

Tourismus im gesellschaftlichen Wandel: Entwicklungslinien und Erklärungsversuche

Kolland, Franz

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kolland, F. (2006). Tourismus im gesellschaftlichen Wandel: Entwicklungslinien und Erklärungsversuche. *SWS-Rundschau*, 46(3), 245-270. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-164458>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Tourismus im gesellschaftlichen Wandel

Entwicklungslinien und Erklärungsversuche

Franz Kolland (Wien)

Abstracts

Franz Kolland: *Tourismus im gesellschaftlichen Wandel – Entwicklungslinien und Erklärungsversuche* (S. 245–270)

Den Ausgangspunkt für diesen Artikel bildet der Tatbestand, dass jede Gesellschaft je spezifische Formen des Tourismus hervorbringt. Dem entsprechend wird seine Entwicklung in vier Etappen dargestellt. Im Vordergrund steht der internationale Tourismus. Untersucht wird, welche gesellschaftlichen Rahmenbedingungen seine Ausbreitung beeinflusst haben, inwieweit es zu einer Demokratisierung des Reisens gekommen ist, d. h. das Reisen breite soziale Schichten der Bevölkerung erfasst hat, und wie sich die Beziehungen zwischen den verschiedenen Akteursgruppen (TouristInnen, Bevölkerung im Zielgebiet, Beschäftigte im Tourismus) verändert haben. Gezeigt werden kann, dass der Tourismus seinen elitären Charakter verloren hat und die Beziehungen zwischen Reisenden und Bereisten nicht auf ein ökonomisches Verhältnis reduziert werden können, sondern ein zutiefst soziales Ereignis sind. Zur Erklärung des Reiseverhaltens und der sozialen Beziehungen zwischen den Akteuren werden verschiedene theoretische Ansätze dargestellt, die darauf hinweisen, dass es sich um ein verhältnismäßig neues Forschungsfeld handelt.

Schlagerworte: Internationaler Tourismus, Reisemotivation, Tourismusedwicklung

Franz Kolland: *Tourism and Social Change – Stages of Development and Explanations* (pp. 245–270)

This article was prompted by the fact that each society appears to generate specific forms of tourism. Developments of tourism will be highlighted in four stages, with a clear analytical emphasis on international tourism. First, the article deals with general social conditions that have impacted tourism. Furthermore, it is discussed, whether travelling has been democratized, i. e. whether it has been made accessible to larger portions of the population, and how the interactions between different groups of protagonists (tourists, population in host countries, employees in the tourist sector) have changed. It can be demonstrated that tourism lost its prestigious label and that interactions between travellers and hosting population cannot be reduced to a mere economic exchange, but that we are faced with profound social encounters. In order to explain travelling behaviour and social relations between protagonists, different theoretical approaches are presented that support the claim that this represents a relatively new research field.

Keywords: international tourism, tourism development, travel motivation

1. Einleitung

1.1 Ziele und Fragestellungen

Der Tourismus ist zweifellos einer der wichtigsten Wirtschaftszweige am Beginn des 21. Jahrhunderts. Wenn auch Naturkatastrophen, politische Konflikte oder terroristische Anschläge das Reiseverhalten beeinflussen, so ist dieser Einfluss doch meist nur von kurzer Dauer. Nach den Angaben der Welttourismusorganisation (UNWTO 2006) gab es 2005 rund 808 Millionen internationale TouristInnenankünfte. Im Vergleich dazu hatte es 1950 nur rund 25 Millionen und 1980 schon 277 Millionen Ankünfte gegeben. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate wird mit 4,1 Prozent beziffert, wobei allerdings die hohe Volatilität dieses Wirtschaftssektors zu berücksichtigen ist. 2004 betragen die weltweiten Einnahmen aus dem Tourismus 622,7 Mrd. US-Dollar (UNWTO 2006, 4).

Vor dem Hintergrund dieses Sachverhalts erfolgt in den Kapiteln 2 bis 5 ein historischer Abriss der Entwicklung des Tourismus in internationaler Perspektive. Das Ziel dieser Darlegung besteht darin, zu zeigen, wie sich das Reisen von einer Angelegenheit weniger privilegierter Gruppen zu einem Tourismus der Bevölkerungsmehrheit in den postindustriellen Gesellschaften entwickelt hat.

Wenn ab Mitte des 20. Jahrhunderts von einem massenhaften Phänomen gesprochen wird, dann wird damit nicht nur die quantitative Zunahme des Reiseverkehrs beschrieben, sondern es werden auch bestimmte Ansprüche an das Reisen, wie sie im 19. Jahrhundert in der Aristokratie und im Bürgertum entwickelt worden sind, in Frage gestellt.

Reisen – so lautet eine These für diesen Artikel – ist stets mit sozialen Erwartungen und Ansprüchen verknüpft. Dabei bestehen zum Teil erhebliche Unterschiede zwischen den Perspektiven der Reisenden, der Bereisten und jenen, die in der Tourismusindustrie tätig sind.

Sucht der Tourist/ die Touristin das authentische Erlebnis, wie es MacCannell (1989/1976) formuliert hat, bietet die Tourismusindustrie – so Boorstin (1987/1961) – lediglich Pseudo-Events. Kapitel 6 befasst sich vor diesem Hintergrund mit unterschiedlichen Ansätzen zur Erklärung des Reisens.

Ein Ausblick in Kapitel 7 fasst wesentliche Erkenntnisse zusammen und zeigt offene Fragen der Tourismusforschung auf. Die Schlussfolgerung auf Basis der Beschreibung wichtiger Entwicklungslinien des Tourismus ist, dass Reisen eine soziale Konstruktion darstellt. Dies gilt umso mehr, je stärker sich der Tourismus als eigener Wirtschafts- und Lebensbereich mit je eigenen Strukturen, Verhaltensweisen und Normen ausdifferenziert hat. Der Tourismus kann in der Gegenwart als »gesellschaftsrelevanter Ereignisraum« begriffen werden (Bachleitner 2001, 8), der durch die verschiedenen Handelnden in diesem Raum sozial bestimmt wird.

1.2 Begriffsklärungen

Der Begriff »Reise« (aus dem Althochdeutschen »risan« = aufstehen, sich erheben) bedeutet eine Ortsveränderung, wobei in den ältesten Vorstellungen vom Reisen As-

pekte von Gefahr und Prüfung enthalten waren (Hlavin-Schulze 1998). Hlavin-Schulze weist in ihrer Untersuchung der sprachlichen Wurzeln des Reisebegriffs auch darauf hin, dass dieser Begriff jenem der Erfahrung nahe ist – jemand, der viel gereist ist, ist »bewandert« und erfahren (ebd., 14).

Was ist nun unter »Tourismus« zu verstehen und wodurch unterscheidet sich dieser vom »Fremdenverkehr«? In der Alltagssprache bezieht sich der Begriff »Tourist« in der Regel auf Urlaubsreisende. Die Gleichsetzung von privatem Reiseverkehr mit Tourismus erweist sich aber als unzureichend, da für die Reiseveranstalter der Reiseanlass ihrer Gäste unerheblich ist. In der alltagssprachlichen Verwendung hat der Begriff »Tourismus« vielfach negative Zuschreibungen (vorgefertigt, vorausbezahlt, bequem), während der Begriff »Reise« oftmals mit positiven Zuschreibungen wie Abenteuer, authentische Erfahrung, Geschmack, Individualität verbunden wird. Tourismus/ Fremdenverkehr einerseits, Reisen andererseits eignen sich in ihrem Spannungsverhältnis vortrefflich für soziale Positionierung und Abgrenzung. Damit ist eine soziale Differenzierung im Tourismus möglich. Soziale Identität gewinnt Kontur und bestätigt sich in der Differenz. Der Begriff wird gewissermaßen als Zeichen der Distinktion verwendet.

In der fachwissenschaftlichen Diskussion findet sich neben den Begriffen »Reisen« und »Tourismus« jener des »Fremdenverkehrs«. Gemeint ist damit erstens der Verkehr von Reisenden zwischen Heimatort und Reiseziel, zweitens der vorübergehende Aufenthalt der Fremden am Ziel- oder Fremdenverkehrsort sowie drittens die Organisation der Reisevorbereitung (Freyer 1995, 1). Der Begriff »Tourismus« bezieht sich auf den Reiseverkehr in organisierter Form. Wird eine Reise von einer Person selbst geplant, dann spricht man von Individualtourismus bzw. Individualreisen, handelt es sich um die Buchung standardisierter Angebote, dann spricht man von Pauschalismus bzw. Pauschalreisen (Mundt 1998, 34).

In einer anderen Unterscheidung ist »Tourismus« die Mobilität des Nicht-Fremden aus der eigenen Umwelt, der wiederkommt (nach dem griechischen »tornos« = zirkelähnliches Werkzeug), währenddessen der Fremde aus dem Unbekannten kommt und nach einer Weile als Fremdgebliebener wieder weggeht (Mundt 1998, 1). Fremd bleiben TouristInnen schon deshalb, weil sie sich in ihren Motiven, Interessen und Erwartungen von den Einheimischen unterscheiden. Während erstere das Außeralltägliche suchen, leben letztere im Alltäglichen. Tourismus lebt vom jährlichen Turnus, von der ständigen Wiederholung, vom Kreislauf zwischen versprochener Bedürfnisbefriedigung und wiederholter Weckung von Bedürfnissen (Ellenberg/Scholz/Beier 1997, 52).

In der Folge wird in diesem Artikel nicht immer genau zwischen »Reisen« und »Tourismus« unterschieden. Von »Tourismus« wird insbesondere dann gesprochen, wenn die von der Welttourismusorganisation entwickelte und inzwischen allgemein gültige Definition des Tourismus im Hintergrund der Argumentation steht.

»Tourismus« bezieht sich laut UNWTO auf Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb der gewohnten Umgebung reisen, dort nicht länger als ein Jahr bleiben, keiner bezahlten Tätigkeit nachgehen, als Zweck den Tourismus angeben und

nach Beendigung ihres Aufenthaltes zurückkehren oder in ein anderes Land weiterreisen.¹

1.3 *Reisen als soziales Konstrukt*

Reisen ist keine individuelle Angelegenheit, kann nicht allein aus individuellen Bedürfnissen und Motiven erklärt sowie anhand der Persönlichkeitsmerkmale der Reisenden entschlüsselt werden. Die besuchten Objekte und Orte unterliegen Prozessen sozialer Zuschreibung, Positionierung und Abgrenzung. Ein schneebedeckter Fünftausender in den südamerikanischen Anden bleibt als solcher unverändert, gleich wer ihn betrachtet; Sonnenauf- und -untergang sind nicht vom Betrachter abhängig und doch kommt es zu einer sehr unterschiedlichen Betrachtung dieses Berges. Diese hängt sehr stark ab von anderen Anwesenden, von Informationen, Antizipationen und vom symbolischen Kapital, welches das Individuum als Interpretationsrahmen zur Verfügung hat. Auch wenn der Inkapfad seine »natürliche Kapazität« nicht verändert, verändert er doch seine »perzeptuelle Kapazität«, wenn sich viele Menschen auf diesem bewegen. Neben solchen Prozessen der sozialen Zuschreibung kommt es insofern zu einer sozialen Positionierung, als der Zugang zum Reisen weiterhin ungleich verteilt ist und sich an den Aufenthaltsorten über verschiedene Hotelkategorien oder Sportarten unterschiedliche soziale Positionen (Ränge) ergeben. Der dritte angesprochene Prozess meint, dass es für bestimmte Gruppen von Reisenden wie etwa IndividualtouristInnen ein Bedürfnis ist, möglichst wenige Menschen anzutreffen und möglichst allein zu sein. Sie grenzen sich vom Massentourismus ab.

