

AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE

Reisen und Tourismus

Martina Zschocke
WARUM REISEN?

Christian Bunnenberg
DIE „ORIENTFAHRT“
DER „AUGUSTA VICTORIA“
UND DIE GESCHICHTE
DES KREUZFAHRTTOURISMUS

Hasso Spode
TOURISMUSGESCHICHTE ALS
ÜBERWINDUNGSGESCHICHTE

Andreas Kagermeier
WACHSTUM OHNE ENDE?
DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT
IM WANDEL

Gabriele Habinger
REISEN UND EROBERN.
FORMEN DER ANEIGNUNG
IM KONTEXT VON REISEN
UND TOURISMUS

Frank Bajohr
DARK TOURISM.
ÜBERLEGUNGEN
ZU TOURISMUS, GEWALT
UND ERINNERUNG

*Dagmar Lund-Durlacher ·
Wolfgang Strasdas*
ZUR ZUKUNFT DES REISENS.
TOURISMUS IN ZEITEN
DES KLIMAWANDELS

APuZ

ZEITSCHRIFT DER BUNDESZENTRALE
FÜR POLITISCHE BILDUNG

Beilage zur Wochenzeitung Das **Parlament**

Reisen und Tourismus

APuZ 50/2021

MARTINA ZSCHOCKE

WARUM REISEN?

Warum zieht es Menschen aller Anstrengungen zum Trotz immer wieder in die Ferne? Reisen dienen längst nicht nur der Erholung; sie bringen uns äußerlich und innerlich in Bewegung. Das erzwungene „Reise-Fasten“ während der Pandemie hat dies noch verdeutlicht.

Seite 04–08

CHRISTIAN BUNNENBERG

DIE „ORIENTFAHRT“ DER „AUGUSTA VICTORIA“ UND DIE GESCHICHTE DES KREUZFAHRTTOURISMUS

Im Januar 1891 brach das Dampfschiff „Augusta Victoria“ von Cuxhaven aus zu einer Rundreise durchs Mittelmeer auf. Die Fahrt gilt heute als Beginn des Kreuzfahrttourismus, obwohl es schon früher touristische Reisen dieser Art gab. Was machte diese Tour so besonders?

Seite 09–15

HASSO SPODE

TOURISMUSGESCHICHTE ALS ÜBERWINDUNGSGESCHICHTE

Touristische Nachfrage ist im Europa des 18. Jahrhunderts entstanden; heute treibt sie eine der größten Branchen überhaupt an. Die Grundlagen wurden von den 1730er bis zu den 1930er Jahren gelegt – vor allem durch die Beseitigung von Reisehemmnissen.

Seite 16–23

ANDREAS KAGERMEIER

WACHSTUM OHNE ENDE?

DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT IM WANDEL

Tourismus gilt als eine mögliche Leitökonomie des 21. Jahrhunderts. Die Entwicklung der Branche ist von stetem Wachstum geprägt, woran auch die Corona-Pandemie längerfristig nichts ändern wird. Erscheinungen des *overtourism* erfordern jedoch ein Umdenken.

Seite 24–32

GABRIELE HABINGER

REISEN UND EROBERN.

FORMEN DER ANEIGNUNG IM KONTEXT VON REISEN UND TOURISMUS

Reisen und Tourismus sind per se mit der Aneignung „fremder“ Räume verknüpft. Die europäische koloniale Expansion und daraus resultierende Vorstellungen prägen unsere Reisepraktiken bis heute. Es gilt, den westlichen Ferntourismus zu „dekolonisieren“.

Seite 33–39

FRANK BAJOHR

DARK TOURISM. ÜBERLEGUNGEN ZU TOURISMUS, GEWALT UND ERINNERUNG

Orte vergangener Gewalt wecken seit einiger Zeit verstärkt das Interesse von Touristen. Warum ist das so? Was sind die Reismotive? Und welche Herausforderungen, aber auch Chancen sind damit für Gedenkstätten, Museen und Dokumentationsorte verbunden?

Seite 40–45

DAGMAR LUND-DURLACHER ·

WOLFGANG STRASDAS

ZUR ZUKUNFT DES REISENS.

TOURISMUS IN ZEITEN DES KLIMAWANDELS

Tourismus ist sowohl Mitverursacher als auch Betroffener des Klimawandels. Was bedeutet das für seine Zukunft? Wie ließe sich klimaschonender reisen? Und welche Rolle spielen einzelne Tourismusbereiche wie Mobilität, Beherbergung und Gastronomie?

Seite 46–54

EDITORIAL

Anfang 2020 blickte die Tourismusbranche optimistisch auf die bevorstehende Reisesaison: „Urlaubsstimmung: positiv!“, „Rahmenbedingungen: stabil“, hieß es in der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen. 2019 waren so viele Deutsche wie noch nie in den Urlaub gefahren, und für 72 Prozent stand bereits im Januar des Folgejahres fest, dass sie bald wieder verreisen würden. „Aus Nachfragesicht spricht demnach nichts gegen ein gutes Reisejahr 2020“, so die Folgerung. Wie wir heute wissen, kam es anders. Die Pandemie und ihre Bekämpfung brachten den internationalen Reiseverkehr nahezu zum Erliegen und sorgten für einen beispiellosen Einbruch in einer wachstumsverwöhnten Branche. Zugleich wurde vielen der Wert des Reisens schmerzlich bewusst, die Monate im „Lockdown“ schürten das Fernweh.

In den Urlaub zu fahren, also mehr oder weniger „zum Vergnügen“ zu reisen, ist historisch gesehen erst seit kurzer Zeit üblich und überhaupt möglich. Mobilität war in der Regel mit einem handfesten Zweck verbunden, sei es, um Handel zu treiben oder diplomatische Beziehungen zu pflegen, sei es, um einer Not zu entkommen. Anspruch auf bezahlte Urlaubstage gibt es flächendeckend erst seit dem 20. Jahrhundert, und ohne die Entwicklung moderner Verkehrsmittel, die das Reisen sicherer und weniger strapaziös machen, ist die Entstehung des heutigen Massentourismus undenkbar. Nach wie vor aber muss man sich den Ortswechsel zur eigenen Erholung finanziell und zeitlich leisten können. Touristisches Reisen ist also immer auch Ausdruck von Status – und vor allem ein Privileg des Globalen Nordens.

Angesichts der Klimakrise und nicht mehr zu übersehenden Folgen des *overtourism* an vielen „Destinationen“ hat sich indes schon lange vor der Pandemie die Frage gestellt, ob die Tourismusbranche nicht längst an die Grenzen eines verträglichen Wachstums gelangt ist. Das erzwungene „Reise-Fasten“ bot Gelegenheit, hierüber nachzudenken und auch das eigene Reiseverhalten zu hinterfragen. Reiselust und Klimaschutz miteinander zu vereinbaren, wird in Zukunft noch stärker gefordert sein.

Johannes Piepenbrink

ESSAY

WARUM REISEN?

Zur Psychologie des Reisens

Martina Zschocke

Was hat es mit dem Reisen auf sich? Worin liegt das Glück des Aufbruchs? Warum *treibt* oder *zieht* es Menschen aller Anstrengungen zum Trotz in die Ferne? Grundsätzlich lassen sich Reismotive in *Push*- und *Pull*-Motive unterteilen: Während *Push*-Motive all die Motive sind, die einen von Zuhause wegtreiben, sind *Pull*-Motive alles, was einen woanders hinzieht. Weiterhin gibt es unbestimmte Motive wie „Fernweh“ ganz allgemein. Es ist kein Zufall, dass dieser Begriff aus der Zeit der Romantik ab Ende des 18. Jahrhunderts stammt, in der vieles mit Melancholie und einer unbestimmten Sehnsucht verbunden war und freiwilliges Reisen deutlich wichtiger wurde.

Zu den *Pull*-Motiven gehört in erster Linie der Reiz bestimmter Länder, Landschaften, Städte und Lebenskulturen. Aber auch die Neugier und der Wunsch nach Bildung und anderen Sprachen zählen dazu. Hinzu kommen physisch-physikalische Motive wie Reizsuche oder Reizvermeidung, aber auch nach außen gerichtete Gründe wie der Wunsch nach Prestige. Ein weiteres wichtiges *Pull*-Motiv ist die Freude an Bewegung. Dabei ist das Reiseziel oft nicht so bedeutend, wie der Aufbruch und das Unterwegssein an sich. Andere *Pull*-Motive können soziale Motive oder auch Inspirationen durch Filme, Bücher oder Musik sein.⁰¹ Neben der Suche nach neuen Eindrücken und Abenteuer kann es auch die Suche nach Sinn sein, die einen in die Fremde zieht. Reisen als Sinnsuche beschreibt etwa der Autor und Filmemacher Phil Cousineau, der zwischen Reisen im Sinne des Tourismus und Pilgerreisen unterscheidet, während er unter Letzteren alle Reisen versteht, deren Zweck es ist, etwas zu finden, was für den Reisenden von tiefer Bedeutung ist. Dies kann sich auch auf Literatur, Kunst, Musik, Architektur, Lebensstile und -entwürfe und Freiheit beziehen.⁰²

Zu den *Push*-Motiven gehören vor allem Abstand und Distanz zum Alltag und dessen Zweck-

bestimmtheit zu gewinnen, aber auch den eigenen Standpunkt in der Welt neu zu bestimmen, sich wieder „einzunorden“. Das Motiv der Selbsterkenntnis und Selbstaktualisierung kann bis hin zu Erweiterungen des Selbst um im Alltag vernachlässigte Aspekte der Persönlichkeit reichen. Am häufigsten findet sich dieses Motiv bei längeren Reisen, die als Zäsur vor oder nach einer bestimmten Lebensphase angetreten werden – etwa nach dem Schul- oder Ausbildungsabschluss, nach Trennungen oder vor Antritt einer neuen Arbeitsstelle. Klassische Beispiele sind *Work-and-Travel*-Aufenthalte, Weltreisen, aber auch die *Walz*, jene Reise der Handwerker, die je nach *Zunft* drei Jahre und einen Tag dauern kann und bestimmten Regeln unterliegt (zum Beispiel eine *Bannmeile* um den eigenen Wohnort). Diese Reisen haben potenziell einen deutlich höheren Einfluss auf die Identität als rein touristische Reisen, was sich oft in Form der verstärkten Selbsterkenntnis und Selbstaktualisierung zeigt, die einerseits durch den Abstand vom Alltag, andererseits durch die Freiheit von den Erwartungen anderer ermöglicht wird. Dabei werden oft *Ideal*- und *Realselbst* verglichen und im Optimalfall so angeglichen, dass sie den eigenen Wert- und Lebensvorstellungen besser entsprechen. Durch Reisen können also Spielräume für das eigene Leben erweitert und Lebensentwürfe aktualisiert werden – die Reise an sich entspricht dann den klassischen *rites de passage*, sie erfüllt mithin die Funktion eines Übergangsritus.⁰³ Der Schriftsteller Cees Nooteboom beschrieb dies folgendermaßen: „In einem nomadischen Leben habe ich vielleicht gelernt, wer ich bin und wer ich nicht bin.“⁰⁴

WIEDERENTDECKUNG DER SINNE

Doch was macht neben den komplexen Reismotiven das Reiseerleben aus, was den besonderen

Reiz des Reisens, der dazu führt, dass viele dieses Erleben immer wieder erfahren möchten? Was genau passiert beim Reisen?

Genau genommen beginnt das Reiseerleben bereits, bevor man die Reise angetreten hat: Vorfreude gilt als schönste Freude – und für viele ist sie ein wesentlicher Teil des Reisens. Wer Reiseleiter liest, sich für Ziele entscheidet und Routen plant, ist innerlich schon unterwegs und nährt die Vorfreude auf das, was da kommt. Aus der psychologischen Forschung weiß man allerdings, dass vor allem unerwartete Reize aktivierend wirken. Das heißt, Vorfreude erzeugt zwar eine positive Spannung vor der Reise, sie kann aber auch dazu führen, dass während der eigentlichen Reise vergleichsweise geringere Freude empfunden wird. Denn konkrete Erwartungen vermindern die Neugier und führen eher zu Enttäuschungen als zu Offenheit und Spontaneität.

Ob man eine Reise lange plant oder spontan aufbricht, hat etwas mit der Persönlichkeit, den persönlichen Rahmenbedingungen und Vorlieben sowie mit der ureigenen Neugier und der Wertschätzung für Überraschungen und Entdeckungen zu tun. Wer spontan aufbricht, in den erstbesten Zug steigt oder zu *blind booking* tendiert, wo man erst drei Tage vor der Reise erfährt, wo es hingehet, wird kaum zielgerichtete Vorfreude empfinden – aber da er oder sie per se offen und aufgeschlossen ist, auch kaum Enttäuschungen erleben.

Wenn der Alltag immer gleich verläuft, fehlen Lebendigkeit und Intensität, die durch wechselnde Reize entstehen. Dabei ist nicht die absolute Reizstärke wichtig für die Wahrnehmung, sondern die Intensitätsänderung. Gleichbleibende Reize lösen kaum noch Nervenimpulse aus, man „adaptiert“ und nimmt demzufolge weniger wahr. Reisen weckt die Wahrnehmung und schärft die Sinne. Einerseits, weil die Neuartigkeit der Reize die Sinne anregt, andererseits, weil die Notwendigkeit der Orientierung auf Reisen ihren verstärkten Einsatz fordert. Aufgrund des

Abstands von den Anforderungen des Alltags ist auch die Aufmerksamkeit größer, das heißt, man ist weniger abgelenkt, und die „Wahrnehmungskanäle“ sind offener. Deshalb kommt es beim Reisen zu einem Gefühl erhöhter Wachheit und Lebendigkeit, weil verschiedene – oft auch im Alltag weniger genutzte – Sinne angesprochen werden.

Ein anderes Licht, andere Farben, andere kulinarische Erfahrungen und möglicherweise Sand unter den Füßen: Gerade solche sinnlichen Eindrücke werden in einer immer stärker durchmedialisierten Welt immer seltener. Das Übermaß an Informationen, die nicht unmittelbar sinnlich – also zum Beispiel über den Geschmacks- oder Tastsinn – vermittelt sind, führt zu einer übermäßigen Beanspruchung und Ausbildung der sogenannten Fernsinne wie des Sehsinns. Dies geschieht zulasten der sogenannten Nahsinne, die im Alltag eher unterfordert werden. Und so äußerte der Arzt und Psychotherapeut Helmut Milz zutreffend: „Das Vertrauen in die Qualität der eigenen Sinne ist dem kultivierten Menschen in vielfacher Form abhanden gekommen.“⁰⁵ Reisen kann das Gleichgewicht wieder herstellen, erst recht, wenn es sich um selbst organisiertes Reisen handelt: Es fördert die analoge Wahrnehmung in einer zunehmend digitalisierten Welt.

Auf Reisen spielt das Sehen zwar eine zentrale Rolle, aber es kommt ganz offensichtlich zu einer erweiterten Wahrnehmung, in der vor allem die Nahsinne Riechen, Schmecken und Fühlen, aber auch der Fernsinn Hören bedeutsamer werden, als sie es im Alltag sind. Welche Sinne dabei primär angesprochen werden, ist abhängig von den besuchten Gegenden mit ihren jeweils spezifischen Umgebungsreizen. Je „fremder“ der Zielort und je größer die Differenz von der vertrauten Umgebung, desto mehr Sinneskanäle werden genutzt.⁰⁶ An einem Küstenort in Mexiko kann es beispielsweise eine Melange sein aus dem Spüren der hohen Luftfeuchtigkeit, dem Riechen der Meeresluft, dem Hören des Getümmels an den Straßenständen und dem Sehen der in kräftigen Farben gestrichenen Häuser sowie des türkisblauen Wassers. In den Großstädten in den USA oder Japan wird durch die hohen Gebäude, die vielen Leuchtreklamen, Menschen und Autos wiederum

01 Vgl. John L. Crompton, *Motivation for Pleasure Vacations*, in: *Annals of Tourism Research* 4/1979, S. 408–424; Martina Zschocke, *Mobilität in der Postmoderne. Psychische Komponenten von Reisen und Leben im Ausland*, Würzburg 2005, S. 155–163.

02 Vgl. Phil Cousineau, *The Art of Pilgrimage*, Berkeley 1998.

03 Vgl. Zschocke (Anm. 1), S. 258–293.

04 Cees Nooteboom, *Grensoverschrijding*, in: ders., *Waar je gevallen bent, blijf je*, Amsterdam 1983 (eig. Übersetzung).

05 Helmut Milz, *Der wiederentdeckte Körper*, München 1994, S. 201.

06 Vgl. Zschocke (Anm. 1), S. 212–220.

eher der Sehsinn angesprochen, wohingegen ein indischer Markt mutmaßlich vor allem dem Geruchs- und Geschmackssinn bleibende Eindrücke bieten dürfte. Gerade über Gerüche werden häufig Erinnerungen verankert, ist der Geruchssinn doch unser archaischster Sinn.

Interessanterweise führt nicht nur die Stimulation durch viele neue Reize und Eindrücke dazu, dass die eigene Aufmerksamkeit gesteigert und die Wahrnehmung vertieft wird, sondern ebenso absolute Reizarmut – zum Beispiel in der Wüste. In welchem Maß die Sinne geschärft und was aufgenommen wird, hängt unter anderem von der Art und dem Tempo der Reise sowie der Dichte der Umgebungsreize ab. Besonders viel und intensiv wird wahrgenommen, wenn die eigene Bewegung nicht zu schnell ist, etwa beim Radfahren oder Flanieren. Bei zu zügigem Reisen gehen Qualität und Tiefe der Wahrnehmung verloren. Die Eindrücke verflüchtigen sich rascher, werden bruchstückhaft, und auch die Erinnerungen bleiben oberflächlich.

Im Idealfall lernt man auf Reisen auch wieder zu staunen. Staunen ist an Überraschung gebunden, an unerwartete Erlebnisse. Etymologisch kommt staunen von „erstarren“ – es geht also auch um ein Innehalten, Aufmerken. Man staunt eher, wenn man nichts oder wenig erwartet und alle Sensoren auf Empfang geschaltet sind. Hierin wurzelt der Reiz des ersten Mals in allen Dingen, aber auch von ersten Reisen in Gegenden, die einem neu sind. Das korrespondiert mit Erkenntnissen der Neuro- und Wahrnehmungspsychologie: Bei Dingen, die wir das erste Mal tun, ist das Gehirn hellwach und hochaktiv, beim zweiten Mal reagiert es deutlich verhaltener, und mit jeder weiteren Exposition nimmt die Reaktion ab. Je vertrauter etwas ist, desto weniger wird unser Gehirn aktiv; die Adaptation setzt ein, und unsere Aufmerksamkeit lässt nach. Vorhersagbarkeit ist in gewissem Maße beruhigend und nützlich, zu viel davon lässt uns jedoch abstumpfen, und wir schalten gleichsam auf Autopilot. Unser Gehirn ist aber per se neugierig: Es benötigt immer wieder – in Maßen – Stimulation und funktioniert optimal bei einem ausgewogenen Maß an Bekanntem und Neuem.⁰⁷ Und Reisen ist offenkundig ein

guter Weg, um diese Balance zu erreichen. Dem tschechischen Fotografen Josef Koudelka wird ein Satz zugeschrieben, der diesen Zusammenhang treffend ausdrückt: „Wenn Sie lange an einem Ort leben, werden Sie blind, weil Sie nichts mehr beobachten. Ich reise, um nicht blind zu werden.“⁰⁸

STIMULANZ FÜR DIE PSYCHE

Reisen hat darüber hinaus verschiedene positive Auswirkungen auf die Psyche. Studien haben gezeigt, dass die tiefere sinnliche Wahrnehmung, die Aktivierung und die Notwendigkeit der Orientierung nach außen sogar helfen können, milde depressive Episoden zu überwinden, die oft mit einer starken Fokussierung auf sich selbst und mit dauerndem Grübeln über immer dieselben Themen einhergehen und einen im wahrsten Sinne des Wortes bewegungsunfähig machen. Rausgehen, sich auf die Welt einlassen und sich in ihr orientieren zu müssen, wirkt dem entgegen. Dies gilt umso mehr, wenn am Reiseziel intensiveres Licht, Bewegung und befriedigende soziale Kontakte dazukommen. Dass Bewegung das beste Mittel gegen Melancholie sei, schrieb schon der Gelehrte Robert Burton in seiner 1621 veröffentlichten „Anatomie der Melancholie“.⁰⁹ Im Idealfall ist das allgemeine Aktivierungsniveau auf Reisen höher – aber auch das Verhältnis zwischen An- und Entspannung ausgeglichener.

Auch bei chronischen psychischen Leiden wurden positive Effekte von Reisen beschrieben. So soll der Schriftsteller Bruce Chatwin, der Anfang der 1960er Jahre für das Londoner Auktionshaus Sotheby's tätig war und an einer schweren psychogenen Sehstörung litt, von seinem Arzt „weite Horizonte“ verschrieben bekommen haben – was offensichtlich fruchtete, denn er reiste in den Sudan, wo er vollständig gesundete.¹⁰ In den 1980er Jahren beschrieb Dieter Häußler, der ärztliche Direktor einer Nervenklinik, den Nutzen von Kurzreisen, wobei die Wirkfaktoren

⁰⁸ Siehe <https://ecobnb.de/blog/zitate-gedanken-aphorismen-reisen>.

⁰⁹ Vgl. Robert Burton, *Die Anatomie der Melancholie*, München 2001 (1621), S. 187.

¹⁰ Vgl. Bruce Chatwin, *Der Traum eines Ruhelosen*, Frankfurt/M., S. 128.

⁰⁷ Vgl. David Eagleman/Anthony Brandt, *Kreativität. Wie unser Denken die Welt immer wieder neu erschafft*, München 2018, S. 27 ff.

auch hier vor allem in der Aktivitätssteigerung, vermehrter Eigeninitiative und höherer Kontaktbereitschaft lagen.¹¹

Nun ist Reisen allerdings kein Allheilmittel gegen Depressionen, und die grundsätzlich positiven Wirkungen können je nach Veranlagung und momentanem Zustand auch in ihr Gegenteil umschlagen: So ist Reisen bei Schizophrenen und Epilepsien deutlich riskanter, da psychotische Schübe oder Krampfanfälle durch Reizüberflutung ausgelöst werden können. Was für den einen also positive Anregung, erhöhte Selbstwirksamkeit und Freude bedeutet, kann für den anderen negativer Stress und Überforderung sein. So beschrieb die Psychiaterin Graziella Margherini das Stendhal-Syndrom, das sie bei Touristen feststellte, die auf ihre Notfallstation in Florenz eingeliefert wurden. Die von ihr geschilderten Symptome ähnelten einer Übererregung, wie sie bei einer starken Verliebtheit eintreten kann. Die Ergriffenheit hätte sich bei manchen Patienten so gesteigert, dass sie über Schwindel, Herzbeklemmung, Schweißausbrüche, Schwäche und Ohnmachtsgefühle klagten. Ihnen waren vor lauter Stimulanz „die Sinne geschwunden“.¹² Ein anderes im Zusammenhang mit Reisen beobachtetes Phänomen ist das Jerusalem-Syndrom, bei dem Besucher der Heiligen Stadt sich angesichts der religiösen Bedeutung des Ortes auf einmal für biblische Figuren halten und anfangen, zu Predigen oder Visionen zu verkünden. Meist helfen ein paar Tage Bettruhe, bisweilen sind jedoch auch Antipsychotika notwendig. Jedes Jahr sollen etwa 100 Touristen betroffen sein.¹³

ÄUßERE UND INNERE BEWEGUNG

Reisen hat nicht nur Einfluss auf Wahrnehmung und Psyche, sondern nachweislich auch auf das Denken und die Kreativität: einerseits durch den gewonnenen Abstand, der größere Aufmerksamkeit ermöglicht, andererseits durch die Bewegung an sich. Denn äußere Bewegung fördert auch innere, geistige Bewegung. Sowohl beim aktiven

Bewegen als auch beim passiven Bewegtwerden kommen Gedanken und Phantasien in Gang.¹⁴

Neurowissenschaftliche Forschungen bestätigen, dass bestimmte Hirnregionen sehr fein auf Rhythmen reagieren und dass vor allem gleichmäßige Rhythmen von mittlerer Geschwindigkeit, wie sie zum Beispiel beim Laufen entstehen, für viele Gehirnfunktionen förderlich sind.¹⁵ Auch wurde herausgefunden, dass das kreative Potenzial während und kurz nach dem Gehen erhöht ist – das Spazieren in abwechslungsreicher Umgebung erweist sich hierbei als besonders effektiv.¹⁶ Durch Reisen kommt somit nicht nur der Reisende selbst, sondern auch vieles in seinem Denken in Bewegung, was zu frischen Gedanken, neuen Erkenntnissen und originellen Lösungen führen kann. Neue Orte bieten Inspiration, und insbesondere der Aufenthalt im Ausland kann die kognitive Flexibilität erhöhen und die Fähigkeit fördern, neue Zusammenhänge herzustellen.¹⁷ Entsprechende Studien beziehen sich zwar auf längere Auslandsaufenthalte, aber ein ähnlicher Effekt konnte auch nach einfachen Urlaubsreisen nachgewiesen werden.¹⁸

Wieviel Neues oder Fremdes auf Reisen gesucht wird, hängt von der Persönlichkeit, der Reisesozialisation, den Vorlieben und der aktuellen Lebenssituation ab. So wird der klassische *sensation seeker*, der abwechslungsreiche Erfahrungen und das Abenteuer sucht, kaum mit dem Strandurlaub glücklich. Menschen dieser Kategorie brauchen mehr Reize, um auf optimale „Betriebstemperatur“ zu kommen, als Reisende, die von sich aus eher das Bewährte suchen und immer wieder an dieselben Lieblingsorte fahren.¹⁹

11 Vgl. Dieter Häußler, Kurzreisen chronisch-psychiatrisch Kranker als effektive soziotherapeutische Maßnahme, in: *Psychiatrie, Neurologie, Medizinische Psychologie* 8/1984, S. 496–502.

12 Vgl. Graziella Margherini, *La sindrome di Stendhal*, Florenz 1995.

13 Vgl. Yair Bar-el et al., *Jerusalem Syndrome*, in: *British Journal of Psychiatry* 1/2000, S. 86–90.

14 Vgl. Rainer Schönhammer, *In Bewegung. Zur Psychologie der Fortbewegung*, Bd. 1, München 1991, S. 96.

15 Vgl. Gerd Kempermann, *Die Revolution im Kopf. Wie neue Nervenzellen unser Gehirn ein Leben lang jung halten*, München 2016.

16 Vgl. Marily Oppezzo/Daniel L. Schwartz, *Give Your Ideas Some Legs: The Positive Effect of Walking on Creative Thinking*, in: *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition* 4/2014, S. 1142–1152.

17 Vgl. Adam Galinsky/William Maddox, *Cultural Borders and Mental Barriers. The Relationship between Living Abroad and Creativity*, in: *Journal of Personality and Social Psychology* 5/2009, S. 1047–1061.

18 Vgl. Jessica de Bloom et al., *Vacation from work. A „Ticket to Creativity“? The Effects of Recreational Travel on Cognitive Flexibility and Originality*, in: *Tourism Management Jg. 44/2014*, S. 164–171.

19 Vgl. Marvin Zuckerman, *Sensation Seeking. Beyond the Optimal Level of Arousal*, Hillsdale–New York 1979.

Doch trotz der Unterschiedlichkeit der Reisen, die daraus resultieren, treten bei den Reisenden mit Blick auf Wahrnehmung, Psyche und Denken dieselben Effekte auf – nur in unterschiedlichem Ausmaß.

ERLEBEN UND ERINNERUNG

Reisen ist unter anderem auch wichtig, um bleibende Erinnerungen zu schaffen. Es ist eine offene Frage, wie die meisten Menschen sich später an die Zeit der Covid-19-Pandemie erinnern werden. Sicherlich werden der Beginn und das Ende der Pandemie im Gedächtnis bleiben, aber was dazwischen war, davon wird vermutlich nur wenig haften bleiben, weil tiefe Erinnerungsspuren vor allem durch Lebens- und Erlebnisintensität und eine mittlere Ereignisdichte entstehen – was im gleichförmigen Corona-Alltag häufig fehlt.

Nahezu alle Reisenden berichten, dass die Zeit während der Reise wie im Fluge vergangen sei, ihnen in der Erinnerung jedoch sehr lang vorkomme: In der Rückschau erscheinen Wochen wie Monate. Hohe Ereignisdichte und Erlebnisintensität verkürzen die Zeitwahrnehmung in der Gegenwart und verlängern sie in der Erinnerung.²⁰ Da die Tage beim Reisen oft genau von dieser Intensität geprägt sind, schwinden sie gleichsam dahin und hinterlassen viele und tiefe Erinnerungsspuren. Es gilt, sich auf Neues einzulassen, andere Welten zu entdecken und einzutauchen ins Erleben. Dies geschieht allerdings nur unter der Voraussetzung, dass die Dichte nicht derart überhandnimmt, dass nichts mehr wahrgenommen wird und der eigene mentale „Arbeitspeicher“ quasi permanent überlastet ist.

Reisemotive und Reisearten gibt es wie den sprichwörtlichen Sand am Meer. Ob man bei Reisen eher Inspiration oder Kontemplation und Regeneration oder beides sucht, hängt vom Reisetyp, aber auch der aktuellen Lebenssituation ab. Reisen lassen einen buchstäblich wieder aufleben. Die verschiedenen positiven Effekte treten in besonders starkem Maße auf, je länger die Reise dauert und je individueller sie gestaltet und orga-

nisiert ist. Aber bereits jede Kurzreise ermöglicht es, aus der Alltagshabitualisierung auszubrechen – und ein gelegentlicher Tapetenwechsel tut allemal gut, um wieder wacher zu werden und intensiver wahrzunehmen, auch wenn es keine Abenteuerreise ist. Insbesondere Reisen in Gegenden, die einem noch unbekannt sind, haben einen klar positiven Einfluss auf Psyche und Denken. Oder, wie es der Literaturnobelpreisträger Hermann Hesse in seinem Gedicht „Stufen“ 1941 ausdrückte:

*Und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne (...)
Kaum sind wir heimisch einem Lebenskreise
Und traulich eingewohnt, so droht Erschlaffen;
Nur wer bereit zu Aufbruch ist und Reise,
Mag lähmender Gewöhnung sich entrafen.²¹*

Dies trifft auf die ganz realen Reisen genauso zu wie auf die allegorische Lebensreise. Gäbe es keinen Tourismus, behauptet etwa der Freizeitforscher Jost Krippendorf, bräuchten wir viel mehr Sanatorien und Krankenhäuser.²²

Die Corona-Pandemie hat das Reisen seit dem Frühjahr 2020 partiell unmöglich gemacht oder zumindest sehr stark eingeschränkt, womit sich Resonanzräume und Möglichkeiten für neue Reize deutlich verkleinert haben. Nun tut eine Zeit des erzwungenen „Reise-Fastens“ unserer übersättigten Gesellschaft – in begrenztem Maße – sicherlich mal ganz gut und könnte die Freude und den Genuss am Reisen nach der Pandemie durchaus intensivieren. Erst nach einer längeren Zeit der unfreiwilligen Enthaltbarkeit ist vielen bewusst geworden, dass ihnen etwas fehlt – und es wurde deutlich, dass Reisen für weit mehr Aspekte sinnvoll ist als für Erholung. Vielleicht bringt es die Pandemie also mit sich, dass das Reisen, wenn es denn wieder uneingeschränkt möglich ist, wieder mehr im ursprünglichen Sinne gelebt und erfahren und nicht nur als Konsumgut wahrgenommen wird.

²⁰ Vgl. Zschocke (Anm. 1), S. 206 ff.

²¹ Hermann Hesse, *Stufen*. Alte und neue Gedichte in Auswahl, Frankfurt/M. 1961.

²² Vgl. Jost Krippendorf, *Die Ferienmenschen*. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen, Zürich 1984.

