

Mallorca, el desitjat

Mallorca viu un procés de germanització evident per tot arreu. Un turisme creixent i l'imparable procés de compra de finques rústiques i d'habitatges fan que la presència social de l'alemany hi sigui ja habitual.

Tradicionalment el turisme que regnava a Mallorca era el britànic, i l'anglès era l'idioma turístic per excel·lència. El símbol, potser, era el "for sale" posat a la finestra d'un xalet o d'un apartament de zona turística, al pal d'un botet o d'un iot... Aquesta situació ha canviat radicalment. El turisme alemany s'ha convertit en el majoritari durant aquesta dècada, al mateix temps que una important colònia d'alemanys s'ha establert a l'illa. L'anglès ha deixat pas a l'alemany. Aquell "for sale" ha estat substituït pel "Zu verkaufen". És la germanització de Mallorca.

El turisme. L'inici de la dècada actual marca el punt d'inflexió. Mentre que el britànic va ser el grup més important durant molts anys, a partir del 1987 entrà en crisi per culpa de la difícil situació econòmica de la Gran Bretanya. Això indica clarament que el britànic que triava l'illa per a l'estiueig era molt sensible a les oscil·lacions de la situació econòmica interna, una circumstància que no passa -i això és molt important- amb els alemanys, que ara mateix, tot i la crisi provocada per la unificació, és un turisme que no deixa de créixer. El sector turístic es frega les mans pensant que pot passar quan l'Alemanya unificada superi la crisi.

Si a partir del 1987 el turisme britànic minva, l'alemany comença el procés invers. La conseqüència és immediata. L'any

1990 els alemanys superen de molt els britànics i a partir d'aleshores la diferència no deixarà d'eixamplar-se. L'any passat, el 1996, la diferència va ser de més d'un milió de turistes.

Aquest desequilibri ha provocat que el paisatge de moltes zones turístiques del litoral canviï ràpidament. Els alemanys són per tot

arreu i imposen les modes, els gustos i l'idioma.

Els cinc quilòmetres de la platja de Palma (que té més de 40.000 places hoteleres i és la zona emblemàtica ja que fou aquí on començà el turisme de masses) és on es veu amb més claredat el canvi que s'ha produït. La majoria dels estiuejants són alemanys. Les retolacions en anglès gairebé han desaparegut. Les discoteques, els hotels i en general tots els establiments de diversió s'han reciclat ràpidament als gustos alemanys. Existeix la "Bierstrasse", o el carrer de la cervesa, la "Schinkenstrasse" o carrer del cuixot, el carrer de la salsitxa... Tota una immensa barriada parla, beu, menja, es diverteix i viu en alemany. Devora els empresaris locals que hi han vist la gallina dels mars d'or, també n'hi ha molts que són immigrants: alemanys que han posat negocis per als compatriotes. Els coneixen bé i saben què volen. I és que tenen gustos diferents dels britànics. Un exemple anecdòtic, però il·lustratiu: des que l'alemany és la llengua de la platja de Palma, les festes eròtiques a les discoteques han minvat i, en no pocs casos, han desaparegut. Als alemanys no és que no els agradi el sexe, però s'estimen més la discreció.

La pràctica totalitat dels comerços i dels establiments de diversió en aquesta zona estan dirigits als alemanys. Les discoteques porten els discjòqueis d'Alemanya perquè posin la música alemanya. S'hi pot veure, en





Land enmig de la mar

ARXIU / JOAN CELIÀ

ple *barri* alemany, una "Oberbayer" especialitzada en música bàvara, que atreu la clientela mitjançant una legió de relacions públiques, naturalment alemanys, vestits a la bavaresa. Hi ha un famós "Ballerman", el número 6, (balneari de platja) que és objecte d'atenció dels mitjans de comunicació alemanys, meravellats per l'espectacle de centenars de compatriotes que diàriament intenten lligar, completament gats i mig nus, fins a altes hores de la matinalada en ple passeig de la platja...