2. Die Entwicklung von Reisen und Tourismus

2.1 *Motive des Reisens seit dem 15. Jahrhundert*

Vom 15. bis ins 19. Jahrhundert gleichen Reisen in Europa bzw. Reisen von Europäern in außereuropäische Regionen oft militärischen Heerzügen. Sie sind wesentlich mit dem Ziel der geopolitischen Expansion und der Absicht der Vermittlung der europäischen Kultur verknüpft. Die fremden Wirklichkeiten werden abgewertet und dämonisiert, das Stigma der Barbarei definiert das Verhältnis der Europäer zu den zu unterwerfenden fremden Welten. Von den Kolonisierten wird eine weitgehende *Akkulturation* an die Werte und Gepflogenheiten der westlichen Lebensweise erwartet.

Wenn man im Mittelalter reiste, so geschah es aus zwingenden beruflichen oder religiösen Gründen. Mit den Städten und dem Handel entwickelten sich die Handelsreisen der Kaufleute. Während diese mit Pferden und Wagen schon fortgeschrittene Beförderungsmittel auf den noch sehr primitiven und zugleich gefährlichen Fernhan-

1 »International tourist« shall mean a person:

- (a) who travels to a country other than that in which he or she has his or her usual residence;
- (b) whose main purpose of travel is a tourist visit or stay not exceeding one year;
- (c) who does not engage in remunerated activity in the country visited; and
- (d) who, at the end of the tourist visit or stay, leaves the country visited, either to return to the country where he or she has his or her usual place of residence or to travel to another country.«

Siehe dazu: <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>, 9. 6. 2006.

delswegen benutzten, reisten die Pilger zumeist zu Fuß. Neben Rom und Santiago de Compostela war Jerusalem das wichtigste Reiseziel, das allerdings zu Schiff angestrebt werden musste.

Im ausgehenden 15. Jahrhundert begann das Zeitalter der Entdeckungsreisen. Kolumbus landete 1492 auf der Bahama-Insel San Salvador. Dieses Zeitalter endete mit der kolonialen Unterwerfung Amerikas, Afrikas sowie großer Teile Asiens und des Pazifiks. Wie problematisch und anmaßend schon die Bezeichnung »Entdeckungsreisen« ist, verdeutlicht bereits im 18. Jahrhundert Georg C. Lichtenberg: »Der Amerikaner, der den Kolumbus zuerst entdeckte, machte eine böse Entdeckung« (zit. in: Ludwig/Has/Neuer 1990, 32). Bitterli (1991) hat darauf hingewiesen, dass Entdeckungsreisen als schöpferische Leistungen dargestellt werden, so, als hätte man die neu entdeckten Gebiete nicht bloß aufgefunden, sondern als hätten sie dank ihres Entdeckers eigentlich erst zu existieren begonnen.

Eine ähnliche Aufgabe hatten so genannte wissenschaftliche Forschungsreisen in außereuropäische Länder. Rein praktisch leisteten und leisten wissenschaftliche Aktivitäten zur Erforschung der Dritten Welt – der (verkehrs-)geographischen Strukturen, der agrikulturalen Fruchtbarkeit, der mineralischen Bodenschätze, der Humanressourcen und der zu ihrer Beherrschung erforderlichen Techniken – »einen unentbehrlichen, von den Wissenschaftlern selbst gar nicht notwendigerweise intendierten Beitrag zur Etablierung eines kolonialen und post-kolonialen internationalen Systems« (Sauer 2002, 9). Wenn auch nicht alle übersee-wissenschaftlichen Aktivitäten und Reisen während der Kolonialzeit funktional auf die Förderung imperialistischer oder speziell kolonialistischer Politik ausgerichtet waren, so kann doch mit verschiedenen Beispielen auf direkte koloniale Auftragsforschung und Zulieferdienste hingewiesen werden. Dies trifft etwa für die Reisen Oscar Baumanns zu, die Ende des 19. Jahrhunderts die koloniale Erschließung Ostafrikas vorbereiteten (Köfler/Sauer 1998, Köfler 2002). Ähnliches gilt für Otto Ehlers, der mit seinem Buch *Samoa, die Perle der Südsee* (1895) koloniale Interessen unterstützte. Er weist in seinem Buch nicht nur auf die paradiesischen Schönheiten Samoas hin, sondern auch auf die »Harmlosigkeit« der Menschen und ihre geringe militärische Entwicklung. Damit versucht er, die deutsche Öffentlichkeit für Samoa als zu kolonialisierendes Land zu interessieren (Dürbeck 2004).

Das Reisen war also weitgehend zweckgerichtet. Hauptmotive waren Handel und Geschäft, Entdeckungs- und Eroberungsdrang, Bildung sowie Religion. In der traditionellen »entdeckungsgeschichtlichen« Literatur scheint »Reisen« allerdings zum Selbstzweck mythologisiert (Sauer 2002, 13). Differenziert wird weder zwischen unterschiedlichen Formen der Kolonialreise (Auswanderung, Handels- oder Forschungsmission, Jagdexpedition, Eroberung, etc.), noch werden Reiseverhalten und Reiseerfahrungen konkret thematisiert. Die Darstellung beschränkt sich auf zeitliche und örtliche Bewegungsabläufe.

Mit dem Kolonialismus begann jedenfalls der abendländische Kulturexport in die Länder Lateinamerikas, Afrikas und Asiens. Um die Kulturausfuhr zu rechtfertigen, reichten wirtschaftspolitische Argumente nicht aus. Es wurde vielmehr ein gänzlich »neues« Weltbild vom Menschen in der Dritten Welt geschaffen. Dieses Weltbild,

das nicht wirklich neu war, konnte sich durchsetzen, weil die Kolonien als »tabula rasa« – als geschichtslos und zweitklassig – betrachtet wurden (Ki-Zerbo 1993). Einzig die *alten Hochkulturen* fanden – abgehoben von der Gegenwart – Eingang in die europäische Wissenschaft und Bildung. Diese Kulturen dienten in erster Linie der Sammelleidenschaft europäischer Museen und weniger einer differenzierten Betrachtung der bestehenden Gesellschaften in der Dritten Welt.

2.2 Bilder des Fremden

Das Weltbild von den Menschen außerhalb Europas wurde von den Berichten der Reisenden beeinflusst. Dabei kann die *Reiseliteratur* nicht als das bloße Ergebnis einer Reise angesehen, sondern muss im Licht der jeweiligen gesellschaftlichen Diskurse interpretiert werden. Die Reiseliteratur hat augenscheinlich zur Herausbildung stereotyper Einstellungen beigetragen, wobei drei Arten von Stereotypen erkennbar sind, die vor allem auf außereuropäische Bevölkerungsgruppen angewendet werden: die Einstufung als *barbarisch*, als *exotisch* und als *heidnisch* (Wimmer 1993, 34). Auffällig ist außerdem eine deutliche Ambivalenz in den Beschreibungen. Den Eigenschaften gastfreundlich, generös und rein stehen solche der Gleichgültigkeit, der Faulheit und des Lügens gegenüber.

Als immer wiederkehrende Beispiele für den *barbarischen Wilden* sind in der zeitgenössischen Literatur des 16. bis 19. Jahrhunderts die Hottentotten, Patagonier, etc. aufgeführt. Wesentliche Kennzeichen der Beschreibung sind Faulheit, Dummheit, Hässlichkeit und das Fehlen des Begriffs von Vergangenheit und Zukunft (Berg 1985, 89). Auch Hegel kann als Beispiel für die Schaffung eines negativen Weltbildes vom Menschen in außereuropäischen Kulturen gelten. In seinen Vorlesungen über die »Philosophie der Geschichte« (1822/23) beschreibt er sehr detailliert die Neue Welt und meint über die Hochkulturen in Lateinamerika: »Von Amerika und seiner Kultur, namentlich in Mexiko und Peru, haben wir zwar Nachrichten, aber bloß die, dass die selbe eine ganz natürliche war, die untergehen musste, sowie der Geist sich ihr näherte ... Sanftmut und Trieblosigkeit, Demut und kriechende Unterwürfigkeit gegen einen Kreolen und mehr noch gegen einen Europäer sind dort der Hauptcharakter der Amerikaner, und es wird noch lange dauern, bis die Europäer dahin kommen, einiges Selbstgefühl in sie zu bringen. Die Inferiorität dieser Individuen in jeder Rücksicht, selbst in Hinsicht der Größe, gibt sich in allem zu erkennen« (Hegel 1970/Orig. 1822/23, 108). Indem Hegel den Menschen in der Neuen Welt eine eigenständige Kultur abspricht, spricht er ihnen auch die Menschlichkeit ab. Die Zuschreibung mangelnder Vernunft und eine geringe Körpergröße wurden als Zeichen für die Notwendigkeit von Erziehung und Belehrung durch die Kolonisatoren interpretiert. Auf diese Weise konnte das abendländische Schulwesen fast unverändert in die Neue Welt exportiert werden. Die Curricula in den außereuropäischen Ländern orientierten sich an jenen der jeweiligen Kolonialmacht.

Dem Barbaren wird der »edle Wilde« gegenübergestellt, der noch ein von Kultur und Zivilisation »unentfremdetes« Dasein führen kann. Der Inferiorität des Fremden steht die dem Fremden im Vergleich mit dem Eigenen zugeschriebene Superiorität ge-

genüber, der Xenophobie die Xenophilie. Das Fremde wird *exotisch*, es wird *ästhetisiert*, und zwar dann, wenn die Differenz vorwiegend in einer ästhetischen Kategorie gesehen wird und eine gegenseitige Toleranz praktikierbar erscheint. Damit ist der Begriff des Exotischen geeignet, Methoden des interkulturellen Dialogs zu entwickeln. Die Verschiedenheit der Kulturen (Benedict 1934) wurde in den Vordergrund gestellt, um dem Ethnozentrismus zu entgehen, führte aber dadurch zu einem totalen Relativismus und zur Vernachlässigung bestehender kultureller Abhängigkeiten und Deformationen in der Dritten Welt.

In einer neueren Untersuchung über Reiseberichte von britischen Frauen, die diese über ihre zwischen 1840 und 1915 unternommenen Reisen nach Westafrika verfassten, kommt die Autorin (McEwan 2000) zu dem Schluss, dass die Reisenden sich bemühten, bei der Leserschaft daheim den Mythos vom afrikanischen Pandämonium (Gesamtheit aller Dämonen) zu zerstreuen, um den Weg zu einer realistischeren, in ihren Augen angemesseneren Wahrnehmung der Region zu ebnen. Dass sie dabei zum Teil sehr weit gingen und ihre Beschreibungen skurrile Züge annahmen, mag das folgende Beispiel zeigen: Eine der Verfasserinnen dieser Reiseberichte beruhigte ihre Leserschaft beim Sensationsthema Kannibalismus damit, dass dieser zwar vorkomme, aber nur zum Zweck der Nahrungsbeschaffung und nicht aufgrund der sonst vielfach zitierten Blutrünstigkeit betrieben werde. Weiße blieben ohnehin verschont. Über weite Strecken steckte in diesen Beschreibungen ein unreflektierter Rassismus.

Das dritte Stereotyp, nämlich *heidnisch* (allgemeiner »unwissenschaftlich«), tritt im Zusammenhang mit der christlichen Theologie auf. Demnach weisen die Menschen in außereuropäischen, nicht christlichen Kulturen insofern einen Mangel auf, als sie die alles entscheidende Wahrheit des wahren Glaubens nicht anerkennen. In den säkularisierten Gesellschaften der Moderne entspricht dieser theologischen Ausgrenzung die Zuschreibung oder Unterstellung wissenschaftlicher Inkompetenz, die sich fallweise auf rassen- oder milieutheoretische Hypothesen stützt und das ökonomisch-politische Kräfteverhältnis von Zentren und Peripherien spiegelt.