MARTINA ZSCHOCKE

ist Professorin für Freizeitpsychologie und Freizeitsoziologie an der Hochschule Zittau/Görlitz.

m.zschocke@hszg.de

EXCURSION MIT FOLGEN

Die „Orientfahrt“ der „Augusta Victoria“ 1891 und die Geschichte des Kreuzfahrttourismus

Christian Bunnenberg

Als Heinrich Benrath am frühen Morgen des 22. Januar 1891 aus dem Fenster seines Hotelzimmers in Cuxhaven blickte, klarte der Himmel allmählich auf. Eine kurze und unruhige Nacht lag hinter dem „Specialberichterstatte“ des „Hamburgischen Correspondenten“. Der heftige Nordwest-Sturm war abgeflaut, und die Küstenlandschaft lag unter einer Decke frischen Schnees. Rechtzeitig fand sich Benrath am Hafengebäude ein, wo pünktlich um 8 Uhr ein prominenter Besucher einem Sonderzug entstieg – Kaiser Wilhelm II. besuchte die Hafenstadt links der Elbmündung in die Nordsee.⁰¹

Cuxhaven diente im Winter bei widrigen Witterungsverhältnissen als Nothafen für Hamburg. In den vergangenen Tagen hatte schwerer Eisgang die Einfahrt in die Elbe fast unmöglich gemacht, hinzu kam die stürmische See. Der Kaiser wollte sich einen eigenen Eindruck von der Lage verschaffen, wenngleich auch bei nun, wie die Zeitungen später meldeten, „herrlichem Kaiserwetter“,⁰² und sich zudem über die Planungen zum Bau eines neuen Seeschiffhafens informieren, von dem zukünftig die großen Hamburger Schnelldampfer ablegen sollten. Einen der größten von ihnen, den Doppelschraubendampfer „Augusta Victoria“ der Hamburg-Amerikanischen Packetfahrt-Actien-Gesellschaft (HAPAG), sah Wilhelm II. von dem Schiffsanleger aus „majestätisch in einem vollständig eisfreien, schwarz sich abhebenden Wasserstreifen“ wenige hundert Meter vor Cuxhaven auf Reede liegen.⁰³

Erfreut bemerkte der Monarch, der ein ausgeprägtes Faible für alles Maritime hatte, an dem aus den drei gelben Schornsteinen aufsteigenden Dampf, dass das Schiff kurz davor war, an den Landungsbrücken anzulegen. Mit diesem Manöver, das wohl vorbereitet und mitnichten so spontan stattfand, wie es den Anschein erweckte, verband sich zweierlei: Zum einen bot sich dem

Kaiser die Gelegenheit zu einem ausführlichen Besuch des Schiffes. Wilhelm II. ließ sich von Albert Ballin, dem Direktor der HAPAG, das Schiff präsentieren, das er schon wenige Jahre zuvor auf der Stettiner Vulcan-Werft bewundert hatte. Vom Promenadendeck ging es zunächst durch den erst- und zweitklassigen Rauchsalon, dann über den im Rokoko-Stil gehaltenen Damen- und den Musiksalon an den Passagierkabinen entlang in den großen Saal, wo sich der Kaiser an die Umstehenden wandte und konstatierte: „Sie sehen, meine Herren, wir können in Deutschland Schiffe bauen.“ Auf dem Weg zur Kommandobrücke, so notierte es sich der anwesende Benrath, kamen Wilhelm II. und Ballin auf den eigentlichen Grund für das Anlegemanöver zu sprechen – die geplante „Orientfahrt“ der „Augusta Victoria“.⁰⁴

Seit November 1890 hatte die HAPAG wiederholt in überregionalen Zeitungen eine „Excursion nach Italien und dem Orient“ mit dem „Doppelschrauben-Schnelldampfer Augusta Victoria“ angekündigt. „Genügende Beteiligung vorausgesetzt“ sollten auf der Rundreise durch das Mittelmeer ab dem 21. Januar 1891 in „ca. 50 Tagen“ von Hamburg aus „Southampton, Gibraltar (Genua nur, wenn eine grössere Zahl von Reisenden wünschen sollte, erst dort an Bord zu gehen), Alexandria (für Cairo und event. Ismaillia), Port Said, Jaffa (für Jerusalem), Beirut (für Damaskus), Constantinopel, Athen, Malta (durch die Strasse von Messina), Palermo, Neapel (für Rom), Algier, Lissabon“ und schließlich wieder Southampton und Hamburg angelaufen werden. Für die Mitfahrenden waren ausschließlich Kabinenplätze in der 1. Klasse vorgesehen, für die „je nach Lage und Grösse“ ein „Passagepreis einschließlich vollständiger Verpflegung“ von 1600 bis 2400 Mark aufgerufen wurde – immerhin das Drei- bis Vierfache eines durchschnittlichen Jahresverdiensts im Deutschen Kaiserreich.⁰⁵

Nachdem Ballin die Nachfrage des Monarchen, ob denn alkoholische Getränke im Preis eingeschlossen seien, verneinte, setzte der daraufhin heiter gestimmte Wilhelm II. – „Ah, Sie rechnen auf den Durst Meiner guten Deutschen“ – die Besichtigungsrunde fort, bevor er wieder abreiste.⁰⁶ Zeitgleich verließ ein anderer Sonderzug den Venloer Bahnhof in Hamburg und brachte die meisten Passagiere der „Augusta Victoria“ nach Cuxhaven, wo sie zwar zu ihrem großen Bedauern die Abreise des Kaisers verpassten, dafür aber wohlgläubig an Bord gingen und erwartungsfroh ihre „Excursion“ antraten, die, nicht ganz unumstritten, als erste (deutsche) Kreuzfahrtreise in die Geschichte eingehen sollte. Dem Beispiel der etwa 240 Reisenden von 1891 folgten seitdem Millionen Kreuzfahrttouristen, allein in Deutschland buchten 2019 mehr als 2,5 Millionen Menschen eine Kreuzfahrtreise, 17 Prozent mehr als im Vorjahr. Erst die Covid-19-Pandemie beendete diesen Boom des Kreuzfahrtmarktes – weltweit und mit erheblichen Einschränkungen für die gesamte Branche.

MODERNES REISEN

„Zu den Eigentümlichkeiten unserer Zeit gehört das Massenreisen“, notierte der Schriftsteller und Journalist Theodor Fontane 1873 in einem Manuskript, das Jahre später unter dem Titel „Modernes Reisen. Eine Plauderei“ veröffentlicht werden sollte. Wären früher nur „bevorzugte Individuen“ verreist, so sei „jetzt jeder und jede“ unterwegs, gehörten Gespräche über vergangene und zukünftige Reiseziele zum Alltag – wenngleich auch nur in privilegierten und begüterten Kreisen der Gesellschaft. Für Fontane stand es außer Frage, dass zwar auch „Mode und Eitelkeit“ ihren Anteil an dieser Entwicklung hätten, „der moderne Mensch, angestrengter wie er wird, [je-

doch] auch größerer Erholung“ bedürfe und deshalb verreise, um Abstand zum Alltag gewinnen zu können. Letztlich entscheide aber über den Erfolg, ob die Erholungssuchenden unter *reisen* den dauerhaften Aufenthalt an einem anderen Ort oder aber eine „dauernde Fortbewegung, will sagen beständiger Wechsel von Eisenbahnen und Hotels, woran sich Bergerkletterungen und ähnliches bloß anschließen“, verstünden. Dem „halbnomadischen“ Leben der Sommerfrischler zeigte sich Fontane zwar mehr zugetan, doch auch dem „vollnomadisch“ Reisenden, dem *Touristen*, gestand er dessen spezifischen Reisedrang zu. Letzterer sei aber im Gegensatz zu den Sommerfrischlern ständig wechselnden Wirten, Mietskutschern und Führern und deren „Gewinnsucht und Rücksichtslosigkeit“ ausgesetzt und müsse sich angesichts schlechter Leistung bei hohen Kosten letztlich resilient zeigen – ob das die Erholung fördere, zog Fontane in Zweifel.⁰⁷

In Fontanes Text, Loblied auf die Erholungsreise und Tourismuskritik zugleich, spiegelt sich geradezu idealtypisch die Entwicklung des Tourismus zu Beginn des letzten Drittels des langen 19. Jahrhunderts zwischen der Französischen Revolution von 1789 und dem Beginn des Ersten Weltkriegs 1914 wider. Der Begriff „Tourist“ für Reisende, deren Reise einzig dem Selbstzweck dient, findet sich ab 1800 in Wörterbüchern. Er ist angelehnt an die als „Grand Tour“ bezeichnete Rundreise junger europäischer Adelliger, die seit dem späten 18. Jahrhundert von dem aufkommenden Bürgertum nachgeahmt wurde und sich schließlich im 19. Jahrhundert, ihren ursprünglichen Erziehungs- und Bildungscharakter einbüßend, zur Erholungsreise breiter Schichten wandelte. Aber schon um 1900 müssen sich Touristen von vermeintlich *echten* Reisenden als „billiger Reisepöbel“ oder „Sightseeing-Volk“ beschimpfen lassen.⁰⁸

Dass das Reisen gegen Ende des 18. Jahrhunderts seine Zweckhaftigkeit verlor, wurde, so der Schriftsteller Hans Magnus Enzensberger in seiner Theorie des Tourismus, „durch eine ganz spezifische historische Situation“ begünstigt, deren

01 Vgl. Heinrich Benrath, Mit der „Augusta Victoria“ ins Mittelmeer vom 22. Januar bis 21. März 1891. Reisebriefe, Hamburg 1891.

02 Der Kaiser in Cuxhaven, in: Cuxhavener Tagesblatt, 23. 1. 1891.

03 Der Kaiser in Cuxhaven, in: Hamburgischer Correspondent, 24. 1. 1891.

04 Vgl. Benrath (Anm. 1), S. 7, Zitat Wilhelm II. ebd.

05 Deutschsprachige Anzeigen zum Beispiel im Hamburger Fremdenblatt, 8. 11. 1891, oder der Dresdner Zeitung, 15. 11. 1891. Hinzu kamen noch englischsprachige Anzeigen in Großbritannien und den USA.

06 Zit. nach Benrath (Anm. 1), S. 7.

07 Alle Zitate aus Theodor Fontane, Modernes Reisen. Eine Plauderei (1873), in: ders., Von vor und nach der Reise, Berlin 1894, S. 1–16.

08 Vgl. Burkhardt Lauterbach, Tourismus. Eine Einführung aus Sicht der volkskundlichen Kulturwissenschaft, Würzburg 2006, S. 14; Alexander Innes Shand, Old Time Travel, London 1903.

Komponenten sich benennen, aber nicht ursächlich hierarchisieren lassen: „die geschichtliche Situation, aus der der Tourismus hervorgegangen ist, [kann] als ein Syndrom politischer, sozialer, wirtschaftlicher, technischer und geistiger Züge, deren Gemeinsames in ihrem revolutionären Wesen liegt“ beschrieben werden.⁰⁹ Die Romantik erhob (vermeintlich) unberührte und ursprüngliche Landschaften wie Berge und Meere zu Sehenswerten, die Industrielle Revolution veränderte einschneidend Gesellschaften, und mit Eisenbahnen und Dampfschiffen ließen sich Räume schrumpfen und Massen bewegen; der aufkommende Tourismus war damit zugleich Ausdruck dieser neuen Umstände und Fluchtbewegung von ihnen fort.

So tummelten sich in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts im Rheintal als frühem touristischen Hotspot zwischen Koblenz und Köln zunächst englische Touristen, häufig mit einem neuen Medium in der Hand, dem Reiseführer. Das „Red Book“ von John Murray und die ebenfalls roten Reisehandbücher von Karl Baedeker strukturierten und erschlossen die Welt für die vergleichsweise wohlhabenden Individualtouristen, während der baptistische Missionar Thomas Cook 1841 die Pauschalreise erfand und für einen Festpreis einen Tagesausflug mit der Eisenbahn organisierte, Schinkenbrot und Tee inklusive.¹⁰ Das Reiseunternehmen Thomas Cook & Son sollte nur wenige Jahre später Weltmarktführer im Tourismusbereich sein.

Ende des 19. Jahrhunderts galt die „Gesellschaftsreise“ als akzeptierte Form der Reiseorganisation. Die 6. Auflage von Meyers Konversationslexikon (1902–1908) definierte die Gesellschaftsreise als „Unternehmen, dessen Veranstalter (...) eine Anzahl Reiselustiger vereinigen, um sie unter einheitlicher Leitung nach einem vorher bekannt gegebenen Programm nach interessanten Orten und Gegenden des In- und Auslands (...) zu führen“. Für einen Festpreis erhielten die Reisenden „freie Fahrt, Ab- und Zugänge von und nach den Stationen, Gepäckbesorgung, Unterkommen mit voller Verpflegung einschl. Trinkgelder (jedoch ohne Wein und Heizung), orts- und sprachkundige Führer, freie Be-



Die „Augusta Victoria“ zwischen 1889 und 1897, fotografiert von John S. Johnson.

Quelle: Library of Congress

sichtigung aller Sehenswürdigkeiten einschl. Beförderung sowie im Programm vorgesehene Ausflüge“. Auch die HAPAG fand Erwähnung; sie legte seit 1891 den Hauptwert auf Schiffsreisen mit „geschwinden und vorzüglich ausgestatteten Schnelldampfern“, sorgte aber für die Reisenden nur „während deren Aufenthalt auf dem Schiff“ und überließ die Organisation der Landausflüge Reisebüros.

ERFINDUNG DER KREUZFABRTREISE

Der Hamburger Journalist Heinrich Egon Wallsee, 1891 ebenfalls Teilnehmer der „Orientfahrt“ auf der „Augusta Victoria“, schrieb in seinen Reiseerinnerungen, bislang sei es nur in der Phantasie eines Schriftstellers möglich gewesen, dass „eine auf Reisen gehende, mehrhundertköpfige Gesellschaft einen schwimmenden Prunkbau mit sich nimmt, wie die Schnecke ihr Haus“.¹¹ Als Referenz führte er den Schriftsteller Mark Twain an, der 1867 an einer mehrmonatigen Gruppenreise auf einem gecharterten Raddampfer teilgenommen hatte, die ihn zu Zielen im gesamten Mittelmeerraum führte. Als Höhepunkt der Reise galt der Aufenthalt in Palästina. Neben Zeitungsartikeln verfasste Twain zu dieser Reise auch ein Buch, das 1869 unter dem Titel „The Innocents Abroad“ (deutscher Titel: „Die Arglosen im Aus-

⁰⁹ Hans Magnus Enzensberger, Vergebliche Brandung der Ferne. Eine Theorie des Tourismus, in: Merkur 8/1958, S. 701–720.

¹⁰ Vgl. Susanne Müller, Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830–1945, Frankfurt/M. 2012.

¹¹ Heinrich Egon Wallsee, Modernes Reisen. Die Orientfahrt der „Augusta Victoria“, Hamburg 1891, S. 5.

land“) erschien. Wallsee konnte sich aber anscheinend nicht vorstellen, dass diese Reise tatsächlich stattgefunden hatte.

Und in der Tat war die „Excursion“ der „Augusta Victoria“ die erste deutsche Kreuzfahrtreise ins Mittelmeer. Die erste Kreuzfahrtreise überhaupt war sie hingegen nicht. Norwegische und britische Reedereien unternahmen seit spätestens 1875 gelegentlich Kreuzfahrtreisen und nutzten für diese *pleasure cruises* sogar eigens gebaute oder umgebaute Schiffe. Und noch im Jahr vor der „Orientfahrt“ der „Augusta Victoria“ hatte die Bremer Reederei Norddeutscher Lloyd eine 14-tägige Kreuzfahrt nach Norwegen veranstaltet. Dass die Reise auf der „Augusta Victoria“ bis in die Gegenwart als Beginn des Kreuzfahrttourismus gesetzt wird,¹² liegt in mehreren Aspekten begründet. Einer ist die große öffentliche Aufmerksamkeit, die der Fahrt zuteilwurde.

Die Idee zur Reise war zunächst aus der Not geboren. So hatte die wirtschaftlich angeschlagene HAPAG auf Drängen Albert Ballins, der ab 1886 zunächst als Leiter der Passagier-Abteilung tätig war und 1888 als 31-Jähriger in den Vorstand berufen wurde, vier moderne Schnelldampfer für den Post- und Passagierdienst nach New York angeschafft. Diese Schiffe versprachen durch den neuen Doppelschraubenantrieb nicht nur mehr Sicherheit, sie waren auch vergleichsweise luxuriös ausgestattet; zumindest in den Bereichen für die 1. und 2. Klasse. Aber selbst die von Auswanderinnen und Auswanderern häufig genutzte 3. Klasse bot bescheidenen Komfort. Da das Auswanderergeschäft konjunkturellen Schwankungen unterlag, die Transatlantikrouten nur saisonal betrieben wurden und die Elbe im Winter für Schiffe dieser Größenordnung bis Hamburg nur bedingt schiffbar war, lagen die kostspieligen Neuanschaffungen im Winter 1890 auf Reede. Der Entschluss, eine Kreuzfahrt zu organisieren, war also letztlich wirtschaftlich begründet. Das öffentliche Interesse und die Begeisterung darüber, „wenigstens einen dieser prachtvollen Schnelldampfer auch einem größeren, nicht nach America reisenden Publikum einmal vorzuführen“ und zu diesem Zwecke „eine ebenso kühn

12 Beispiele hierfür sind Jürgen Elvert, *Europa, das Meer und die Welt. Eine maritime Geschichte der Neuzeit*, München 2018, S. 460; Arnold Kludas, *Vergnügungsreisen zur See. Eine Geschichte der deutschen Kreuzfahrt*, Bd. 1: 1889–1939, Bremerhaven 2001, S. 16.

und neu, wie entzückend geplante Rundreise nach den Gestaden des Mittelmeers bis nach der Sultanstadt am Bosphorus“ auszurichten, waren der HAPAG sicher.¹³

Das Unternehmen sprach mit diesem Vorhaben gleich mehrere Vorlieben und Bedürfnisse reisender Zeitgenossinnen und Zeitgenossen an. Die in der Retrospektive „exotisch“ anmutenden Ziele wirken weniger spektakulär, wenn man sich die Annoncen für Nilkreuzfahrten in damaligen deutschen Tageszeitungen vergegenwärtigt, die von Thomas Cook & Son oder dem Berliner Reisebüro von Carl Stangen ausgerichtet wurden.¹⁴ Der Verlauf solcher Reisen war ebenfalls bekannt, beispielsweise durch die überaus erfolgreiche Reisebeschreibung „Frau Buchholz im Orient“ von Julius Stinde, der an einer von Stangen organisierten Reise teilgenommen hatte.¹⁵ Diese und weitere Reiseerzählungen (man denke an Karl Mays „Orientzyklus“), Genremalerei, Vorträge, Sachbücher und Reiseführer sorgten für eine breite „Orient-Begeisterung“; sie brachten die Ferne in die Heimat und lockten zugleich in die Ferne – mit romantischen Traumbildern, kolonialen Phantasien und eurozentrischen Weltvorstellungen im Gepäck.¹⁶

Mit dem Doppelschraubendampfer wusste die HAPAG auf zwei Feldern zu überzeugen. Zum einen wurde, ganz im Geiste der Zeit, der hohe Sicherheitsstandard der „Augusta Victoria“ betont, zum anderen die gehobene Ausstattung, für die wiederholt das Bild des schwimmenden Grandhotels bemüht wurde. Das Schiff stand damit für ein modernes und komfortables Transportmittel, das in dem Format einer „Vergnügungsreise“, in Anlehnung an Theodor Fontane, zudem die Bodenständigkeit der Sommerfrische und den Eskapismus der Sommerreise auf attraktive Weise in Einklang zu bringen wusste.

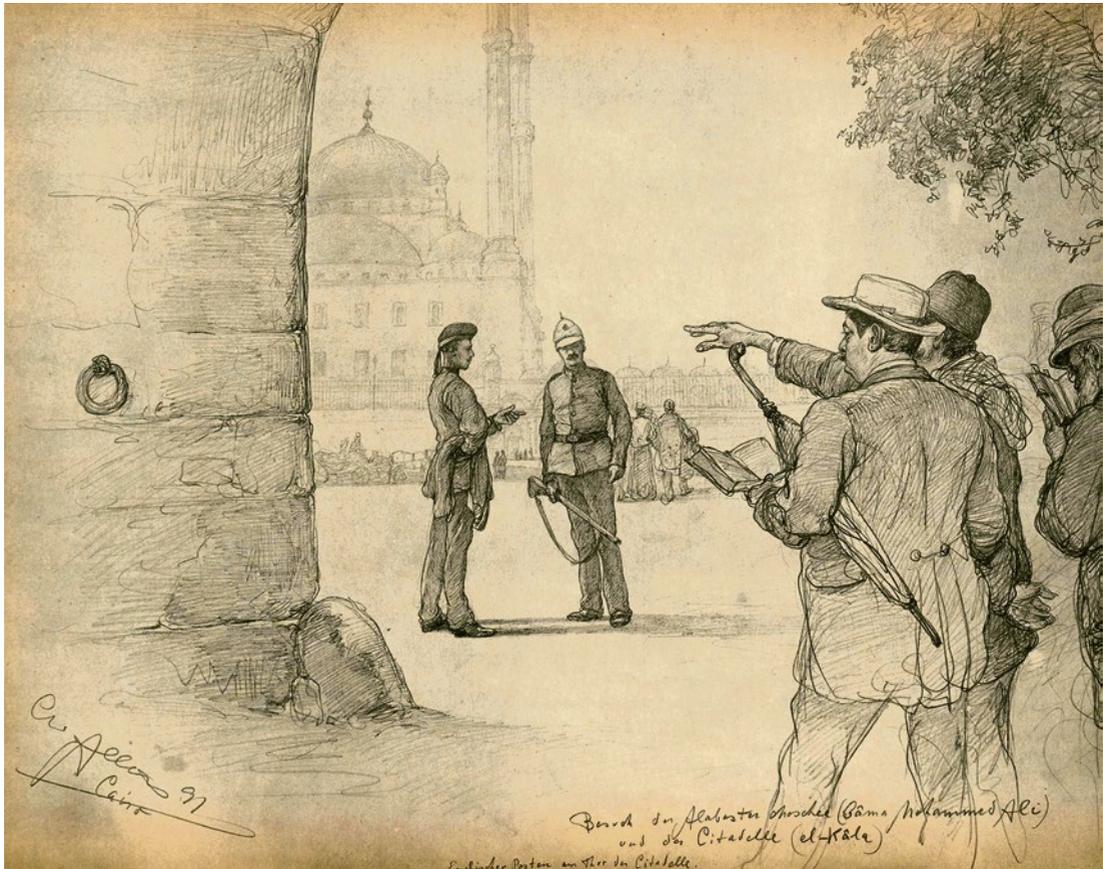
Hinter dieser neuen Attraktivität maritimen Reisens sollten die zuvor herrschenden Gefahren

13 Wallsee (Anm. 11), Einleitung.

14 Für ein Beispiel siehe die Werbung für eine Nilkreuzfahrt von Thomas Cook & Son im Hamburger Fremdenblatt, 31.10.1890.

15 Vgl. Julius Stinde, *Frau Buchholz im Orient*, Berlin 1888. Von dem Buch wurden in drei Monaten 19 Auflagen gedruckt.

16 Vgl. Nana Badenberg, *Ägyptenreisen auf den Spuren von Virchow und Schliemann. 1888: Julius Stindes Frau Buchholz im Orient*, in: Alexander Honold/Klaus R. Scherpe (Hrsg.), *Mit Deutschland um die Welt. Eine Kulturgeschichte des Fremden in der Kolonialzeit*, Stuttgart 2004, S. 106–114.



Die Zeichnung von Christian Wilhelm Allers zeigt Kreuzfahrtpassagiere der „Augusta Victoria“ bei der Besichtigung der „Alabaster-Moschee“ in Kairo, in ihren Händen Reiseführer. In der Bildmitte ein „Englischer Posten am Thor der Citadelle“.

Quelle: Christian Wilhelm Allers, Backschisch. Erinnerungen an die Reise der Augusta Victoria in den Orient, Hamburg 1891.

und Härten einer Schiffsreise verblasen.¹⁷ Die HAPAG zeigte daher großes Engagement für eine breite und vor allem positive Berichterstattung über die „Excursion ins Mittelmeer“. Neben Benrath und Wallsee fuhren noch weitere Journalisten mit: C. Jahnelt von der „Norddeutschen Allgemeinen Zeitung“ sowie H. Weth vom „Hamburger Fremdenblatt“ und „Berliner Börsen-Kurier“. Neben ihren Reisereportagen legten alle bis auf Jahnelt noch im selben Jahr jeweils einen Reisebericht als Buch vor.¹⁸ Weiterhin ging der bekannte

Zeichner Christian Wilhelm Allers mit an Bord, der ein illustriertes Reisetagebuch anfertigte und damit Johann Heinrich Strumper perfekt ergänzte, der vor allem die Reiseziele und ausgewählte Episoden des Bordlebens fotografisch dokumentierte. Das, und nicht zuletzt der Umstand, dass Ballin höchstpersönlich die Reise begleitete, sollte sicherstellen, dass die Kreuzfahrt mit der „Augusta Victoria“ ein Erfolg werden würde. Vor diesem Hintergrund sind auch die um einen Tag verzögerte Abfahrt und der Besuch des Kaisers an Bord des abgehenden Schiffes zu bewerten.

DIE „EXCURSION NACH DEM MITTELMEER“

Mit dem Schiff betraten die Passagiere am 22. Januar 1891 nicht nur ihre Unterkunft für die kom-

¹⁷ Für einen Überblick vgl. Dagmar Bellmann, Von Höllengefahrten zu schwimmenden Palästen. Die Passagierschiffahrt auf dem Atlantik 1840–1930, Frankfurt/M. 2015.

¹⁸ Vgl. Benrath (Anm. 1); Wallsee (Anm. 11); H. Weth, Die Orient-Reise der Augusta Victoria vom Januar bis März 1891, Hamburg 1891.

menden Wochen, sondern auch eine ihnen zumeist völlig fremde Welt. Sogar dem Zeichner Allers fiel die Orientierung zunächst schwer, obwohl er in der Kaiserlichen Marine gedient hatte. In seiner Kabine angekommen, einem kleinen Raum mit schmalen Schränken und zwei übereinander angebrachten Betten, bestaunte er zunächst die Waschbecken mit fließend kaltem und warmem Wasser sowie das elektrische Licht – was für ein Luxus!¹⁹ Die meisten Passagiere teilten sich eine Kabine mit einem ihnen fremden Mitreisenden; Bäder und Toiletten waren als Gemeinschaftseinrichtungen über den Flur gut zu erreichen, und für die Benutzung der Badewannen konnte man sich beim Badesteward auf eine Terminliste setzen lassen.

Das Leben der Reisenden spielte sich vor allem auf dem Hauptdeck, dem Oberdeck und dem Promenadendeck ab; weniger in den Kabinen als vielmehr in den Salons, dem großen Speisesaal oder in den Außenbereichen. Mehr als 70 Stewards, ein Arzt nebst Gehilfen, ein Friseur und 21 Köche kümmerten sich um das Wohlbefinden der Passagiere. Einige von ihnen spielten zudem in der Bordkapelle, die auf dieser Reise bei sprichwörtlich jedem Wind und Wetter musizierte. Dem Kapitän, einer unnahbaren wie unantastbaren Respektsperson, unterstanden ein halbes Dutzend Offiziere sowie 35 Bootsleute und Matrosen. Für die meisten Gäste unsichtbar blieben hingegen die insgesamt fast 150 Maschinisten, Heizer und Kohlenzieher, die auf den unteren Decks des knapp 145 Meter langen und 17 Meter breiten Schiffs die beiden Dampfmaschinen mit insgesamt 14110 PS am Laufen hielten.

Der typische Passagier auf der „Augusta Victoria“ war ein männlicher bürgerlicher Alleinreisender aus Deutschland. So gab es unter den insgesamt rund 240 Gästen, die in Cuxhaven, Southampton und Genua an Bord gingen und mehrheitlich aus Deutschland, den USA, Großbritannien, den Niederlanden, Frankreich, der Schweiz und Norwegen stammten, nur wenige Ehepaare, keine Kinder, wenige Jugendliche und kaum allein reisende Damen, dafür aber mehrere Väter mit Töchtern in heiratsfähigem Alter. Die Rechtsanwälte, Offiziere, Unternehmer, Stadt- und Kommerzienräte, Rittergutsbesitzer, Architekten, Kaufleute und Direktoren pflegten zumeist bürgerliche Umgangsformen, was angesichts der Enge des Schiffes durchaus anstrengend werden

konnte. Schon bald ermunterte deshalb ein eilends eingesetztes „Damencomité“ die „Reisegenossinnen“, „gemeinsam durch Unterschrift erklären zu wollen, dass sie einen militärischen Gruss der Herren während der Fahrt für angebracht halten würden, als das unter Umständen sehr unbequeme Abnehmen der Kopfbedeckung“.²⁰

Auf See strukturierten die Mahlzeiten den Tagesablauf. Die erste Ausgabe der an Bord gedruckten „Augusta-Victoria-Zeitung“ informierte die Passagiere über den neuen Rhythmus ihres Alltags: Um 7.45 Uhr drehte der „Gong-Steward“ seine Runde über alle Decks, schlug zunächst den Weckruf, und um 8 Uhr zum reichhaltigen Frühstück – „Kaffee, Thee, Chokolade nach Wahl, Beefsteak, Eier in allen Gestalten, Pfannkuchen, Schinken und allen möglichen Aufschnitt, alle Sorten Brot und köstliche Butter“.²¹ Ein zweites Frühstück mit Suppe, zwei bis drei Fleischspeisen und Nachtisch wurden um 12 Uhr gereicht, das Diner als Hauptmahlzeit um 18 Uhr. Akribisch notierte sich Benrath die verbrauchten Lebensmittel: unter anderem 2378 Pfund Schinken, 11 950 Austern, 43 700 Eier und 700 Rehrücken.²² Zwischen den Mahlzeiten ging man auf Deck spazieren, schrieb Briefe, las, malte, fotografierte, führte Unterhaltungen, plante die Landausflüge oder vertrieb sich die Zeit in den Salons mit Cocktails, Bier und Skat. Mitunter organisierten die Passagiere Tanzabende und Kunstausstellungen mit Verlosung. Der Erlös kam der Witwenkasse der Besatzung zugute.

In den Häfen begaben sich die meisten Passagiere auf Landausflüge, gebucht an Bord bei dem Agenten der Firma Thomas Cook & Son, deren touristische Infrastruktur angesichts der Gruppengröße wiederholt an ihre Grenzen stieß. Bis ins Mittelmeer hatten die Reisenden mit schlechtem und kaltem Wetter, Sturm in der Biskaya und Seekrankheit zu kämpfen. Mit dem Reiseführer unter dem Arm wurden aber schon wenig später die Pyramiden besucht, Jerusalem und Konstantinopel besichtigt, die Akropolis bestaunt und der Vesuv bestiegen. In den Reiseberichten und Tagebuchnotizen werden die intensiven Eindrücke betont, zum Ende der Reise hin zeugen sie aber auch von Ermüdungserscheinungen und Übersättigung. Die Rückkehr nach Hamburg geriet zu einem triumphalen Einlaufen – dank der laufenden Presseberichterstat-

¹⁹ Vgl. Christian Wilhelm Allers, *Backschisch. Erinnerungen an die Reise der Augusta Victoria in den Orient, Hamburg 1891.*

²⁰ *Augusta-Victoria-Zeitung*, 3.2. 1891.

²¹ Weth (Anm. 18), S. 16.

²² Vgl. Benrath (Anm. 1), S. 159.

tung war die Öffentlichkeit detailliert über den Ablauf der Reise informiert, und der Kaiser schickte ein Glückwunschtelegramm „zur Beendigung der schönen Reise der Augusta Victoria“. ²³ Mehr Werbung für dieses Reiseformat ging nicht.

TRAUMREISEN VON DER STANGE

Auch wenn die „Orientfahrt“ der „Augusta Victoria“ nicht die erste Kreuzfahrtreise gewesen sein mag, so markiert sie trotzdem den Beginn des Kreuzfahrttourismus im eigentlichen Sinne. Die Reise als touristisches Produkt des 19. Jahrhunderts lässt sich, so erneut Enzensberger, mit Begriffen aus der industriellen Fertigung beschreiben. Zunächst bedarf es genormter Einzelteile, im Fall des Tourismus sind das ganz allgemein Sehenswürdigkeiten, deren Besichtigung letztlich auch das vermeintlich zweckfreie Reisen wieder mit einem Zweck auflud. Eine touristische Reise entsteht durch die Montage ausgewählter Sehenswürdigkeiten und kann, abhängig von den Erwartungen und Bedürfnissen der Reisenden, immer wieder neu zusammengesetzt werden. Um diese Reisen wirtschaftlich ertragreich zu gestalten, versuchten Reiseunternehmen fortan, die aus genormten Elementen montierten Produkte in die Serienfertigung zu geben.

