufen zu werfen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass jeder Ort seine Seele bzw. genau umrissene Charakteristiken hat. Diese sind vor jedem Eingriff zu erkennen und zu respektieren. Dank seiner innewohnenden Eigenheiten, ist jeder Ort fähig, die Menschen, die dort wohnen, zu beeinflussen. In Kenntnis dieser Eigenschaften kann ich mich gezielt zu Orten begeben, die in mir eine spezifische Qualität aktivieren.

### **Bibliografie**

- Brook, Isis, 2000 "Can 'Spirit of Place' be a guide to Ethical Building" in W. Fox (ed) 2000 *Ethics and the Built Environment*, (London: Routledge), 139-151
- Durrell, Lawrence, 1969 *Spirit of Place: Letters and Essays on Travel* (London: Faber and Faber)
- Norberg-Schulz, C. 1980 *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. (New York: Rizzoli).

### **Über die Autorin**

#### **Dr. Roberta Rio**

Promovierte Historikerin, Tänzerin, Buchautorin, Seminarleiterin und Gastdozentin an verschiedenen Universitäten Europas. Schwerpunkt: die Physik des III. Jahrtausends. Sie ist Mitglied des Verbandes der Historiker und Historikerinnen Deutschlands.

Mit dem Studium in Geschichte, abgeschlossen 1996 an der Universität von Triest (Italien), wurde sie Historikerin im traditionellen Sinn.

Die Begeisterung für die mittelalterlichen Manuskripte und für die Entwicklung der antiken griechischen und lateinischen Schriftsysteme führte sie ins Staatsarchiv von Triest, wo sie ein weiteres Doktorat in Archivwissenschaft, Urkundenlehre und alter Schriftenkunde erwarb.

Sie studierte auch an der Universität von Malta in La Valletta im Jahr 1994 und im Jahr darauf an der Universität von Oslo (Norwegen).

Ihre späteren Lebenserfahrungen brachten ihr weniger rationale, dafür weit tiefere existenzielle Aspekte nahe, durch die sie begriff, dass der Mensch mehr ist als ein Vernunftwesen, und dass er weit über das rationale Erfassen der Dinge hinausgehen kann.

Sie entwickelte *Sacred Dance by Roberta Rio* ®, *Der Weg des Körpers* ® und *Die historisch-intuitive Methode* ®, eine Methodik, die klassische historische Arbeitsweisen mit einer besonderen Intuition verbindet, welche fehlende Informationen aus einem Bereich sammelt, der sich weit hinter dem physikalischen ausdehnt (Universität von Glasgow, 2011).

Sie hat verschiedene Artikel und Bücher veröffentlicht, und Konferenzen, Seminare und Lesungen an diversen Europäischen Instituten und Universitäten abgehalten, z.B. in Oldenburg, Glasgow, Athen, Klagenfurt, Innsbruck, Linz, Wien, Rom, Mailand, Bologna u. a.

Unter Bezugnahme auf die Themen, die in diesem Artikel behandelt wurden und das zentrale Thema dieses Forums, muss noch auf ihre nachfolgenden speziellen Erfahrungen hingewiesen werden:

- Sales & Marketing Manager am Congress Center Villach und Holiday Inn (HI-CCV), Villach/A
- Referentin für ‚Special Turn‘ an der Johannes Kepler Universität, Linz/A
- Referentin für Tourismus an der Slovenski Deželni Zavod za Poklicno Izobraževanje, Triest/I

Sie hielt auch eine Reihe von Konferenzen mit dem Titel „In des Reisenden Satteltasche ab: Die Reise als Gelegenheit zu interkultureller Entwicklung“ Valvasone/I