Für die dargestellten Stereotype lässt sich zeigen, dass diese sehr unterschiedliche Funktionen hatten (Dürbeck 2004). Sie dienten den (wissenschaftlich) Reisenden sowohl zur Kritik an der Herkunftskultur – im Sinne von Jean Jacques Rousseau – als auch zur Unterhaltung der Leserschaft, wobei die Berichte mit ethnographischen Beobachtungen garniert wurden. Aber sie stützten auch die koloniale Expansion bzw. in weiterer Folge den Tourismus.

3. Die Entstehung des modernen Tourismus

Die Vorläufer des neuzeitlichen Tourismus sind in den Reisen der jungen Adeligen des 16. bis 18. Jahrhunderts zu finden. Seit dem 16. Jahrhundert unterzogen sich junge Adelige der Kavaliertour, um sich an den vorbildlichen Höfen zunächst Italiens und später Frankreichs ihren letzten Schliff geben zu lassen. Junge Gelehrte begleiteten sie als Hofmeister oder absolvierten selbst, vor allem wenn sie vornehmer, patrizischer Herkunft waren, eine gelehrte Reise in die Zentren des intellektuellen Lebens. Insbe-

sondere seit dem späten 18. Jahrhundert reisten nach Abschluss des Studiums sehr viele Angehörige der bürgerlichen Intelligenz, die sich nun immer stärker auch aus dem Kleinbürgertum rekrutierte. Die Erschließung des europäischen Kontinents durch den regelmäßigen Verkehr von Postkutschen, deren Benutzung allerdings sehr teuer war, bildete eine wichtige Grundlage. Im Lauf der Jahrzehnte veränderten sich diese Ziele ebenso wie die ihnen entsprechenden Interessen der Reisenden. Zunehmend traten die bürgerlichen Musterländer Niederlande und England an die Stelle der höfischen. Die Politisierung der Ausbildungsreisen in der Aufklärung gipfelte in den »Reisen in die Revolution«. Die Absicht, die revolutionären Ereignisse mitzuerleben, motivierte eine Vielzahl von deutschen Intellektuellen, in den Jahren nach 1789 Paris aufzusuchen.

Die Politisierung der Gelehrtenreise war nur eine mögliche Form, in der sich das Motiv des »Gelehrten« spezialisierte. Andere Gegenstände, auf die sich das Interesse des zum Spezialisten werdenden bürgerlichen Gelehrten richtete, waren im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert vor allem Ökonomie und Technologie. Reisende mit derartigen Interessen näherten sich in ihrem Verhalten nicht selten bereits »Industriespionen« an. Sie reisten ins industriell revolutionäre England, aber auch ins politisch revolutionäre Frankreich; zur gleichen Zeit entwickelte sich einem anderen Konzept von Bildung entsprechend die Bildungsreise, als deren über Jahrhunderte einflussreiches Modell Goethes »Italienische Reise« gelten kann. Nicht aus Interesse an Politik, am gesellschaftlichen Leben und an den wirtschaftlichen Verhältnissen wurden solche Bildungsreisen unternommen, sie dienten vielmehr der harmonischen Entwicklung der Persönlichkeit des Reisenden. Traktate über die richtige Kunst des Reisens (*Ars Apodemica*) enthielten Hinweise auf das richtige Reisen im Unterschied zum nutzlosen Umherschweifen. Motive des Reisens waren die Erweiterung von Bildung und Wissen zum allgemeinen Nutzen, das Interesse am Fremden und Neuen und die Selbstkontrolle, d. h. Selbstdisziplinierung sowohl hinsichtlich leiblicher Genüsse als auch Geldverschwendung (Stagl 2002, 97).

Um 1800 tauchte in England zum ersten Mal das Wort »Tourist« auf. Meist dauerten die Reisen der so bezeichneten Touristen zwei bis drei Jahre und führten im Falle der englischen Aristokraten von London über Paris nach Italien. Die Reisegeschwindigkeit betrug anfänglich 5 bis 7 km in der Stunde, was einer täglichen Reisestrecke von selten mehr als 25 bis 60 km entsprach. Reisen war das Privileg von Adligen, Geschäftsleuten und finanzkräftigen Bürgern, die sehr häufig allein unterwegs waren (Freyer 1995, 6)

Die eigentliche Anfangsphase des Ferntourismus moderner Prägung liegt im späten 19. Jahrhundert. Sie war besonders geprägt durch den Ausbau des Post- und Nachrichtenwesens und die Entwicklung des Verkehrswesens, wozu die Einführung der Dampfschiffahrt und der Ausbau des Eisenbahnnetzes zählten. Ermöglicht wurde diese Phase des Ferntourismus durch den wachsenden bzw. höheren Wohlstand bürgerlicher Schichten. Die erste Pauschalreise wurde von Thomas Cook am 5. Juli 1841 als Bahnreise von Leicester ins 10 Meilen entfernte Loughborough veranstaltet. Das »Paket« enthielt Hin- und Rückfahrt mit Tee, Rosinenbrötchen und Blasmusik für einen Shilling. Die Reiseziele waren vorerst auf England beschränkt und umfassten etwa

Badeorte. 1851 organisierte Cook die ersten Pauschalreisen für insgesamt 156.000 Personen zur Weltausstellung nach London (Higgins-Desbiolles 2006). Inkludiert waren Transport und Unterkunft. 1867 erfand Cook den Hotelvoucher, einen Hotelgutschein, der als Nachweis für die gebuchte Unterkunft bzw. eventuelle Sonderleistungen gilt. 1878 gab es bereits die erste Weltreise im Angebot von Th. Cooks »Reisebüro« (Freyer 1995, 8). Turner und Ash (1975) weisen in diesem Zusammenhang auch auf Demokratisierungstendenzen im Cookschen Tourismus hin – also eine Erweiterung auf breitere soziale Schichten der Bevölkerung. So habe Cook 1861 eine Reise von rund 1.500 Personen zu einer ArbeiterInnendemonstration nach Paris organisiert, die nach seinen Angaben ein »Verlustgeschäft« gewesen sei (Turner/ Ash 1975, 53).

Am Ende des 19. Jahrhunderts unternahmen neben Adel, Bildungsbürgertum und Beamten auch verstärkt Unternehmer, Angestellte und Lehrer (touristische) Reisen (Spode 1996). Dieses Reisen hatte primär eine Prestigefunktion. Das hohe Sozialprestige des Reisens festigte das Standesbewusstsein der neuen Mittelschichten. Öffentlichkeit und Privatheit, Arbeit und Freizeit wurden zunehmend als Gegensätze empfunden, Lebensqualität in der Freizeit gesucht.

England seit Beginn und die USA seit Ende des 19. Jahrhunderts waren zunächst die primären Quellgebiete für Reisen nach Afrika, Asien und Lateinamerika. Für europäische Reisende aus der Oberschicht waren bis Anfang der 1960er-Jahre vor allem die nordafrikanischen und vorderasiatischen Mittelmeerländer Zielgebiete des Reisens. Die englische Oberschicht besuchte schon seit dem frühen 19. Jahrhundert Ägypten, um die kulturellen Stätten zu sehen. Aber auch aus bioklimatischen Gründen wurden längere Winteraufenthalte realisiert. Die Reisenden fuhren nach ihrem Selbstverständnis in die »Kolonien«. Im Unterschied zu den Reisen früherer Jahrhunderte spielte neben der Bildung das Vergnügen eine wichtige Rolle für die Reisemotivation.

Ende des 19. Jahrhunderts boten dann auch deutsche Reisebüros Reisen nach Ägypten an. Franzosen reisten nach Marokko und bis in die ferne »Südsee«, wie z. B. der französische Maler Gauguin nach Tahiti (Französisch-Polynesien). Seine Werke trugen dazu bei, das Bild der EuropäerInnen vom »Zauber der Südsee« zu prägen. Ostafrika wurde ab der Jahrhundertwende, nach Fertigstellung der so genannten Uganda-Bahn 1896 zunehmend von Großwildjägern frequentiert. Die USA wurden zu einem Quellgebiet des Tourismus vor allem für die Karibik, wobei Kuba eine zentrale Rolle spielte. Kuba wurde zum Vergnügungszentrum und Bordell für US-Touristen.

Exkurs: Das Bild des Fremden

Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts gehört es zum guten Ton der europäischen Philosophie und Geschichtswissenschaften, sich mit anderen Kulturen als Gegenkonzept zur misstrauisch analysierten eigenen Kultur zu befassen. Im Zuge dieser Entwicklung entsteht ein neues Paradigma in der wissenschaftlichen Betrachtung fremder Wirklichkeiten: Entgegen der jahrhundertelangen Praxis, Reiseberichte aus zweiter Hand für geschichtliche oder philosophische Spekulationen heranzuziehen, müssen FeldforscherInnen seit Beginn des 20. Jahrhunderts selbst monatelang in jenen Gesellschaften zubringen, über die sie schreiben und die sie für ihre kulturvergleichenden

Analysen heranziehen wollen. Dazu zählt etwa Bronislaw Malinowski (1922) mit seiner Aussage, dass es das Endziel der Feldforschung sei, die Perspektive der Eingeborenen zu erfassen, ihre Beziehung zum Leben und ihre Sichtweise der Welt zu begreifen.² Allerdings wurde bereits in der Frühphase der Feldforschung über den schmalen Grat zwischen »going native« – dem gänzlichen Aufgehen in einer fremden Kultur und damit der Übernahme anderer Bewertungskriterien – und der wissenschaftlichen Betrachtung geschrieben, die immer eine gewisse Distanz zu den Subjekten der Erkenntnis voraussetzt (Benedict 1934). Es müsse, so Malinowski (1979<1922>, 25), »eine klare Grenze gezogen werden zwischen den Ergebnissen direkter Beobachtung, den Berichten und Interpretationen der Eingeborenen und den Schlussfolgerungen des Beobachtenden.«

Viele EthnographInnen waren und sind Zivilisationsflüchtlinge, die aus ihrer Sehnsucht nach anderen (exotischen) Lebensformen einen Beruf machten. Die fremde Kultur wurde idealisiert, die Herkunftskultur kritisiert. Die eigene Kultur wurde als kalt, regeldominiert, ökonomisch eingestuft, die fremde als warm, unregelter, gemeinschaftlich (siehe auch Kolland 1990). Die Idealisierung des Fremden verstellte den Blick auf das Alltägliche, Banale und auf Herrschaftsmechanismen. Das Fremde erschien als das Bessere, von dem ausgehend Missstände der eigenen Kultur kritisiert werden konnten. Levi-Strauss hat diesen Vorgang der Idealisierung so beschrieben: »Während er (der Europäer, Ethnologe; F.K.) zu Hause die traditionellen Einrichtungen zu untergraben, wenn nicht zu stürzen versucht, benimmt er sich respektvoll, ja konservativ, sobald er sich einer fremden Gesellschaft gegenüber sieht« (zit. in: Erdheim/ Nadig 1987, 167). Das Einfache, Primitive wurde vielfach idealisiert, der »gute Wilde« zur Kritik der eigenen (z. B. viktorianischen) Gesellschaftsform herangezogen.

Damit diese Idealisierung mehr oder minder reibungslos funktionieren konnte, wurden einerseits zu starke persönliche Kontakte zum Fremden vermieden, andererseits setzten bei intensiven Kontakten Abwehrstrategien ein, um die eigene Identität nicht zu gefährden. Dies erfolgte dort, wo die fremden Lebenszusammenhänge nicht ins Bewusstsein gelangten, vorhandene Werte und Verhaltensweisen in einem Anpassungsprozess »unkritisch« übernommen wurden. Das »going native« wurde zu einem »going naive«. Erdheim und Nadig (1987) sehen diese Strategie in jenem Verhalten verankert, wo im Zugang zur fremden Kultur der Alltag nicht thematisiert wird, und die eigenen Motivationen wie Erfahrungen kaum Gegenstand der Analyse oder Reflexion werden.

