



Bären und Biber

kunft. Er benutzt viele Superlative zur Beschreibung. „Wir sind nicht das gebildetste, aber das zivilisierteste Volk der Erde.“

Mark Taylor mahnt zur Abfahrt. Es geht zurück auf den Icefields Parkway. Die Prachtstraße verbindet mit einem 233 Kilometer langen Band Banff und Jasper, zwei atemberaubende Naturparks, die zum Unesco-Welterbe gehören. Es ist das Land der Bären und Biber, der Berge, der Blackfoot-Indianer. „Die Natur überwältigt dich immer aufs Neue“, sagt Taylor kaugummikauend.

Die kanadische Tourismusbehörde hat ihre Provinzen zu einer neuen Marketing-Initiative aufgefordert. Weg von den Landschaftsbildern, von Indianer- und Cowboyromantik, hin zu Lifestyle und Wellness. So sollen verstärkt die Amerikaner über die Grenze gelockt werden. Al-

berta hat sich verweigert – aus gutem Grund. Warum sollen sie nicht mit ihren Attraktionen werben? Würde ein Pokerspieler einen Grandflash aus der Hand legen und auf Bauernskat umsatteln? Wohl kaum, die Provinz wirbt weiter mit ihrer atemberaubenden Landschaft. Es ist und bleibt eine Postkarten-Provinz.

Der Gegenentwurf ist in Edmonton zu besichtigen. In der Hauptstadt Albertas

steht das weltgrößte Einkaufszentrum, 23 000 Stellplätze für das meistens wenig umweltfreundliche Blech, mehr als 1000 Geschäfte. Das reicht nicht aus an Attraktionen, und so ist die Mall ein großer Rummelplatz, den jährlich fast 30 Millionen Menschen besuchen. Ein überdimensioniertes Schwimmbad, eine Eishalle, und ein Vergnügungspark mit Achterbahnen sind gleich mit eingezogen. Fla- →