Tot i la seva importància, aquest és un turisme molt estacional. D'estiu, d'uns quinze dies de durada de mitjana, i amb un poder adquisitiu alt a Mallorca gràcies a la potència del marc, però no és la *invasió* alemanya que tants rius de tinta ha fet córrer i que tanta polèmica aixeca. La invasió s'emmarca en el procés de creixement del turisme alemany, però té unes connotacions i característiques pròpies i diferenciades.

La "invasió". Aquests no són pròpiament turistes, sinó inversors. Compren propietats a Mallorca per fer-s'hi la segona residència o, en no pocs casos, la residència principal. Són alemanys que al seu país ja tenen una renda alta i que al canvi, en pessetes, obtenen una capacitat de compra molt per sobre dels mallorquins i, en general, de la resta d'uropeus residents a l'illa. El perfil d'aquests turistes-inversors és si fa no fa el següent: matrimoni, alt poder adquisitiu, visitant anterior de Mallorca i per tant bon coneixedor dels valors pasatgístics i climàtics i, en general, amb el desig de "viure la vida abans de l'atac al cor" com diu el cap de redacció del setmanari mallorquí en alemany *Mallorca Magazin*, Bernd Jogalla.

Aquest tipus d'alemany es troba de sobte, a principis dels 90, amb



Els alemanys compren propietats per fer-s'hi la segona residència o, en no pocs casos, la principal.

la liberalització del moviment de persones i capitals dins la Unió Europea. Alhora, el govern socialista espanyol devalua la pesseta en diverses ocasions. Els dos fets, més l'atracció que sempre ha despertat Mallorca en els alemanys, provoca l'arribada de la primera onada de compradors. Primer ho fan a zones turístiques, però aviat descobreixen l'interior. Els preus, per a les seves potents butxaques, no són cap problema. Immediata-

ment, les immobiliàries mallorquines, i les alemanyes, que tot d'una aterren a l'illa, s'adonen de l'immens negoci que s'obre. El 1992 la premsa mallorquina comença a ocupar-se del nou fenomen. Al principi és una curiositat, però ràpidament es comprova que la cosa és seriosa. A partir de 1993 la inversió estrangera en compra immobiliària, majoritàriament alemanya, no para de pujar fins situar-se en els 35.000 milions anuals. Informacions periòdiques mallorquines consideren que arriba als 50.000 milions. Una dada: les operacions hipotecàries que resulten de la compra de finques rústiques entre els dos primers trimestres de 1996 i 1997 han augmentat un 111,2%, segons la CAEB (Confederació d'Associacions Empresariales de Balears). La mateixa font no dubta a assegurar que una raó d'aquest espectacular augment és la gran demanda estrangera. I aquestes fortes inversions han anat acumulant-se en els últims cinc anys. Així doncs, és fàcil entendre que hi hagi municipis

Turistes alemanys a la Platja de Palma. Als cinc quilòmetres que ocupa aquesta platja és on més clarament s'observa el predomini del turisme germànic.



JOAN CELIA



Bendinat, en el municipi de Calvià. Zones amb bon entorn, com aquesta, són les que demanden els alemanys.

(Calvià, Pollença, Capdepera, Deià...) on la propietat del sòl en mans estrangeres –bona part alemanya– sigui superior al 30% i algun cas superi el 50%.

La potència del marc no té enemic. EL TEMPS ha pogut conèixer un cas que encara que sigui aï-

nalitat del comprador, el camp mallorquí perd l'ús agrícola i, per tant, canvia a un ús residencial. Es va urbanitzant tota l'illa. I a conseqüència d'aquest massiu canvi d'ús apareixen les primeres polèmiques. Pagesos i excursionistes acusen els nous propietaris de no

respectar els vells drets de pas a les finques. Reclamen la intervenció dels poders públics, que de moment no s'ha produït, més preocupats a continuar atraient unes inversions molt beneficioses per a l'economia balear.