4. Die Entwicklung zum Massentourismus

Dem (modernen) Massentourismus fehlte bis in die 1920er-Jahre eine zentrale Voraussetzung, nämlich der *Urlaubsanspruch der ArbeiterInnen*. Erst die Gewährung einer Jahresfreizeit unter Fortzahlung des Einkommens schuf günstige Voraussetzungen für

2 »The final goal ... is to grasp the native's point of view and his relation to life, to realize his vision of his world« (Malinowski 2001/1922, 25).

eine weite Verbreitung des Tourismus. Wenn auch Ende des 19. Jahrhunderts einzelne Unternehmen (z. B. Druckereien) ihren ArbeiterInnen einige Tage Urlaub bei vollem Lohnausgleich gaben, so fehlte doch eine allgemeine Regelung, wie sie bei den Angestellten und BeamtInnen durchaus schon üblich war. In Deutschland bestanden seit 1873 Urlaubsbestimmungen für BeamtInnen und auch für Angestellte (PrivatbeamtInnen). Bis 1914 hatten ca. zwei Drittel der Angestellten und fast alle BeamtInnen einen Jahresurlaub von ein bis zwei Wochen (Spode 1993, 5). Zwischen 1913 und 1929 stieg die Reiseintensität in Deutschland von 11 auf rund 15 Prozent. Die Reiseintensität drückt aus, welcher Anteil der Bevölkerung (über 14 Jahre) mindestens einmal im Jahr mehr als fünf Tage verreist (Prahl 2002, 234). Diese größere Reiseintensität ging auch mit einer Veränderung der touristischen Sozialstruktur einher.

Die Veränderung der sozialen Zusammensetzung der Reisenden nach dem Ersten Weltkrieg schlägt sich in entsprechenden Beobachtungen nieder. So berichtet ein Hotelbesitzer aus Partenkirchen (Deutschland): »Eine andere Schicht von Touristen, die man früher nicht kannte, die Angestellten und Arbeiter der Industrie geben nun der Saison das Gepräge. Die bessergestellten Kreise sind ausgeblieben, dagegen bereisen selbst einfache Angestellte die Schweiz und Italien.« Sein Fazit: »Überall Masse, wenig Qualität« (Keitz 1997, 41).

Die wenigen systematischen Aufzeichnungen über die soziale Zusammensetzung von Übernachtungsgästen am Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts in Deutschland zeigen eine deutliche Abnahme des Adels, der Großgrundbesitzer und Offiziere auf der einen Seite und eine Zunahme der Angestellten, BeamtInnen und ArbeiterInnen auf der anderen Seite. Ein Beispiel dafür bietet eine Übersichtstabelle von Hartsch (1963, zit. in: Keitz 1997, 320), die die Sozialstruktur der Gäste im deutschen Kurort Bad Schandau zwischen 1882 und 1937 darstellt. Die Reihung der Gästegruppen erfolgte dabei weitgehend nach dem Erwerbsstatus – eine Ausnahme bildet die Gruppe der AkademikerInnen.

Tabelle 1: Soziale Zusammensetzung der Übernachtungsgäste in Bad Schandau 1882–1937 (Anteile in Prozent, Reihung nach Höhe des sozialen Status)

Status	1882	1912	1937
Adel, Offiziere, Großgrundbesitzer	16,8	9,4	1,8
AkademikerInnen	17,1	18,1	9,6
Kaufleute, Bankiers, Fabrikanten	26,2	30,1	20,7
Rentiers, Privatiers	20,2	10,4	1,7
BeamtInnen, Angestellte	8,9	15,4	22,8
ArbeiterInnen, HandwerkerInnen	0,5	1,7	7,1
Sonstige, Unbekannt	10,3	14,9	36,3
Gesamt	100,0	100,0	100,0

Quelle: Keitz (1997), 320

1882 zählte jeder sechste Gast zur Kategorie Adel, Offiziere, Großgrundbesitzer, 1937 nur mehr jeder fünfzigste. In diesem Zeitraum nahm der Anteil der Angestellten/BeamtenInnen von knapp unter 10 Prozent auf knapp ein Viertel der Gäste zu. Eine »Kategorie«, die 1882 noch einen erheblichen Anteil unter den Hotelgästen hatte, nämlich Rentiers und Privaters (rund ein Fünftel), fiel 1937 praktisch nicht mehr ins Gewicht. Wenngleich der Anteil der ArbeiterInnen/HandwerkerInnen von 0,5 auf fast 7 Prozent wuchs, so bleibt doch festzuhalten, dass sich bis in die 1960er-Jahre die Kritik an der Masse bzw. am Massentourismus vornehmlich auf den steigenden Anteil der »Neuen Mittelklasse« bezog und nicht auf die Arbeiterschicht.

Die Anwendung des Begriffs »moderner Massentourismus« basiert aber nicht nur auf einer Veränderung der sozialen Zusammensetzung der Reisenden, d.h. auf steigenden Anteilen von Arbeiterinnen und Arbeitern, sondern auch auf einer *Veränderung der Reiseorganisation*. Nach Keitz (1997) ist der Tourismus dann als »modern« einzuschätzen, wenn er dem Kriterium der Planbarkeit entspricht: »In einer von Zeit, Geld und Arbeit bestimmten modernen Industriegesellschaft muss das Reisen planbar sein, und zwar individuell« (ebd., 14). Erst dann, wenn eine Reise zeitlich und finanziell genau kalkulierbar wird, wird sie auch breiteren Schichten zugänglich.

Waren bis Mitte des 19. Jahrhunderts in Europa noch ein- bis mehrmonatige Ferienaufenthalte die Regel gewesen, so gingen diese nun zugunsten von ein- bis mehrwöchigen Aufenthalten zurück (Spode 1993). Die »bürgerliche Reise«, die monatelang dauerte, blieb das Privileg höherer Einkommenschichten. Seit Beginn des 20. Jahrhunderts reduzierte sich die Aufenthaltsdauer, wobei vor allem das steigende Angebot an Kurzaufenthalten die durchschnittliche Reisedauer senkte (Spode 1993, 5). Ein Grund für dieses neue Angebot war der Ausbau des Fremdenverkehrs in vielen Gemeinden – über bestimmte Heilbäder und Kurorte hinaus. Neben speziellem Marketing erfolgte ein Strukturwandel im Beherbergungsgewerbe – gegenüber Hotelunterkünften gewannen private Zimmeranbieter an Bedeutung.

Nach der Weltwirtschaftskrise, die einen deutlichen Einbruch des Tourismus brachte, erhielt das Reisen in Nazi-Deutschland neue Formen, als 1933 vom Amt »Reisen, Wandern, Urlaub« die semi-staatliche Freizeitorganisation »Kraft durch Freude« gegründet wurde. Der Tourismus wurde erstmals – aus politisch-ideologischen Gründen – direkt durch Staatsmittel gefördert. Es wurden Reisen zu niedrigen Preisen angeboten, was durch politischen Druck auf die Eisenbahnen und Vermieter möglich war. Erreicht wurden aber, soweit Daten verfügbar sind, nicht die »minderbemittelten Volksgenossen« (Hlavin-Schulze 1998), sondern primär (höher gestellte) Angestellte und BeamtenInnen, und unter diesen wieder primär die Männer.

Die Wiederaufnahme des Reisens nach dem Zweiten Weltkrieg ging wesentlich langsamer vor sich als nach dem Ersten Weltkrieg. Erst in der zweiten Hälfte der 1950er-Jahre kam es zu signifikanten Veränderungen. 1955 gaben 83 Prozent der Deutschen an, dass eine Urlaubsreise für sie kein Luxus sei. Sie war zur allgemeinen sozialen Norm geworden, obwohl damals das tatsächliche Reiseverhalten noch deutlich den Einstellungen hinterherhinkte. Denn 1955 war faktisch nur jede/r Vierte im Urlaub auf Reisen (Reiseintensität = 28 Prozent) (Keitz 1997, 262). Heute sind es rund drei Viertel (Freyer

1995, 90). Deutschland weist europaweit die höchste Reiseintensität auf. Danach folgen die Schweiz, Dänemark, Schweden und Norwegen (Eurostat 2006, 33).

Österreich weist mit 48 Prozent (2002) eine vergleichsweise niedrige Reiseintensität auf (Statistik Austria 2003, 37). Die folgende Tabelle 2 zeigt eine deutlich nach Schulbildungsabschlüssen differierende Reiseintensität, wobei sich die Unterschiede in den letzten 20 Jahren verringert haben. Unterschiede gibt es darüber hinaus nach Wohnsitzbundesland, d. h. es machen mehr Personen, die in Salzburg wohnen, Urlaubsreisen als solche, die in Kärnten oder im Burgenland leben.

Die soziale und räumliche Ausdehnung des Tourismus ließ um 1960 einen industriell organisierten Massentourismus entstehen. Wichtigste Merkmale waren wohl die so genannte »Demokratisierung« des Reisens, die gefördert durch Automobilisierung und Pauschalflug nun auch breitere Bevölkerungskreise umfasste. (Weitere) Reisen ins Ausland waren allerdings noch einer kleinen Minderheit vorbehalten. Und die Reisen wurden immer kürzer: Hatten sie 1987 noch durchschnittlich 14,4 Tage gedauert, so dauerten sie 2001 nur mehr 11,1 Tage (Statistik Austria 2003, 23).

Seit den 1960er-Jahren zählt die Reiseindustrie zu den am stärksten wachsenden Wirtschaftsbereichen. Die Entwicklungsländer profitieren nur marginal von diesem Wachstum. Der Reiseverkehr findet hauptsächlich zwischen den OECD-Staaten statt

Tabelle 2: Entwicklung der Reiseintensität in Österreich 1969 bis 2002
(Anteile in Prozent der Bevölkerung, Urlaubsreisen mit vier oder mehr Übernachtungen)

Bevölkerungsanteile	1969	1978	1987	1996	2002
Gesamt	27,5	35,6	42,3	48,2	48,0
Index (1969 = 100)	100	129	154	175	175
Höchste abgeschlossene Schulbildung					
Pflichtschule	–	–	29,4	34,7	34,6
Lehre	–	–	44,7	47,4	44,7
Allgemeinbildende Höhere Schulen	–	–	64,7	65,7	58,0
Berufsbildende Höhere Schulen	–	–	63,3	63,7	58,7
Universität	–	–	75,2	71,6	68,4
Wohnsitzbundesland (Auswahl)					
Burgenland	–	16,5	26,7	36,8	38,4
Kärnten	–	20,2	31,1	35,8	36,2
Salzburg	–	33,6	44,5	51,5	53,4
Steiermark	–	28,9	35,4	39,9	42,8
Wien	–	60,9	61,3	62,5	56,1

Quelle: Statistik Austria (2003), 39

Anmerkung: – keine Daten verfügbar.

(Vorlaufer 1996, 11). Die für den Welthandel typischen Austauschbeziehungen sind auch charakteristisch für die Verflechtungen des Weltreiseverkehrs. Die ärmsten Länder zählen auch zu den Staaten mit nur geringem bzw. fehlendem Fremdenverkehr. Am meisten verdienen die Industrieländer – vor allem in Europa – am Tourismus. Auf Europa entfielen 2004 54,5 Prozent der Reisenden und 52 Prozent der Einkünfte (UN-WTO 2005, 4). Der Anteil der Reisenden nach Afrika betrug im selben Zeitraum 4,4 Prozent und auf Afrika entfielen 2,9 Prozent der Einnahmen (ebd.). Nach Erhebungen der Statistik Austria (2003, 162) waren von den österreichischen Fernreisenden (d. h. solchen in außereuropäische Länder) im Jahr 2002 56 Prozent zwischen 20 und 49 Jahre alt, wobei die Männer überwogen: Sie verfügen über ein vergleichsweise hohes monatliches Nettoeinkommen, eine hohe formale Ausbildung und gehören somit den oberen Schichten an. Darüber hinaus sind sie politisch aktiver, kulturell interessierter und verhalten sich umweltbewusster als die übrigen Bevölkerungsgruppen.