Der tatsächliche oder herbeigeschriebene Erfolg der „Excursion“ von 1891 bestärkte Albert Ballin und die HAPAG nicht nur darin, von nun an jährlich eine Kreuzfahrt ins Mittelmeer anzubieten, sondern eine eigene Sparte innerhalb des Unternehmens aufzubauen, mit Reisen nach Norwegen und in die Karibik, einem speziell für diese Aufgabe gebauten Schiff und umfangreichen Werbematerialien. Die Nachfrage nach Kreuzfahrtreisen war so groß, dass mehrere Anbieter in diesem Markt tätig sein konnten. Die schwimmenden Grandhotels boten kontrollierten Eskapismus mit doppeltem Boden und schrieben eine touristische Erfolgsgeschichte, die erst mit dem Ersten Weltkrieg ihr vorläufiges Ende fand.

²³ Hamburger Correspondent, 24.3.1891.

²⁴ Für die DDR vgl. Andreas Stirn, *Traumschiffe des Sozialismus. Die Geschichte der DDR-Urlauberschiffe 1953–1990*, Berlin 2011, S. 110ff.

²⁵ Karl Baedeker, *Handbuch für Reisende. Schweden, Norwegen nebst den Reiserouten durch Dänemark und Ausflügen nach Island und Spitzbergen*, Leipzig 1911, S. XVIII.

²⁶ Weth (Anm. 18), S. 224.

Während in der Weimarer Zeit und in der Bundesrepublik der Kreuzfahrttourismus weiterhin den betuchten Reisenden vorbehalten blieb, zielten die staatlich organisierten Kreuzfahrten in den beiden deutschen Diktaturen auf eine Öffnung dieses touristischen Formats für die „Volksgenossen“ oder „Arbeiter und Bauern“. Auch wenn die Teilnehmenden an diesen Reisen letztlich nur eine zumeist handverlesene und überwachte gesellschaftliche Minderheit war, schufen die propagandistischen Bilder der nationalsozialistischen KdF-Fahrten oder der Reisen auf dem DDR-Kreuzfahrtschiff „Völkerfreundschaft“ einen Sehnsuchtsort, der im bundesrepublikanischen Teil Deutschlands seit 1981 durch die Fernsehsendung „Traumschiff“ weiter gefestigt wurde. ²⁴

Nach der Wiedervereinigung 1990 etablierte die Kreuzfahrtmarke Aida Cruises mit dem Konzept des Clubschiffs US-amerikanische Spielarten der Kreuzfahrt am deutschen Markt und erreichte damit neue Kundenkreise. In den 2000er Jahren setzte in der Kreuzfahrtbranche ein erstaunlicher Boom ein, trotz Kritik an der Umweltunverträglichkeit von Kreuzfahrtschiffen und dem Aspekt des *overtourism*. Kritik gab es indes auch schon 1911, als in dem Baedeker zu Schweden und Norwegen der Hinweis enthalten war, dass es für andere Reisende unangenehm sei, „in den Strom der aus den Vergnügungsdampfern an Land gehenden Scharen zu geraten, da diese bisweilen alle Wagen in Anspruch nehmen und die Gasthäuser immer füllen“. ²⁵ Auch in Zeiten des frühen Massentourismus waren die lästigen Touristen anscheinend immer nur die anderen.

Doch die Begeisterung für dieses touristische Reiseformat hält ungebrochen an, sogar trotz der Covid-19-Pandemie. Und so wird manche Touristin und mancher Tourist am Ende einer Kreuzfahrtreise ebenso wie der Journalist H. Weth nach der „Orientfahrt“ der „Augusta Victoria“ von 1891 auf die Frage „Wie hat Ihnen die Reise gefallen?“ antworten: „Prachtvoll von Anfang bis zum Ende. Selten hat noch eine Partie von Touristen in so kurzer Zeit so Vieles und so Herrliches gesehen, wie wir, und so hübsch, so bequem, so mit Fürsorge und Luxus umgeben, hat sie es überhaupt noch nicht.“ ²⁶

CHRISTIAN BUNNENBERG

ist Professor für Didaktik der Geschichte und Public History an der Ruhr-Universität Bochum.

christian.bunnenberg@ruhr-uni-bochum.de

DIE FREIHEIT ZU REISEN, UM ZU REISEN

Tourismusgeschichte als Überwindungsgeschichte

Hasso Spode

Im Frühjahr 2020 erlebte die Welt eine beispiellose Drosselung des nationalen und internationalen Reiseverkehrs. „Ein Stück unserer Freiheit geht zu Ende“, hieß es, „seit dem Mittelalter hat es eine solche Beschränkung der Mobilität nicht mehr gegeben“.⁰¹ Um die Ausbreitung des Coronavirus Sars-CoV-2 einzudämmen, wurden Flugverbindungen gekappt, Grenzen geschlossen und zahlreiche weitere Maßnahmen ergriffen, um die Bewegungsfreiheit einzuschränken. Nur ein „triftiger Reisegrund“, so die deutsche Verordnung, erlaubte Ausnahmen vom Verbot des Grenzübertritts. Gleiches galt sinngemäß im Inland: Nur wer aus zwingenden Gründen unterwegs war, durfte auswärts übernachten. Die Hotellerie war damit praktisch geschlossen.

Wie schnell auf dem Verordnungsweg wieder Schlagbäume errichtet werden können, war eine schockierende Erfahrung, zumal für die Bürger des Schengen-Raums, die es seit 30 Jahren gewohnt waren, in Europa in aller Regel von Grenzkontrollen verschont zu bleiben. Zeitweilig untersagten einige Bundesländer sogar Touristen aus anderen Bundesländern den Aufenthalt, was zumindest symbolisch einer innerdeutschen Grenzschießung nahekam. Nach einigen Monaten wurden die Reiseregeln gelockert, dann erneut verschärft,⁰² dann abermals gelockert, sodass sich ab 2021 der Tourismus im Sommer merklich erholte – freilich unter dem Damoklesschwert eines jederzeit möglichen Rückschlags. Und der trat zum Jahresende prompt ein. Die historische Analyse zeigt allerdings: Weder Kriege noch Krisen konnten den Siegeszug des Tourismus je nachhaltig bremsen.⁰³

Die touristische Nachfrage ist im Europa des 18. Jahrhunderts entstanden; heute treibt sie eine der größten Branchen der Weltwirtschaft an. Die wesentlichen Grundlagen für diese Erfolgsgeschichte – die als eine Geschichte des Abbaus von Hemmnissen gelesen werden kann – wurden etappenweise von den 1730er bis zu den 1930er

Jahren gelegt. Darauf aufbauend hat sich seither der Anteil der Menschen, der jährlich in den Urlaub fährt, die sogenannte Urlaubsreiseintensität, stetig erhöht; in Deutschland lag sie 2019 bei 78 Prozent.⁰⁴

Es ist uns selbstverständlich, zwischen touristischen und anderen Reisemotiven zu unterscheiden – als in der Pandemie die Hotels und Grenzen geschlossen wurden, hatte diese Unterscheidung sogar Gesetzeskraft erlangt. Dennoch werfen viele Experten die verschiedenen Reisearten in einen Topf und schlagen so etwa Geschäfts- oder Entdeckungsreisen kurzerhand dem Tourismus zu: „Der Tourismus ist kein neues Phänomen unserer Zeit. Bereits seit Tausenden von Jahren verreisen die Menschen.“⁰⁵ Auch die Weltorganisation für Tourismus der Vereinten Nationen (UNWTO) drückt diese Gleichsetzung bereits in ihrem Namen aus, ist sie doch keineswegs nur für freizeitbedingte Mobilität zuständig. Aus ökonomischer Sicht mag diese unscharfe Begrifflichkeit genügen, für wissenschaftliche Analysen ist sie unzureichend.⁰⁶ Zunächst sei daher skizziert, was die Besonderheit der touristischen Reise ausmacht.

ZURÜCK ZUR NATUR

Bisweilen wird spekuliert, der Tourismus gründe auf einem genetischen Erbe aus nomadischer Urzeit, das sich heute massenhaft ausleben kann.⁰⁷ Doch unsere Reiselust ist viel jüngeren Datums, sie ist ein Kind der Moderne. Bis dahin war das Reisen mehr Last als Lust und diente handfesten Zwecken: Reisende, das waren Händler, Herrscher, hohe Kleriker, Soldaten, Gelehrte, Pilger und Pilgerinnen und Heilungssuchende sowie junge Männer auf langen Ausbildungsreisen: Scholaren, Gesellen auf der „Walz“ und Adelsöhne, die ihre „Cavalierstour“ beziehungsweise „Grand Tour“ durch Europa absolvierten, um ihren Bildungsweg zu vollenden. Hinzu kam ein

Heer mobiler Randexistenzen. Die Grand Tour verhalf dem Tourismus indirekt zu seinem Namen,⁰⁸ doch die touristische Reise ist anders: Sie ist kein Mittel zu einem Zweck, sondern Selbstzweck.

Dies fiel erstmals dem Historiker August Ludwig Schlözer auf. In seinen ab 1777 gehaltenen Reise-Collegien lehrte er, es gebe zwei Arten des Reisens: das Reisen „in Geschäften“ und das Reisen „um zu reisen“.⁰⁹ Er unterschied also wie 2020 die Bundesregierung die „triftigen Reisegründe“ von den – zu seiner Zeit noch recht seltenen – weniger „triftigen“. Heute heißt das pointiert: „Wer noch gezwungen ist seine Reisen ernst zu nehmen, kann kein Tourist sein.“¹⁰ Der Spätaufklärer Schlözer hätte dem widersprochen, sah er doch im Reisen „um zu reisen“ durchaus auch ein Mittel der Weltverbesserung. Indes, wer das Reisen als Selbstzweck betreibt, will nur sich selbst etwas Gutes tun: Die touristische Reise ist Konsum, Konsum von Raum, Erlebnissen und Symbolen.

Ihre Entstehung verdankte sich einer neuen Weltansicht, einer romantischen Hochschätzung von Natur und Geschichte. Die Romantik war nicht, wie meist zu lesen, die fortschrittspessimistische Nachfolgerin der fortschrittsoptimistischen Aufklärung, sondern ihre Zwillingsschwester. Denn die Zunahme an Sicherheit und Wohlstand infolge einer neuartigen Zivilisationsdynamik war mit einer Zunahme psychischer, sozialer und politischer Zwänge erkauft. Die Reaktionen auf diese „Künsteley“ waren von

Anbeginn konträr: Priesen die einen mit Voltaire und Immanuel Kant den Fortschritt als das Ende der „Unmündigkeit“, so klagten die anderen mit Albrecht von Haller und Jean-Jacques Rousseau, er habe in eine Versklavung geführt: „Der Mensch wird frei geboren, und überall ist er in Ketten“, beginnt 1762 Rousseaus „contrat social“.¹¹ „Zurück zur Natur!“, forderten folglich seine Jünger. Genau hier liegt die Wurzel des Tourismus – eine Zeitreise rückwärts: Abseits der Fürstenhöfe und großen Städte, an den Rändern des Fortschritts wird das „wahre Leben“ vermutet. Eine Chronotopie entsteht, ein verzeitlichter, zugleich imaginärer und realer Sehnsuchtsort, wo das Natürliche, Freie, Authentische noch bewahrt ist.

Dabei rückten Gegenden in den Fokus, die bis dato als gefährlich und hässlich verabscheut wurden, voran das Hochgebirge und die Meeresküsten. Seit Menschengedenken waren diese lebensfeindlichen Räume wenn irgend möglich gemieden worden – nun galten sie als schön und „erhaben“. Aus der abstoßend rückständigen Schweiz wird so ein irdisches Paradies, ein Hort der Freiheit und Natürlichkeit. Zeitgleich entstehen die ersten Seebäder, in England um 1730, auf dem Kontinent um 1800. Der öde, gefährvolle Strand wird ein Refugium vor der krankmachenden Zivilisation. Und der romantisch-touristische Blick fällt bald auch auf manche Waldungen und Mittelgebirge, zudem auf bauliche „Alterthümer“. Der Kanon des Sehenswerten weitet sich mehr und mehr aus.

01 „Das hätten sich die Klimaschützer in ihren kühnsten Träumen nicht erhofft“, Interview mit Hasso Spode, 9.5.2020, www.berliner-zeitung.de/zeitenwende/-li.82949.

02 Die Zahl der Urlaubsreisen sank 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 29 Prozent, die Auslandsreisen halbierten sich beinahe; Fernreisen fanden mit 4 Prozent kaum noch statt. Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (Hrsg.), Erste ausgewählte Ergebnisse der 51. Reiseanalyse, Kiel 2021, <https://reiseanalyse.de/erste-ergebnisse>.

03 Für Übersichten vgl. Rüdiger Hachtmann, *Tourismusgeschichte*, Göttingen 2007; Hasso Spode, *Wie die Deutschen „Reiseweltmeister“ wurden*, Erfurt 2003.

04 Die Reiseintensität, wie sie seit 1971 in der „Reiseanalyse“ erhoben wird, gibt den Anteil der Bevölkerung über 14 Jahre an, der mindestens einmal im Jahr mindestens fünf Tage in den Urlaub fährt. Bis zum Zweiten Weltkrieg sind nur Schätzungen möglich; aber auch später wurde sie verschieden definiert und erhoben, entsprechend stark weichen die Zahlen voneinander ab.

05 Norbert Suchanek, *Die dunklen Seiten des globalisierten Tourismus*, in: APuZ 47/2001, S. 32–39, hier S. 32.

06 Vgl. Hasso Spode, *Mobilität, Reisen, Tourismus*, in: Harald Pechlaner/Michael Volgger (Hrsg.), *Die Gesellschaft auf Reisen – eine Reise in die Gesellschaft*, Wiesbaden 2017, S. 23–48.

07 So etwa Felizitas Romeiß-Stracke, *Nomaden sind wir alle*, in: *Voyage* 1/1997, S. 64 ff.

08 Um 1780, als es mit der Grand Tour vorbei war, tauchte im Englischen der Begriff „tourist“ abschätzig für einen sinnlos Herumreisenden auf und wanderte dann in andere Sprachen – ins Deutsche zunächst mit positivem Unterton eines vornehmen Vergnügungsreisenden. Der Systembegriff „Tourism(us)“ kam im Englischen und Deutschen erst in den 1950er Jahren auf (neben „tourist traffic“ beziehungsweise „Fremdenverkehr“).

09 Vorlesungen über Land- und Seereisen gehalten von Herrn Professor Schlözer, Göttingen u. a. 1962, S. 54.

10 Peter Sloterdijk, *Tractatus philosophico-touristicus*, in: Pechlaner/Volgger (Anm. 6), S. 11–22, hier S. 12.

11 Jean-Jacques Rousseau, *Der Gesellschaftsvertrag*, Stuttgart 1974 (1762), S. 5. Schon 30 Jahre zuvor schrieb von Haller:

„Die Pracht, die euch umringt, schließt euch in güldne Ketten.“ Albrecht von Haller, *Die Alpen*, Stuttgart 1994 (1729), Z. 453. Zum Tourismus vgl. Spode (Anm. 3).



Gemälde „Engländer in der Campagna“ von Carl Spitzweg, ca. 1835

Quelle: bpk / Nationalgalerie, Staatliche Museen zu Berlin / Jörg P. Anders

BESCHWERNISSE IM FRÜHTOURISMUS

Dieser neue Blick war freilich keineswegs Allgemeingut. Als Johann Wolfgang von Goethe am Gardasee Skizzen der verfallenen Scaligerburg anfertigte, wurde er für einen Spion gehalten, denn: „wenn es eine Ruine sei, was denn dran wohl merkwürdig [sehenswert, *Anm. H. S.*] scheinen könne?“¹² Noch lange dienten Burgruinen den Anwohnern als Steinbruch, und mittelalterliche Stadtbefestigungen abzutragen galt als „Verschönerung“. So hieß es über den Umbau Baden-Badens stolz: Die „nutzlosen hemmenden

Thürme und Stadtmauern wurden abgetragen, die Gräben geebnet und prachtvolle Gebäude (...) traten an die Stelle“.¹³ Erst als im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts zahllose „Alterthümer“ der Spitzhacke zum Opfer gefallen waren, obsiegte der romantisch-touristische Blick – und auch dies keineswegs vollständig. Die emsige Publikationstätigkeit der romantischen Reiseptioniere im 18. Jahrhundert täuscht darüber hinweg, wie minoritär diese Avantgarde war. Nur wenige Menschen frönten dem Reisen „um zu reisen“. Dies umso weniger als das Reisen in der Frühen Neuzeit generell alles andere als angenehm war.¹⁴ Die größte Begrenzung erfuhr der Früh tourismus somit durch mangelnde Nachfrage – warum sollte

¹² Goethe konnte die aufgebrachte Menge beruhigen; der Wirt war sogar dankbar für die ästhetische Aufwertung der Ruine, die nun hoffentlich weitere Besucher anlocken würde. Johann Wolfgang von Goethe, *Italienische Reise*, 14.9.1786, www.projekt-gutenberg.org/goethe/italien/ital122.html.

¹³ Anonym, *Beschreibung von Baden und seinen nächsten Umgebungen*, Karlsruhe (1844), S. 9f.

¹⁴ Vgl. Holger Th. Gräf/Ralf Pröve, *Wege ins Ungewisse*, Frankfurt/M. 1997.

man zum bloßen Vergnügen reisen? Und die Wenigen, die das anders sahen, mussten hohe finanzielle und bürokratische Hürden überwinden.

Die Masse der Menschen war als Bauern ohnehin an die Scholle gebunden. Anderen war eine Reise zwar oft möglich, aber nur Standespersonen genossen das prinzipielle Recht dazu, und selbst dieses Privileg galt nicht für die Höflinge und Amtsträger. Wollten sie den Hof oder die Truppe eine Zeit lang verlassen, hatten sie um Erlaubnis nachzusuchen. Seit dem Spätmittelalter wurde in diesem Sinne „Urloop“ gewährt, und noch Goethe reiste inkognito durch Italien, in steter Furcht nach Weimar zurückbeordert zu werden.

Mobilität bedeutete letztlich eine latente Gefährdung für den Absolutismus. Bereits der Protestantismus hatte die massenhaften Pilgerfahrten abgeschafft, die Mann und Frau, Arm und Reich zusammenbrachten und von der Arbeit abhielten; auch katholische Herrscher suchten dann das Pilgerwesen unter Kuratel zu stellen. Ebenso waren der Obrigkeit die Reisen der Wanderburschen, Studenten, Dichter und Künstler suspekt; es drohten der Abfluss von Devisen, die Ausbreitung von Seuchen und nicht zuletzt der Austausch von Ideen. Aus den mittelalterlichen Pest- und Geleitbriefen – eine Schutz- und Versicherungspolice gegen Überfälle – wurde im Absolutismus ein fragmentarisches Meldewesen. Die Gesundheitszeugnisse und Pässe galten aber nur für eine bestimmte Wegstrecke und wurden erst im 19. Jahrhundert zu einem kohärenten Passsystem ausgebaut, das es erlaubte, grenzüberschreitende Mobilität einigermassen der Kontrolle zu unterwerfen.¹⁵ Bis dahin klafften der Anspruch auf Kontrolle und die Realisierungsmöglichkeiten oft weit auseinander. Wenn ein Pass ausgestellt wurde, ließ sich leicht ein falscher Name angeben: Identitätskennzeichen wie Körpergröße und Augenfarbe wurden nicht registriert.

Der Territorialstaat des späten 18. Jahrhunderts hatte das Reisen zwar sicherer und durch ausgeklügelte Postsysteme kalkulierbarer gemacht,¹⁶ es zugleich aber durch ein Chaos von Münz-, Maß- und Abgabesystemen erschwert. Nach der merkantilistischen Doktrin war die heimische Wirtschaft gegen Importe zu schüt-

zen. Zölle und Münzwechsel, dazu oft ein Bestechungsgeld, strapazierten das Reisebudget. Vorab war eine detaillierte Zollerklärung zu verfassen; nicht selten dauerte es dennoch stundenlang, bis das Gepäck von den misstrauischen Grenzposten durchsucht war. Das Alte Reich zerfiel in über 300 Territorien, hinzu kamen zahllose Binnengrenzen. Städte waren mit einer Festungs- oder Akzisemauer (Zollmauer) umfriedet und nur nach der Visitation am Eingangstor zu betreten. Abends wurde es geschlossen; wer zu spät kam, musste bei Wind und Wetter draußen übernachten. Die napoleonischen Umwälzungen und die Preussischen Reformen ab 1807 brachten dann nicht nur die Bauernbefreiung, es entfielen auch etliche Binnengrenzen, zum Beispiel 32 Zollstationen auf dem Rhein. Vollständig überwunden wurde die hoheits- und steuerrechtliche Zersplitterung jedoch erst mit der Reichsgründung 1871.

Fiskal-, ordnungs- und auch gesundheitspolitische Motive gingen bei Grenzkontrollen oft Hand in Hand. Aus Furcht vor Seuchen wurden harte, wenngleich oft lückenhafte Grenzregime errichtet. Am besten gelang dies in den Häfen, weniger an den Landgrenzen. Vom Spätmittelalter bis zu den heutigen „Lockdowns“ reichen die Versuche, durch einen *Cordon sanitaire* Krankheiten einzudämmen – und häufig waren sie von zweifelhafter Wirkung. Als der Bäcker Martin Wintergerst, der zahlreiche Länder bereiste, 1710 zu Fuß in Bergamo anlangt, hatte er zwar mehrere Grenzen problemlos passiert, macht aber den Fehler, im Rathaus unaufgefordert seinen Pass vorzulegen, worauf er umgehend in einem gefängnisartigen „Lazarett“ isoliert wird.¹⁷

Nahezu perfekt organisiert war die zwischen 1728 und 1770 aufgebaute, 1900 Kilometer lange „Pestfront“, die das Habsburger vom Osmanischen Reich trennte: Alle 100 Kilometer befand sich ein Grenzübergang, wo Menschen, Vieh und Waren, die aus der Türkei kamen – wo man mit der Pest viel laxer umging als in Europa –, 21 bis 84 Tage in einem Quarantänehaus festgehalten wurden. Zwischen den Stationen wurde scharf geschossen; Schmuggler und Ärmere, die die hohen Pass- und Quartiergebühren nicht zahlen konnten, fanden dennoch illegale Wege. Der handelshemmende Sperrgürtel erfüllte zwar zeitwei-

¹⁵ Vgl. Jane Caplan/John Torpey (Hrsg.), *Documenting Individual Identity*, Princeton 2001.

¹⁶ Vgl. Wolfgang Behringer, *Im Zeichen des Merkur*, Göttingen 2003.

¹⁷ Vgl. Martin Wintergerst, *Zwischen Nordmeer und Indischem Ozean. Meine Reisen und Kriegszüge in den Jahren 1688 bis 1710*, Stuttgart–Wien 1988 (1712/13), S. 281 ff.

se seinen Zweck, war aber höchst umstritten, bis er 1857 weitgehend aufgehoben wurde.¹⁸

Generell suchte der Staat die grenzüberschreitende Mobilität zu kontrollieren und gegebenenfalls zu unterbinden. Die von Merkantilisten geforderte Reisesteuer kam nicht zustande, doch vereinzelt wurden sogar kollektive Reiseverbote erlassen. So untersagte Friedrich Wilhelm von Brandenburg 1686 den Unter-30-Jährigen aller Stände, ausgenommen Handwerksburschen, ins Ausland zu reisen, da die „Reisen der Jugend“ zu „einem großen Mißbrauch ausgeschlagen“ seien.¹⁹

Angesichts all der Hemmnisse, Beschwerden, Gefahren und Kosten ist es erstaunlich, dass überhaupt Menschen dem Reisen als Selbstzweck frönten. Die frühtouristische Reise war jedoch keine Urlaubsreise im heutigen Sinne, sondern eine aus Kapital- oder Grundrenten finanzierte Unternehmung, die oft mehrere Monate dauerte und nur von den wenigsten jedes Jahr unternommen wurde.

NEUE FREIZÜGIGKEIT IM LANGEN 19. JAHRHUNDERT

Zu einem Massenphänomen konnte das Reisen um des Reisens willen erst durch kostengünstige Transportmittel werden, bei denen die natürlichen Antriebsquellen durch motorische ersetzt wurden.²⁰ Diese Transportrevolution ereignete sich zunächst auf dem Wasser. In Europa begann der Linienverkehr mit Dampfschiffen 1815 auf der Themse, ein Jahr später auf Spree und Havel. In den 1850er Jahren beförderten die Dampfer der Kölnischen und Düsseldorfer Gesellschaft für Rhein-Dampfschiffahrt, der heutigen KD, schon rund eine Million Passagiere, in der Mehrzahl Touristen.

Mehr noch als das Dampfschiff aber war es die von einem „Dampfross“ gezogene Kutsche, die Eisenbahn, die aus dem sporadischen Frühtourismus einen profitablen Wirtschaftszweig machte. 1830 eröffnete zwischen Liverpool und Manchester die erste reguläre Strecke für den Personenverkehr, rasch folgten weitere. Die Bahn wurde sogleich genutzt, um verbilligte Sammelfahrten zu veranstalten. Niemand setzte dieses Prinzip geni-

aler um als der Baptistenprediger Thomas Cook: 1841 hatte er einen Sonderzug zu einem Abstinenzler-Fest gechartert, vier Jahre später gründete er eine Reiseagentur, und um 1900 war Thos. Cook & Son zur Weltfirma schlechthin geworden.

Die Expansion des Bahnsystems schritt zügig voran, wobei Deutschland sogar Großbritannien, das Mutterland der Industrialisierung, übertraf. 1835 war der erste Dampfzug sechs Kilometer von Nürnberg nach Fürth gerollt, fortan wurden emsig Schienen verlegt. Hatte die Eilpost von Köln nach Berlin eine Woche gebraucht, schaffte es nun der Zug in 14 Stunden. Dabei betrug der Fahrpreis selbst in der 1. Klasse nur die Hälfte des Eilposttarifs. Von 1850 bis 1913 wuchs das deutsche Streckennetz von 5000 auf 63 000 Kilometer; die Zahl der Passagiere stieg von jährlich 200 000 auf 1,8 Milliarden. Der touristische Reiseverkehr machte davon nur einen Bruchteil aus, doch seine Steigerungsraten dürften sogar noch höher gewesen sein als die des Gesamtfahrgastaufkommens.

Die Bahn ließ Deutschland zusammenwachsen; sie wurde die treibende Kraft der Industrialisierung, wodurch sie mittelbar und unmittelbar den Tourismus zu einer Massenerscheinung erhob. Mit dem Zollverein 1834, dem Norddeutschen Bund 1867 und der Reichsgründung 1871 fielen schrittweise die innerdeutschen Grenzen. Mehr noch: Dank der Bahn konnte der Geld- und Geburtsadel bequem ins Ausland reisen,²¹ in Luxuszügen wurde die Barriere der Alpen überwunden, und jenes „Paneuropa des Verkehrs“ entstand, das dem Gründer der Schlafwagensgesellschaft CIWL, Georges Nadelmackers, 1876 vorgeschwebt hatte. Umständlicher Geldwechsel konnte entfallen: Seit 1882 gab es ein global gültiges Zahlungsmittel, die Traveller Cheques der American Express Company. In vielen der wichtigsten Destinationen galt zudem ein Vorläufer des Euro, der Kurant-Franken der Lateinischen Münzunion.²²

Auch die Grenzformalitäten wurden erleichtert. Seit der Reichsgründung konnte man einen Pass erhalten, der *pour tous les pays* galt. Für viele

18 Vgl. Erna Lesky, Die österreichische Pestfront an der k.k. Militärgrenze, in: Saeculum 8/1957, S. 82–106.

19 Zit. nach Carl Beck, Deutsches Reisen im Wandel der Jahrhunderte, Berlin 1936, S. 173f.

20 Zum Folgenden vgl. Spode (Anm. 3), Kap. II; Hachtmann (Anm. 3), S. 66ff.

21 Vgl. Hans-Liudger Dienel, Die Eisenbahn und der europäische Möglichkeitsraum. 1870–1914, in: Ralf Roth/Karl Schlögel (Hrsg.), Neue Wege in ein neues Europa, Frankfurt/M.–New York 2009, S. 105–123; Hasso Spode, Die paneuropäische Touristenklasse, in: Rüdiger Hohls et al. (Hrsg.), Europa und die Europäer, Wiesbaden 2005, S. 75–83.

22 Die 1865 von Frankreich, Belgien, Italien und der Schweiz gegründete Münzunion umfasste später viele weitere Länder; sie endete faktisch mit dem Ersten Weltkrieg.

europäische Staaten wurde dieses Reisedokument sogar überflüssig: Ab 1904 reichte es, dem Grenzbeamten eine „Postausweiskarte“ für 50 Pfennig vorzuzeigen. Rückblickend schrieb der Feuilletonist Victor Auburtin: „Oft merkte der Reisende gar nicht, dass er über die Grenze in ein fremdes Land hineinkam“, und der Schriftsteller Stefan Zweig schwärmte in der Erinnerung an die Zeit im habsburgischen Österreich: „Wir konnten reisen ohne Paß und Erlaubnisschein, wohin es uns beliebte.“²³ Wohl blieben manche Waren zollpflichtig und selten bereiste Länder wie Spanien, Russland und die Türkei bestanden auf den Sichtvermerk im Pass, doch vielerorts gehörte die mit Bangen erwartete Grenzkontrolle der Vergangenheit an. Eine transnationale „bessere Gesellschaft“ formierte sich und damit ein Erfahrungsraum namens Europa. Eine exzentrische Reiseelite zog es überdies auf andere Kontinente, vom Nil bis zu den Niagarafällen.

Die Grenzen, die den Tourismus um 1900 noch hemmten, waren sozialer und mentaler Art. Mit der Hochindustrialisierung ging ein Aufschwung des touristischen Reisens einher, vor allem im aufstrebenden Bürgertum. Im Kaiserreich versechsfachte sich die Zahl der „Fremdenübernachtungen“. Bereits ein halbes Jahrhundert zuvor hatte der Eisenbahn-Pionier Friedrich List gehofft, die Bahn würde auch den „Niedrigsten“ zu „fernen Heilquellen und Seegestaden“ bringen, und schon 1857 wurde eine „Demokratisierung des Reisens“ gefordert.²⁴ Indes: Das Proletariat und die Landleute blieben vom Tourismus nahezu ausgeschlossen. Die Klassengesellschaft hatte eine wohlhabende „Touristenklasse“ hervorgebracht: Für rund ein Zehntel der Bevölkerung wurde es selbstverständlich, einmal im Jahr zu verreisen.

Eine Voraussetzung dafür war der 1873 für Reichsbeamte eingeführte bezahlte Jahresurlaub. 1914 erhielten ihn alle Staatsdiener und zwei Drittel der Angestellten, aber bestenfalls zehn Prozent der Arbeiterschaft. Selbst wenn er gewährt wurde, betrug er oft nur drei Tage, wogegen hohe Beamte und Militärs sechs Wochen frei bekamen.

Für die große Mehrheit lag eine Urlaubsreise weit außerhalb des Erwartungshorizonts, gehörte noch nicht zur Vorstellung vom „guten Leben“. Die Gewerkschaften sahen entsprechend kaum Handlungsbedarf, vorrangig waren die Kämpfe um Löhne und Arbeitszeiten.

ZWISCHEN DEN KRIEGEN

Mit dem Ersten Weltkrieg ging die klassische „bessere Gesellschaft“ unter und mit ihr das „Pan-europa des Verkehrs“.²⁵ Strenge Pass- und Devisenbestimmungen sollten die Zahlungsbilanz – das neue Zauberwort der Ökonomen – verbessern. „Ein Wall von Geschreibsel und Registratur trennt jetzt die Völker“, klagte Auburtin, und Kurt Tucholsky konstatierte: „Die Freizügigkeit ist aufgehoben.“²⁶ Allenthalben wurden neomerkantilistische Maßnahmen ergriffen, um ausländische Touristen anzulocken, inländische aber im Lande zu halten. 1924 belegte die Reichsregierung Auslandsreisen für kurze Zeit mit einer horrenden Strafgebühr von 500 Reichsmark. Der „Wall von Geschreibsel“ hatte aber nicht nur ökonomische Gründe: Die im 19. Jahrhundert erstarkten Nationalismen verschärfen sich dramatisch. Besonders in Ostmitteleuropa setzten sich bis dato als Einheiten wahrgenommene Regionen aggressiv voneinander ab, ebenso Deutschland und Frankreich. Ein Grenzübertritt war wieder zu einer unangenehmen, kostspieligen Prozedur geworden.