Segons informacions periodístiques locals, el nombre d'inversors alemanys pot arribar als 40.000 o 50.000. Òbviament n'hi ha que són residents tot l'any, d'altres que només una part, fins i tot hi ha casos de grups amplis, familiars o no, que compren una propietat i es reparteixen l'estada al llarg de l'any. Econòmicament aquesta forta inversió –ja s'ha dit, uns 35.000 milions– provoca un increment dels preus del sòl. La zona nord de l'illa, que té un gran valor paisatgístic, és la que més impacte ha rebut: Andratx, Banyalbufar, Estellencs, Sóller, Pollença, l'Alcúdia, Artà, Capdepera... són zones on els preus s'han disparat. Ja és famós –per mor d'un reportatge de TV3– el cas de Capdepera, on molts fills del poble no poden continuar vivint-hi perquè els preus, a causa dels compradors alemanys, estan fora del seu abast. Amb una inversió mitjana calculada entorn dels 40 milions de pessetes per operació –compra o compra més restauració– el marc ha esdevengut la moneda més desitjada, i a la vegada odiada, ja que impedeix que una renda mitjana o mitjana alta mallorquina pugui competir.

Aquest fet, incontestable, unit a l'atenció mediàtica sobre el problema, a vegades un tant desenfocada, ha aixecat a Mallorca una vertadera psicosi d'invasió alemanya. S'han sentit veus demanant una intervenció legal que reguli la compra per part d'estrangers del sòl mallorquí. Però el president Jaume Matas recorda sempre que estam dins la Unió Europea i que no es poden posar portes a la lliure circulació de persones i capitals. Algunes accions aïllades, com un famós ban de la batllessa d'Artà, Montserrat Santandreu (independent propera al PSM) demanant al veïnat que lloquin però que no vinguin les terres, a més d'altres crides en el mateix sentit, han despertat la cons-



Dalt, un cartell de venda, en alemany, de promocions immobiliàries de luxe a la zona de Bendinat. A la dreta, un dels molts permisos municipals que l'Ajuntament de Calvià ha atorgat a un promotor alemany.

llat té un valor d'exemple: un pagès d'Artà, al nord de l'illa, rebé la visita d'uns alemanys que li oferiren 15 milions per la seva casa i el terreny que l'envolta. No acceptà. Al cap d'un mesos pujaren la xifra. No acceptà. Fa pocs mesos, l'oferta arribà als 40 milions. I acceptà. El valor econòmic de la finca no permet ni somiar en xifres d'aquestes magnituds.

El problema, com recorda sempre el GOB (Grup Balear d'Ornitologia i Defensa de la Naturalesa, l'entitat ecologista més important de les Illes) és que davant aquesta pressió, indistintament de la nació-

Segons informacions periodístiques locals, el nombre d'inversions alemanyes podria ser de 50.000.

JOAN CELIA



Evolució del turisme arribat a Mallorca per via aèria

(EN MILERS DE PASSATGERS)

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997*
Alemanys	1.067,5	1.126,1	1.316,8	1.376,7	1.351,3	1.542,3	1.697,2	1.715,8	1.886,7	2.264,9	2.425,7	2.655,7	1.918,8
Britànics	1.177,0	1.629,3	1.822,8	1.753,4	1.599,2	1.212,6	1.130,4	1.223,5	1.408,5	1.679,2	1.658,1	1.590,6	1.584,0

*Dades fins al 31 de juliol de 1997

Font: CONSELLERIA DE TURISME DEL GOVERN BALEAR

ciència del perill cultural i social que la invasió podria portar, sobretot per la capacitat de vot d'aquests residents en les eleccions municipals.

És un problema difícil i sense cap solució aparent, si és que n'ha de tenir cap. De fet, per a molts dels defensors de la identitat i de la llengua catalana de Mallorca, el problema no és tant els alemanys com els espanyols i recorden que entre 1991 i 1996 el cens demogràfic ha augmentat en 40.000 persones, un 92% de les quals són immigrants de llengua i cultura castellana. Això, unit a la forta demografia castellanoparlant de Mallorca, esdevé, segons aquests sectors, el principal perill per a la cultura i llengua catalana de l'illa.

Polèmiques al marge, el fet és que la germanització de la societat mallorquina és un fet. Almenys ho és que l'alemany i, en general, la presència de la cultura germànica, ha esdevingut habitual, quan fins fa dos dies era una anècdota.