Schufen die Veränderungen im Hinblick auf die Zahl der Reisenden und die Intensität des Reisens neue Wahrnehmungsmuster oder blieben die romantischen Ideen der unberührten Ferne des 18. und 19. Jahrhunderts prägend?

In den 1960er-Jahren wurde eine zunehmende Standardisierung des touristischen Blicks festgestellt: Die Reiseroute führte vorbei an normierten Sehenswürdigkeiten, die Urlaubsfotos vollzogen im Wesentlichen die von der Tourismusindustrie vorgegebenen Klischees nach. Beherrscht wird der Tourismus vom industriellen Prinzip der Normung, Montage und Serienfertigung (Enzensberger 1958). Die »Ferienmenschen«, die Krippendorf (1984) Anfang der 1980er-Jahre auf der Flucht vor den Zwängen und Standards der Arbeitswelt sah, treffen im Urlaub auf Effizienz, Kalkulierbarkeit, Standardisierung, Vorhersagbarkeit und Kontrolle.

5. Tourismus und Postmoderne

Die ab etwa 1980 als »postmodern« bezeichnete Gesellschaft bringt nach John Urry (1990) neue touristische Wahrnehmungsmuster hervor. Zu den Merkmalen der Postmoderne zählt, dass sich sowohl die Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur auflösen als auch jene zwischen verschiedenen kulturellen Formen, wie z. B. Tourismus, Kunst, Bildung, Fotografie, Fernsehen, Sport oder Shopping (Urry 1990, 82).

Die Postmoderne ist gekennzeichnet durch die Aufhebung der Eigengesetzlichkeit der verschiedenen Institutionen. Die Reisen selbst differenzieren sich aus – gab es früher im Sommer den Badeurlaub und im Winter den Skiurlaub, bestehen heute Familien-, romantischer, Fun-, Sex-, Sport- und andere Arten von Urlaub nebeneinander, und zwar zur selben Jahreszeit und u. U. an fast denselben Orten. Während die einen Ski fahren, baden andere und befinden sich wieder andere auf einer Kulturreise.

Charakteristisch für die Postmoderne ist außerdem, dass mit der Unterscheidung zwischen Authentizität und Pseudo-Ereignis bzw. Inauthentizität spielerisch umgegangen wird. Es geht nicht mehr um die Entdeckung des Ursprünglichen oder um authentische Rekonstruktionen, sondern um Erfindungen und Neukonstruktionen. Postmoderne Szenarien bedienen sich der pasticheartigen Stilvermischung (z. B. von

Rustikalität und modernstem Freizeitequipment). Die postmodernen TouristInnen wissen, dass Tourismus ein Spiel ist, in dem es keine Authentizität gibt – Inauthentizität wird deshalb auch nicht als Enttäuschung erlebt. Sie gehen nicht in ihrer touristischen Rolle auf, sondern spielerisch mit dieser um und distanzieren sich auch von den Rollenerwartungen.

Auf der Produktionsseite des Tourismus verstärkte vor allem der wachsende Flugtourismus die Zentralisierungstendenzen und führte Ende der 1960er- und erneut Ende der 1990er-Jahre zu großen Fusionswellen in der Tourismusindustrie (Fluglinien, Hotelketten, etc.). Diese großen Konzerne bieten weitgehend standardisierte Massenprodukte an, was als fordistische Produktion bezeichnet wird (Smeral 2003). Gegenüber dieser Massenproduktion wird die postfordistische Produktion seit den 1990er-Jahren als eine nachfrageorientierte beschrieben, in der »der Konsument die Destination als ein Erlebnisbündel (sieht, F.K.), welches durch flexible Produktionstechnologien hergestellt wird« (Smeral 2003, 150). Computerunterstützte Informations- und Reservierungssysteme machen es möglich, flexiblere und maßgeschneiderte Produkte zu liefern. Diese Veränderungen führen dazu, dass der Tourismus auf die für die Postmoderne charakteristische Individualisierung und Marktsegmentierung zu reagieren vermag.

Der wachsende Strom an Reisenden hat also zu einer Segmentierung und Differenzierung der TouristInnen geführt. Neu ist seit den 1980er-Jahren aus der Sicht der Postmoderne, dass das Reisen als solches in Frage gestellt wird, weil sich das Wilde bzw. Exotische, gleich welcher Ausprägung, verflüchtigt habe. Das Fremde ist nicht mehr fremd und daher »uninteressant«. So meint etwa Jean Baudrillard (1996, 67): »Es ist keine Linearität und nichts Unendliches mehr möglich, es gibt nur noch eine Zirkularität, deren kitschige Ausprägung der heutige Tourismus darstellt. ... Heute ist nicht mehr die Zeit der großen Reisenden, die noch etwas zu entdecken glaubten, und die es auch entdeckten. Damals gab es einen Einsatz und auch ein Ergebnis; und es gab Abenteuer, Unbekanntes.«

6. Ansätze zur Erklärung des Reisens

Warum reisen Menschen? Was sind die Gründe, die Menschen dazu veranlassen, für eine bestimmte Zeit ihren normalen Lebensraum zu verlassen und zu TouristInnen zu werden? Nachfolgend werden verschiedene Konzepte und Theorien zur Erklärung des Reiseverhaltens präsentiert: Nach einem deskriptiven Ansatz (Push und Pull) wird zunächst ein Ansatz dargestellt, der die frühe Tourismuskritik bestimmt hat (Reisen als Pseudo-Event); danach folgt eine Theorie, die dem postmodernen Denken zugeordnet wird (Reisen als Suche nach Authentizität).

6.1 *Push und Pull: Reisemotive als Erklärungsansatz*

Die Motive des Reisens können bewusst und rational, sie können aber auch unbewusst und der Rationalität weniger zugänglich sein. Und es können Gründe sein, die nicht über den Einzelnen zugänglich sind, sondern nur über eine Strukturanalyse. Die

Absicht, Wünsche der Reisenden zu verstehen und das Verhalten von TouristInnen voraussagen zu können, zählt jedenfalls zu den stark beforschten Bereichen der Tourismuswissenschaft (Parrinello 1993, Pearce 1993).

Erste empirische Untersuchungen zu (allgemeinen) Reisemotiven in den 1960er-Jahren in Deutschland ergaben vier wichtige Motive (Braun 1993):

1. Erholungs- und Ruhebedürfnis: Ausruhen, Abschalten, Abwendung von Reizfülle;
2. Bedürfnis nach Abwechslung und Ausgleich: Tapetenwechsel, neue Anregungen gewinnen;
3. Befreiung von Bindungen: Befreiung von Pflichten, Ausbrechen aus alltäglichen Regelungen;
4. Erlebnis- und Interessenfaktoren: Interesse an fremden Ländern, Sensationslust, Neugierde.

Nach neueren Untersuchungen (Swarbrooke/Horner 1999) zählen zu den Hauptfaktoren, die die jeweiligen Reisemotive bestimmen:

1. Persönlichkeitsentfaltung: Wissenserweiterung, Sozialorientierung, Lernen neuer Fähigkeiten;
2. sozialer Status/ Lebensstil/ Prestige: Exklusivität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Erfüllung von Fremderwartungen;
3. Erlebnissuche: Interesse an Kultur, physische Veränderung (Gesundheit, Erholung), emotionale Bedürfnisse (Spiritualität, Abenteuer, Romantik).

Ein Versuch, die gefundenen Motive weiter zu reduzieren, ist die Annahme eines allgemeinen Push-and-Pull-Modells (Uysal/ Jurowskk 1994), wobei Abwechslung und Eskapismus als Schubfaktoren, Erlebnis und Neugierde als Zugeffekte bezeichnet werden. »Push« bedeutet: Wenn das »Zuhause« (Alltagsumwelt) die Bedürfnisse nicht erfüllen kann, suchen wir die Befriedigung woanders. »Pull« meint: Andere Orte weisen Attraktionen auf, welche die unerfüllten Bedürfnisse zu befriedigen vermögen. Ob im Entscheidungsprozess für eine Reise zuerst »Push«-Faktoren (Bedürfnis nach Erholung und Abwechslung) und danach »Pull«-Faktoren wirken (Erlebnis), ist unklar.

Mit der Untersuchung von Reisemotiven auf der deskriptiven Ebene ist primär das Ziel verbunden, diese im Zeitvergleich zu analysieren. Der Zweck der Reise wird in Österreich seit 1984 von der Statistik Austria in Form einer Mikrozensuserhebung erfasst, wobei nach dem hauptsächlichen Zweck der Reise gefragt wird, was bedeutet, dass Mehrfachnennungen nicht möglich sind.

Zu den wichtigsten Reisemotiven bei Inlandsreisen zählten 2002 der Wintersport (23,9 Prozent) sowie Ausruhen und Erholen (23,5 Prozent). Bei den Auslandsreisen standen Strand- und Badeaufenthalte (46,1 Prozent) bzw. ebenfalls Ausruhen und Erholen (22,6 Prozent) im Vordergrund. In der Zeitreihe seit 1996 wird bei den Inlandsreisen ein rückläufiges Interesse an Ausruhen/ Erholen und am Wintersport sichtbar. Bei den Auslandsreisen ist in diesem Zeitraum das Interesse an Studien- und Besichtigungsreisen leicht rückläufig. Gestiegen ist das Interesse am Sommersport.

Die höchsten Anteile von Strand- und Badereisen wurden bei Auslandsreisen nach Griechenland (79,8 Prozent), Tunesien (73,6 Prozent) und nach Kroatien (68,4

Tabelle 3: Urlaubsreisen von ÖsterreicherInnen nach hauptsächlichem Reisemotiv (In- bzw. Ausland) (Anteile in Prozent)

Zweck	Inlandsreisen			Auslandsreisen		
	1996	1999	2002	1996	1999	2002
Ausruhen, Erholen	27,3	22,9	23,5	22,0	20,1	22,6
Wintersport insgesamt	26,8	23,6	23,9	1,3	1,0	0,9
Wandern, Bergsteigen	16,0	20,1	17,4	1,8	2,3	2,0
Strand- u. Badeaufenthalt	10,7	12,5	12,5	43,4	45,2	46,1
Studien- und Besichtigungsreisen	7,5	9,0	8,9	24,4	24,8	21,8
Sommersport insgesamt	5,6	5,4	6,3	3,7	3,4	6,2
Gesundheitsurlaub	4,3	5,2	6,8	1,9	2,3	2,5
Unbekannt	1,0	1,3	0,0	0,9	0,9	0,0

n = 60.000, mündliche Befragung im Dezember 2002, repräsentative Stichprobe.

Quelle: Statistik Austria (2003), 80

Prozent) festgestellt. Die höchsten Anteile von Reisen zum Ausruhen und Erholen verzeichneten Bosnien und Herzegowina (87,7 Prozent) und Mazedonien (76,5 Prozent). Bei Reisen nach Finnland (87,7 Prozent), Irland (86,3 Prozent), Russland (84,8 Prozent) und China (81,6 Prozent) dominierten Studien- und Besichtigungsreisen am stärksten. Wenn ÖsterreicherInnen zum Skifahren ins Ausland führen, dann nach Italien (53,3 Prozent). Die Schweiz war die primäre ausländische Langlauf-Destination (32,6 Prozent der Reisen). Zum Bergsteigen ging es nach Jugoslawien (27,2 Prozent der Jugoslawien-Reisen), zum Tennisspielen nach Kroatien (43,7 Prozent) und in die Tschechische Republik (12,7 Prozent). Die höchsten Anteile von Gesundheitsurlaube im Ausland verzeichneten die Slowakei, Slowenien und Ungarn (Statistik Austria 2003, 81, 268–269).