In den „goldenen Zwanzigern“ wurden die Bestimmungen kurzzeitig wieder etwas gelockert. Doch in der Weltwirtschaftskrise ab 1929 wurden die Zügel erneut angezogen. Reichskanzler Heinrich Brüning führte eine strenge Devisenbewirtschaftung ein, und verfügte kurzzeitig erneut eine Ausreisegebühr, diesmal 100 RM. Das NS-Regime schrieb die Brüningische Außenwirtschaftspolitik fort: Deutsche konnten zwar hypothetisch in jedes Land der Welt reisen, durften aber in viele Staaten kaum Geld ausführen, was für Juden grundsätzlich galt.²⁷ Um das von Deutschen viel bereiste Österreich in die Knie zu zwingen, setzte

23 Victor Auburtin, *Sand und Sachsen*, Berlin 2000 (1920), S. 59; Stefan Zweig, *Die Welt von Gestern*, Frankfurt/M. 2005 (1942), S. 111.

24 Friedrich List, *Das deutsche National-Transport-System in volks- und staatswirthschaftlicher Beziehung*, Altona–Leipzig 1838, S. 6. Vgl. Jürgen Reulecke, *Kommunikation durch Tourismus?*, in: Hans Pohl (Hrsg.), *Die Bedeutung der Kommunikation für Wirtschaft und Gesellschaft*, Stuttgart 1989, S. 358–378, hier S. 363.

25 Zur Weimarer Republik vgl. Spode (Anm. 3), Kap. III; Hachtmann (Anm. 3), S. 100ff.

26 Auburtin (Anm. 23); Kurt Tucholsky, *Gesammelte Werke*, Bd. 3, Reinbek 1975 (1921), S. 23.

27 Vgl. Ralf Banken, *Das nationalsozialistische Devisenrecht als Steuerungs- und Diskriminierungsinstrument*, in: ders./Johannes Bähr (Hrsg.), *Wirtschaftssteuerung durch Recht im Nationalsozialismus*, Frankfurt/M. 2006, S. 121–236.

Hitler 1933 die Gebühr für einen „Ausreisesichtvermerk“ auf 1000 RM fest.²⁸ Die „1000-Mark-Sperre“ wurde 1936 aufgehoben – zwei Jahre später folgte der „Anschluss“ Österreichs.

„Auch Du kannst jetzt reisen!“, lockten derweil Plakate der NS-Organisation „Kraft durch Freude“ (KdF).²⁹ Im Mai 1933 waren die Gewerkschaften zerschlagen und in die Deutsche Arbeitsfront überführt worden, die kaum Kompetenzen hatte und entsprechend unbeliebt war. Um die „Herzen“ der „heimatlos gewordenen Arbeiter“ zu gewinnen, hatte die Arbeitsfront in Gestalt von KdF eine Freizeitabteilung erhalten, deren Hauptbetätigungsfeld die Veranstaltung von billigen Pauschalreisen war. Das Regime versprach die „Brechung des Reiseprivilegs“ und traf damit einen Nerv. In der Weimarer Republik war die Urlaubsreise in der Tat ein Privileg geblieben – und dies war zunehmend als Demütigung empfunden worden. Die Gewerkschaften hatten zwar für die Arbeiterschaft – die Hälfte der Erwerbstätigen – einen bescheidenen Urlaubsanspruch durchgesetzt, doch das Geld reichte nicht zum Verreisen. Weder dem sozialistischen Touristenverein „Die Naturfreunde“ noch kommerziellen Veranstaltern, die „Volksreisen“ für knapp 100 RM anboten, gelang es, die sozialen Grenzen des Tourismus nachhaltig auszuweiten.

KdF nun organisierte Reisen in Serie, die nicht einmal die Hälfte der „Volksreisen“ zuvor kosteten – und dies kaum subventioniert. Aus dem Stand wurde diese Organisation zum größten Reiseveranstalter der Welt. Bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs transportierte sie mehr als 7 Millionen deutsche „Volksgenossen“ in den Urlaub, davon ein Zehntel auf spektakulären Kreuzfahrten.³⁰ KdF trug so, wie geplant, viel zur Akzeptanz des NS-Regimes bei. In diesem Kontext war auch der Urlaubsanspruch für Lohnempfänger auf ein bis zwei Wochen deutlich erhöht worden.³¹ Ein neues Modewort ging um: „Reisefie-

ber“. Von 1932/33 bis 1938/39 stiegen die Inländer-Übernachtungen von 46 auf 121 Millionen. Gut die Hälfte entfiel auf touristische Reisen (der Rest auf Geschäftsreisen, Heilkuren und anderes mehr). Hauptgrund für den Tourismusboom war jedoch nicht KdF, sondern die Überwindung der Rezession. Der KdF-Rummel hatte vor allem einen katalytischen mentalen Effekt, allerdings auch einen quantitativen: Der staatliche Sozialtourismus erreichte rund ein Fünftel am touristischen Reiseverkehr. Die sozialen Schranken um den Tourismus hatten sich ein Stück weit geöffnet, vor allem für Angestellte und Facharbeiter. Der Mangel an Zeit hemmte die Reiselust kaum noch, wohl aber oftmals immer noch ein Mangel an Geld, trotz der Preisrevolution durch KdF. Die Reiseintensität erreichte rund 20, vielleicht bis zu 25 Prozent. Dies war, auch international, beachtlich, allerdings noch kein sozialer Durchbruch.

NEUE HEMMNISSE?

Die eigentliche „Demokratisierung des Reisens“ vollzog sich erst nach dem Zweiten Weltkrieg in den Jahren um 1970, als die Reiseintensität in beiden deutschen Staaten die 50-Prozent-Marke überstieg.³² Um 1960 war der Vorkriegsstand übertroffen worden, und das letzte Hemmnis, die hohen relativen Kosten, wurde abgebaut. Doch die Vorstellung, dass die Urlaubsreise kein Privileg sein dürfe, hatte sich bereits vor dem Krieg durchgesetzt – sie war in den Erwartungshorizont gerückt, nicht nur in Deutschland. Damit war der wichtigste hemmende Faktor touristischer Mobilität entfallen: die geringe Nachfrage. Schon im Kaiserreich hatten Sicherheit, Komfort und Transporttechnik einen Stand erreicht, der nicht mehr vom Reisen als Selbstzweck abhielt, und territoriale Grenzen waren kein Problem mehr gewesen. In der Zwischenkriegszeit änderte sich Letzteres, aber Deutschland war groß genug, dies mit Binnentourismus kompensieren zu können.

Dies galt dann mit Abstrichen auch für die weit kleinere DDR. Seit 1954 war das Verlassen der DDR „ohne Genehmigung“ strafbar, und insbe-

28 Vgl. Eva Mayrhuber, *Wirtschaftsfaktor Fremdenverkehr*, Diplomarbeit, Wien 2010.

29 Zur NS-Zeit vgl. Hasso Spode, *Tourismus*, in: Marcel Boldorf (Hrsg.), *Wirtschaft im Nationalsozialismus*, Berlin–New York (i.E.); ders. (Anm. 3), Kap. III. 2; Hachtmann (Anm. 3), S. 120 ff.

30 Zählt man Wochenendtouren mit, waren es fast 43 Millionen. Hinzu kamen 1938/39 rund 4 Millionen aus der „Ostmark“ und dem „Sudetengau“.

31 Vgl. Hasso Spode, *Arbeiterurlaub im Dritten Reich*, in: Timothy W. Mason et al., *Angst, Belohnung, Zucht und Ordnung*, Opladen 1982, S. 275–328, hier S. 277 ff.

32 Vgl. zum Einstieg „Visafrei bis nach Hawaii“ – Urlaubsträume, Trends und Reiseziele in der DDR, Interview mit Heike Wolter, 30.5.2018, www.bpb.de/deutschlandarchiv/269663; „Deutschlands Sonne scheint in Italien!“ Zur Entwicklung der Reiselust und des Tourismus in der Bundesrepublik, Interview mit Hasso Spode, 30.5.2018, www.bpb.de/deutschlandarchiv/269661.

sondere seit dem Mauerbau 1961 wurde dies auch brutal durchgesetzt. Auslandstourismus blieb im Wesentlichen auf „sozialistische Bruderländer“ beschränkt und war einer rigiden Devisenkontrolle unterworfen.³³ Und so wurde die Ostsee das ostdeutsche Mittelmeer, wo sich schließlich jährlich gut 3,5 Millionen Urlauber drängten. Auch dem SED-Regime war klar, wie sehr Urlaubsreisen die Menschen glücklich und zufrieden machen. Die sozialen Grenzen des Tourismus hatte der „Arbeiter-und-Bauern-Staat“ mithilfe enormer Subventionen für die staatlichen „Erholungsträger“ überwunden, sogar etwas früher als die Bundesrepublik. Die politischen Grenzen aber bildeten die Grundlage seiner Existenz – als sich die Menschen dagegen auflehnten, war sein Ende eingeleitet.

Seither haben die Faktoren, die das Reisen „um zu reisen“ hemmen, weiter an Einfluss ver-

33 Die Quote der Auslandsreisen erreichte in den 1970er Jahren immerhin gut ein Viertel, sank dann aber wieder, während sie in Westdeutschland auf über zwei Drittel stieg.

loren. Was einst in Europa begann, hat längst auch die Schwellenländer erfasst: Der wachsende Wunsch nach touristischem Erleben und die wachsenden Möglichkeiten, diesen Wunsch zu realisieren, haben den Tourismus zu einem – durchaus umstrittenen – globalen Massenphänomen gemacht. Die Corona-Pandemie hat diese Entwicklung jäh unterbrochen. Und so wird uns bewusst: Es wird auch weiterhin Hemmnisse touristischer Mobilität geben – sei es durch Pandemien oder durch Dinge, von denen wir heute noch nichts wissen. Die radikale Tourismuskritik mag solche Hemmnisse begrüßen. Indes zeigt die Geschichte, dass sie nicht von Dauer sein werden.

HASSO SPODE

ist Professor für Historische Soziologie an der Leibniz-Universität Hannover und Leiter des Historischen Archivs zum Tourismus (HAT) der Technischen Universität Berlin.

www.hasso-spode.de

Schon gehört?

Die APuZ gibt es auch als Podcast!



WACHSTUM OHNE ENDE?

Die Tourismuswirtschaft im Wandel

Andreas Kagermeier

Tourismus gilt als eine der möglichen Leitökonomien des 21. Jahrhunderts. Das in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts weitgehend konstante Wachstum, die räumlich relativ breit gestreute Beschäftigungswirkung und die Beiträge zur regionalen Wertschöpfung – auch in peripheren ländlichen Räumen mit ansonsten geringen ökonomischen Wachstumsträgern – lassen den Tourismus an vielen Orten als möglichen Motor für die Regionalentwicklung erscheinen. Weltweit hängt etwa jeder zehnte Arbeitsplatz direkt oder indirekt vom Tourismus ab. Die touristischen Aktivitäten tragen in etwa gleichem Umfang, nämlich mit einem Zehntel, auch zur globalen Wertschöpfung bei.⁰¹

Gleichzeitig steht der Wirtschaftsbereich Tourismus intensiv im Blickpunkt der öffentlichen Diskussion. Dies gilt vor allem für den Beitrag des touristischen Flugverkehrs zum Klimawandel sowie – unter dem Schlagwort *overtourism* – für die Überlastungsphänomene an stark frequentierten Destinationen. Die negativen Folgen touristischer Erschließung sind bereits seit den 1970er Jahren Gegenstand der sogenannten Tourismuskritik: ökologische Schäden, insbesondere in sensiblen Schutzgebieten, werden dabei genauso thematisiert wie soziokulturelle Auswirkungen, vornehmlich in Ländern des Globalen Südens. Erhoffte positive ökonomische Effekte stehen somit oftmals im Kontrast zu befürchteten oder wahrgenommen negativen Wirkungen. Das Austarieren und Finden einer Balance im Sinne eines ökologisch und sozial verträglichen Tourismus, der gleichzeitig Arbeitsplätze schafft und Wertschöpfung generiert, ist seit Jahrzehnten eine Herausforderung für Tourismuswirtschaft, Tourismuspolitik und Tourismuswissenschaft.

Zum besseren Verständnis dieser Zusammenhänge werden im Folgenden zunächst einige Entwicklungslinien des globalen Wirtschaftszweigs Tourismus skizziert. Anschließend geht es um regionalökonomische Effekte und aktuel-

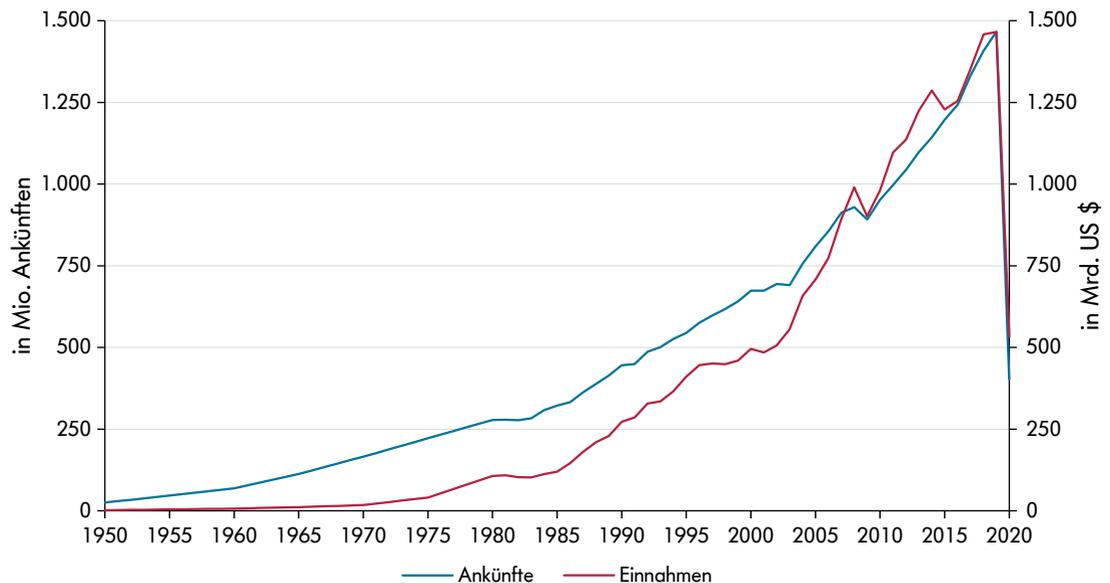
le Strukturdaten in Deutschland, ehe im dritten Teil auf die Übertourismus-Diskussion eingegangen wird. Den Abschluss bilden einige Reflexionen zu tourismuspolitischen Ansätzen zum Umgang mit dem Wachstumsdruck.

WELTWEITE ENTWICKLUNG

Voraussetzung für touristische Aktivitäten ist einerseits Freizeit – dass also zeitliche Ressourcen zur Verfügung stehen, die nicht zur Sicherung des Lebensunterhalts aufgewendet werden müssen –, andererseits bedarf es ebenso frei disponibler finanzieller Mittel. Touristische Aktivitäten gab es in begrenztem Umfang bereits in der Antike, in der Neuzeit galten sie als Privileg der Adelligen.⁰² Auf breiterer Ebene ist die Entwicklung des Tourismus eng verbunden mit der technischen Entwicklung von Fortbewegungsmitteln seit der Industrialisierung sowie der allgemeinen Wohlstandsvermehrung vor dem Zweiten Weltkrieg. Als Massenphänomen hat der Tourismus indes erst in der zweiten Hälfte des vergangenen Jahrhunderts richtig an Fahrt aufgenommen. Die Möglichkeit, touristisch zu reisen, beschränkte sich dabei lange Zeit vor allem auf die Industrieländer des Globalen Nordens.

Das globale Wachstum im Tourismus lässt sich anhand der Daten der Weltorganisation für Tourismus der Vereinten Nationen (UNWTO) gut nachvollziehen: So haben sich die internationalen Ankünfte von Reisenden zwischen 1950 und Ende der 1970er Jahre von 25 Millionen auf 250 Millionen verzehnfacht (*Abbildung 1*). „Internationale Ankünfte“ heißt dabei, dass nur über Grenzen Reisende erfasst werden, Reisen im jeweils eigenen Land bleiben in der UNWTO-Statistik unberücksichtigt. In den nächsten rund 30 Jahren bis 2011 erfolgte eine weitere Vervielfachung auf dann eine Milliarde Ankünfte, wobei es krisenbedingt – etwa durch die Ölkrise der 1970er Jahre, den Golfkrieg 1990/91, die An-

Abbildung 1: Entwicklung der internationalen Ankünfte und Einnahmen aus dem internationalen Tourismus zwischen 1950 und 2020



Quelle: UNWTO, Yearbook of Tourism Statistics, Madrid div. Jahrgänge

schläge vom 11. September 2001 oder die Wirtschafts- und Finanzkrise ab 2008 – auch immer wieder Schwankungen im allgemeinen Wachstumstrend gab. Das starke Wachstum hielt auch im zweiten Jahrzehnt des neuen Jahrtausends an, mit einer weiteren Delle 2015, die auf diverse Terroranschläge und den Ausbruch des Mers-Virus in Südostasien zurückzuführen ist, sodass 2019 knapp 1,5 Milliarden internationale Ankünfte registriert wurden.⁰³

Europa ist dabei nach wie vor der größte Zielmarkt des internationalen Tourismus. Trotz der Zunahme von Fernreisen in den vergangenen Jahrzehnten entfallen mehr als die Hälfte der internationalen Ankünfte auf europäische Destinationen, während etwa in Afrika nur 5 Prozent der internationalen Ankünfte registriert wurden.⁰⁴ Zugleich ist Europa auch der größte Quellmarkt: Zwar hat die Reisetätigkeit aus China, Indien oder den Golfstaaten zugenommen, aber noch

immer stammt knapp die Hälfte der international Reisenden aus Europa.⁰⁵

Die Sondersituation der Corona-Pandemie mit Grenzschließungen und strengen Reiseauflagen hat 2020 allerdings zu einem dramatischen Einbruch geführt: Bei den internationalen Reisen gingen die Ankünfte weltweit um 73 Prozent zurück, die Einnahmen sanken um 64 Prozent. In Deutschland betrug der Rückgang von Gästen aus dem Ausland im Vergleich zum Vorjahr knapp 70 Prozent, während die Ankünfte von inländischen Gästen um „nur“ 43 Prozent zurückgingen, da zwar insgesamt weniger gereist wurde, gleichzeitig aber ein höherer Anteil der Urlaube im eigenen Land verbracht wurde.⁰⁶ Auch wenn es nach über eineinhalb Jahren Pandemie kaum möglich ist, belastbare Prognosen für die künftige Entwicklung abzugeben, spricht die ungebrochene „Reiselust“ bei Privatreisen dafür, dass auch die Corona-Krise nur eine Delle im größeren Trend sein wird – wenn auch eine sehr viel gravierendere als vorherige. Lediglich für den Geschäftsreisetourismus, der in Deutschland etwa

01 Vgl. World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights. 2016 Edition, Madrid 2016, S. 3.

02 Vgl. etwa Andreas Kagermeier, Tourismus in Wirtschaft, Gesellschaft, Raum und Umwelt. Einführung, Tübingen 2020², S. 28 ff.

03 Vgl. UNWTO, Yearbook of Tourism Statistics, Madrid div. Jahrgänge.

04 Vgl. UNWTO Global Tourism Dashboard, 4. 10. 2021, www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism.

05 Vgl. UNWTO, International Tourism Highlights, 2019 Edition, Madrid 2019, S. 15.

06 Vgl. Statistisches Bundesamt, Ankünfte und Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben: Deutschland, Jahre, Wohnsitz der Gäste, Stand: 5. 11. 2021, www-genesis.destatis.de.

ein Fünftel der touristischen Wertschöpfung ausmacht, kann davon ausgegangen werden, dass digitale Möglichkeiten für Besprechungen etwa ein Viertel der früheren Geschäftsreisen langfristig ersetzen dürften. Anzeichen dafür, dass allein durch die Pandemie das Wachstum dauerhaft gebrochen wird, sind aktuell nicht erkennbar.

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE IN DEUTSCHLAND

Die Ankunfts- beziehungsweise Übernachtungszahlen der öffentlichen Statistiken sind nur einer von mehreren Indikatoren für die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche. Die genauen ökonomischen Effekte des Tourismus sind aus mehreren Gründen nicht so leicht fassbar wie zum Beispiel die Umsätze in der Automobilindustrie. Dies liegt zum einen daran, dass die Ausgaben für Übernachtungen oder Flüge, die noch relativ einfach auswärtigen Besucher:innen zuzuordnen sind, den kleineren Teil der touristischen Ausgaben ausmachen – bei ausländischen Übernachtungsgästen in Deutschland nur etwa ein Viertel.⁰⁷ Der größere Teil der Ausgaben entfällt auf die Gastronomie, den lokalen und regionalen Transport, diverse Dienstleistungen, Eintritte für Museen und kulturelle Veranstaltungen sowie auf Einkäufe. Da zum Beispiel bei Tankstellen und vielen anderen Geschäften nicht differenzierbar ist, ob Einnahmen auf Einwohner:innen oder Besucher:innen zurückgehen, lassen sich die touristisch motivierten Ausgaben nur schwer abschätzen. Zum anderen werden bei mehrtägigen Reisen zwar die Ankünfte beziehungsweise Übernachtungen erfasst, der große Bereich des Tagestourismus bleibt in der amtlichen Statistik aber unberücksichtigt. Gleiches gilt für den ebenfalls nicht kleinen Bereich der privaten Übernachtungen. Schätzungen für deutsche Großstädte wie Berlin und München ergeben, dass neben den registrierten Übernachtungen in gewerblichen Betrieben etwa genauso viele unregistriert bei Privatbesuchen stattfinden.⁰⁸ Auch der Graubereich der sogenannten Sharing Economy, der sich in den vergangenen Jahren über Platt-

formen wie Airbnb stark ausgeweitet hat, wird nur partiell in der amtlichen Statistik abgebildet.

Um die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ermessen zu können, werden immer wieder Modellberechnungen erstellt. Für die Bundesrepublik Deutschland wurde vor einigen Jahren in einer vom Bundeswirtschaftsministerium in Auftrag gegebenen Studie geschätzt, dass sich die gesamten Konsumausgaben der touristischen Besucher:innen 2010 auf 278,3 Milliarden Euro beliefen. Die Herstellung der von Tourist:innen in Deutschland nachgefragten Güter und Dienstleistungen löste demnach eine Bruttowertschöpfung von 97 Milliarden Euro aus, was einem direkten Anteil von 4,4 Prozent an der gesamten volkswirtschaftlichen Wertschöpfung entspricht. Zählt man die indirekten Effekte hinzu, beträgt der Anteil sogar 9,7 Prozent. Der unmittelbare Beitrag des Wirtschaftsfaktors Tourismus an der Bruttowertschöpfung ist somit vergleichbar mit dem des Baugewerbes und liegt über dem der Automobilindustrie und der Finanzwirtschaft.⁰⁹

Derselben Studie zufolge entfallen von der Wertschöpfung etwa vier Fünftel auf den freizeitorientierten Tourismus, also Privatreisen, wohingegen der Geschäftsreisetourismus nur etwa ein Fünftel ausmacht. Bei den Privatreisen im Binnentourismus beläuft sich der Anteil des – in der offiziellen Übernachtungsstatistik ja überhaupt nicht erfassten – Tagestourismus an den Ausgaben auf etwa 60 Prozent. Ausländische Tourist:innen tragen zu etwa einem Siebtel zu den tourismusbedingten Umsätzen bei. Etwa ein Viertel der Wertschöpfung wird in Bereichen erwirtschaftet, die nicht primär auf den Tourismus ausgerichtet sind, nämlich im Einzelhandel und bei sonstigen Dienstleistungen. Allein die direkte Beschäftigungswirkung der 2,9 Millionen dem Tourismus zuzuordnenden Beschäftigten in Deutschland entspricht einem Anteil von 7 Prozent der Erwerbstätigen. Insgesamt entspricht die volkswirtschaftliche Bedeutung des Wirtschaftsbereiches Tourismus in Deutschland damit in etwa dem globalen Durchschnitt.¹⁰

NACHFRAGE IN DEUTSCHLAND

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ist jedoch nicht in jeder Region in Deutschland dieselbe. Vielmehr hängt sie im Wesentlichen von der

07 Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.), *Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland. Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche, Langfassung*, Berlin 2012, S. 34f.

08 Vgl. Berlin Tourismus & Kongress GmbH, *Wirtschaftsfaktor 2016 für Berlin*, Berlin 2017, S. 8; *Landeshauptstadt München, Tourismus. Jahresbericht 2011*, München 2012, S. 9.

09 Vgl. BMWi (Anm. 7), S. 4.

10 Vgl. ebd.

touristischen Attraktivität ab – sei es für den freizeitorientierten Urlaubstourismus oder den Geschäftsreiseturismus, sei es für Inländer:innen oder Ausländer:innen. Auch hierfür soll mangels anderer regional differenzierter Angaben wieder ein Hilfsindikator herangezogen werden: Die Zahl der Übernachtungen bezogen auf die Einwohner:innen in einer Destination, das heißt die sogenannte Tourismusintensität.

Auf der *Karte auf Seite 28* ist die Tourismusintensität für die deutschen Reisegebiete im Jahr 2019 dargestellt. Darin wird deutlich, dass ländliche Räume abseits der Ballungsräume in vielen Fällen eine relativ hohe Tourismusintensität aufweisen. Neben der Nord- und Ostseeküste sowie dem Alpenvorland gilt dies insbesondere für viele Mittelgebirgsregionen: Vom Bayerischen Wald über den Schwarzwald, den Hunsrück, die Eifel, die Rhön, den Thüringer Wald, den Frankenwald, die Sächsische Schweiz bis hin zum Harz und dem Sauerland zeichnen sich die ländlich geprägten Mittelgebirgsregionen durch eine überproportionale Tourismusintensität aus. Aber auch andere landschaftlich attraktive ländliche Räume wie das Altmühltal, das fränkische Seenland, die Mosel, das Weserbergland oder die Lüneburger Heide und die Mecklenburgische Seenplatte weisen eine besondere touristische Nachfrage auf.

Schwerpunkte der Tourismuswirtschaft liegen somit vielfach im ländlichen Raum. Dieser profitiert oftmals nicht nur durch die Schaffung von Arbeitsplätzen, die in peripheren Lagen ansonsten spärlicher verfügbar sind als in (groß-)städtischen Kontexten, sondern auch von den Besucher:innen selbst: Manche Angebote überschreiten erst durch die touristische Nachfrage die sogenannte Tragfähigkeitsschwelle. Während in großstädtischen Kontexten zum Beispiel der öffentliche Nahverkehr, Kultur- oder Freizeitmöglichkeiten allein aufgrund der Binnennachfrage der Einwohner:innen angeboten werden können, ist es im dünner besiedelten ländlichen Raum oftmals so, dass die Binnennachfrage für einen tragfähigen Betrieb nicht ausreicht. Angebote, die durch die zusätzliche touristische Nachfrage entstehen, können auch die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung verbessern.

Betrachtet man hingegen das absolute Volumen der touristischen Nachfrage in Deutschland, zeigt sich, dass die Großstädte bevorzugte Reiseziele sind (*Karte, S. 29*). Die meisten Übernachtungen verzeichnen Berlin, München und Hamburg, wei-

tere Schwerpunkte liegen in Frankfurt am Main, Köln und Düsseldorf. Die Nachfragekonzentration in den Großstädten liegt zum einen an dem dort meist höheren Anteil von Geschäftsreisenden, zum anderen zieht es viele ausländische Privatreisende eher in die größeren Städte.

Demgegenüber können viele der ländlich geprägten Destinationen – insbesondere in den östlichen Bundesländern sowie an Nord- und Ostsee – nur relativ wenige ausländische Tourist:innen ansprechen. Das touristische Angebot im ländlichen Raum, zum Beispiel für den Fahrrad- und Wandertourismus, zieht in Deutschland vorwiegend einheimische Gäste an. Eine für ländliche Regionen überproportionale Anziehungskraft auch für ausländische Gäste haben lediglich die Eifel, die Mosel und der Rhein in Rheinland-Pfalz, das Sauerland, der Schwarzwald sowie partiell der Alpenvorraum. Dabei profitieren die Destinationen in Rheinland-Pfalz und im Sauerland von der Nähe zu den Niederlanden und Belgien, woher sie die meisten ausländischen Gäste verzeichnen.

Etwas verkürzt kann festgehalten werden: Sogenannter *incoming tourism*, also von Reisenden aus dem Ausland, ist in Deutschland zum überwiegenden Teil Städtetourismus. Sein Anteil ist in den vergangenen Jahren merklich gewachsen: Mitte der 1990er Jahre lag er in gewerblichen Übernachtungseinrichtungen noch bei etwa 15 Prozent. Bis 2019 konnte der Anteil ausländischer Gäste auf rund 21 Prozent gesteigert werden.¹¹ Dies ist ein Anzeichen dafür, dass sich Deutschland in den zurückliegenden drei Jahrzehnten im internationalen touristischen Wettbewerb erfolgreich positionieren konnte, was unter anderem auf vermehrte Anstrengungen in diesem Wirtschaftssektor zurückzuführen ist. Ein Teil der durch die partielle Deindustrialisierung verlorengehenden Arbeitsplätze wird durch neue Arbeitsmöglichkeiten im Tourismus kompensiert.

Auch hier kann etwas holzschnittartig festgehalten werden: Während die Deutschen in den Jahren des „Wirtschaftswunders“ Devisen durch Industrieprodukte erlösten und diese als „Reiseweltmeister“ im Ausland ausgeben konnten, werden die nächsten Jahrzehnte sicherlich auch dadurch gekennzeichnet sein, dass der *incoming tourism* zunehmend zur Handelsbilanz beitragen wird, um wegfallende Industriegüterexporte und zunehmende Importe zu kompensieren.

¹¹ Vgl. Statistisches Bundesamt (Anm. 6).