La germanització. A banda de les zones turístiques, el millor indicador per veure aquesta germanització és passejar per la ciutat de Palma. I no només pel centre antic, sinó també per l'eixample. S'hi veu fàcilment que l'alemany hi té una presència constant.

Els quioscos de premsa són un indicador perfecte. Fins fa poc la premsa anglesa era l'estrella dels expositors. Un quiosquer del centre de Palma explicà a EL TEMPS: "això ja s'ha acabat, ara tot és alemany: diaris, revistes... totes les publicacions en anglès ocupen un segon pla, i això ha provocat queixes de residents britànics, gelosos perquè els productes alemanys són

els que més veuen i ens demanen explicacions; i és molt senzill: es venen molt més les publicacions alemanyes". EL TEMPS va fer una petita enquesta, gens científica, entre alguns quioscs del centre sobre la venda de diaris i revistes alemanyes i britàniques. El resultat és clarament favorable a la premsa germànica, fins i tot un dia, el diari popular alemany *Bild* quasi igualà el diari mallorquí més venut. Increïble, però cert.

No cal dir que els punts de venda

En alguns quioscs de Palma, el diari 'Bild' ha arribat a vendre tants exemplars com el diari mallorquí de més tiratge.

d'arreu de Mallorca reben diàriament la premsa germànica, si no s'imprimeix a l'illa, que també passa. A més, també hi ha premsa mallorquina en alemany. Algunes d'especialitzades en el mercat immobiliari com *Mallorca Immobilien* o bé d'informació general, com el setmanari *Mallorca Magazin*, editat pel Grup Serra des de fa 26 anys. De sempre havia tengut una bona resposta de la colònia germànica, però especialment des de fa uns cinc anys. "Hem tengut un increment enorme", explica el *Chefredakteur* o cap de redacció Bernd Jogalla. Jogalla i sis redac-

tors més, tots alemanys, s'ocupen de fer setmanalment 128 pàgines. "Hem hagut d'ampliar la paginació; abans no n'eren tantes, de pàgines, però l'èxit ens hi ha obligat". L'èxit té unes xifres ben clares: de 25.000 a 30.000 exemplars de venda, i uns 6.000 subscriptors a Alemanya. "Als alemanys, els interessa molt tot el que sigui Mallorca", diu el *Chefredakteur*. Ell mateix reconeix que és "un dels prop de 9.000 residents alemanys perfectament enregistrats que hem

JOAN CELIA



Bernd Jogalla, cap de redacció del setmanari mallorquí en alemany 'Mallorca Magazin'. Aquesta publicació ven de 25.000 a 30.000 exemplars, i té uns 6.000 subscriptors a Alemanya.

triat viure aquí. Per què?... Doncs perquè aquesta illa és meravellosa, perquè la qualitat de vida és enorme comparada amb la d'Alemanya, perquè hi ha bons serveis, bones comunicacions... no ho sé, supòs que és una mica de tot". El *Mallorca Magazin* intenta acostar la realitat mallorquina (no publica més que informació local) als residents o als visitants: "Nosaltres volem ser una eina d'integració, servir perquè els alemanys coneguin millor l'illa on viuen". Sobre la famosa polèmica de la invasió, Bernd ho té clar: "Si no ens volguessin, seria tan senzill com que

A la dreta, l'editor Francesc Moll, de l'Editorial Moll, qui reconeix que la seva col·lecció de llibres en alemany és una de les que més sortida tenen en el mercat.

Baix, una botiga de l'eixample de Palma dedicada a la venda de mobles importats d'Alemanya i el cartell d'un despatx d'advocats i assessors que s'anuncien en alemany.

no venguessin les propietats, perquè sempre que qualcú compra és perquè qualcú ven. A més, no estam dins Europa? Si els mallorquins volen ser Europa i gaudir dels extraordinaris beneficis de l'economia turística, no poden pensar a posar més límits que el respecte al medi ambient i a les normes, que banda l'alemany en general és una cosa que exigeix”.