Insgesamt können die bisherigen demoskopischen Forschungsarbeiten über TouristInnen (sowohl im In- als auch im Ausland) als empiristisch bezeichnet werden, da sie meist nicht theoriegeleitet sind und in der Regel lediglich die Zahl der Reisen, Aufenthaltsdauer, Ziele und die jeweiligen Aktivitäten während des Reisens festhalten. Nichtsdestoweniger braucht es solche Daten, um bestimmte Trends ablesen zu können. Im Unterschied zur reinen Beobachtung des Reiseverhaltens gibt es seit den 1960er-Jahren Ansätze, die Motive und Bedürfnisse der TouristInnen tiefergehend zu analysieren, und zwar in Hinblick darauf, wie sie mit allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklungen verknüpft sind.

6.2 Reisen als Pseudo-Event

Einer der frühesten Vertreter dieser Ansätze ist Daniel Boorstin mit seinem 1961 erschienenen Buch *The Image or What Happened to the American Dream*. In seinem Kapitel: »From Traveler to Tourist: The Lost Art of Travel« beschreibt Boorstin ei-

nen Wandel in der Reisemotivation, wobei er idealtypisch zwei Typen unterscheidet, nämlich den Reisenden und den Touristen. Das alte englische Wort »travel« (Reise) war ursprünglich das gleiche Wort wie »travail« (Mühe, Arbeit, Qual). Ein Reisender musste sich aktiv betätigen. Der heutige Tourist macht seine Tour hauptsächlich zum Vergnügen. Der Reisende arbeitete an etwas, der Tourist sucht nur sein Vergnügen. Der Reisende war aktiv, der Tourist ist passiv.

Der entscheidende Begriff bei Boorstin ist das Pseudo-Ereignis bzw. der »Pseudo-Event« – ein Begriff, der gewissermaßen als Leitdifferenz zur Beschreibung der beiden Typen von Reisenden und TouristInnen dient. Ein Pseudo-Ereignis ist ein Geschehen, das folgende Charakteristika aufweist (Boorstin 1987/1961, 35–36):

1. Es ereignet sich nicht spontan, sondern wird von irgend jemandem geplant, angeregt oder arrangiert. Gesucht wird nicht das spontane, echte Ereignis, sondern gesucht werden extra für TouristInnen geplante Ausstellungen und vorfabrizierte Abenteuer. So halten etwa die TouristInnen an bestimmten, von Reiseführungen festgelegten Plätzen, um bei möglichst guten Lichtverhältnissen fotografieren zu können.
2. Es wird ein bestimmtes Ereignis für einen Bericht arrangiert und inszeniert. Erst die Berichterstattung verleiht einem Ereignis Bedeutung. Die Fähigkeit, ein berichtenswertes Ereignis zu inszenieren, bedeutet zugleich die Fähigkeit, ein Erlebnis zu inszenieren. Die TouristInnen suchen, so Boorstin, nach Erlebnissen, die sie zu Hause berichten können. Dabei geht es um die Besichtigung von Sehenswürdigkeiten, worüber leicht verständlich erzählt werden kann.
3. Ungewiss ist die Beziehung des Pseudo-Ereignisses zur unterschwelligem Wirklichkeit der Situation. Gerade diese Ungewissheit macht es auch interessant. Ohne eine bestimmte Ungewissheit kann ein Pseudo-Ereignis nicht wirklich interessant sein. Für die Reisenden bleibt das Gefühl der Ungewissheit, ob sie nun eine Originalskulptur oder eine sorgfältig herausgeputzte Imitation zu Gesicht bekommen, und ob es sich tatsächlich um eine französische Sängerin handelt, die diese Skulptur englisch mit französischem Akzent »besingt«.
4. Gewöhnlich soll ein Pseudo-Ereignis eine Prophezeiung sein, die sich selbst erfüllt. Der inszenierte Bauchtanz führt etwa dazu, dass die Türkei so erlebt wird, wie sie »prophezeit« wurde. »Unsere Anteilnahme«, schreibt Boorstin, »entspringt zum großen Teil unserer Neugier, ob der Eindruck, den wir gewinnen, den Abbildungen in Zeitungen, in Filmen und im Fernsehen ähnelt« (ebd., 164).

Nach Boorstin ist der moderne US-Amerikaner nicht mehr in der Lage, Realität direkt zu erfahren. Am anschaulichsten zeige sich das im Tourismus. Massentourismus sei dadurch gekennzeichnet, dass sich die Reisenden abgehoben von den lokalen Gegebenheiten und Menschen bewegen, die sie »bereisen«. »Die Erlebnisse auf der Reise sind verwässert, eingengt und vorfabriziert« (Boorstin 1987/1961, 120). Während Auslandsreisen bis in die jüngste Vergangenheit unbequem, schwierig und teuer waren, erwarten die Reisenden heute, bis in die entferntesten Gegenden den heimischen Komfort vorzufinden, wenn sie sich nur die richtigen Plätze aussuchen.

Diese Vereinfachung der Lebenssituation und Lebensbedingungen in der Fremde führen dazu, dass das und die Fremde aufgehoben werden – am trivialsten zeigt sich

dies etwa in Form deutscher Bäckereien und dänischer Eisgeschäfte auf Bali – und dass die kulturelle Differenz durch kulturelle Uniformität ersetzt wird. Erfahren wird nicht die Fremde, sondern eine Illusion des Fremden, die mitgebracht wird, so dass letztlich nur das Eigene weiterlebt wird. Heute gilt vielfach, dass eine ordnungsgemäße Reise eine Unfallversicherung einschließt. Risiken, die eine Reise früher in dieser Hinsicht barg, sind damit ausgeschaltet. Wir kaufen Sicherheit und Gemütsruhe gleich mit. »Wenn der Reisende sich gegen Risiken versichern lässt«, so Boorstin (1987/1961, 134), »dann ist er ein Tourist geworden«.

Gereist wird in geführten Touren, wie z. B. zu Bauchtanz, Flamenco oder Sonnenaufgängen. In der Folge nehmen Reiseveranstalter und einheimische Bevölkerung derartige Reiseziele und -wünsche auf und verfeinern diese Pseudo-Realität. Mit der Zeit entwickeln diese Images und Bilder über Werbung und Medien ein eigenes, sich selbst immer wieder bestärkendes System von Illusionen, die die Auswahl von Reisewünschen und -zielen bestimmen. Die Vorstellung geht hier soweit, dass von Surrogat-Eltern (Reisebüro, Reiseleiter, Hotelmanager) gesprochen wird, die den TouristInnen jede Verantwortung abnehmen und sie vor einer risikoreichen, anstrengenden und unangenehmen Umwelt abschirmen.

Ein interessantes Detail im »Rollenspiel« der TouristInnen ist »das Kind«. Den Reisenden wird gesagt, wohin sie gehen und wie lange sie dorthin gehen sollen, wann gegessen wird, wie lange die Toilette benützt werden darf. Sie erwarten, dass etwas mit ihnen geschieht – sie besichtigen Sehenswürdigkeiten, und das Museum ist nur eine von vielen. Allen Sehenswürdigkeiten gemeinsam sind ihre künstlichen, Pseudo-Erlebnisse vermittelnden Eigenschaften. Reisende früherer Zeiten konnten beim Besuch eines Landes sicher sein, dass alles, was sie sahen, auch der Realität entsprach (Boorstin 1987/1961, 147). Volkslieder etwa sang die einheimische Bevölkerung nur für sich selbst.

Nunmehr lernen TouristInnen weniger das Land als die für sie bestimmten Attraktionen kennen. Der Begriff Attraktion – etwa in der Mitte des 19. Jahrhunderts entstanden – verweist auf die flüchtigste Darstellung der Kultur. Attraktionen geben nur wenige Hinweise auf das wahre Wesen eines Volkes. Die modernen Reiseführer tragen dazu bei, bestimmte Erwartungen zu vermitteln, die auf Erfüllung warten. Und die tatsächlichen Erlebnisse müssen das Geld wert sein, das für sie ausgegeben wurde. Um den Wert überhaupt abschätzen zu können, kann wieder auf standardisierte Einschätzungen zurückgegriffen werden, wie etwa in Reiseführern. So ist der Besuch einer Drei-Sterne-Sehenswürdigkeit lohnender als der Besuch einer solchen, die nur mit zwei Sternen versehen ist.

Boorstin (1987/1961, 134) argumentiert, dass Reiseveranstalter ein unplanmäßiges Zusammentreffen von TouristInnen mit Menschen in den Zielländern vermeiden. Eine gut vorbereitete Rundreise schützt sie davor, Kontakt mit den EinwohnerInnen aufnehmen zu müssen, wenn sie in ihr Land kommen. Die fehlenden Kontakte zu den Einheimischen werden ersetzt durch Kontakte zu den mitreisenden TouristInnen. Die Mitreisenden werden zu einer besonderen Erlebnisquelle. So wird nach der Rückkehr von einer Reise weniger über die Einheimischen als über die anderen Mitreisenden berichtet.

Kritisch ist gegen Boorstin einzuwenden, dass es in der Gegenwart nicht nur einen Typus von Reisenden gibt, nämlich *den* Touristen/ *die* Touristin schlechthin, sondern verschiedene Typen. So unterscheidet etwa Erik Cohen (1979) aufgrund der spezifischen Erfahrungen, die TouristInnen auf ihren Reisen machen, fünf UrlauberInnen-typen. Während Personen, die an organisierten Reisen teilnehmen, eher Erholung, Ablenkung und Erfahrung (das unmittelbare Erlebnis) suchen, sind Individualreisende eher durch Experimentieren und Sinnsuche motiviert und versuchen, sich für eine gewisse Zeit in die Gastgeber-Kultur zu integrieren. Unterschiede zwischen den Gruppen ergeben sich je nachdem, wie groß das Verlangen und die Bereitschaft sind, etwas Neues zu erfahren.

Weiters richtet sich Boorstins Kritik gegen die TouristInnen, die seiner Meinung nach keine aktive Leistung mehr erbringen. Seine Konzeption entspricht dem bürgerlichen Bildungsideal, welches auf sozialer Schließung und Abgrenzung beruht. Boorstins nostalgische Betrachtungsweise geht letztlich auf die romantische Natur des Reisens zurück, auf ein Reisen, welches das Abenteuer, die persönliche Weiterentwicklung und Selbstentfaltung sucht (Moritz 2002).

Und gegen Boorstin wird eingewendet, dass sich Reiseziele nicht wirklich so gestalten lassen, dass das Fremde völlig aus dem Lebenshorizont der Reisenden verschwindet. Lediglich in touristischen Themenparks ist der Kontakt ausgeklammert.

6.3 *Reisen als Suche nach Authentizität*

Seit Mitte der 1970er-Jahre ist das Konzept der »Authentizität« Thema sozialpsychologischer Tourismusforschung. »Authentizität« meint dabei die Echtheit von Erfahrungen und Erlebnissen. Verbunden ist dieser theoretische Zugang mit dem Namen Dean MacCannell. Er gilt mit seinem 1976 erschienenen Buch *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* als einer der bedeutendsten Theoretiker des Tourismus. Mit Boorstin teilt MacCannell lediglich die Herangehensweise: Er geht ebenfalls von den Bedürfnissen der TouristInnen aus, kommt aber zu völlig anderen Schlussfolgerungen. MacCannell stellt diese in den Kontext vorhandener struktureller Bedingungen und kultureller Symbole und gelangt zu dem Ergebnis, dass der Tourismus ein modernes Äquivalent der religiösen Pilgerreise ist. Die Homologie besteht insofern, als Pilgerreise wie Tourismus eine Suche nach Authentizität darstellen.