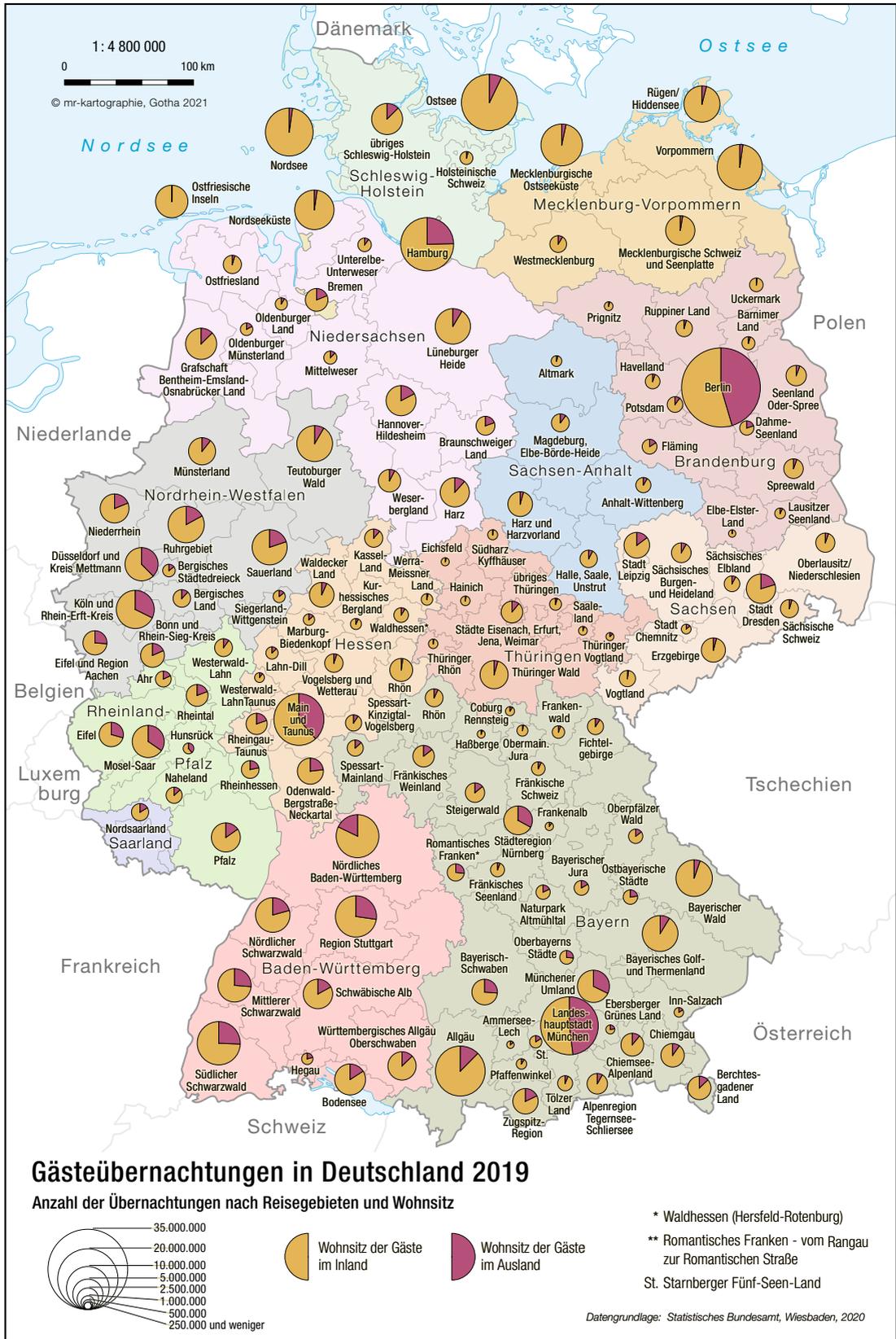
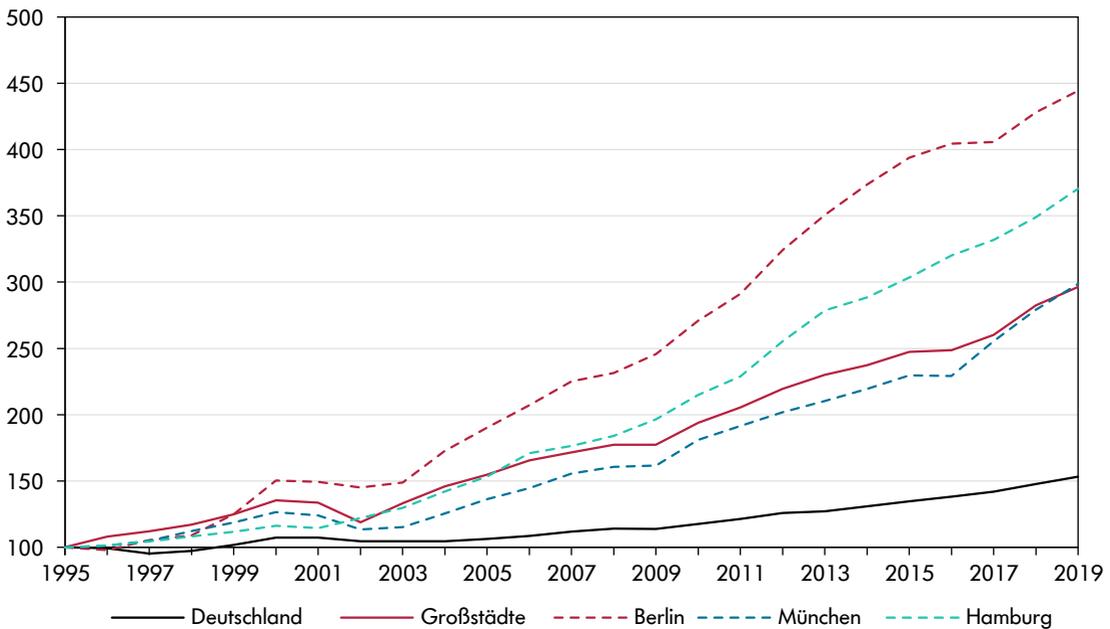


Abbildung 2: Indexentwicklung der Übernachtungszahlen in Deutschland insgesamt, in allen Großstädten sowie in Berlin, München und Hamburg



Für das Jahr 1995 wurden die jeweiligen Zahlen auf den Indexwert 100 gesetzt. Die Kurvenverläufe zeigen also die relative prozentuale Entwicklung der Übernachtungszahlen seit 1995.

Quelle: Statistisches Bundesamt, Tourismus in Zahlen 2019, Wiesbaden 2020 sowie www.destatis.de

STÄDTETOURISMUS: MOTOR DES WACHSTUMS

Seit den 1990er Jahren ist ein regelrechter Boom des Städtetourismus zu konstatieren.¹² Insbesondere die Großstädte können deutlich wachsende Besuchszahlen verzeichnen. Dabei steht hinter der dynamischen Entwicklung ein sich veränderndes Reiseverhalten: Der Städtetourismus profitiert in starkem Maß vom Trend, dass neben dem Hauptjahresurlaub vermehrt (kürzere) Zweit- und Drittreisen unternommen werden. Rahmenbedingungen für diesen Trend sind soziodemografische Entwicklungen wie der wachsende Anteil von Ein- und Zweipersonenhaushalten ohne Kinder, das Anwachsen der Altersgruppe der Über-50-Jährigen sowie mehr frei verfügbares Einkommen in einem signifikanten Teil der Bevölkerung.

Die dynamische Entwicklung des Städtetourismus wird besonders deutlich, wenn die Übernachtungszahlen in Großstädten (Städte mit über 100.000 Einwohner:innen) den Übernachtungszahlen in Deutschland insgesamt gegenübergestellt werden (Abbildung 2). Die Übernachtungen

in Deutschland haben seit 1995 um gut 50 Prozent zugenommen; demgegenüber verzeichneten die Großstädte fast eine Verdreifachung der Übernachtungszahlen. Dieses Wachstum wird insbesondere von den großen Metropolen getragen. Berlin etwa erfuhr in den zurückliegenden 25 Jahren bei den Übernachtungen einen Anstieg auf das Viereinhalbfache – eine Entwicklung, die fast als disruptiv zu charakterisieren ist. Auch in Hamburg lag der Anstieg auf das Dreieinhalbfache noch leicht über dem Durchschnitt der deutschen Großstädte. Lediglich München – eine traditionelle städtetouristische Destination, die schon immer hohe Zahlen aufwies – hat eine Zunahme zu verzeichnen, die in etwa im Mittel aller deutschen Großstädte liegt. Die robuste Dynamik im freizeitorientierten Städtetourismus spricht jedenfalls dafür, dass die infolge der Corona-Pandemie zu erwartenden dauerhaften Rückgänge im Geschäftsreiseverkehr mittelfristig durch privat reisende Städtetourist:innen ausgeglichen werden können.

WENN DIE STIMMUNG KIPPT: OVERTOURISM

Gerade in den Städten, die in den vergangenen Jahren von einer gravierenden Zunahme der Be-

¹² Genauer bei Kagermeier (Anm. 2), S. 224ff.

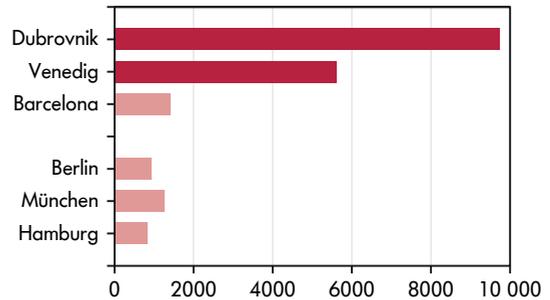
suchszahlen gekennzeichnet sind, manifestieren sich seit einigen Jahren zunehmend Unmutsäußerungen der lokalen Bevölkerung gegen die touristische Überprägung ihrer Lebensumwelt. Dieser „Aufstand der Bereisten“ wird meist unter dem Schlagwort *overtourism* geführt. Die Diskussion hat sich dabei ursprünglich vor allem an den drei Kreuzfahrtdestinationen Barcelona, Dubrovnik und Venedig entzündet. Gruppen von Kreuzfahrtsourist:innen fallen aufgrund ihres räumlich und zeitlich konzentrierten Auftretens besonders stark auf und führen in engen historischen Altstädten zu massiven Überlastungen (*crowding*). Die klare Überschreitung der physischen Belastungsgrenzen lässt sich in Venedig und Dubrovnik auch am Indikator der Tourismusintensität ablesen (*Abbildung 3*).

Artikulationen gegen als „zu viele“ empfundene Besucher:innen gibt es aber inzwischen auch in Städten, in denen noch kein *crowding* zu beobachten ist. Zudem wird bei vergleichbarer Tourismusintensität die subjektive Tragfähigkeit teilweise unterschiedlich eingestuft. So errechnet sich für die drei größten deutschen städtetouristischen Destinationen Berlin, München und Hamburg eine ähnliche Tourismusintensität von etwa 1000 Übernachtungen pro 100 Einwohner:innen. Während es in Berlin bereits 2011 unter dem Slogan „Hilfe, die Touristen kommen“ zu ersten deutlichen Unmutsbekundungen kam, sind solche bislang in München so gut wie nicht und in Hamburg nur sehr eingeschränkt zu beobachten.¹³ Umgekehrt bedeutet dies, dass es schlicht keine klare objektive Grenze der Tourismusintensität gibt, ab der die Stimmung in einer Stadtbevölkerung kippt.

Damit rückt die subjektiv empfundene *carrying capacity* in den Vordergrund, also die wahrgenommene Tragfähigkeit für Tourismus, der von der lokalen Bevölkerung akzeptiert wird. Diese ist ein multidimensionales Konstrukt, das nicht einfach anhand von objektiv messbaren Besuchs-

13 Vgl. Kreuzberger protestieren gegen „Touristifizierung“, 1.3.2011, www.spiegel.de/a-748314.html; Sabine Buchwald, Schaut auf diese Stadt. Jedes Jahr ein Besucherrekord und Tausende neue Hotelbetten: Der Tourismus in München boomt, doch von Auswüchsen wie in Venedig oder Barcelona ist hier noch wenig zu spüren, in: Süddeutsche Zeitung, 13.4.2019, S. 37; Albert Postma/Dirk Schmücker, Understanding and Overcoming Negative Impacts of Tourism in City Destinations: Conceptual Model and Strategic Framework, in: Journal of Tourism Futures 2/2017, S. 144–156.

Abbildung 3: Tourismusintensität in Dubrovnik, Venedig und Barcelona sowie Berlin, München und Hamburg, Übernachtungen pro 100 Einwohner:innen 2019



Quelle: Andreas Kagermeier, *Overtourism*, Tübingen 2021, S. 5.

zahlen zu fassen ist. Untersuchungen zu München legen nahe, dass neben der Art der Tourist:innen die Geschwindigkeit der Veränderung für die subjektive Wahrnehmung der Bewohner:innen eine Rolle spielt.¹⁴ So werden Partytourist:innen, die vor allem in Berlin in großer Zahl vertreten sind, stärker als irritierend empfunden als kulturorientierte Städtetourist:innen, die in München dominieren. Im Unterschied zu Berlin, in dem nach der deutschen Vereinigung und der Wiedererlangung der Hauptstadtfunction ein sprunghafter Anstieg der Besuchszahlen zu verzeichnen war, ist München in den vergangenen Jahrzehnten als städtetouristische Destination kontinuierlich gewachsen, sodass ein gewisser Lern- beziehungsweise Gewöhnungseffekt bei der Bevölkerung angenommen werden kann.

Aber auch die Befindlichkeit der gesamten Stadtgesellschaft scheint eine wichtige Rolle zu spielen – ob sie also eher in sich ruhend und relativ stabil oder von signifikanten Transformationen, Spannungen und Friktionen gekennzeichnet ist. Ebenso dürfte dem Erhalt von Rückzugsräumen für die lokale Bevölkerung, insbesondere in den Wohnquartieren, eine besondere Bedeutung für die Herausbildung oder Aufrechterhaltung einer gewissen Resilienz gegenüber größeren Besuchszahlen zukommen. Dieser Aspekt ist in den vergangenen Jahren durch die zunehmenden Übernachtungsangebote durch Plattformen

14 Vgl. Andreas Kagermeier/Eva Erdmenger, *Overtourism: Ein Beitrag für eine sozialwissenschaftlich basierte Fundierung und Differenzierung der Diskussion*, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 1/2019, S. 65–98.

wie Airbnb verstärkt in den Blickpunkt geraten. Die Nachfrage nach Übernachtungsoptionen der Sharing Economy steht gleichzeitig auch in Beziehung mit der zunehmenden Bedeutung des *new urban tourism*, bei dem sich die Besucher:innen bewusst außerhalb der „Touristenblase“ beziehungsweise *off the beaten track* bewegen.¹⁵ Damit begegnen Tourist:innen der Wohnbevölkerung nicht mehr nur im öffentlichen innerstädtischen Raum, sondern bisweilen auch im privaten Wohnumfeld. Neben manchen nächtlichen Lärmbelästigungen kann auch dies bei den in den Quartieren wohnenden Bewohner:innen zu Irritationen führen.

PERSPEKTIVEN FÜR TOURISMUSORIENTIERTE MANAGEMENTANSÄTZE

Als Reaktion auf Proteste gegen *overtourism* ist in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von – teilweise etwas hektisch anmutenden – Steuerungs- und Limitierungsansätzen erprobt worden.¹⁶ Diese Ansätze erscheinen jedoch nur sehr eingeschränkt geeignet, die Akzeptanz von Besucher:innen bei der lokalen Bevölkerung dauerhaft zu erhöhen. Es ist schlicht zu spät, wenn erst reagiert wird, wenn die Stimmung bereits gekippt ist und sich in Protesten manifestiert. Zugleich ist ein flächendeckendes „Demarketing“ – also Maßnahmen, um die touristische Nachfrage gezielt zu verringern – nach wie vor nicht erkennbar.

Um ein Umkippen der Stimmung in Stadtgesellschaften proaktiv zu vermeiden, dürfte eine intensive Fokussierung auf die Beteiligung der Bevölkerung sowie ein Ernstnehmen von ersten subjektiven Unwohlgefühlen notwendig sein. Damit müsste auch die Rolle der sogenannten Destinationsmanagementorganisationen (DMO) neu definiert werden. DMO

sind privatrechtliche oder öffentlich-rechtliche Einrichtungen, die in Reisegebieten für Management und Marketing zuständig sind – zum Beispiel Landestourismusverbände oder Stadtmarketingagenturen. Diese verstehen sich bislang vor allem als dem quantitativen Wachstum verpflichtete Akteure, deren Handeln in erster Linie auf die Ansprache von potenziellen Besucher:innen orientiert ist. Zukünftig müsste in mindestens gleichem Maß darauf abgestellt werden, als Mediator mit Blick auf die lokalen Akteure zu fungieren. Damit wäre ein zentraler Paradigmenwechsel von touristischer Governance verbunden. Dabei sollte – mit dem Ziel der Förderung von Resilienz – nicht nur sektoral auf das Tourismusgeschehen und dessen Folgen geachtet werden, sondern es gilt, die gesamte Stadtgesellschaft mit all ihren Herausforderungen und Spannungen einzubeziehen.¹⁷

Bislang sind allerdings kaum Anzeichen dafür erkennbar, dass die unfreiwillige „Atempause“ infolge der Corona-Pandemie von den relevanten Akteuren in der Tourismuspolitik und im Destinationsmanagement genutzt worden wäre, um einen solchen Paradigmenwechsel – weg von der ökonomisch getriebenen Wachstumsorientierung hin zu einer holistischen Herangehensweise – einzuleiten. Tourismus als Teil des gesamtgesellschaftlichen Systems zu verstehen und gleichberechtigt auch soziale und ökologische Dimensionen zu berücksichtigen, wird damit auch nach Corona ein Desiderat beziehungsweise eine tourismuspolitische Herausforderung bleiben.

Da keine Anzeichen dafür erkennbar sind, dass sich die Wachstumsdynamik im Tourismus aufgrund nachlassender Nachfrage von selbst abschwächt, scheinen politische Steuerungsmaßnahmen des Gesetzgebers notwendig. Letztendlich dürften sich diese aber nicht auf den Tourismus beschränken, sondern müssten wohl auch eingebettet sein in einen grundsätzlicheren Politikwandel: weg von hierarchisch ausgerichteten Steuerungsansätzen und hin zu einer stärker kooperativ ausgerichteten Governance, wie sie für regionale Entwicklungsansätze bereits seit vielen Jahren diskutiert wird.¹⁸

¹⁵ Vgl. Natalie Stors/Andreas Kagermeier, *Crossing the Border of the Tourist Bubble: Touristification in Copenhagen*, in: Tatjana Thimm (Hrsg.), *Tourismus und Grenzen*, Mannheim 2013, S. 115–131.

¹⁶ Vgl. z.B. UNWTO (Hrsg.), *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*, Madrid 2018.

¹⁷ Genauer bei Andreas Kagermeier, *Overtourism*, Tübingen 2021, S. 183 ff.

¹⁸ Vgl. z.B. Dietrich Fürst/Jörg Knieling, *Innovation und Konsens – ein Widerspruch? Lösungsstrategien für die Regionalentwicklung*, in: *Raumforschung und Raumordnung* 4–5/2004, S. 280–289.

ANDREAS KAGERMEIER

ist Professor für Freizeit- und Tourismusgeographie an der Universität Trier.

andreas@kagermeier.de

REISEN UND EROBERN

Formen der Aneignung im Kontext von Reisen und Tourismus

Gabriele Habinger

Reisen und Tourismus sind per definitionem mit der Aneignung „fremder“ Räume verknüpft, die für einen begrenzten Zeitraum aufgesucht, durchwandert, bereist und besichtigt werden. Mobilität ist immer eine Form der Raumanneignung, stellt also ein „Raumphänomen“ dar. Dabei ist Raum nicht als gegebene physische und natürliche Umwelt zu verstehen, sondern er unterliegt – wie andere gesellschaftliche Kategorien, mit denen er in Wechselwirkung tritt – einer sozialen Konstruktionsleistung.⁰¹ Auch Tourismusräume entstehen erst durch spezifische Bedeutungszuschreibungen, Orte werden durch das Bereisen und durch die touristische Überformung zu Reisezielen, werden „touristifiziert“,⁰² ohne die Wünsche und Bedürfnisse der „Bereisten“ – wie ein sprechender Neologismus andeutet – einzubeziehen. Der britische Soziologe John Urry fasst diese Prozesse mit seinem Konzept des *tourist gaze*, des „touristischen Blicks“, den er als eine Form der Machtausübung der TouristInnen in der Praxis des Betrachtens versteht. Erst durch das Betrachten werden Orte und Landschaften zu touristischen Attraktionen, und sie sagen letztlich mehr aus über die Reisenden als über die Menschen an den Reisezielen.⁰³

Im Folgenden werden die vielfältigen Verbindungslinien zwischen (touristischem) Reisen und „Erobern“ in den Fokus gerückt, wobei Letzteres im Sinne unterschiedlicher Formen der Aneignung fremder Räume in der Ortsveränderung verstanden wird. Basierend auf Zugangsweisen und Erkenntnissen der Post- und Dekolonialen Theorie werden Wechselwirkungen zwischen Tourismus/Reisen und Raum hinsichtlich gesellschaftlicher Asymmetrien und (post)kolonialer Strukturen beleuchtet. Dargelegt wird jeweils, wie die europäische koloniale Expansion und daraus resultierende Vorstellungen und Diskurse historische Reise-

praktiken prägen, und wie sich diese in weiterer Folge im modernen Ferntourismus auf vielfältige Weise manifestieren. Deutlich zeigt sich hier, dass sowohl Rahmenbedingungen und Strukturen als auch Motive und Vorstellungen des modernen Tourismus nur vor dem Hintergrund historischer Entwicklungen verständlich werden.⁰⁴

MOBILITÄT UND REISEN AUS INTERSEKTIONALER PERSPEKTIVE

Reisen war (und ist) immer mit gesellschaftlichen Hierarchien verknüpft, manifestieren sich doch nicht zuletzt hier gesellschaftliche Disparitäten. So war Mobilität in der europäischen Geschichte aufgrund der bestehenden Gesellschaftsstrukturen, Normen und Werte lange nur bestimmten gesellschaftlichen Gruppen zugänglich.⁰⁵ Erst im 18. Jahrhundert setzte mit der Herausbildung einer bürgerlichen Reisetradition eine Demokratisierung des Reisens ein. Für das aufstrebende Bürgertum war die „Bildungsreise“ das Mittel der Aufklärung; hier konnte durch eigene Anschauung und „Erfahrung“ – im wahrsten Sinne des Wortes – „Welt- und Menschenkenntnis“ erworben werden.⁰⁶

Allerdings waren hierfür sowohl geschlechts- als auch schichtspezifische Barrieren eingezogen: Die Bildungsreise sollte den jungen Männern des wohlhabenden Bürgertums vorbehalten bleiben, galt sie doch im Wesentlichen als Vorbereitung für den beruflichen Lebensweg.⁰⁷ Darüber hinaus waren Auslandsaufenthalte im 19. Jahrhundert, nicht zuletzt aufgrund der langen Dauer, immer auch von der Verfügbarkeit entsprechender zeitlicher und finanzieller Ressourcen abhängig. Ein weiterer wichtiger Faktor war gesellschaftliche Akzeptanz, was insbesondere die Geschichte des

weiblichen Reisens zeigt.⁰⁸ Im Rahmen der Forschungs- und Entdeckungsgeschichte erwies sich das (Fern-)Reisen – so wie in der ständischen Gesellschaft – zudem als männliche Domäne. Sämtliche dafür relevante Berufe, vom einfachen Matrosen über das wissenschaftliche Personal bis hin zum Expeditionsleiter, waren Männern vorbehalten.⁰⁹ Soziale Schranken waren hier also prinzipiell aufgehoben, auch wenn die interessanteren Betätigungsfelder in den Händen der gehobenen Schichten blieben. In der Geschichte europäischer Mobilität verweben und überlagern sich also unterschiedliche soziale Kategorien, und klassen- und schichtspezifische Hürden konnten zum Beispiel durch die Kategorie Männlichkeit aufgebrochen werden.

Die Frage der Teilhabe an Reismöglichkeiten ist auch in globaler Hinsicht relevant. So verlief die transatlantische Mobilität im Zuge der europäischen Expansion quasi monodirektional von den imperialen Zentren in die kolonialen Peripherien. Deren BewohnerInnen gelangten – mit wenigen Ausnahmen – nur dann nach Europa, wenn sie von Forschungs- und Entdeckungsreisenden auf ihren Schiffen mitgenommen wurden, sei es freiwillig oder erzwungen.¹⁰ Auch heute hängt die Zugänglichkeit zu touristischen Fernreisen wesentlich von nationaler Zugehörigkeit ab. Menschen aus dem Globalen Norden sind hier nach wie vor privilegiert, nicht zuletzt aufgrund der rigiden europäischen Einreisebestimmungen für Menschen aus dem Globalen Süden. Gleichwohl „erobert“ zunehmend auch neue nationale Gruppen, etwa die ChinesInnen,¹¹ den in-

ternationalen Tourismus für sich, was an den Reisezielen in Europa durchaus als problembehaftet wahrgenommen wird.¹²

IDENTITÄTSBILDUNG DURCH „FREMDERFAHRUNG“

Wie dargelegt, wies das aufgeklärte Bürgertum dem Reisen und der Kategorie „Erfahrung“ ein identitätsstiftendes Potenzial zu, ging es doch darum, sich von der „gottgewollten“, ständisch strukturierten Gesellschaftsordnung zu emanzipieren.¹³ Aber auch hier ist der Blick auf globale Zusammenhänge von Relevanz. Die europäische Expansion und die daraus resultierende Konfrontation und Auseinandersetzung mit dem außereuropäischen „Anderen“ war ein wesentlicher Faktor für die Formierung einer gemeinsamen europäischen Identität, wobei sich auf Basis imperialer Herrschaft und Überlegenheit spezifische Vorstellungen herausbildeten.

So zeigte der Literaturwissenschaftler Edward Said, dass sich Europa erst durch die ständige Auseinandersetzung mit dem „Orient“ – den er nicht als geografische Größe, sondern als Vorstellungskomplex des „Okzidents“ verstand – seiner selbst bewusst wurde. Die europäische Kultur habe an Stärke und Identität gewonnen, indem sie das Eigene vom Gegenbild des orientalischen Anderen abhob. Said, ein wesentlicher Mitbegründer der Colonial Discourse Theory und Postcolonial Studies, sah im Orientalismus-Diskurs – in

01 Vgl. z. B. Doris Wastl-Walter, *Gender Geographien. Geschlecht und Raum als soziale Konstruktionen*, Stuttgart 2010.

02 Karlheinz Wöhler/Andreas Pott/Vera Denzer, *Formen und Konstruktionsweisen von Tourismusräumen*, in: dies. (Hrsg.), *Tourismusräume. Zur soziokulturellen Konstruktion eines globalen Phänomens*, Bielefeld 2010, S. 11–19, hier S. 11.

03 John Urry, *The Tourist Gaze*, Los Angeles u. a. 2008², S. 2 ff.

04 Vgl. Horst W. Opaschowski, *Tourismus. Eine systematische Einführung*, Opladen 2002, S. 29.

05 Zur historischen Abfolge siehe Franz Kolland, *Tourismus im gesellschaftlichen Wandel – Entwicklungslinien und Erklärungsversuche*, in: *SWS-Rundschau* 3/2006, S. 245–270.

06 Vgl. Hans-Erich Bödeker, *Reisen – Bedeutung und Funktion für die deutsche Aufklärungsgesellschaft*, in: Wolfgang Griep/Hans-Wolf Jäger (Hrsg.), *Reisen im 18. Jahrhundert. Neue Untersuchungen*, Heidelberg 1986, S. 91–110, hier S. 95 ff.

07 Vgl. Gabriele Habinger, *Frauen reisen in die Fremde. Diskurse und Repräsentationen von reisenden Europäerinnen im 19. und beginnenden 20. Jahrhundert*, Wien 2006, S. 43 ff.

08 Wie etwa das Beispiel der Wiener Weltreisenden Ida Pfeiffer zeigt. Vgl. Gabriele Habinger, *Eine Wiener Biedermeierdame erobert die Welt. Die Lebensgeschichte der Ida Pfeiffer (1797–1858)*, Wien 2002, S. 50 ff.

09 Vgl. Hans-Wolf Jäger, *Reisefacetten der Aufklärungszeit*, in: Peter J. Brenner (Hrsg.), *Der Reisebericht. Die Entwicklung einer Gattung in der deutschen Literatur*, Frankfurt/M. 1989, S. 264 ff.

10 Vgl. z. B. Stefanie Wolter, *Die Vermarktung des Fremden. Exotismus und die Anfänge des Massenkonsums*, Frankfurt/M.–New York 2005, S. 82 ff.

11 Vgl. Elena Gatti/Christa Richter, *Chinesische Touristen erobern die Welt – und verändern sie*, in: dies., *Digitales China. Basiswissen und Inspirationen für Ihren Geschäftserfolg im Reich der Mitte*, Wiesbaden 2019, S. 81–88.

12 Vgl. z. B. Matthias Benz, *Wie Hallstatt sich gegen die chinesische Touristenflut wehrt*, 23. 8. 2019, www.nzz.ch/ld.1501634.

13 Vgl. Klaus Laermann, *Raumerfahrung und Erfahrungsraum. Einige Überlegungen zu Reiseberichten aus Deutschland vom Ende des 18. Jahrhunderts*, in: Hans Joachim Piechotta (Hrsg.), *Reise und Utopie. Zur Literatur der Spätaufklärung*, Frankfurt/M. 1976, S. 57–97.

Anlehnung an Michel Foucaults Diskursbegriff – ein Herrschaftsinstrument des Westens: Es gehe um die „Orientalisierung“ und „Zurichtung“ des Orients nach eigenen Vorstellungen, um durch Repräsentation von außerhalb und hegemonialer Kulturproduktion Autorität zu gewinnen.¹⁴

Auch der Soziologe Stuart Hall zeigte auf, dass sich erst durch den Vergleich mit nichteuropäischen Gesellschaften im Rahmen der europäischen Expansion eine spezifische westliche Identität herausbildete: Differenz schuf hier die Überzeugung eigener „Einzigartigkeit“.¹⁵ So ging das koloniale Projekt mit einer entsprechenden Interpretation einher, wesentlich getragen von der Überzeugung der eigenen (kulturellen) Höherwertigkeit. Darauf basierend formulierten die EuropäerInnen auch „sendungsideologische Rechtfertigungsdoktrinen“ in Form der „zivilisatorischen Mission“, die sie zu einem universellen Auftrag stilisierten.¹⁶ Damit wurde die imperiale Aneignung legitimiert, der Kolonialismus zu einem humanitären Projekt umgedeutet. Die koloniale Expansion, die als „europäische Erfolgsgeschichte“ überhöht und idealisiert wird, ist ein Mythos, der bis heute fortgeschrieben wird, nicht zuletzt von maßgeblichen politischen VertreterInnen der ehemaligen europäischen Kolonialmächte.¹⁷ Die Bilder, die EuropäerInnen von den (kolonialisierten) „Anderen“ und gleichzeitig von sich selbst schufen, weisen also eine große Konstanz auf: Spezifische Zugangsweisen und Aspekte kolonialer Diskurse wurden und werden bis heute weitertragen.

KOLONIALE EXPANSION ALS MOBILITÄTSMOTOR

Durch den globalen Warenverkehr im Kontext der kolonialen Expansion Europas hatte sich Ende des 16. Jahrhunderts ein funktionierendes maritimes Verkehrsnetz etabliert, das sich schließlich im 18. Jahrhundert maßgeblich verdichtete, wodurch auch transatlanti-

sche Migrationsströme gefördert wurden.¹⁸ Einen Höhepunkt erreichte diese Entwicklung im 19. Jahrhundert: Der technische Fortschritt beschleunigte das Reisen, es wurde kostengünstiger, planbarer und sicherer – und damit immer mehr Menschen ermöglicht. Ausgangspunkt dieses Modernisierungsschubs war Großbritannien, die führende imperiale Macht jener Zeit. Aussagen europäischer ReiseschriftstellerInnen dieser Epoche ist zu entnehmen, dass sich die Sicherheit für Reisende durch kolonial beherrschte außereuropäische Regionen auch maßgeblich verbesserte, wenn sie nicht Angehörige der Kolonialmächte waren.¹⁹

Ein weiterer „Mobilitätsschub“ ging im 19. Jahrhundert von Forschungs Expeditionen aus. Ihre Aufgabe war nicht nur die „Entdeckung“ und wissenschaftliche Erkundung bislang in Europa unbekannter Gebiete, sondern auch die Aufteilung der Welt unter den westlichen Kolonialmächten.²⁰ Symptomatisch steht dafür der *Scramble for Africa* beziehungsweise der „Wettlauf um Afrika“, wie es im Deutschen heißt. Forschungsreisen und Imperialismus gingen hier eine fruchtbare wie furchtbare Allianz ein: Westliche „Entdecker“ bahnten Wege für eine künftige koloniale Aneignung außereuropäischer Regionen, und mit der Kartografierung wurde die Erschließung möglicherweise vorhandener Ressourcen vorangetrieben. Dies wurde häufig von (halb)offizieller Seite unterstützt; in Deutschland etwa nach der Reichsgründung 1871 durch „eine halbstaatliche, stärker an wirtschaftlichen und kolonialen Interessen orientierte Reiseförderung“.²¹

Den „Entdeckern“ brachten derartige Unternehmungen erheblichen Ruhm ein, was auch deren Bedeutsamkeit für die europäische Welt zum Ausdruck bringt. Wie die Entdeckungen selbst wurden sie idealisiert und heroisiert: Sie

¹⁴ Vgl. Edward Said, *Orientalism*, New York 1978.

¹⁵ Vgl. Stuart Hall, *Der Westen und der Rest. Diskurs und Macht*, in: ders.: *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*, Hamburg 1994, S. 137–179.

¹⁶ Jürgen Osterhammel, *Kolonialismus. Geschichte – Formen – Folgen*, München 2006, S. 20f.