La febre de la compra. Les insercions publicitàries en el *Magazin* són un clar exemple que l'alemany ja és un resident numèricament important: botigues d'art, d'antiguitats, de mobles, restaurants, discoteques, perruqueries, begudes... gairebé tots els sectors s'anuncien esperant rebre els marcs d'or. Però sobretot hi ha anuncis d'immobiliàries. La febre per comprar a Mallorca és tal que

moltes immobiliàries (alemanyes o no) insereixen anuncis a la premsa d'Alemanya. No es venen només construccions de luxe. Hi ha de tot. “Vostès –diu Joga-lla– es pensen que tots els alemanys són rics i no és vera, per a mi, com per a la majoria, 50 o 100 milions de pessetes en són molts, massa”. Però n'hi deu haver bastants, de rics, almenys en paràmetres mallorquins, perquè les promocions immobiliàries de luxe, ben publicades en alemany, no paren de construir-se, sempre amb la màxima qualitat i en un entorn envejable, com la zona de Bendinat, en la rodalia de Palma, ja en el municipi de Calvià.

Dins la ciutat no és gens estrany veure despatxos d'advocats, d'arquitectes... que anuncien els seus serveis en alemany. També hi ha metges alemanys venguts a posta, que s'ofereixen als compatriotes. Hi ha botigues de mobles importats d'Alemanya, una llibreria... Hi ha de tot per als residents alemanys. Progressivament la presència social de l'alemany a Palma, i a Mallorca, es converteix en normal. Les inversions que empreses alemanyes fan a l'illa ja abasten tot tipus de serveis: supermercats que



ARXIU / JOAN CELIA

importen els productes, botigues de mobles... Una inversió curiosa es va produir fa poc temps. El mític pub Winston –famos perquè és un dels locals de sexe amb més tradició de Palma– va ser comprat aquest estiu, segons publica la



per 140 milions de pessetes. Si viuen a Palma i tenen serveis de tot tipus en alemany, és lògic pensar que, si més no alguns, també vulguin tenir-hi tot, tot i tot en alemany.

D i u e n que els alemanys s'interessen molt per la cultura mallorquina. L'encarregat de la llibreria Ereso, de Palma, Antoni González, en dona fe: “Venem moltíssims llibres en alemany, i els més demanats sempre són guies d'excursionisme, gastronomia, costums, arquitectura... els interessa tot el que els pugui servir per gaudir més de Mallorca”. No hi ha xifres oficials de vendes, però Francesc Moll, gerent de l'em-

blemàtica Editorial Moll, reconeix que els nou volums de la col·lecció en alemany feta per Herbert Heinrich que divulga excursions de tot tipus per l'illa, “són probablement els llibres amb més bona sortida de tots els que editam”. L'èxit editorial ha fet que les grans editorials germàniques publiquin llibres sobre Mallorca allà i que, de rebot, també els exportin cap a l'illa, “i això provoca una situació que comença a saturar-se”, diu Moll. L'editor considera que s'exagera sobre la invasió perquè “la invasió que és molt més greu per a la nostra cultura és la castellana i no l'alemanya”. Moll és optimista: “Es vera que sempre n'hi haurà, d'alemanys, que no s'integraran, però també és ver que hi ha un grup important, que són joves i que els seus fills s'integren perfectament i que fins i tot parlen el català”.

Un bon indicador de la febre alemanya de Mallorca, és l'increment espectacular de demandes d'estudis d'alemany a l'Escola Oficial d'Idiomes de Palma: el curs 1996-97 hi hagué 935 peticions. Enguany, són 1.516, quan d'anglès, tradicionalment

l'idioma més demanat, n'hi ha 1.833. La directora del centre, Maria Àngels Barbosa, assegura que la demanda d'alemany ha augmentat molt i pràcticament s'ha igualat a l'anglès. “El problema és que ens manquen professors per poder satisfer tanta demanda, potser perquè no hi ha hagut tradició d'estudiar aquesta llengua”.

Una situació que canvia: enguany, segons ha confirmat a EL TEMPS l'oficina de premsa del MEC a Balears, el 40% dels centres de secundària ensenyaran alemany.

Germanització de Mallorca o mallorquinització dels alemanys? Qui sap. De moment, però, el fet és que l'alemany ja és part del paisatge mallorquí.

Miquel Payeras