Für MacCannell ist das zentrale Motiv der Reisenden die Suche nach Authentizität, d. h. sie versuchen, das »wirkliche« Leben zu erfassen, in dieses »einzudringen«. Ganz im Sinne der Moderne (Aufklärung) spiegelt sich im Tourismus die abendländische Tradition der Selbstfindung. TouristInnen sind eine Art zeitgenössischer WallfahrerInnen, die Authentizität in anderen Zeiten und an anderen Orten suchen, in Distanz zum alltäglichen Leben. Besondere Faszination übt dabei das »reale Leben« der Bereisten auf die Reisenden aus, da dieses kaum der Eigenerfahrung der Reisenden entspricht. Die Selbstfindung ist eine »komplexe und manchmal mühselige Suche nach dem absolut Anderen« (1976, 5). Dieses absolut Andere wird in der Echtheit von touristischen Orten, Szenerien, Gegenständen (z. B. Souvenirs) und folkloristischen Darbietungen gesucht. Es interessieren fremdes Handwerk, fremde Produktion und

Dienstleistungen. Aufgrund dieses Interesses sind auch die sozialen Beziehungen zwischen TouristInnen und Bereisten von besonderer Bedeutung. In dieser Hinsicht geht MacCannell auch über den Touristen/ die Touristin als Untersuchungseinheit hinaus und interessiert sich stärker für seine/ ihre Interaktionszusammenhänge.

Die TouristInnen können aber nur sehr schwer das sie interessierende »reale« Leben erfassen, weil es sich nicht primär auf der Vorderbühne, sondern auf der Hinterbühne abspielt. Hier greift MacCannell auf Erving Goffmans »Vorder-Hinterbühnen-Dichotomie« (Goffman 1983) zurück. Gemeint sind damit zwei Typen von (sozialen) Räumen mit unterschiedlichen Akteuren und damit verbundenen sozialen Rollen: Die Vorderbühne ist Schauplatz des »offiziellen«, für alle sichtbaren Geschehens und die Hinterbühne Ort des »inoffiziellen« Geschehens, der nur für Eingeweihte und Beteiligte zugänglich ist. Auf der Hinterbühne (Goffman bringt die Beispiele Küche und Waschräume) befinden sich die eigentlich Handelnden. Die Hinterbühne kann definiert werden »als der zu einer Vorstellung gehörige Ort, an dem der durch die Darstellung hervorgerufene Eindruck bewusst und selbstverständlich widerlegt wird ... hier werden Illusionen und Eindrücke offen entwickelt ... Hier können Requisiten von unterschiedlichem Wert, wie verschiedene Arten von Getränken und Kleidung, so versteckt werden, dass das Publikum nicht sieht, was für eine Behandlung man ihm angedeihen lässt ... Hier kann das Ensemble, wenn keine Zuschauer da sind, seine Vorstellung proben« (Goffman 1983, 104).

Interaktion ist nach Goffman in Analogie zum Theaterspiel ein Wechselspiel zwischen veröffentlichten (offenen) und verborgenen Handlungen. Die DarstellerInnen sind bemüht, ihrem Publikum einen authentischen Eindruck zu vermitteln. Dabei achten sie darauf, dass die Hinterbühne dem Blick der Öffentlichkeit verborgen bleibt. Umgekehrt versuchen die AdressatInnen der Präsentation, diese auf ihre Authentizität zu überprüfen und einen Blick auf die Hinterbühne zu erhaschen. Die TouristInnen wollen die Hinterbühne betreten, weil diese mit Intimität und Authentizität verknüpft wird. Dies beginnt mit dem Besuch im Cockpit des Flugzeuges und reicht bis zur Teilnahme an einem Begräbnis in Bali. Dieses Interesse an der Hinterbühne wird auch von Reiseveranstaltern aufgegriffen. Dafür wird dann eine Art »backstage« inszeniert, was MacCannell in einer 1973 publizierten Arbeit zum Begriff der »staged authenticity« (abgestufte Authentizität) geführt hat. »Staged« heißt darüber hinaus auch, dass sich zwischen Vorder- und Hinterbühne noch Zwischenstufen (spezielle Räume) befinden, die einen Übergang bilden und die TouristInnen gewissermaßen auf das authentische Erlebnis auf der Hinterbühne vorbereiten.

Die Entwicklung und Darstellung des »realen Lebens« hängt sehr stark davon ab, was den Fremden verborgen bleibt und was ihnen um des Profits willen gezeigt wird. So kommt MacCannell zu dem Schluss, dass nicht das Individuum das Inauthentische – das Pseudo-Ereignis –, also die selbst konstruierte Realität sucht, sondern dass Inauthentizität als Folge der sozialen Beziehung zwischen Reisenden und Bereisten entsteht.

Was hat sich nun zwischen dem Reisen in der Vormoderne und in der Moderne verändert? MacCannell sieht zwischen den damaligen religiös motivierten WallfahrerInnen und den touristischen WallfahrerInnen mehrere Unterschiede. Während

erstere sich auf *ein* Objekt konzentrierten, orientieren sich TouristInnen auf *viele* Sehenswürdigkeiten. Während erstere sich auf Plätzen einfanden, wo Ereignisse von religiöser Bedeutung stattfanden, besuchen TouristInnen Plätze von sozialer, historischer und kultureller Bedeutung (MacCannell 1973, 593). Die Ähnlichkeit zur religiös motivierten Wallfahrt besteht darin, dass im Reiseverlauf die besuchten Objekte »sakralisiert« werden. MacCannell (1989/1976, 44–45) unterscheidet hier mehrere Stufen: Die erste ist die Bezeichnung (naming), indem eine Attraktion einmal als solche bezeichnet wird (z. B. von ExpertInnen); der zweite Schritt ist die Bildung eines Rahmens (framing) – die Attraktion wird von einem Zaun umgeben, es gibt Zutrittsbedingungen. Als dritten Schritt nennt MacCannell die Einschließung/»Einschreinerung« (enshrinement). Gemeint ist damit, dass etwa für besondere Sehenswürdigkeiten eigene Ausstellungsbedingungen geschaffen werden, wie z. B. für die Venus von Willendorf im Naturhistorischen Museum. Die vierte Stufe der Sakralisierung besteht in der Reproduktion (mechanical reproduction) der sakralen Objekte über die Fotografie oder den Verkauf von Postkarten, Posters u. a. Und schließlich kommt es auch noch zu sozialer Reproduktion (social reproduction), wenn Plätze, Straßen, etc. nach bedeutenden Sehenswürdigkeiten benannt werden.

Für die touristische Reise wird deshalb eine Analogie zur Wallfahrt hergestellt, weil sie eine Bewegung von einer Bühne zur nächsten bildet und drei »rites de passage« unterschieden werden können: erstens die Trennung vom Wohnort und den gewohnten sozialen Bindungen, zweitens die Situation einer gewissen Unbestimmtheit und Unsicherheit, wie z. B. bei Reisen in fremde Kulturen oder gemeinsam mit fremden Personen – wobei das besondere Erlebnis erwartet wird (das Übernatürliche), und drittens die Rückkehr und Integration in die Herkunftsgruppe – mit einem höheren sozialen Status.

MacCannell (1973) zieht aus seinen Analysen zwei Schlussfolgerungen:

Erstens: Sobald TouristInnen in den Fremdenverkehrsraum eintreten, gibt es aus diesem kein Entrinnen mehr (ebd., 601). Es führt so lange kein Weg heraus, so lange die Suche nach Authentizität als Wunsch vorhanden ist. Wird dieser Wunsch aufgegeben, dann wird auch die TouristInnenrolle verlassen, ohne dass MacCannell angibt, welche Rolle die bisherigen TouristInnen dann übernehmen.

Zweitens: Im Unterschied zu Boorstin, der die Motive der TouristInnen (Suche nach dem Pseudo-Event) als Grundlage für seine theoretische Konzeption heranzieht, verfolgt MacCannell eine Perspektive, die sowohl die touristischen Einstellungen als auch die Strukturen, die diese Motive erzeugen, in einen analytischen Zusammenhang bringt (ebd., 602).

Die Kritik an MacCannell setzt an verschiedenen Punkten an. Ein Kritikpunkt betrifft das Konzept der Authentizität. Als problematisch gilt einerseits die überholte Vorstellung von der Entfremdung in der modernen Welt und andererseits die nicht überzeugende Annahme, dass alle TouristInnen nach mythischen Strukturen suchen (Selwyn 1996, 3). Dazu kommt, dass die Reisemotivation auf ein Motiv, nämlich auf die Suche nach Authentizität, reduziert wird. Weiters wird von Erik Cohen (1988) eingewendet, dass Authentizität nicht eine vorab gegebene Eigenschaft von Plätzen bzw.

Objekten sei, sondern von den beteiligten Akteuren erst »ausgehandelt« werden müsse. Und als problematisch ist schließlich auch einzuschätzen, dass MacCannell von Reisenden verlangt, dass sie mit dem alltäglichen Leben brechen. Nur für jene, die sich vom Alltag trennen, sei ein authentisches Erleben möglich.

Weitere Kritikpunkte betreffen die unzureichenden empirischen Belege und die mangelnde Berücksichtigung der Bedeutung der Tourismusindustrie. MacCannell konzentriert sich auf die Interaktion zwischen Reisenden und »Bereisten«. Für eine Theorie des Tourismus ist jedoch auch eine stärkere Einbeziehung der Rolle der Politik bzw. der Regierungen wichtig, da diese die Entwicklung bestimmter Tourismusorte und Tourismusangebote entscheidend beeinflussen.

Einen Versuch zur Entwicklung einer Theorie, die die Komplexität des Gegenstandes erfassen will, formuliert etwa McKercher (1999), der den Tourismus als ein chaotisches, nicht-lineares, nicht-deterministisches System sieht. Er legt ein Chaosmodell mit neun Variablen vor (von TouristInnen über die Reiseveranstalter bis zur internationalen Tourismusgemeinde), die miteinander in Wechselwirkung stehen. Turbulenzen (z. B. Naturkatastrophen) sind dem Modell inhärent und können zu einer Weiterentwicklung des Systems beitragen (ebd., 433).

7. Ausblick

Die Entwicklung des Tourismus von der Vormoderne über die Moderne bis zur Postmoderne ist auf makrogesellschaftlicher Ebene über weite Strecken von einer modernisierungstheoretischen Sicht geprägt: Demnach ermöglicht der Tourismus eine stärkere Einbindung der Gesellschaften in den Weltmarkt und eröffnet Chancen dafür, dass Menschen in den Entwicklungsländern aus der traditionellen Subsistenzwirtschaft in den modernen Dienstleistungssektor wechseln können (Baumhackl/Habinger/Kolland/Luger 2006). Vom Tourismus werden einerseits Devisen-, Beschäftigungs- und Infrastruktureffekte erwartet, andererseits interkulturelle Verständigung. Kritiker der Modernisierungstheorie sehen im globalen Tourismus weniger eine Möglichkeit zur Entwicklung als zur Aufrechterhaltung der Unterentwicklung (Turner/Ash 1975, Britton 1982). Die Dritte Welt-Länder sind demnach abhängig von den Global Players, den »ökonomischen Agenten« (Hotelketten und Reiseveranstalter), die die Reiseindustrie kontrollieren. Kritisiert werden die Austauschbarkeit von Reisezielen und die geringen Möglichkeiten eigenständiger Entwicklungsspielräume in den verschiedenen Regionen.

Für eine Weiterführung der Diskussion wird hier vom Autor eine Analyse der Machtbeziehungen vorgeschlagen, und zwar insbesondere jener zwischen der Bevölkerung im Zielgebiet und Tourismusangebietern. Von einer solchen Analyse wird erwartet, dass sie Prozesse sozialer Inklusion sowie Exklusion deutlich macht und zeigt, wie es zur Marginalisierung bzw. Besserstellung von Regionen und Orten kommt.