¹⁷ Vgl. Susanne Grindel, *Mythos Kolonialismus. Die europäische Expansion in Afrika*, in: Roland Bernhard et al. (Hrsg.), *Mythen in deutschsprachigen Geschichtsschulbüchern*, Göttingen 2017, S. 117–136, hier S. 117.

¹⁸ Vgl. Bernd Hausberger/Jean-Paul Lehnert, *Das 18. Jahrhundert: eine Beschleunigung*, in: dies. (Hrsg.), *Die Welt im 18. Jahrhundert*, Wien 2011, S. 12–41, hier S. 19, S. 31.

¹⁹ Vgl. Gabriele Habinger, *Inseln der Desillusion. Weibliche Blicke auf die Südsee*, in: Katarina Ferro/Margit Wolfsberger (Hrsg.), *Gender and Power in the Pacific. Women's Strategies in a World of Change*, Münster–Hamburg–London 2003, S. 185–228, hier S. 212.

²⁰ Vgl. Peter J. Brenner, *Der Reisebericht in der deutschen Literatur: Ein Forschungsüberblick als Vorstudie zu einer Gattungsgeschichte*, Tübingen 1990, S. 443.

²¹ Stefan Fisch, *Forschungsreisen im 19. Jahrhundert*, in: Brenner (Anm. 9), S. 383–405, hier S. 388f.

hätten sich aufgeopfert, um Fortschritt und Zivilisation in die Welt zu bringen. Diese „Helden-erzählungen“ des 19. Jahrhunderts wurden über Generationen hinweg tradiert, heute werden sie im Zuge postkolonialer Kritik zunehmend hinterfragt.²²

WEIBLICHE EROBERER

Auch reisende Europäerinnen, die im 19. Jahrhundert auf dem gesamten Globus vermehrt Spuren hinterließen, wollten sich in die europäische Erfolgsgeschichte von Forschung und Entdeckung einschreiben. Doch hatten Frauen aufgrund der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen weitaus geringere Möglichkeiten als ihre männlichen Kollegen, bahnbrechende „Entdeckungen“ zu machen. Um den Ruhm für ein solch prestigeträchtiges Unterfangen für sich zu beanspruchen, bedurfte es einer spezifischen Leistung, nämlich als erste(r) einen bestimmten Ort, eine Region oder eine Menschengruppe erreicht und damit „entdeckt“ zu haben. Wenn schon nicht als erste(r) Angehörige(r) des Westens, dann zumindest als erste Europäerin oder als erste weiße Frau, wie Reiseschriftstellerinnen oft betonten.²³

Hier kam es zu interessanten Verschiebungen sozialer Kategorien: Einerseits hoben Reiseschriftstellerinnen ihre Weiblichkeit in besonderem Maße hervor, andererseits betrieben sie ihre „Vermännlichung“: Mit den Bildern der „mutigen“, „heldenhaften“ Reisenden wurde der „männliche Heldenethos“ auf Frauen übertragen.²⁴ Insbesondere im kolonialen Kontext wurde aber die Geschlechtszugehörigkeit der reisenden Europäerinnen weitgehend bedeutungslos, und die Zugehörigkeit zur imperialen Macht beziehungsweise Hautfarbe trat in den Vordergrund. Sie machte Frauen zu sichtbaren Teilhaberinnen eines *genderless white power*.²⁵ Eine

Vermännlichung der weiblichen Reisenden erfolgte auch insofern, als sie von der lokalen Bevölkerung häufig wie Männer angesprochen und behandelt wurden.²⁶ Europäische Reiseschriftstellerinnen gliederten sich somit in vielfältiger Weise in die damals übliche Zurschaustellung imperialer Macht ein und trugen ebenso wie die Männer zur Fortschreibung westlicher kolonialer Diskurse bei.²⁷

SEHNSUCHT NACH DEM „WAHREN“ LEBEN

Der Eroberungshabitus europäischer Reisender des 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts zeigt sich auch daran, dass sie unaufgefordert in die Häuser völlig fremder Menschen eindringen, häufig mit dem Anspruch, Kultur und Lebensweise kennenzulernen oder auch „erforschen“ zu wollen. An der Rechtmäßigkeit dieser Vereinnahmung fremder Räume wurden keinerlei Zweifel formuliert.²⁸

Auch heute drängt es westliche TouristInnen, Grenzen der Privatsphäre in weit entlegenen Regionen zu ignorieren. Dieses Bedürfnis, einen „Blick hinter die Kulissen“, auf das „wahre“ Leben, auch auf das Arbeitsleben der GastgeberInnen zu erhaschen, bewog den Anthropologen Dean MacCannel zu seinem Konzept unterschiedlicher touristischer Räume, die er als *front* und *back stage* bezeichnete. Da die Menschen vor Ort das Eindringen in ihr privates Leben keineswegs akzeptieren würden, sei die Zugänglichkeit von Räumen unterschiedlich gestaltet. Die „Vorderbühne“ ist grundsätzlich für die touristische Begegnung vorgesehen, die *back stages* sollen vor den aneignenden Blicken der Reisenden geschützt werden. Doch handelt es sich eigentlich um idealisierte Endpunkte eines Kontinuums, auf dem sich eine Reihe von

22 Vgl. Mathias Renz, *Kartierte Kolonialgeschichte. Der Kolonialismus in raumbezogenen Medien historischen Lernens – ein Vergleich aktueller europäischer Geschichtsatlanten*, Göttingen–Bristol 2014.

23 Die Autorin Dea Birkett spricht in diesem Zusammenhang vom „achievement of a first“. Vgl. Dea Birkett, *Spinsters Abroad. Victorian Lady Explorers*, Oxford–New York 1989.

24 Vgl. Ulla Siebert, *Frauenreiseforschung als Kulturkritik*, in: Doris Jedamski et al. (Hrsg.), „Und tät' das Reisen wählen!“ *Frauenreisen – Reisefrauen*, Zürich–Dortmund 1994, S. 148–173, hier S. 154f.

25 Birkett (Anm. 23), S. 117.

26 Vgl. Gabriele Habinger, „Genderless white power“ – Europäische Reiseschriftstellerinnen als Befürworterinnen und „Agentinnen“ des Kolonialismus, in: Patricia Zuckerhut/Barbara Grubner (Hrsg.), *Gewalt und Geschlecht. Sozialwissenschaftliche Perspektiven auf sexualisierte Gewalt*, Frankfurt/M. 2011, S. 67–91, hier S. 80.

27 Vgl. Gabriele Habinger, „Wildheit“ versus „Zivilisation“: Fremd- und Selbstrepräsentationen reisender Europäerinnen des 19. und beginnenden 20. Jahrhunderts, in: Herbert Baumhackl et al. (Hrsg.), *Tourismus in der „Dritten Welt“*. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive, Wien 2006, S. 57–75.

28 Vgl. Habinger (Anm. 7), S. 217f.

front regions befinden, die so gestaltet sind, dass sie als *back regions* erscheinen, und umgekehrt werden entsprechend gestaltete *back regions* dafür verwendet, um beispielsweise Außenstehende zu beherbergen.²⁹

Es geht also nicht um eine tatsächliche Binarität zwischen Echtem und Unechtem, Vorder- und Hinterbühne, und auch nicht wirklich um Authentizität, sondern um symbolische Strukturen und deren „diffuse Effekte“. Letztlich ist die *back region* eine (touristische) Illusion, eine Phantasie, die auf spezifischen Vorstellungen und Erwartungen der TouristInnen beruht. Diese bestehen in der begierigen Suche nach dem Authentischen hinter den Kulissen, die hervorgebracht wird von der Sehnsucht nach wahrer Intimität, nach ursprünglicher Natur und dem einfachen Leben.³⁰ Touristische Räume sind in dieser Konzeption soziale Konstruktionen, die auf touristischen Vorstellungen und Sehnsüchten beruhen.

Ähnliche Motive prägen den Ethnotourismus, der ebenfalls von der Suche nach dem Authentischen getragen wird, nach Natürlichkeit, Ganzheit und Spiritualität, die in der entfremdeten und säkularisierten Lebensweise der westlichen Gesellschaft endgültig verloren zu sein scheinen. In den Projektionen der EthnotouristInnen wird damit der ideengeschichtliche Diskurs der Aufklärung fortgeschrieben, der nicht zuletzt getragen ist von Zivilisationsflucht und Zivilisationskritik und der Figur des „Edlen Wilden“. Doch ortet der Ethnologe Andreas Obrecht im Aufsuchen „exotischer Orte“ und außereuropäischer Gesellschaften auch die „grenzenlose Lust“ an Entdeckung und an der Terra Incognita, letztlich eine „Projektionsfläche der Sehnsucht nach wirklichem Abenteuer“.³¹

Darüber hinaus sind die „bereisten“ ethnischen Gesellschaften oft marginalisierte Minderheiten im eigenen Land. Ob die (meist sehr kurzen) Besuche – trotz des Interesses der TouristInnen an „kultureller Diversität und Andersheit“ – tatsächlich dazu dienen, die Lebensweise der Menschen näher kennenzulernen,

oder nicht vielmehr die Bedürfnisse und Sehnsüchte der Reisenden aus dem Globalen Norden befriedigt werden sollen, gilt es kritisch zu hinterfragen.³²

ZUR KOLONIALITÄT DES TOURISMUS

Der moderne Ferntourismus wird in wissenschaftlichen Auseinandersetzungen zunehmend hinsichtlich seines „kolonialen Gehaltes“ analysiert. Aufgrund seiner historischen Verflechtungen mit der europäischen Expansion sei er – so die einhellige Meinung – nicht nur in postkoloniale Beziehungen eingebettet, sondern bestätige und verstärke diese hierarchischen Strukturen fortwährend.³³

Wesentliche Impulse lieferte hier der Anthropologe Dennison Nash, der den Fokus seiner Analyse auf die ökonomischen Zentren im Globalen Norden richtete. Er erkannte den Schlüsselfaktor für den modernen Tourismus in der Produktivität der westlichen Industrienationen, wo genügend Überschuss produziert wird, um Reisen im Sinne von Freizeitaktivität überhaupt zu ermöglichen. Gleichzeitig entstünden im Rahmen dieses ökonomischen Systems erst touristische Bedürfnisse. Darüber hinaus übten die westlichen Industrienationen – nicht zuletzt aufgrund ihrer ökonomischen Überlegenheit – ein hohes Maß an Kontrolle über die Zielregionen aus. Aufgrund dieser Machtposition beschrieb Nash die globalen Zentren als imperialistisch und den Tourismus als „eine Form des Imperialismus“.³⁴ Die ökonomischen Abhängigkeitsstrukturen führten häufig dazu, dass ein Großteil der Tourismus-Einkünfte wie durch ein Leck im Rohr den vor Ort arbeitenden AkteurInnen entgeht (*leakage effect*)³⁵ und entweder inter-

29 Vgl. Dean MacCannell, *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, in: *American Journal of Sociology* 3/1973, S. 589–603.

30 Ders., *Why It Never Really Was About Authenticity*, in: *Society* 4/2008, S. 334–337.

31 Andreas J. Obrecht, *Ethnotourismus – und die Suche nach dem „Authentischen“ in den Kulturen*, in: Baumhackl et al. (Anm. 27), S. 76–98.

32 Vgl. Claudia Trupp/Alexander Trupp, *Zur Einführung: Ethnotourismus und die Konstruktion von Authentizität*, in: dies. (Hrsg.), *Ethnotourismus: interkulturelle Begegnung auf Augenhöhe?*, Wien 2009, S. 7–20.

33 Vgl. C. Michael Hall/Hazel Tucker, *Tourism and Postcolonialism. An Introduction*, in: dies. (Hrsg.), *Tourism and Postcolonialism. Contested Discourses, Identities and Representations*, London–New York 2004, S. 1–24, hier S. 2.

34 Dennison Nash, *Tourism as a Form of Imperialism*, in: Valene L. Smith (Hrsg.), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, Philadelphia 1989², S. 37–52, hier S. 39.

35 Vgl. Hazel Tucker/John Akama, *Tourism as Postcolonialism*, in: Tazim Jamal/Mike Robinson (Hrsg.), *The Sage Handbook of Tourism Studies*, London u. a. 2012, S. 504–520, hier S. 506f.

nationalen GeldgeberInnen oder auch lokalen Eliten zufließt.³⁶ Dies erinnert wiederum an die Ausführungen des Historikers Jürgen Osterhammel, der darauf hinwies, dass im Rahmen kolonialer Herrschaft vornehmlich externe wirtschaftliche Bedürfnisse und Interessen verfolgt und die unterworfenen Gesellschaften ihrer historischen Eigenentwicklung vollkommen beraubt wurden.³⁷

Der heutige westliche Ferntourismus führt vielfach in Länder des Globalen Südens, bei denen es sich meist um ehemalige Kolonien oder quasi-koloniale Räume handelt. Hier bestehen koloniale „Überschreibungen“ fort, weshalb der Tourismusforscher Karlheinz Wöhler von „postkolonialem Reisen“ spricht. Insbesondere ländliche und marginalisierte Bevölkerungsgruppen werden „touristifiziert“ und „vermarktet“, wobei eine Verräumlichung der Zeit erfolgt, indem diese entfernten Kulturen weit in die Vergangenheit zurückversetzt und gleichzeitig als rückständig und vormodern dargestellt werden.³⁸ Dass dies eine gängige Strategie in kolonialen Diskursen ist, hat bereits Said anhand des Orientalismus gezeigt.

Die (Post-)Kolonialität touristischer Beziehungen zeigt sich somit auch durch den Rückgriff auf einen Komplex westlicher Vorstellungen und damit zusammenhängender Praktiken, die wir heute als „koloniale Diskurse“ bezeichnen. Sie basieren im Wesentlichen auf der Dualität zwischen Kolonisierenden und Kolonisierten, auf binären Oppositionen und gleichzeitiger Hierarchisierung zwischen dem „Eigenen“ und dem „Fremden“, verbunden mit spezifischen Wertungen. Die diskursiven Strategien funktionieren auf Basis von Stereotypisierung und Homogenisierung, enthalten gleichzeitig Idealisierung und „Wunschphantasien“, aber auch „Erniedrigungsphantasien“ und „Rituale der Herabwürdigung“. Diese Diskurse stehen in einer Matrix von Wissen und Macht, etablieren Wahrheit und schaffen damit Realität, wobei das in diesem Kontext geschaffene Wissen den Interessen einer bestimm-

ten Gruppe von Menschen dient.³⁹ Ausgeprägt und verfestigt im Zuge der europäischen Expansion, weisen sie eine große Langlebigkeit auf, und dieses „Wissensarchiv“ findet sich zum Beispiel auch in heutiger Tourismuswerbung.

So konnten in einer groß angelegten Untersuchung US-amerikanischer Tourismusbroschüren und unter Heranziehung Postkolonialer Theorien drei touristische „Mythen“ mit entsprechenden Repräsentationsmustern identifiziert werden, die unmittelbar auf koloniale Diskurse rekurrieren. Diese Mythen sind regional unterschiedlich verortet und bedienen jeweils andere touristische Bedürfnisse und Erwartungen.⁴⁰ Hier findet sich sowohl die Konstruktion eines unveränderbaren und weit in der Vergangenheit liegenden „mystischen Orients“ als auch die „exotische Fremdheit“, die wahlweise zu einem Paradies, das mit unendlichen Genüssen auf die Reisenden wartet, oder zu einem Ort extremer Gefahr, wo der europäische Entdeckergeist seine Erfüllung findet, stilisiert wird.⁴¹ So tragen die Repräsentationen in Tourismusbroschüren zur Fortschreibung und Verfestigung kolonialer Diskurse bei, wobei die damit angesprochenen Vorstellungen und Sehnsüchte wiederum der Vermarktung dienen.

TOURISMUS DEKOLONISIEREN – EIN AUSBLICK

Bis hierhin mag der Eindruck entstanden sein, dass Reisen und Tourismus ausschließlich negativ zu beurteilen und letztlich abzulehnen seien. Dem ist jedoch nicht so: Tourismus ist weltweit einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren, mit beachtlichen jährlichen Wachstumsraten – zumindest bis 2020, als Corona-Pandemie und Lockdown-Phasen die Tourismusökonomie einbrechen ließen. Für zahlreiche Länder des Globalen Südens ist Tourismus ein wesentlicher Einkommensfaktor. Auf lokaler Ebene ermöglicht er benachteiligten gesellschaftlichen Gruppen Empowerment – etwa indigenen Frauen, wie Bei-

³⁶ Vgl. Peter M. Burns, *An Introduction to Tourism and Anthropology*, London–New York 1999, S. 34.

³⁷ Vgl. Osterhammel (Anm. 16), S. 21.

³⁸ Karlheinz Wöhler, *Fernreisen als postkoloniales Reisen*, in: Kurt Luger/Christian Baumgartner/ders. (Hrsg.), *Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont*, Innsbruck u. a. 2004, S. 57–72, hier S. 58 ff.

³⁹ Vgl. Hall (Anm. 15), *passim*.

⁴⁰ Vgl. Charlotte M. Echtner/Pushkala Prasad, *The Context of Third World Tourism Marketing*, in: *Annals of Tourism Research* 3/2003, S. 660–682.

⁴¹ Vgl. auch Kevin Hannam/Dan Knox, *Tourism and the Other*, in: dies. (Hrsg.), *Understanding Tourism: A Critical Introduction*, London u. a. 2010, S. 106–121.

spiele aus Mexiko und Peru zeigen.⁴² Auch die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen vertritt die Ansicht, dass der Tourismus viel dazu beitragen kann, dass die 2015 ausgerufenen Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) erreicht werden.⁴³ Und schließlich kann er ein wichtiger Faktor für die Wiederbelebung (nahezu) vergessener kultureller Traditionen sein und damit auch zur Bestärkung kultureller Identität beitragen, wie das Beispiel der „Living Museums“ in entlegenen, kargen Regionen im nördlichen Namibia zeigt. In künstlich errichteten „traditionellen“ Dörfern zeigen die San den BesucherInnen Aspekte ihrer kulturellen Traditionen, was für diese marginalisierte ethnische Gruppe eine wichtige Einkommensquelle, aber auch ein Mittel gegen die Landflucht der Jugendlichen ist.⁴⁴

Um jedoch die touristische Begegnung mit Respekt zu gestalten, ist es wichtig, sich die Entstehungsbedingungen des modernen Tourismus vor Augen zu führen, die enge Verzahnung mit der europäischen Geschichte kolonialer Aneignung. Die spezifischen Vorstellungen und Ideologien im Hinblick auf das außereuropäische Fremde und das Eigene sind bis heute in unserem Wissensbestand verfügbar. Insbesondere gegenüber indigenen und marginalisierten Gruppen sollten derartige postkoloniale Diskurse und Praktiken abgebaut werden.⁴⁵ Jedenfalls gilt

es, den westlichen Ferntourismus sukzessive zu „dekolonisieren“, indem altbekannte Vorannahmen aufgezeigt und ins allgemeine Bewusstsein gerückt werden, um sie letztlich aufzubrechen. Neue theoretische Erkenntnisse und Zugangsweisen etwa von nicht-weißen WissenschaftlerInnen aus dem Globalen Süden zuzulassen wäre hier ebenso wichtig wie die Anerkennung der „Kolonialität der Macht“ im Tourismus.⁴⁶ Ein möglicher Schritt wäre, die Mythen hinsichtlich der europäischen Expansion im Schulunterricht nicht weiter zu tradieren und aufzuhören, den Imperialismus als Zivilisierungs- und Fortschrittsmission zu idealisieren.⁴⁷

Allerdings ist auch zu bedenken, dass Menschen in (post)kolonialen Verhältnissen nicht nur willfährige Opfer der machtvoll agierenden Angehörigen des Westens sind, sondern eigene Handlungsfähigkeit (*agency*) haben. Der touristische Raum und die touristischen Begegnungen sind durchaus von vielfältigen Formen wechselseitiger Interaktion zwischen *hosts* und *guests* geprägt.⁴⁸ So kann der „widerständige Blick“ der „Bereisten“, etwa in Form des Fotografierens von weißen (Slum-)TouristInnen durch dort lebende Schwarze Frauen, als Mittel des Empowerment eingesetzt werden.⁴⁹ Auch Forderungen nach einem „gerecht(er)en“ Tourismus sind zu erfüllen, der sowohl eine gleichmäßige Partizipation am Reisen ermöglicht als auch die Interessen und Bedürfnisse aller im touristischen System involvierten berücksichtigt. Und natürlich sind auch wir Reisende gefordert, dem „Anderen“ möglichst respektvoll, informiert und aufgeschlossen zu begegnen, selbst wenn die Interaktion in einem touristisch stark überformten Umfeld stattfindet. Ob im Sinne von Nachhaltigkeit und globaler Gerechtigkeit der Tourismus weiterhin der größte Faktor frei gewählter menschlicher Mobilität sein kann, wird die Zukunft weisen.

GABRIELE HABINGER

ist promovierte Ethnologin und Lektorin am Institut für Kultur- und Sozialanthropologie der Universität Wien. Zu ihren Forschungsschwerpunkten zählen die Anthropologie des Tourismus und des Reisens, Rassismus sowie Kolonialismus und Postkolonialität. gabriele.habinger@univie.ac.at

⁴² Vgl. z. B. Florence E. Babb, *Theorizing Gender, Race, and Cultural Tourism in Latin America: A View from Peru and Mexico*, in: *Latin American Perspectives* 6/2012, S. 36–50; Paola Vizzaino Suárez, *Tourism as Empowerment: Women. Artisan's Experiences in Central Mexico*, in: Stroma Cole (Hrsg.), *Gender Equality and Tourism: Beyond Empowerment*, Oxfordshire–Boston 2018, S. 46–54.

⁴³ Vgl. World Tourism Organization, *Tourism for SDGs*, 2021, <https://tourism4sdgs.org>.

⁴⁴ Vgl. Salomé Ritterband, *Tracking Indigenous Heritage. Ju/'Hoansi San Learning, Interpreting, and Staging Tradition for a Sustainable Future in Cultural Tourism in the Tsumkwe District of Namibia*, Zürich–Wien 2018.

⁴⁵ Vgl. Donna Chambers/Christine Buzinde, *Tourism and Decolonisation: Locating Research and Self*, in: *Annals of Tourism Research* Jg. 51/2015, S. 1–16.

⁴⁶ Vgl. Sarah N. R. Wijesinghe, *Researching Coloniality: A Reflection on Identity*, in: *Annals of Tourism Research* Jg. 82/2020, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102901>.

⁴⁷ Vgl. Grindel (Anm. 17).

⁴⁸ Vgl. Pierre L. van den Berghe, „Tourism“, in: Alan Barnard/Jonathan Spencer (Hrsg.), *Routledge Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*, London–New York 2010, S. 694 ff.

⁴⁹ Vgl. Muldoon Meghan, *Women and Tourism in the Township: Tourism for Empowerment?*, in: Cole (Anm. 42), S. 69–79.

DARK TOURISM

Überlegungen zu Tourismus, Gewalt und Erinnerung

Frank Bajohr

Im Jahr 1792 begleitete Johann Wolfgang von Goethe als Zivilist im erweiterten Tross des Herzoglich-Weimarerischen Regiments den Vormarsch und die Kämpfe preußischer und österreichischer Truppen gegen das revolutionäre Frankreich. Dabei begegneten dem Dichter stets eine größere Menge Schaulustiger, die Kämpfe und Kanonaden interessiert beobachteten. So beschrieb Goethe den Kanonenbeschuss der Stadt Verdun Ende August 1792: „Vom heutigen Tag, der uns gegen Verdun bringen sollte, versprochen wir uns Abenteuer, und sie blieben nicht aus. (...) Um Mitternacht fing das Bombardement an, sowohl von der Batterie auf unserem rechten Ufer als von einer anderen auf dem linken, welche, näher gelegen und mit Brandraketen spielend, die stärkste Wirkung hervorbrachte. (...) Unsere Ferngläser, dorthin gerichtet, gestatteten uns, auch dieses Unheil im einzelnen zu betrachten (...) Dieses alles geschah in der Gesellschaft von Bekannten und Unbekannten, wobei es unsägliche, oft widersprechende Bemerkungen gab und gar verschiedene Gesinnungen geäußert wurden.“⁰¹

SCHLACHTENBUMMLER, FRIEDHOFS- UND KATASTROPHENTOURISTEN

Reisende Zivilisten und Schaulustige, die sich am Rande von Schlachtfeldern versammelten und das Geschehen aus der Distanz beobachteten, wurden im 19. Jahrhundert als „Schlachtenbummler“ bezeichnet – ein Begriff, der sich heute aus diesem ursprünglichen Kontext gelöst hat und zumeist für reisende Gruppen von Fußballfans verwendet wird. In den Kriegen des 18. und 19. Jahrhunderts waren Schlachtenbummler eine fast alltägliche Erscheinung.⁰² Bei der ersten größeren Schlacht im Amerikanischen Bürgerkrieg, die Ende Juli 1861 mit einem Sieg der konföderierten Truppen am Bull Run nahe der Stadt Manassas in Virginia endete, verschlimmerten die

zahlreich angereisten Touristen die Niederlage der Unionsarmee, weil sie mit ihren Pferdefuhrwerken und Picknickkörben deren Fluchtwege verstopften.

Krieg, Tod und Massengewalt einerseits und touristische Praktiken andererseits schlossen sich also keineswegs aus, sondern gingen oft eine charakteristische Verbindung ein. Was trieb die Schlachtenbummler an, sich in die unmittelbare Nähe bewaffneter Auseinandersetzungen zu begeben und damit auch Gefahren für das eigene Leben in Kauf zu nehmen? Waren es Abenteuerlust, Nervenkitzel, Voyeurismus und eine Faszination für Tod und Gewalt? Wie das Goethe-Zitat andeutet, war dem Dichter eine gewisse Abenteuerlust sicher nicht fremd. Zugleich zeigte er sich am eigentlichen Schlachtgeschehen oft nicht interessiert, und es war bezeichnend, dass er sich beim Beschuss Verduns mitten im feindlichen Kugelhagel mit dem Fürsten Reuß über die Farbenlehre unterhielt.⁰³ Eher schon trieb ihn der Wunsch an, welthistorisch bedeutsame Ereignisse als Zeitzeuge mitzuerleben. Ende September 1792 schrieb er an seinen Freund Karl-Ludwig von Knebel: „Es ist mir sehr lieb, dass ich das alles mit Augen gesehen habe und dass ich, wenn von dieser wichtigen Epoche die Rede ist, sagen kann – et quorum pars minima fui (und worin ich eine kleine Rolle spielte).“⁰⁴

Nicht nur Schlachtfelder, sondern auch Friedhöfe gehörten in der Entwicklung des Reisens von Anfang an zu den touristischen Zielen, wie Reiseführer aus dem 19. Jahrhundert belegen.⁰⁵ Dabei vermochte zum Beispiel die Leichenschauhalle „La Morgue“ in Paris auch morbide Gelüste der Touristen zu befriedigen, doch waren die eigentlichen Zielobjekte dieses „Friedhofstourismus“ die Gräber berühmter Persönlichkeiten, die ihren Anhängern die Möglichkeit gaben, ihren Idolen nahe zu sein, ihrer zu gedenken, sich aber auch deren Werk zu vergegenwärtigen.⁰⁶ Von daher repräsentierte der Friedhofstourismus eine

Spielart klassischer kulturtouristischer Aktivitäten. Darüber hinaus boten große Friedhöfe durch ihre oft parkähnlichen Anlagen naturnahe Erlebnisse und die Möglichkeit, der Hektik des Alltags zu entfliehen.⁰⁷ Schließlich erfüllte der Friedhofstourismus auch Funktionen von Wallfahrten und Pilgerreisen, als deren säkulare Variante.⁰⁸

Kulturtouristische Motive inspirierten letztlich auch die Reisen zu Orten fundamentaler Naturkatastrophen. Zu den beliebtesten Zielen gehörte dabei das von einem Vulkanausbruch des Vesuvs verschüttete Pompeji. Die allmähliche Ausgrabung der antiken Stadt zog im 18. und 19. Jahrhundert eine große Zahl von Touristen an – darunter auch Goethe. Pompeji und die Besteigung des Vesuvs gehörten zum Pflichtprogramm der adligen „Grand Tour“ im 18. Jahrhundert, waren aber in der Regel in den Besuch zahlreicher römischer und griechischer Kulturstätten eingebettet.⁰⁹

Wegen der vielfältigen, oft kulturtouristischen Motive für Reisen zu Schlachtfeldern, Friedhöfen und Orten von Naturkatastrophen wurden solche touristischen Praktiken lange Zeit nicht als eigenständige Variante des Tourismus klassifiziert. Dies sollte sich erst in den 1990er Jahren ändern.

01 Johann Wolfgang von Goethe, *Die Kanonade von Valmy* 1792, Paderborn 2015 (Nachdruck von 1936), S. 19f.

02 Vgl. Ralf Pröve, „Schlachtenbummler“ im 18. Jahrhundert. Typologische Wahrnehmungsmuster von Militär und Krieg in Reise-Selbstzeugnissen, in: Helmut Peitsch (Hrsg.), *Reisen um 1800*, München 2012, S. 93–105.

03 Vgl. Goethe (Anm. 1), S. 21.

04 Zit. nach Sigrid Damm, *Christiane und Goethe*, Frankfurt/M.–Leipzig 1998, S. 168.

05 Vgl. John Edmondson, *Death and the Tourist: Dark Encounters in Mid-Nineteenth-Century London via the Paris Morgue*, in: Philip R. Stone et al. (Hrsg.), *The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies*, London 2018, S. 77–101.

06 Vgl. z. B. den Reiseführer von Karl Baedeker über Paris, der dem Friedhof Père Lachaise ein eigenes Kapitel widmet und in diesem die Gräber dutzender Persönlichkeiten und deren Lage auf dem Friedhof aufführt: Karl Baedeker, *Paris and Its Environs. A Handbook for Travellers*, Leipzig 1878⁶.

07 Vgl. Daniela Mysliwicz-Fleiß, *Friedhofstourismus im 19. Jahrhundert als Reise in die Vergangenheit*, in: Angela Schwarz/dies. (Hrsg.), *Reisen in die Vergangenheit. Geschichtstourismus im 19. und 20. Jahrhundert*, Köln 2019, S. 233–261.

08 Vgl. Anthony Seaton, *Thanatourism's Final Frontiers? Visits to Cemeteries, Churchyards and Funeral Sites as Sacred and Secular Pilgrimage*, in: *Tourism Recreation Research* 2/2002, S. 73–82.

09 Vgl. Attilio Brilli, *Als Reisen eine Kunst war – Vom Beginn des modernen Tourismus: Die „Grand Tour“*, Berlin 2001.

DEUTUNGEN UND BEGRIFFLICHKEITEN

In den 1990er Jahren konstatierten zahlreiche Tourismusforscher, dass Reisen zu Stätten des Todes und des Grauens neue quantitative Dimensionen angenommen hätten. Reisen zu ehemaligen Schlachtfeldern des Ersten und Zweiten Weltkriegs nahmen ebenso zu wie solche zu früheren Stätten des Holocaust, die nach dem Fall des Eisernen Vorhangs 1989/90 für ein breiteres Publikum ungleich leichter erreichbar waren als zuvor. Vor allem der Film „Schindlers Liste“ von Steven Spielberg löste ab 1993 eine Besucherwelle nach Krakau und in den ehemals jüdischen Stadtteil Kazimierz aus, die auch die Besucherzahlen in der Gedenkstätte Auschwitz nach oben trieb.

1996 führten britische Wissenschaftler drei unterschiedliche Begriffe ein, um das – je nach Sichtweise – bekannte oder neue Phänomen zu beschreiben. So sprachen die Geografen und Kulturwissenschaftler Gregory Ashworth und John Tunbridge im Hinblick auf Orte wie Krakau-Kazimierz und Auschwitz von einem „Dissonant Heritage Tourism“.¹⁰ Dort bestünde eine Dissonanz zwischen den Werten der Gegenwart und dem historischen Ort, der kein problemloses und zustimmungsfähiges historisches Erbe repräsentiere, eher eine Warnung der Geschichte symbolisiere. Mithin werfe ein solcher Ort auch Konflikte und Probleme um die angemessene Präsentation der Vergangenheit auf.