Die theoretische Auseinandersetzung mit der Entwicklung des Tourismus auf der Meso- und Mikroebene ist stark von den Konzepten Normierung und Individualität geprägt (Pagenstecher 1998). Reisen wird, so der Ausgangspunkt dieses Artikels, wohl durch die jeweiligen sozioökonomischen Rahmenbedingungen geformt – doch

ab Mitte des 20. Jahrhunderts wird der Tourismus nicht mehr nur durch die makrogesellschaftlichen Gegebenheiten, sondern zunehmend durch Angebote und Vorgaben der Tourismusindustrie beeinflusst. Die Tourismusforschung hat immer wieder in kritischen Analysen die Standardisierung des touristischen Blicks hervorgehoben (Enzensberger 1958, Boorstin 1987/1961, Krippendorf 1984, Urry 1990). Wie die Reisenden mit den Angeboten und Vorgaben umgehen, ist empirisch noch wenig erforscht. Manche TourismusforscherInnen gehen davon aus, dass es gar nicht um eine Erkenntnis des Fremden gehe, sondern um die sinnliche Erfahrung imaginärer Welten (Hennig 1997).

Die dargestellte Geschichte der Beziehungen zwischen TouristInnen und Einheimischen zeigt, dass diese weitgehend durch Mehrdeutigkeiten, mangelndes Verständnis der kulturellen Standards und Wahrnehmungsdefizite geprägt ist. Während sich die Ersteren in der Freizeitwelt befinden, sind die Letzteren in das tägliche Erwerbsleben integriert. Während die Ersteren mit einem ganzen Bündel an Erwartungen ankommen, haben die »Bereisten« oftmals überhaupt keine Idee davon, was die TouristInnen erwarten. Die jeweiligen Sichtweisen von Zeit und Raum decken sich nicht. Dies gilt wesentlich stärker noch für den Ferntourismus. Die Beziehungen sind flüchtig, nicht repetitiv und asymmetrisch (Cohen 1988).

Es stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, ob wir es mit einem Kulturkonflikt zu tun haben. Wallerstein (1990) verweist darauf, dass Kultur nicht als eine Totalität aufgefasst werden kann, sondern als ein Ensemble sehr unterschiedlicher Äußerungen. Deshalb haben wir es nicht primär mit einem Konflikt zwischen TouristInnen und Einheimischen zu tun, sondern eher mit einem zwischen Hoch- und Populärkultur. Es handelt sich letztlich um einen Konflikt, der nicht ursächlich dem Tourismus zuzuschreiben ist.

Notwendig ist sowohl eine Weiterentwicklung der theoretischen Konzepte zu den Beziehungen zwischen den verschiedenen Akteuren als auch die Durchführung von empirischen Längsschnittuntersuchungen, um den Prozesscharakter der Reisemotivation und Beziehungsstruktur erfassen zu können. Aus einer soziologischen Perspektive kann man sich auch nicht mit reduktionistischen Entscheidungsmodellen zufrieden geben, welche nur auf Persönlichkeitsdispositionen oder ökonomischen Kalkülen basieren.

Literatur

- Bachleitner, Reinhard (2001) *Konturen einer Tourismusgesellschaft*. In: Keul, Alexander G. u. a. (Hg.) *Gesund durch Erleben? Beiträge zur Erforschung der Tourismusgesellschaft*. München, 7–11.
- Baudrillard, Jean (1996) *Die Reise zu einem anderen Stern*. In: Baudrillard, Jean/ Guillaume, Marc (Hg.) *Reise zu einem anderen Stern*. Berlin, 63–107.
- Baumhackl, Herbert/ Habinger, Gabriele/ Kolland, Franz/ Luger, Kurt (2006) *Tourismus und Entwicklung. Zur Gleichzeitigkeit von Integration und Peripherisierung*. In: Dies. (HgInnen) *Tourismus in der »Dritten Welt«*. Wien, 7–15.
- Benedict, Ruth (1934) *Patterns of Culture*. New York.
- Berg, Eberhard (1985) *Die Nachwirkungen des Bildes vom »Homme naturel«*. In: Müller, Ernst W. (Hg.) *Ethnologie als Sozialwissenschaft. Sonderheft 26 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Opladen, 85–100.
- Bitterli, Urs (1991) *Die »Wilden« und die »Zivilisierten«*. In: Dies. (Hg.) *Die »Wilden« und die »Zivilisierten«*. Opladen, 11–24.

- sierten«. *Grundzüge einer Geistes- und Kulturgeschichte der europäisch-überseeischen Begegnung*. München.
- Boorstin, Daniel (1987/ Orig. 1961) *Das Image. Der Amerikanische Traum*. Reinbek.
- Braun, Ottmar (1993) *(Urlaubs-)Reisemotive*. In: Hahn, Heinz/ Kagelmann, Hans Jürgen (Hg.) *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. München, 199–207.
- Britton, Stephen G. (1982) *The Political Economy of Tourism in the Third World*. In: *Annals of Tourism Research*, Nr. 4, 331–358.
- Cohen, Erik (1979) *A Phenomenology of Tourist Experiences*. In: *Sociology*, Nr. 3, 179–201.
- Cohen, Erik (1988) *Authenticity and Commoditization in Tourism*. In: *Annals of Tourism Research*, Nr. 2, 371–386.
- Dürbeck, Gabriele (2004) *Ozeanismus in der deutschen Reiseliteratur des 19. Jahrhunderts. Stereotype und kulturelle Muster in der Darstellung der Südsee*. In: Bauerkämper, Arnd u. a. (Hg.) *Die Welt erfahren. Reisen als kulturelle Begegnung von 1780 bis heute*. Frankfurt a. M., 349–374.
- Ellenberg, Ludwig/ Scholz, Marion/ Beier, Birgit (1997) *Ökotourismus. Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie*. Heidelberg.
- Enzensberger, Hans Magnus (1958) *Vergebliche Brandung der Ferne*. In: *Merkur*, Nr. 12, 701–720.
- Erdheim, Mario/ Nadig, Maya (1987) *Wissenschaft, Unbewusstheit und Herrschaft*. In: Duerr, Hans Peter (Hg.) *Zur Ethnopschoanalyse von Georges Devereux*. Frankfurt a. M., 163–176.
- Eurostat (2006) *Tourism. Statistical Pocketbook*. Luxembourg.
- Freyer, Walter (1995) *Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. München.
- Goffman, Erving (1983) *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München.
- Hartsch, Erwin (1963) *Der Fremdenverkehr in der Sächsischen Schweiz*. In: *Wissenschaftliche Veröffentlichungen des Deutschen Instituts für Länderkunde*, NF 19/ 20, 343–490.
- Hegel, Georg W. F. (1970/ Orig. 1822/ 23) *Vorlesungen über die Philosophie der Geschichte*. In: *Werke in zwanzig Bänden*. Bd. 12, Frankfurt a. M.
- Hennig, Christoph (1997) *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*. Frankfurt a. M.
- Higgins-Desbiolles, Freya (2006) *More than an Industry: Tourism as a Social Force*. In: *Tourism Management*, Nr. 5, in Druck.
- Hlavin-Schulze, Karin (1998) *»Man reist ja nicht, um anzukommen.« Reisen als kulturelle Praxis*. Frankfurt a. M.
- Keitz, Christine (1997) *Reisen als Leitbild. Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland*. München.
- Ki-Zerbo, Joseph (1993) *Die Geschichte Schwarzafrikas*. Frankfurt a. M.
- Köfler, Barbara (2002) *Oscar Baumann. Die wechselseitige Beziehung zwischen Forschungs- und Kolonialinteressen*. In: Sauer, Walter (Hg.) *k. u. k. kolonial*. Wien, 197–224.
- Köfler, Barbara/ Sauer, Walter (1998) *Scheitern in Usambara*. In: *Wiener Geschichtsblätter*, Nr. 1, 1–25.
- Kolland, Franz (1990) *»... und die Kultur tötet den Mythos«. Fortschritt und Begrenzung im Entwicklungsprozess*. In: *Journal für Entwicklungspolitik*, Nr. 3, 25–35.
- Krippendorf, Jost (1984) *Die Ferienmenschen – Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen*. Zürich.
- Ludwig, Klemens/ Has, Michael/ Neuer, Martina (1990) *Der neue Tourismus. Rücksicht auf Land und Leute*. München.
- MacCannell, Dean (1973) *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*. In: *American Journal of Sociology*, Nr. 3, 589–603.
- MacCannell, Dean (1989/ Orig. 1976) *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. London.
- Malinowski, Bronislaw (2001/ Orig. 1922) *Argonauts of the Western Pacific*. Prospect Heights, Ill. (deutsche Ausgabe 1979: *Argonauten des westlichen Pazifik*. Frankfurt a. M.).
- McEwan, Cheryl (2000) *Gender, Geography and Empire. Victorian Women Travellers in West Africa*. Aldershot.
- McKercher, Bob (1999) *A Chaos Approach to Tourism*. In: *Tourism Management*, Nr. 4, 425–434.
- Moritz, Jessica (2002) *Der Traum vom Reisen. Ein Vergleich verschiedener Theorien und Faszination des Reisens*. Berlin.
- Mundt, Jörn W. (1998) *Einführung in den Tourismus*. München/ Wien.
- Pagenstecher, Cord (1998) *Enzensbergers Tourismusessay von 1958 – ein Forschungsprogramm für 1998?* In: *Tourismus Journal*, Nr. 2, 533–552.

- Parrinello, Giuli L. (1993) *Motivation and Anticipation in Post-Industrial Tourism*. In: *Annals of Tourism Research*, Nr. 3, 233–249.
- Pearce, Philip L. (1993) *Fundamentals of Tourist Motivation*. In: Pearce, David G./ Butler, Robert W. (eds.) *Tourism Research: Critiques & Challenges*. London, 113–134.
- Prahl, Hans-Werner (2002) *Soziologie der Freizeit*. Paderborn.
- Sauer, Walter (2002) *Jenseits der »Entdeckungsgeschichte«: Forschungsergebnisse und Perspektiven*. In: Sauer, Walter (Hg.) *k. u. k. kolonial*. Wien, 7–16.
- Selwyn, Tom (1996) *Introduction*. In: Selwyn, Tom (ed.) *The Tourist Image. Myths and Myth Meaning in Tourism*. London, 1–32.
- Smeral, Egon (2003) *Die Zukunft des internationalen Tourismus*. Wien.
- Spode, Hasso (1993) *Geschichte des Tourismus*. In: Hahn, Heinz/ Kagelmann, Hans Jürgen (Hg.) *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. München, 3–9.
- Spode, Hasso (1996) *Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989*. Berlin.
- Stagl, Justin (2002) *Eine Geschichte der Neugier. Die Kunst des Reisens 1550–1800*. Wien.
- Statistik Austria (2003) *Urlaubsreisen der Österreicher*. Wien.
- Swarbrooke, John/ Horner, Susan (1999) *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford.
- Turner, Louis/ Ash, John (1975) *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London.
- UNWTO (World Tourism Organization) (2005) *Tourism Highlights. 2005 Edition*. Madrid.
- UNWTO (World Tourism Organization) (2006) *World Tourism Barometer*. Vol. 4/ 1, verfügbar unter: <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>, 29. 5. 2006.
- Urry, John (1990) *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London.
- Uysal, Muzaffer/ Jurowskk, Claudia (1994) *Testing the Push and Pull Factors*. In: *Annals of Tourism Research*, Nr. 6, 844–846.
- Vorlaufer, Karl (1996) *Tourismus in Entwicklungsländern*. Darmstadt.
- Wallerstein, Immanuel (1990) *Culture as the Ideological Battleground of the Modern World-System*. In: Featherston, Mike (ed.) *Global Culture*. London, 31–55.
- Wimmer, Franz (1993) *Ansätze einer interkulturellen Philosophie*. In: Kimmerle, Heinz/ Mall, Ram A. (Hg.) *Philosophische Grundlagen der Interkulturalität*. Amsterdam, 29–40.

Kontakt:
franz.kolland@univie.ac.at