Letztlich setzte sich der Terminus „Dissonant Heritage Tourism“ jedoch ebenso wenig durch wie der vom Tourismusforscher Anthony Seaton zur gleichen Zeit propagierte Begriff „Thanatourismus“, abgeleitet vom Namen des griechischen Todesgottes Thanatos. Die faktische Verdrängung und Tabuisierung des Todes im modernen Leben habe – so Seaton – ein Bedürfnis ausgelöst, auf Reisen Orte aufzusuchen, die eine tatsächliche oder symbolische Begegnung mit dem Tod ermöglichen.¹¹ Nun muss niemand, der sich all-

10 Gregory Ashworth, *Holocaust Tourism and Jewish Culture. The Lessons of Krakow-Kazimierz*, in: Mike Robinson et al. (Hrsg.), *Tourism and Cultural Change*, Newcastle 1996, S. 1–12; John Tunbridge/Gregory Ashworth, *Dissonant Heritage. The Management of the Past as a Resource in Conflict*, New York 1996.

11 Vgl. Anthony Seaton, *Guided by the Dark. From Thanatopsis to Thanatourism*, in: *International Journal of Heritage Studies* 4/1996, S. 234–244.

gemein mit dem Tod beschäftigen möchte, nach Verdun oder Auschwitz fahren, reicht doch dafür der Besuch des nächstgelegenen Friedhofs vollkommen aus. „Thanatourismus“ schafft mit der Bezugnahme auf den Tod einen kleinsten gemeinsamen Nenner verschiedener Orte, die für ungleich komplexere Sachverhalte stehen: Verdun für den Wahnsinn eines modernen Krieges als Folge des Hyper-Nationalismus, Auschwitz für einen präzedenzlosen Völkermord auf der Basis menschenverachtender Ideologien. Von daher sind auch die Motive der Besucherinnen und Besucher äußerst vielfältig und nicht auf die Beschäftigung mit dem Tod zu reduzieren.¹²

Als wirkungsmächtig hat sich hingegen der ebenfalls 1996 von den Tourismusforschern Malcolm Foley und John Lennon geprägte Begriff des „Dark Tourism“ erwiesen, der auf den „dunklen“ Hintergrund des Reiseziels abhebt. Zugleich deuteten Foley und Lennon diese Form des Tourismus als spezifisch modernes beziehungsweise postmodernes Phänomen und hoben dieses von früheren Formen und Praktiken des Reisens ab. So hätten beispielsweise globale Kommunikationstechnologien für das Interesse an „dunklen“ Reisezielen eine herausragende, initiale Rolle gespielt.¹³ Ähnlich wie der „Thanatourismus“ geht der Begriff des „Dark Tourism“ von den Zielorten des Reisens aus, die er mit „death and disaster“ (so Lennon und Foley) oder „death, suffering and the seemingly macabre“ (so der britische Tourismusforscher Philip Stone)¹⁴ assoziiert sieht.

Stone hat unzweifelhaft einen besonderen Beitrag zur Institutionalisierung der Dark Tourism Studies geleistet, indem er 2012 an der University of Central Lancashire in Preston ein Institute of Dark Tourism Research etablierte und 2018 ein umfangreiches Handbuch zum Thema herausgab.¹⁵ Seitdem hat sich der Begriff des „Dark

Tourism“ je nach Reisezielen und Reiseformen immer weiter ausdifferenziert und typologisiert. Er umfasst Reisen zu Schlachtfeldern, Gedenkstätten der NS-Zeit und des Holocaust sowie zu Friedhöfen ebenso wie solche nach Tschernobyl oder zu anderen Orten von Katastrophen. Selbst die in vielen Städten aus dem Boden sprießenden „Dungeons“ (eine Mischung aus Museum, Gruselkabinett, Show und Fahrgeschäft) oder die „Chamber of Horrors“ bei Madame Tussauds in London werden als Formen des Dark Tourism klassifiziert, wobei Letztere anhand verschiedener Kategorien wie politisch-historischer Aufladung, Funktion wie Bildung/Unterhaltung oder des Grades an Authentizität als eindeutig „heller“ eingestuft werden als ein besonders „dunkler“ Ort wie Auschwitz.¹⁶

Solche Ausdifferenzierungen sind zwar geeignet, ein breites Spektrum von Reiseformen und Zielen in der touristischen Praxis zu erfassen. Am Ende aber sagen solche Typologien wenig über die Motive der Reisenden aus. Überhaupt hat beim Thema Dark Tourism die Analyse grundlegender Ursachen und Reisemotive mit der Erfassung immer neuer Reiseziele und Varianten nicht Schritt gehalten. Angesichts der Vielfalt von Erscheinungsformen steht fest, dass der expandierende Dark Tourism nicht monokausal auf ein einziges ursächliches Motiv zurückgeführt werden kann – schon deshalb nicht, weil der Besuch „dunkler“ Orte oft nur Teil weitaus komplexerer touristischer Aktivitäten ist: Wer eine Reise mit einem norwegischen Kreuzfahrtschiff auf der Ostsee unternimmt, kann auf einem Tagesausflug von Rostock aus auch die KZ-Gedenkstätte in Sachsenhausen besuchen. Ebenso werden Führungen durch die Gedenkstätten Auschwitz und Theresienstadt oft mit Städtereisen nach Krakau und Prag verbunden. In diesem Sinne teilt der Dark Tourism ein Leitmotiv des klassischen Tourismus, nämlich etwas Besonderes erleben zu wollen und einen Kontrapunkt zu den Routinen des eigenen Alltags zu setzen.

12 Vgl. auch die Kritik bei Stefanie Samida, Schlachtfelder als touristische Destinationen: Zum Konzept des Thanatourismus aus kulturwissenschaftlicher Sicht, in: Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 2/2018, S. 267–290.

13 Vgl. Malcolm Foley/John Lennon, JFK and Dark Tourism. A Fascination with Assassination, in: International Journal of Heritage Studies 4/1996, S. 198–211; dies., The Attraction of Death and Disaster, New York 2000.

14 Philip R. Stone, A Dark Tourism Spectrum. Towards a Typology of Death and Macabre Related Tourist Sites, Attractions and Exhibitions, in: Tourism. An Interdisciplinary International Journal 2/2006, S. 145–160.

15 Philip R. Stone/Rudi Hartmann/Anthony Seaton (Hrsg.), The Palgrave Handbook of Dark Tourism Studies, Cambridge 2018.

16 Vgl. Richard Sharpley/Philip R. Stone (Hrsg.), The Darker Side Of Travel. The Theory and Practice of Dark Tourism, Bristol 2009; Rudi Hartmann, Dark Tourism, Thanatourism and Dissonance in Heritage Tourism Management. New Directions in Contemporary Tourism Research, in: Heinz-Dieter Quack/Albrecht Steinecke (Hrsg.), Dark Tourism. Faszination des Schreckens, Paderborn 2012, S. 9–22; als Überblick siehe auch Albrecht Steinecke, Dark Tourism. Reisen zu Orten des Leids, des Schreckens und des Todes, München 2021.

MOTIVE UND HINTERGRÜNDE

Warum aber sind es vor allem Orte vergangener Gewalt, die seit einiger Zeit verstärkt das Interesse von Reisenden wecken? Eines der Motive für den jüngeren Besucherandrang liegt offenbar im Verschwinden elementarer Gewalterfahrungen, das für viele Gesellschaften konstatiert werden kann. Besuche an früheren Orten der Gewalt wurzeln daher mindestens partiell auch in Motiven, die nicht zuletzt für den Boom von Krimiserien im Fernsehen oder von Kriminalromanen verantwortlich sind. Wo elementare Gewalt nicht mehr Bestandteil eigener Lebenserfahrung ist, holt man sich diese in sublimierter und distanzierter Form als Kriminalroman oder Fernsehfilm vergegenwärtigend ins Haus, geborgen auf der heimischen Couch und mit der Gewissheit, dass am Ende das Gute siegen wird.¹⁷ Ein solches Wechselspiel von Nähe und sicherer Distanz gegenüber der Gewalt ermöglichen auch entsprechende Reisen zu historischen Orten, die neben der vergangenen Massengewalt immer auch deren erfolgreiche Überwindung symbolisieren. Von daher sind diese Orte auch nicht ausschließlich als „dunkel“ zu kennzeichnen.

Anhand der Einträge von Touristen, die Besuche in KZ-Gedenkstätten auf der Touristikplattform Tripadvisor beschrieben haben, lässt sich darüber hinaus eine Lust am Außergewöhnlichen erkennen, die bei den Reismotiven des Dark Tourism schon seit langer Zeit konstatiert wird: Die genannten Beschreibungen folgen in der Regel der Dramaturgie eines freiwillig eingegangenen Abenteurers, an das sich zugleich spezifische emotionale Erwartungen knüpfen.¹⁸ Die tatsächlich ausgelösten Gefühle decken ein breites Spektrum ab, in dem Abenteuerlust und ein gewisser Voyeurismus ebenso zu finden sind wie Trauer und Erschütterung. Ein solch komplexes Gefühlspanorama ist in einem erzählerisch entfalteten Spannungsbogen

integriert, an dessen Ende oft Lernen, Begreifen, Einsicht und Läuterung stehen. Emotionen und Aufklärung bilden hier keinen Gegensatz. Weil Besuche in KZ-Gedenkstätten offensichtlich auch Züge einer säkularen Wallfahrt tragen, werden die entsprechenden Orte auch nicht nur als dunkle Orte des Grauens beschrieben, leuchtet doch an deren Ende ein Licht der Erkenntnis, das den Besuchen erst ihren eigentlichen Sinn verleiht.

Solche Selbstbeschreibungen von Touristen spiegeln zugleich in besonderer Weise Entwicklungen der unmittelbaren Gegenwart wider und wären in der Nachkriegszeit schlichtweg undenkbar gewesen, als die allgemeine Erfahrung von Massengewalt noch so präsent war, dass die Zeitgenossen entsprechende Orte mieden. Soldaten zog es nicht auf Schlachtfelder zurück. Diese waren in den Nachkriegsjahrzehnten keine Orte der Besichtigung, sondern der persönlichen Trauer um Familienangehörige oder gefallene Kameraden, sodass die Kriegsgräberfahrten des Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge kaum als frühe Spielart des Dark Tourism gelten können.¹⁹ Zivilisten mussten nach Kriegsende von alliierten Soldaten mit Gewalt gezwungen werden, sich die jüngst befreiten Konzentrationslager überhaupt anzusehen. Viele Deutsche hätten sie aus ihrem Gedächtnis am liebsten getilgt, um den Blick auf eine bessere Zukunft richten zu können. Niemand wollte an etwas erinnert werden, von dem er oder sie nach Selbstbekundung ohnehin „nichts gewusst“ haben wollte.²⁰ Die damalige Erinnerungsverweigerung steht in denkbar schärfstem Kontrast zur Gegenwart, in der Erinnerung geradezu in den Rang eines kategorischen Imperativs erhoben worden ist. Früher ein eher individueller Akt, ist Erinnerung heute eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und damit Teil einer öffentlichen „Erinnerungskultur“.

Von daher spiegeln Besuche an Stätten von Massengewalt, Krieg und NS-Verfolgung grundlegende memorialkulturelle Veränderungen und auch generationelle Veränderungen

¹⁷ Vgl. Dirk van Versendaal, *Faszination Krimi: Auf Spurensuche bei den Angstmachern*, 15. 1. 2017, www.stern.de/7280864.html.

¹⁸ Vgl. Anja Ballis, „I cannot say ‚enjoy‘ but I can say look and learn.“ Touristen schreiben auf TripAdvisor über Besuche in KZ-Gedenkstätten, in: Frank Bajohr/Axel Drecol/John Lennon (Hrsg.), *Dark Tourism. Reisen zu Stätten von Massengewalt, Krieg und NS-Verfolgung*, Berlin 2020, S. 66–79.

¹⁹ Vgl. Wiebke Kolbe, *Organisierte Trauer. Kriegsgräberfahrten des Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge*, in: Bajohr/Drecol/Lennon (Anm. 18), S. 127–142.

²⁰ Vgl. Frank Bajohr/Dieter Pohl, *Der Holocaust als offenes Geheimnis. Die Deutschen, die NS-Führung und die Alliierten*, München 2006.

gen wider. Diese orientieren sich nicht mehr an Staatsgrenzen und nationalen Erinnerungskollektiven, wie vor allem die nahezu globale, seit den 1980er Jahren zunächst von den USA ausgehende Holocaust-Erinnerung zeigt.²¹ Diese Globalisierung von Erinnerung und die mit der Globalisierung verbundenen Unübersichtlichkeiten verstärken die Suche nach einem negativen Fixpunkt, der das absolut Böse markiert und damit Orientierung in der Gegenwart vermittelt. Ohne solche Hintergründe wäre beispielsweise die Entwicklung der Gedenkstätte Auschwitz zu einem Besuchermagneten mit mittlerweile mehr als 2,2 Millionen Besuchern pro Jahr nicht zu erklären.

Wo Zeitzeugen langsam verschwinden, muss Erinnerung notwendigerweise auf andere Träger übergehen, nicht zuletzt auf Museen, Dokumentationsorte und Gedenkstätten. Heutige Generationen können sich solchen Orten insofern unbefangen nähern, als sie dort nicht mit persönlicher Schuld und Verantwortung konfrontiert werden. Zugleich sind Massengewalt, Krieg und NS-Verfolgung noch keine ferne Geschichte geworden, sondern erscheinen aus familiären und medialen Kontexten einigermaßen vertraut. In diesem Übergangszustand haben Besucher von Orten früherer Massengewalt spezifische Authentizitätserwartungen, dort sichtbare Hinterlassenschaften von Gewalt, Krieg und Völkermord vorzufinden. Je mehr ein unmittelbarer biografischer Bezug zu den Erinnerungsorten abnimmt, desto eher erwarten die Besucher, dass das dort präsentierte historische Wissen zugleich durch sinnliche Anschauung und durch subjektives Erleben verstärkt wird. Die Kulturwissenschaftlerin Aleida Assmann hat dies folgendermaßen formuliert: „Was man selbst, weil man dem historischen Geschehen bereits zu fern steht, nicht mehr mitbringt, soll durch eine ortsimmanente Gedächtniskraft, durch den überwältigenden Appellcharakter des Ortes aufgewogen werden.“²²

21 Vgl. die fast schon klassische Analyse von Daniel Levy/Nathan Sznajder, *Erinnerung im globalen Zeitalter. Der Holocaust*, Frankfurt/M. 2001.

22 Aleida Assmann, *Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*, München 2009, S. 333. Zur Authentizitätssehnsucht vgl. auch Axel Drecolli/Thomas Schaarschmidt/Irmgard Zündorf (Hrsg.), *Authentizität als Kapital historischer Orte? Die Sehnsucht nach dem unmittelbaren Erleben von Geschichte*, Göttingen 2019.

PROBLEME UND CHANCEN FÜR GEDENKSTÄTTEN, MUSEEN UND DOKUMENTATIONSORTE

Solche Authentizitätserwartungen stellen viele Gedenkstätten und Dokumentationsorte vor große Herausforderungen, zumal das, was viele Touristen für „authentisch“ halten, oft auf medial erzeugten Projektionen beruht. Fremdenführer, die Touristen durch den erwähnten ehemals jüdischen Stadtteil Kazimierz in Krakau begleiten, wissen ein Lied davon zu singen. Steven Spielbergs Entscheidung, das ehemalige Ghetto in Krakau in seinem Film „Schindlers Liste“ nach Kazimierz zu verlegen, hat dem Stadtteil einen enormen Besucherandrang beschert, wobei die Touristen systematisch Orte aus dem Film aufsuchen, wiedererkennen und für historisch authentisch halten. Dabei ignorieren sie, dass sich das Ghetto in Wirklichkeit in Podgórze jenseits der Weichsel befunden hatte – wohin sich nur wenige Touristen verirren. Weisen die erwähnten Fremdenführer darauf hin, müssen sie sich oft von Touristen belehren lassen, die den Film mit historischer Realität verwechseln. In „Schindlers Liste“ nahm darüber hinaus das Lager Plaszów unter seinem gewalttätigen Kommandanten Amon Göth eine zentrale Rolle ein. Da es kaum noch bauliche Relikte des Lagers gibt, baute Spielberg es als Filmkulisse fernab des historischen Ortes nach – mit dem Ergebnis, dass heute Touristen die immer noch existierenden Filmkulissen aufsuchen und für authentisch halten, sodass die filmische Repräsentation des Holocaust den historischen Ort quasi ersetzt. Nicht ganz zu Unrecht hat etwa die Journalistin Iris Weiss deshalb von einem „Jewish Disneyland“ geschrieben.²³

Andernorts wie in der Gedenkstätte Maly Trostinez bei Minsk in Belarus oder in der Informationsstätte „Territory of Terror“ im ukrainischen Lviv/Lemberg bestücken die Dokumentationszentren ihr Gelände mit „Holocaust Icons“ wie Viehwaggons oder Wachtürmen, auch wenn diese dort gar nicht gestanden hatten oder eingesetzt wurden. Sie wollen damit Erwartungen touristischer Besucher entsprechen, die solche

23 Iris Weiss, *Jewish Disneyland. Die Enteignung und Aneignung des „Jüdischen“*, in: Jim G. Tobias/Peter Zinke (Hrsg.), *Nurinst 2002. Beiträge zur deutschen und jüdischen Geschichte*, Jahrbuch des Nürnberger Instituts für NS-Forschung und jüdische Geschichte des 20. Jahrhunderts, Nürnberg 2002, S. 8–19.

„Icons“ aus unzähligen Spielfilmen kennen und bei ihren Besuchen gar nicht bemerken, dass ihnen eine Authentizität lediglich vorgegaukelt wird.

Immer wieder wird bei der Diskussion um Tourismus an ehemaligen Stätten der Massengewalt eingewandt, dass Gedenken und Tourismus sich ausschließen und klassische touristische Praktiken solche Orte regelrecht entweihten. In der Tat gibt es zahlreiche Beispiele für eine geschmacklose Werbung kommerzieller Anbieter von Tagestouren nach Auschwitz, und Selfies im Krematorium oder vor der Gaskammer zeugen von instinkt- und pietätlosem Verhalten.²⁴ Die meisten touristischen Besucher verhalten sich jedoch anders, und gelegentlich ist in dieser Diskussion auch moralisches Überlegenheitsgefühl und Verachtung gegenüber der Masse im Spiel. So verbirgt sich hinter der bisweilen zu hörenden Forderung, Touristen sollten in Gedenkstätten grundsätzlich auf die Aufnahme von Nahrung und Wasser verzichten, die noch viel geschmacklosere Vorstellung, dass touristische Besucher die Leiden der Opfer körperlich nachvollziehen müssten – als wenn dies überhaupt möglich wäre.

Mittlerweile machen Touristen fast die Hälfte der Besucherinnen und Besucher von Gedenkstätten aus und haben maßgeblich zum erfreulichen Besucheranstieg an vielen Orten beigetragen. Vor allem Gedenkstätten begreifen sich allerdings nicht als touristische Hotspots, sondern als Stätten der Aufklärung und Bildung. Sie schrecken dementsprechend eher davor zurück, mit Artefakten und historischen Relikten Emotionen auszulösen. Gedenkstätten und Dokumentationsorte bieten Touristen mit begrenztem Zeitbudget oft nur wenig Orientierung und präsentieren stattdessen eine enorme Fülle von Informationen und (Teil-)Ausstellungen, deren Verarbeitung in der Regel eher Tage als Stunden in Anspruch nimmt. Die besondere Herausforderung für die Gedenkstätten besteht deshalb darin, touristischen Besuchern in begrenzter Zeit eine ausreichende Orientierung zu vermitteln.

Dabei sollten sie weniger Scheu vor evozierten Gefühlen haben, weil diese ausweislich von Besucherbefragungen und Erfahrungsberichten

sehr wohl mit Aspekten der Einsicht, Bildung und Information verbunden werden können. Zugleich können sie Authentizitätserwartungen nicht immer erfüllen, vor allem dann nicht, wenn diese auf medial erzeugten Projektionen beruhen, die mit dem historischen Ort in keinerlei Verbindung stehen. So haben sich in der Vergangenheit schon Touristen bei den Leitungen von KZ-Gedenkstätten darüber beschwert, bei ihrem Besuch keine Gaskammern gesehen zu haben, die es am historischen Ort nie gegeben hat. In diesem Fall kann aber die Enttäuschung vermeintlicher Gewissheiten produktiv genutzt werden, Vorannahmen wie die Gleichsetzung von Lager und Vernichtung zu erschüttern und ein Bedürfnis nach weiteren Informationen auszulösen. Schließlich besteht der wichtigste Zweck einer Gedenkstätte ja nicht darin, in kurzer Zeit ein Maximum an Fakten zu präsentieren, sondern die Touristen zum Nachdenken anzuregen und zur Beschäftigung mit den historischen Hintergründen zu ermuntern – weit jenseits eines einmaligen touristischen Besuchs.

FRANK BAJOHR

ist wissenschaftlicher Leiter des Zentrums für Holocaust-Studien am Institut für Zeitgeschichte, München, und Professor an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

²⁴ Vgl. Imogen Dalziel, *Book Auschwitz, Get a Free Lunch! Touristische Ausflüge zu Stätten des Holocaust: Werbung und Moral*, in: Bajohr/Drecoll/Lennon (Anm. 18), S. 35–46.

ZUR ZUKUNFT DES REISENS

Tourismus in Zeiten des Klimawandels

Dagmar Lund-Durlacher · Wolfgang Strasdas

Tourismus und Klimawandel stehen in einem engen wechselseitigen Verhältnis zueinander. Touristische Aktivitäten finden häufig im Freien statt. Gewässer, schöne Landschaften und das Klima selbst sind wichtige Ressourcen des Tourismus. Es steht daher zu erwarten, dass Tourismus in besonderem Maße von der Erderwärmung und den damit einhergehenden Verwerfungen betroffen sein wird. Die zunehmenden Waldbrände im Mittelmeerraum und die katastrophalen Sturzfluten in Westdeutschland sind auch für den Tourismus von Belang und möglicherweise erst die Vorboten von noch ernsteren Klimawandelfolgen.

Auf der anderen Seite trägt Tourismus aber auch in nicht unerheblichem Maße zum anthropogen verstärkten Treibhauseffekt bei. Dies ist vor allem auf die tourismusbezogenen Transportemissionen zurückzuführen, in erster Linie aus dem Flug- und Autoverkehr. Hinzu kommt, dass auch in Hotels und Restaurants meist mehr Ressourcen pro Kopf verbraucht werden als dies zuhause der Fall ist.

Was bedeutet dies für die Zukunft des Reisens? Eigentlich sollte klar sein, dass die Tourismuswirtschaft ein elementares Interesse an konsequentem Klimaschutz hat. Trotzdem stiegen die tourismusbedingten Treibhausgasemissionen bis zur Corona-Krise kontinuierlich an, statt zu sinken. Die Pandemie hat die Menschen zu einem radikal veränderten Reiseverhalten gezwungen, und es stellt sich die Frage, ob die Reisenden, und mit ihnen die Tourismuswirtschaft, nach Abklingen der Pandemie zu einem *old normal* zurückkehren werden oder ob sich ein *new normal* einstellen wird. Die zahlreichen Befragungen, die in den vergangenen anderthalb Jahren zu diesem Thema veröffentlicht wurden, ergeben ein widersprüchliches Bild.

TOURISMUS ALS BETROFFENER

Tourismus kann direkt und indirekt vom Klimawandel und seinen Folgen betroffen sein. *Di-*

rekte Auswirkungen sind neben der zunehmenden Erwärmung veränderte Niederschlagsmuster und vor allem häufigere und intensivere Extremwetterlagen wie Hitzewellen, Dürren, Starkregen und Stürme. Extremwetterereignisse sind schon jetzt für den Tourismus ein wachsendes Risiko, da viele Tourismusregionen in gefährdeten Gebieten wie dem Mittelmeerraum oder der Karibik liegen. Auch Gebirgsregionen und Flusstäler sind zunehmend betroffen. Steigende Temperaturen gefährden Wintersportdestinationen. Im Städtetourismus werden sommerliche Hitzewellen ein immer häufigeres Problem. Dagegen können wärmere Tage für nördlicher gelegene Destinationen und für den Sommertourismus in den Bergen durchaus von Vorteil sein.

Als problematisch sind auch die *indirekten* Folgen des Klimawandels anzusehen. Insbesondere der steigende Meeresspiegel gefährdet Küstendestinationen. Steigende Wassertemperaturen mögen zwar auf den ersten Blick attraktiv sein, haben aber oft Algenblüten oder Quallenplagen zur Folge. Auch die Schädigung von Wäldern durch anhaltende Trockenheit und Brände mindert die Attraktivität der Landschaft, wie schon jetzt in einigen deutschen Mittelgebirgsregionen zu beobachten ist. Schließlich ist zu berücksichtigen, dass infrastrukturelle Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel die Landschaftsqualität beeinträchtigen. Beispiele sind verstärkte Deiche an den Küsten oder im Gebirge der Verbau von Wildbächen und Hangsicherungsmaßnahmen.

Derzeit sind die Folgen des Klimawandels für den Tourismus in Deutschland aber nur punktuell spürbar oder sichtbar. Im Rahmen der Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel (DAS) wurden für den Tourismus sieben Kernindikatoren definiert. Diese umfassen einerseits physische Veränderungen – Badewassertemperaturen an den Küsten, Wärmebelastung in heilklimatischen Kurorten, Schneebedeckung in Skigebieten –, andererseits



Bereits heute ist an vielen Orten Schneesicherheit nur noch mithilfe von Schneekanonen zu garantieren. Piste in der Nähe von Garmisch-Partenkirchen, Dezember 2020.

© picture alliance / Sven Simon

touristische Nachfragetrends wie saisonale Auslastung und Präferenz von Zielgebieten. Hier zeigen sich bisher keine signifikanten Trends.⁰¹ Dementsprechend erstaunt es auch nicht, dass sich in touristischen Entwicklungskonzepten in Deutschland, Österreich und der Schweiz bisher kaum strategische Anpassungskonzepte an die Folgen der Erderwärmung finden, selbst in den meisten Wintersportgebieten nicht.⁰² Man beschränkt sich dort weitgehend auf reaktive Maßnahmen wie die technische Beschneidung oder das Abdecken von Gletscherflächen. Für Hochwasser- und Küstenschutz sind zudem andere Akteure zuständig. Handlungsempfehlungen zur Anpassung an den Klimawandel, wie sie etwa im Auftrag des Umweltbundesamts entwi-

01 Vgl. Umweltbundesamt (UBA) (Hrsg.), Monitoringbericht 2019 zur Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel, Dessau-Roßlau 2019.

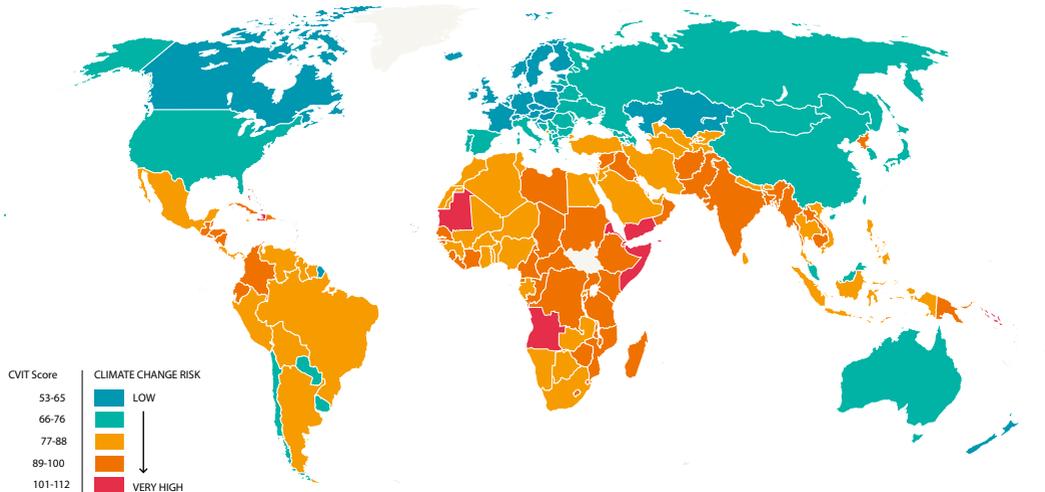
02 Vgl. Karoline Thomas, Strategien zur Klimawandelanpassung im Tourismussektor, Masterarbeit, Hochschule für nachhaltige Entwicklung (HNE) Eberswalde 2017; Elena Schmidt, Tourismus und Klimawandel im deutschsprachigen Mitteleuropa, Masterarbeit, HNE Eberswalde 2019.

ckelt wurden,⁰³ werden von der Tourismuswirtschaft offenbar kaum genutzt.

Dies könnte sich mittelfristig jedoch ändern, je nachdem, inwiefern es gelingt, den globalen Temperaturanstieg einzudämmen. Andere Indikatoren des DAS-Monitoringberichts zeigen durchaus schon jetzt besorgniserregende Entwicklungen, die auch für den Tourismus relevant sind, wie den Anstieg des Meeresspiegels an Nord- und Ostsee und steigende Wassertemperaturen in Binnengewässern. Auch hat sich gezeigt, dass beispielsweise für den Wintertourismus weniger die durchschnittliche Schneebedeckung von Belang ist, als vielmehr die Schneesicherheit – dass also sicher damit gerechnet werden kann, dass genug Schnee für Wintersport liegt. Wenn man sich nicht mehr darauf verlassen kann, am Urlaubsort bestimmte Bedingungen vorzufinden, vor allem in den

03 Vgl. UBA/Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUB) (Hrsg.), Anpassung an den Klimawandel: Die Zukunft im Tourismus gestalten, Dessau-Roßlau 2020.

Abbildung 1: Climate Change Vulnerability Index for Tourism



Quelle: Daniel Scott/C. Michael Hall/Stefan Gössling, Global Tourism Vulnerability to Climate Change, in: *Annals of Tourism Research* 77/2019, S. 49–61.

klassischen Ferienzeiten, führt dies mittelfristig zu Abwanderung in andere Zielgebiete oder zumindest zu einem kurzfristigeren Buchungsverhalten.

Deutlich düsterer sehen die Projektionen für Tourismusdestinationen im Globalen Süden aus. Erste Studien dazu wurden bereits in den Jahren nach Erscheinen des Vierten Sachstandsberichts des Weltklimarates IPCC 2007 veröffentlicht. Demnach wurde erwartet, dass vor allem der Tourismus in kleinen Inselstaaten, im Mittelmeerraum sowie in Australien von den direkten und indirekten Folgen des Klimawandels betroffen sein würde.⁰⁴ Tatsächlich sind diese Destinationen vermehrt von Stürmen, Dürren und Waldbränden heimgesucht worden, doch hat dies dem Tourismus – mit Ausnahme von schweren Verwüstungen wie auf den Bahamas 2019 – bisher keinen Abbruch getan. Zahlreiche Modellierungen zur Frage, wie Reisende auf Auswirkungen des Klimawandels in den Destinationen reagieren würden, haben diesbezüglich zu keinen klaren Antworten geführt.⁰⁵ Das liegt zum einen daran, dass es eine Vielzahl

von Reisemotiven gibt, die sich schwer prognostizieren lassen; zum anderen daran, dass die Folgen des Klimawandels zwar gehäuft, aber bisher nur punktuell sichtbar sind. Deshalb sind auch die projizierten Verlagerungen von Reiseströmen Richtung Norden bisher noch nicht eingetreten.

Dennoch attestieren die Geografen und Tourismusforscher Daniel Scott, Michael Hall und Stefan Gössling der Tourismuswirtschaft in Ländern des Globalen Südens weiterhin eine hohe Anfälligkeit beziehungsweise Vulnerabilität für die Folgen der Erderwärmung. Ihr aus 27 Indikatoren bestehender Climate Change Vulnerability Index for Tourism berücksichtigt nicht nur die erwarteten Klimawirkungen, sondern auch die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in den jeweiligen Ländern sowie die Kapazitäten, sich an die Klimawandelfolgen anzupassen.⁰⁶ Auf der Karte in *Abbildung 1* ist zu sehen, dass diejenigen Volkswirtschaften, die zu den Hauptemittenten von Treibhausgasen gehören, von den Folgen am wenigsten bedroht sind. Umgekehrt sind es die Entwicklungs- und Schwellenländer, die den Auswirkungen dieser Emissionen in Bezug auf ihre Tourismuswirtschaft am stärksten ausgesetzt sind.

04 Vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO)/United Nations Environment Programme (UNEP), *Climate Change and Tourism – Responding to Global Challenges*, Madrid–Paris 2008.

05 Vgl. Wolfgang Strasdas/Runa Zeppenfeld (Hrsg.), *Tourismus und Klimawandel in Mitteleuropa*, Wiesbaden 2016.

06 Vgl. Daniel Scott/C. Michael Hall/Stefan Gössling, *Global Tourism Vulnerability to Climate Change*, in: *Annals of Tourism Research* 77/2019, S. 49–61.

TOURISMUS ALS MITVERURSACHER

Die Berechnungen zum Anteil des Tourismus am anthropogenen Klimawandel fallen aufgrund verschiedener Kalkulationsmethoden unterschiedlich aus. Gössling nennt als zentrale Herausforderung die Festlegung der Systemgrenzen, das heißt welche Teilsysteme des Tourismus – wie Transport, Beherbergung, Essen oder Aktivitäten – bei der Berechnung der Treibhausgasemissionen berücksichtigt werden und ob auch vorgelagerte und nachgelagerte Emissionen in die Berechnung einfließen.⁰⁷

Neben den CO₂-Emissionen sind zudem auch andere Treibhausgase zu beachten, wie Stickoxide, Wasserdampf und Methan, die vor allem im Flugverkehr sowie in der Landwirtschaft entstehen. Ein Team um den Nachhaltigkeitsforscher Manfred Lenzen hat dazu die bisher umfassendste Berechnung vorgelegt: In ihr werden alle Teilsysteme des Tourismus sowie die indirekten Treibhausgasemissionen einbezogen. Die Berechnungen ergaben, dass der Tourismus 2013 etwa 8,2 Prozent aller CO₂-Äquivalente verursachte. Davon entfiel knapp die Hälfte auf den Transport (knapp über 49 Prozent, allein 16 Prozent auf den Flugverkehr), gefolgt von Essen und Trinken (17,5 Prozent aus Landwirtschaft, Lebensmittelwirtschaft und Gastronomie), Serviceleistungen (7,9 Prozent) und Beherbergung (6,4 Prozent).⁰⁸ Die Welttourismusorganisation (UNWTO) und das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) schätzten 2008 den Anteil des globalen Tourismus an den reinen CO₂-Emissionen auf rund 5 Prozent, wobei der Transport mit rund 75 Prozent als Hauptverursacher identifiziert wurde.⁰⁹ Bei diesen Berechnungen unberücksichtigt blieben jedoch Verpflegung und Einkäufe sowie die durch vorgelagerte Produktionsstufen entstandenen Emissionen.

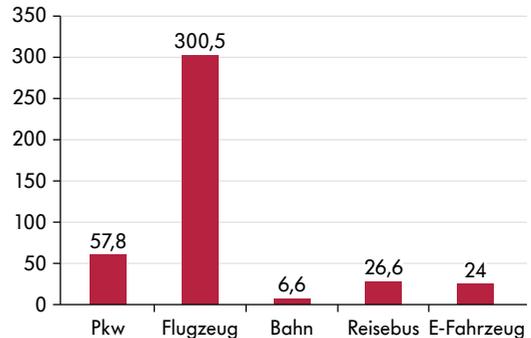
Die folgende detaillierte Betrachtung der zentralen Tourismusteilsysteme Transport, Beherbergung, und Gastronomie erleichtert die Analyse und Ableitung von Lösungsansätzen für die Tourismuswirtschaft.

07 Vgl. Stefan Gössling, National Emissions from Tourism: An Overlooked Policy Challenge?, in: Energy Policy 59/2013, S. 433–442.

08 Vgl. Manfred Lenzen et al., The Carbon Footprint of Global Tourism, in: Nature Climate Change 8/2018, S. 522–528.

09 Vgl. UNWTO/UNEP (Anm. 4).

Abbildung 2: Treibhausgasemissionen pro Person nach unterschiedlichen Verkehrsmitteln bei durchschnittlicher Auslastung für die Strecke von Wien nach Hochfügen, in kg CO₂-Äquivalenten



Wien und Hochfügen im Zillertal liegen etwa 360 Kilometer Luftlinie beziehungsweise 450 Straßenkilometer voneinander entfernt.

Quelle: Österreichisches Umweltbundesamt, 2017

Transport

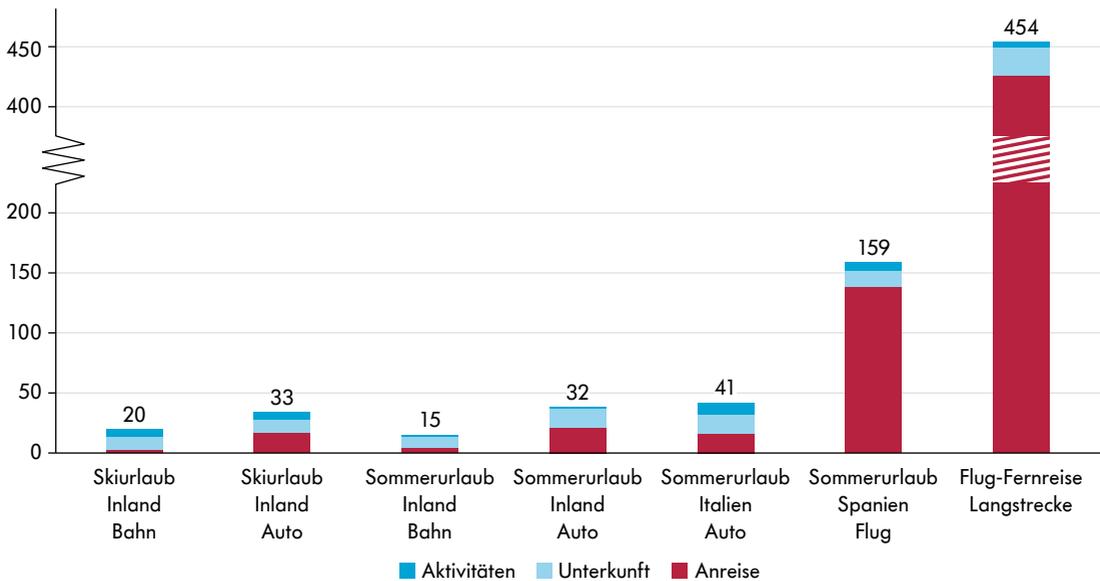
Mobilität ist ein wesentlicher Bestandteil des Tourismus. Für die Anreise zum Reiseziel werden allerdings überwiegend emissionsintensive Verkehrsmittel genutzt. Auf Kurz- und Mittelstrecken verursachen Flüge im Vergleich am meisten Emissionen. Deutlich klimaschonender schneiden die Massenverkehrsmittel Bus und Bahn ab: *Abbildung 2* zeigt die Emissionen verschiedener Transportmittel für eine Kurzstrecke innerhalb von Österreich.

Noch deutlicher sieht man die Unterschiede, wenn verschiedene Reisedistanzen miteinander verglichen werden. Eine auf den Quellmarkt Österreich bezogene Untersuchung zeigt die vergleichsweise geringen Emissionen eines Inlandsurlaubs im Vergleich zu Fernreisen. In *Abbildung 3* wird deutlich, dass bei Fernreisen der Emissionsanteil, der auf die An- und Abreise entfällt, mehr als 90 Prozent betragen kann. Die Berechnungen zeigen auch, dass die Emissionen bei Anreisen mit der Bahn im Inland deutlich geringer sind als bei der Nutzung des Autos.

In den vergangenen Jahrzehnten ist die Dauer der Urlaubsaufenthalte¹⁰ kürzer und die Zahl der Reisen pro Jahr höher geworden, wodurch

10 Die Dauer sank von 1983 bis 2019 beim Jahreshaupturlaub von durchschnittlich 17,4 Tagen auf 13 Tage. Vgl. Deutscher Reisebüroverband (DRV) (Hrsg.), Der Deutsche Reisemarkt: Zahlen und Fakten 2020, Berlin 2021.

Abbildung 3: Treibhausgasemissionsbilanzen unterschiedlicher Urlaubstypen, in kg CO₂-Äquivalenten pro Person und Tag



Quelle: Österreichisches Umweltbundesamt, Wien 2018

die transportinduzierten CO₂-Emissionen ebenfalls gestiegen sind. In den Urlaubsdestinationen sind zudem die Erwartungen der Gäste bezüglich der Anzahl und Vielfalt der zu besuchenden Sehenswürdigkeiten gestiegen, was höhere Anforderungen der Reisenden an die Flexibilität und Geschwindigkeit der verfügbaren Verkehrsmittel zur Folge hat.¹¹ Dies begünstigt den privaten PKW in der Verkehrsmittelwahl beziehungsweise erfordert in den Destinationen, die auf eine klimaschonende Anreise setzen, flexible Mobilitätslösungen.

Beherbergung

Laut einer Schätzung von 2015 entstehen pro Übernachtung im weltweiten Durchschnitt etwa 14 Kilogramm CO₂ (direkte Emissionen, ohne Gastronomie).¹² Die Emissionsbandbreite der dokumentierten Werte schwankt allerdings je nach Unterkunftsform zwischen 0,1 und 260 Kilogramm CO₂ pro Nacht.¹³ Die Berechnung mit-

hilfe einer Input-Output-Analyse von Lenzen et al. ergibt, dass pro Jahr Treibhausgasemissionen von 282 Millionen Tonnen CO₂-Äquivalenten durch Beherbergungsbetriebe verursacht werden (ebenfalls ohne Gastronomie).¹⁴

Der Energieverbrauch von Hotels korreliert mit der Belegungsdichte, den gebotenen Serviceleistungen und mit der Außentemperatur. Weitere Einflussfaktoren sind Sternekategorie, Größe und Lage des Hotels sowie Gästeprofile.¹⁵ Weitere Kennzahlen zu Treibhausgasemissionen aus der Beherbergung wurden in einer Fülle von Studien vorgestellt. Für Deutschland deutet sich an, dass insbesondere Drei- und Vier-Sterne-Betriebe im Vergleich energieeffizienter arbeiten: In den häufig kleineren und noch nicht modernisierten Null- bis Zwei-Sterne-Betrieben und in Fünf-Sterne-Häusern, die meist eine sehr energieintensive Ausstattung aufweisen (zum Beispiel Hallenbad, Wellnessbereich), ist der Energieverbrauch pro Übernachtung deutlich höher.¹⁶ Rund drei

¹¹ Vgl. Sibylla Zech et al., *Tourismusbildung 2030*, Wien 2013; Mike Peters et al., *Bleibt alles anders? Tourismus 2025*, Wien 2017.

¹² Vgl. Stefan Gössling/Paul Peeters, *Assessing Tourism's Global Environmental Impact 1900–2050*, in: *Journal of Sustainable Tourism* 5/2015, S. 639–659.

¹³ Vgl. Stefan Gössling, *Carbon Management in Tourism*, London 2010.

¹⁴ Vgl. Lenzen et al. (Anm. 8).

¹⁵ Vgl. Stefan Gössling et al., *Beherbergung*, in: Ulrike Pröbstl-Haider et al. (Hrsg.), *Tourismus und Klimawandel*, Berlin–Heidelberg 2021, S. 75–92.

¹⁶ Vgl. Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) (Hrsg.), *Nachhaltiges Wirtschaften in Hotellerie und Gastronomie: Tipps und Handlungsempfehlungen*, Berlin 2016.

Viertel der Gesamtenergie in Drei- und Vier-Sterne-Betrieben werden für Heizung und Warmwasser eingesetzt.¹⁷ Mit Blick auf die Erderwärmung wird angenommen, dass künftig auch die Nachfrage nach Gebäudekühlung und -klimatisierung steigen wird.

Gastronomie

Die Gastronomie hat vor allem indirekten Einfluss auf die touristische Klimabilanz durch den Einsatz bestimmter landwirtschaftlicher Produkte. Aber auch Verpackung, Transport, Kühlung und Lagerung der Lebensmittel, die Zubereitung der Speisen sowie Lebensmittelabfälle tragen zu Treibhausgasemissionen und Umweltbelastungen bei. Bereits der Einkauf von Lebensmitteln weist eine hohe Klimarelevanz auf, da Energiekonsum und Treibhausgasemissionen stark von der Auswahl der Lebensmittel, den Produktionsweisen sowie den Transportdistanzen abhängen. So sind Rindfleisch und Hummer in der Herstellung beispielsweise fast viermal so emissionsintensiv wie Hühnerfleisch.¹⁸ Und die Produktion von Gemüse in Treibhauskultur ist um das bis zu 50-Fache höher als in Freilandkultur.¹⁹ Auch Lebensmittel aus biologischer Erzeugung sind in der Regel klimaschonender, da bei ihrer Produktion auf energieintensiven und klimaschädlichen Düngereinsatz verzichtet wird.²⁰

Hinsichtlich Transportdistanzen und Transportmitteln sind die Emissionen in CO₂-Äquivalenten pro transportierter Tonne Lebensmittel für Luftfracht am höchsten (rund 2 Kilogramm pro Tonne und Kilometer), gefolgt von Lkw (0,13 kg), Eisenbahn (0,04 kg) und Schifffahrt (0,009 kg Hochsee- und 0,034 kg Binnenfrachtschiff).²¹

Da die Produktion von Lebensmitteln energieintensiv ist, hat auch die Vermeidung von Abfällen große Bedeutung. In der Gastronomie entstehen erhebliche Mengen von Lebensmittel- und

Verpackungsabfall. Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) rechnet etwa in deutschen Gaststätten mit einem Abfallvolumen von 1,7 Litern pro Gedeck. Deutlich höher sind die Abfallvolumen in Hotelbetrieben mit Gastronomie: In Betrieben mit bis zu zwei Sternen geht der Dehoga von 9,1 Litern Abfall pro Übernachtung aus. Der Grund für die hohen Abfallmengen ist unter anderem die Verwendung vieler Einwegverpackungen, etwa beim Frühstück.²²

STRATEGIEN FÜR KLIMAVESTRÄGLICHEN TOURISMUS

Im Folgenden skizzieren wir Strategien, die zu einem klimaverträglichen und damit zukunftsfähigen Tourismus führen können. Wir beginnen dabei mit der Reiseplanung und orientieren uns dann an den Teilsystemen des Tourismus, also der Wahl des Transportmittels, der Art der Unterkunft und der Verpflegung. Wie die vorherigen Ausführungen verdeutlicht haben, besteht vor allem im Bereich der touristischen Mobilität Handlungsbedarf, da hier die meisten Emissionen entstehen.

Reiseplanung

Um den Transportanteil an den Gesamtemissionen von Reisen zu verringern, müssen zunächst Reisedauer und Reiseentfernung in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Generell sollte die Dauer der Reisen erhöht und ihre Anzahl verringert werden. Fernreisen sollten mehrere Wochen dauern; Kurzreisen in nahegelegene Reiseziele gehen. Dass in den vergangenen Jahrzehnten das Gegenteil zu beobachten war, ist wesentlich auf den Preisverfall von Flügen zurückzuführen. Um diesem Trend entgegenzutreten, ist es erforderlich, dass Flugreisen wieder zu etwas Kostbarem im doppelten Sinne werden, also zu etwas ganz Besonderem, das gleichzeitig seinen Preis hat, indem Klima- und andere Umweltkosten von den Fluggesellschaften internalisiert werden.

Bei Geschäftsreisen hat die Corona-Krise gezeigt, dass diese häufig durch Videokonferenzen ersetzt werden können. Da Reisen in diesem Segment kein Selbstzweck ist und zudem Kostenimplikationen hat, liegt es im Sinne des Klima-

17 Vgl. Mario Jandrovic/Doris Mandl/Friedrich Kapusta, Energiekennzahlen in Dienstleistungsgebäuden, Wien 2012.

18 Vgl. Stefan Gössling et al., Food Management in Tourism – Reducing Tourism's Carbon „Foodprint“, in: *Tourism Management* 3/2011, S. 534–543.

19 Vgl. Nils Jungbluth, *Umweltfolgen des Nahrungsmittelkonsums*, Freiburg/Br. 2000.

20 Vgl. John P. Reganold/Jonathan M. Wachter, Organic Agriculture in the Twenty-First Century, in: *Nature Plants* 2/2016, <https://doi.org/10.1038/nplants.2015.221>.

21 Vgl. Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten Rheinland-Pfalz, *Nachhaltige Ernährung – Was unser Essen mit Klimaschutz und Welternährung zu tun hat*, Mainz 2015.

22 Vgl. Dehoga (Anm. 16).

schutzes nahe, diese Praxis so weit wie sinnvoll beizubehalten. Ein Verzicht auf häufige Reisen mit dem Flugzeug ist zudem der Gesundheit förderlich.²³

Touristische Mobilität der Zukunft

Auch dem Umstieg auf klimaschonendere Verkehrsmittel kommt eine wichtige Rolle zu. Kurzstrecken, aber auch Mittelstrecken, zum Beispiel Reisen innerhalb von Europa, müssen zunehmend auf Bahn, Bus und gegebenenfalls Fähren verlagert werden, um die Treibhausgasemissionen zu senken. In mehreren Ländern gibt es mittlerweile Hochgeschwindigkeitszüge, die mit dem Flugzeug in Bezug auf die Reisezeit durchaus konkurrieren können. Auch Nachtzüge sind als Alternative konkurrenzfähig und kompletieren das Bahnangebot. Die Kosten dafür sind aber häufig höher. Hinzu kommen komplizierte Ticketsysteme bei den beteiligten Verkehrsträgern sowie unzureichende Informationen und infolgedessen ein mangelndes Bewusstsein dafür, dass man innerhalb von Europa auch ohne Flugzeug relativ schnell und komfortabel reisen kann. Um zu weitreichenden Verhaltensänderungen zu kommen, muss also nicht nur das Angebot verbessert werden – etwa durch den Einsatz grenzüberschreitender Nachtzüge und gute Verbindungen in Feriengebiete –, sondern auch die Preise müssen gegenüber dem Flugverkehr konkurrenzfähig werden. Die Europäische Union versucht mit ihrer derzeitigen Kampagne „European Year of Rail“, zumindest ein Bewusstsein für diese Möglichkeiten zu schaffen.²⁴

Eine besondere Herausforderung ist der Umstieg auf andere Verkehrsmittel als das Auto für ländliche Tourismusdestinationen. Touristische Mobilitätsbedürfnisse sind anders gelagert als die der Einheimischen. Spezielle Wanderbusse, Skibusse, Ausflugslinien oder Anrufsammeltaxis können dem Rechnung tragen. Gute Beispiele für nachhaltige touristische Mobilität in den Zielgebieten sind die Initiative „Fahrtziel Natur“ der Deutschen Bahn im Umfeld von Großschutzgebieten oder die „Alpinen Perlen“, ein Netzwerk von Tourismusgemeinden in den Alpen.²⁵

Neben der Verlagerung auf klimafreundlichere Verkehrsmittel, die je nach lokalen Gegebenheiten nicht immer machbar und bei Fernreisen praktisch ausgeschlossen ist, sind auch Energieeffizienz und die Umstellung auf erneuerbare Treibstoffe unverzichtbare Elemente der touristischen Verkehrswende. Viele Transportunternehmen versuchen bereits, durch den Einsatz neuer Technologien die Treibstoffeffizienz zu erhöhen. Vor allem in der Luftfahrt sind Treibstoffe ein wichtiger Kostenfaktor. Die bereits erzielten Effizienzgewinne wurden jedoch durch den gewachsenen Flugverkehr und im Automobilssektor durch größere Modelle wieder zunichtegemacht, sodass die Gesamtemissionen im Verkehrsbereich weiter gestiegen sind, auch im Tourismus.²⁶ Weitere Effizienzmaßnahmen wären ein optimiertes Verkehrsmanagement sowie eine bessere Auslastung von Verkehrsmitteln. Die Entwicklung von Sharing-Modellen ist ebenso notwendig, da sie es im besten Falle unnötig machen, ein eigenes Fahrzeug zu besitzen, wodurch auch die vorgelagerten Emissionen bei der Herstellung reduziert werden. Neue Informationstechnologien wie Online-Buchungsdienste und Smartphone-Apps tragen dazu bei, klimaschonendere Mobilitätsformen auch im Urlaub anzukurbeln.²⁷

Die Umstellung von fossilen auf erneuerbare Energiequellen in Form von E-Mobilität ist auch im Tourismus Teil der Verkehrswende. Gleichwohl ist zu berücksichtigen, dass Batterien andersgelagerte Umweltprobleme mit sich bringen. Am schwierigsten stellt sich der Einsatz erneuerbarer Energien im Flug- und im Schiffsverkehr dar. Hier befinden sich klimaneutrale Treibstoffe wie Wasserstoff oder *sustainable aviation fuels* noch in der Entwicklung. Ihre Herstellung erfordert große Mengen an Strom und ist deshalb nur dann sinnvoll, wenn dieser wiederum aus erneuerbaren Quellen stammt. Auch sind diese Verfahren derzeit noch mit sehr hohen Kosten verbunden. Mit einem Einsatz im größeren Maßstab ist daher erst in frühestens zehn Jahren zu rechnen – zu spät für die noch in diesem Jahrzehnt notwendige Energie- und Verkehrswende. Kompensationsmaßnahmen durch

23 Vgl. Scott Cohen/Joseph Kantenbacher, Flying Less – Environmental and Health Co-Benefits, in: Journal of Sustainable Tourism 2/2019, S. 361–376.

24 Siehe https://europa.eu/year-of-rail/index_de.

25 Siehe www.fahrtziel-natur.de und www.alpine-pearls.com.

26 Vgl. UNWTO/International Transport Forum, Transport-Related CO₂ Emissions of the Tourism Sector, Madrid–Paris 2019.

27 Vgl. Astrid Gühnemann/Agnes Kurzweil/Wiebke Unbehauen, Mobilität, Transport und Erreichbarkeit von Destinationen und Einrichtungen, in: Pröbstl-Haider et al. (Anm. 15), S. 49–74.

den Einsatz erneuerbarer Energien an anderer Stelle, durch Aufforstungen oder den Entzug von CO₂ aus der Luft (*direct air capture*) bieten begrenzte Möglichkeiten, die entstandenen Emissionen in einem Übergangszeitraum „auszugleichen“. Dennoch wird man im Flugverkehr um Kapazitätseinschränkungen nicht herumkommen, wenn man konsequenten Klimaschutz im Tourismus betreiben möchte.

Klimafreundliche Beherbergung

In Beherbergungsbetrieben ist die Einführung eines umfassenden Energiemanagementsystems ein zentraler Faktor zur Reduktion der Treibhausgasemissionen. Die höchsten Energieeinsparpotenziale liegen im Bereich der baulichen Substanz, etwa durch Wärmedämmung, architektonische Gestaltung sowie Energieeffizienzmaßnahmen bezogen auf die Raumwärme, das Warmwasser und die Beleuchtung.²⁸ Während das auf technologischen Effizienzsteigerungen basierende Einsparpotenzial – beispielsweise durch automatische Steuerungstechnik oder Kraft-Wärme-Kopplung – vielversprechend ist, muss auch ein besonderes Augenmerk auf mögliche steigende Energieverbräuche gelegt werden, die durch die gewachsenen Ansprüche der Urlauber*innen hervorgerufen werden können.²⁹

Klimafreundliche Gastronomie

Zentraler Ansatzpunkt für eine klimafreundliche Gastronomie ist die Gestaltung des Speisenangebots. Der klimaschonende Lebensmitteleinkauf und der Umgang mit diesen bieten einen Hebel, die Treibhausgasemissionen in Gastronomiebetrieben zu senken. Vereinfacht lautet die Formel dafür: die Auswahl möglichst klimaschonender Lebensmittel (weniger Fleisch, mehr Gemüse) und möglichst kurze Transportwege – das heißt regionale sowie saisonale und biologische Lebensmittel. Eine klimaschonende Einkaufspolitik erfordert aber auch Kooperationen zwischen regionaler Landwirtschaft, Lebensmittelgroßhandel und Gastronomiebetrieben, um den Aufbau regionaler Distributionsnetzwerke zu ermöglichen.³⁰

²⁸ Vgl. Jandrokovic/Mandl/Kapusta (Anm. 17).

²⁹ Vgl. Gössling/Peeters (Anm. 12).

³⁰ Vgl. Gössling et al. (Anm. 15).

BEDEUTUNG DER AKTEURE

Um Tourismus klimaverträglich zu gestalten, bedarf es des Zusammenspiels aller Akteure und Instrumente, von staatlicher Steuerung über das nachhaltige Management von Tourismusdestinationen und verantwortungsvollen Unternehmen bis hin zu den Verbraucher*innen und deren Reiseentscheidungen. In der Vergangenheit fokussierten ökologisch nachhaltige Tourismusstrategien vor allem auf die Verbraucher*innen. Man ging davon aus, dass deren in zahlreichen Umfragen immer wieder geäußertes Umweltbewusstsein³¹ zu einer entsprechenden Nachfrage führen würde, die von der Tourismuswirtschaft dann mit klimafreundlichen Produkten bedient werden würde. Gerade im Bereich Klimaschutz hat sich ein hohes Problembewusstsein bisher jedoch kaum in einem entsprechenden Reiseverhalten niedergeschlagen. Man spricht in der Wissenschaft von einem *attitude-behaviour gap*, also einer Diskrepanz zwischen Einstellung und Verhalten.³² Als Reaktion auf dieses Scheitern rein marktwirtschaftlicher Mechanismen setzt sich auch im Tourismus zunehmend die Einsicht durch, dass es staatlicher Eingriffe bedarf, um die Marktteilnehmer zur Senkung ihrer Treibhausgasemissionen zu bewegen.

Da Tourismus eine Querschnittsbranche ist und es in den meisten Ländern keine eigenständige Tourismuspolitik gibt, muss klimaverträglicher Tourismus zudem über andere Politikbereiche und Sektoren gesteuert werden, insbesondere die Verkehrspolitik und die Energiepolitik, aber auch die Baupolitik, die für touristische Unterkünfte relevant ist. Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass Tourismus häufig grenzüberschreitend ist, sodass nationale Regelungen allein nicht greifen und stattdessen internationale Politikinstrumente angewendet werden müssen.

Auf **internationaler Ebene** ist es dringend erforderlich, verbindliche Emissionsobergrenzen für den Flug- und den Schiffsverkehr zu etablieren und die schrittweise Einführung klimaneutraler Treibstoffe verpflichtend zu machen. Die

³¹ Vgl. etwa UBA/BMUB (Hrsg.), Umweltbewusstsein in Deutschland 2016: Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Dessau-Roßlau 2016.

³² Vgl. Ulrike Pröbstl-Haider/Nina Mostegel/Andrea Damm, Ableitung von Handlungsoptionen, in: Pröbstl-Haider et al. (Anm. 15), S. 225–251.

bisher existierenden Instrumente dafür sind unzureichend. Immerhin will die EU im Rahmen ihres „European Green Deals“ den innereuropäischen Flugverkehr stärker zu Emissionsreduktionen verpflichten.³³

Auf **nationaler Ebene** ist es wichtig, Rahmenbedingungen zu schaffen, die Anreize zur Reduktion von Treibhausgasemissionen bieten und Eigeninitiativen auf regionaler und persönlicher Ebene fördern. Rechtliche und normative Instrumente können die volle Anlastung der Klimakosten bei den Verkehrsmitteln zum Ziel haben – etwa durch die Besteuerung von Emissionen, wie sie in Form der CO₂-Steuer bereits angelegt wurde. Die Einnahmen aus Klimasteuern können wiederum dazu verwendet werden, insbesondere in ländlichen Destinationen öffentliche Verkehrsmittel zu fördern oder Tourismusbetriebe bei der Umsetzung von Maßnahmen zur Energieeinsparung und zum Umstieg auf erneuerbare Energie zu unterstützen.

Den **Tourismusdestinationen** mit ihren regional organisierten Tourismusverbänden kommt eine wichtige Rolle bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zu. Sie können Leistungsträger informieren und motivieren sowie branchenübergreifende Netzwerke bilden, die sich dem Klimaschutz widmen, vor allem im Bereich der Mobilität. Ein gutes Beispiel für solch ein Netzwerk ist die „Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele“, ein Zusammenschluss von Destinationen, der mit neuen Ideen die Nachhaltigkeit im Tourismus in Deutschland forcieren und verbreiten soll.³⁴

Tourismusbetriebe haben die Möglichkeit, Treibhausgasemissionen durch eine Veränderung ihrer Anlagen und ihrer betrieblichen Abläufe zu reduzieren und ihren Gästen damit einen möglichst klimaschonenden Urlaub zu ermöglichen, was auch Mobilität und Aktivitäten am Urlaubsort umfasst. Hier sind Netzwerke mit anderen Tourismusakteuren auch über andere Sektoren hinweg wichtige Drehscheiben zur Förderung einer klimaneutralen Produktentwicklung und Unternehmensführung, etwa zum

Abstimmen der Kapazitäten, zum Aufbau nachhaltiger Lieferketten oder zur Etablierung einer Kreislaufwirtschaft.

Schließlich sind auch die **Verbraucher*innen** selbst gefordert, klimabewusste Entscheidungen bei der Reiseplanung, der Wahl des Urlaubsortes, der Anreise, Unterkunft und den Aktivitäten vor Ort zu treffen und klimafreundlichen Anbietern den Vorzug zu geben. Hierfür bedarf es aber auch klarer Preissignale. Klimaschädliche Reiseformen müssen zukünftig teurer sein als klimafreundliche. Das bedeutet nicht, dass Reisen zu einem Privileg für Reiche wird, denn Energieeffizienz bedeutet auch Kosteneinsparung, sodass im Kurz- und Mittelstreckenbereich zukünftig kostengünstige und gleichzeitig klimafreundliche Alternativen zum Flugzeug und Auto zur Verfügung stünden.

Bedeutet all dies, dass der Tourismus verändert aus der Corona-Krise hervorgehen wird? Die Pandemie hat zumindest gezeigt, dass das bisherige Tourismusmodell, also das *old normal*, höchst vulnerabel ist. Einige Folgen der Pandemiebekämpfung, vor allem der weitgehende Wegfall auf Fernreisen zugunsten von Nahzielen, haben durchaus Ähnlichkeit mit den Vorstellungen eines radikalen Klimaschutzes, wenn auch unbeabsichtigt und verbunden mit massiven unerwünschten Nebenwirkungen auf die Volkswirtschaften tourismusabhängiger Zielgebiete. Auch wenn viele Tourismusunternehmen und Tourist*innen eine Rückkehr zu den vergleichsweise sorglosen Vor-Corona-Zeiten herbeisehnen, ist dies angesichts der immer deutlicher werdenden Folgen der Erderwärmung doch nur schwer vorstellbar. Ein *new normal* in Form eines nachhaltigen, klimaverträglichen Tourismus, wie er hier ansatzweise skizziert wurde, erscheint daher unumgänglich.

DAGMAR LUND-DURLACHER

ist promovierte Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlerin und Professorin für das Fachgebiet Tourismusforschung am Zentrum für nachhaltigen Tourismus an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.
dagmar.lund-durlacher@hnee.de

WOLFGANG STRASDAS

ist promovierter Landschaftsplaner und Professor für das Fachgebiet Nachhaltiger Tourismus sowie Leiter des Zentrums für nachhaltige Tourismus an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.
wolfgang.strasdas@hnee.de

³³ Vgl. Transport & Environment, What the EU Climate Plan Means for Aviation in the ETS, 23.7.2021, www.transportenvironment.org/discover/what-the-eu-climate-plan-means-for-aviation-in-the-ets.

³⁴ Siehe www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de/exzellenzinitiative.

Herausgegeben von der
Bundeszentrale für politische Bildung
Adenauerallee 86, 53113 Bonn
Telefon: (0228) 9 95 15-0



Redaktionsschluss dieser Ausgabe: 3. Dezember 2021

REDAKTION

Anne-Sophie Friedel
Julia Günther
Sascha Kneip
Johannes Piepenbrink (verantwortlich für diese Ausgabe)
Anne Seibring
Robin Siebert (Volontär)
apuz@bpb.de
www.bpb.de/apuz
twitter.com/APuZ_bpb

APuZ
Nächste Ausgabe
51-52/2021,
20. Dezember 2021

FLEISCH

Newsletter abonnieren: www.bpb.de/apuz-aktuell
Einzelausgaben bestellen: www.bpb.de/shop/apuz

GRAFISCHES KONZEPT

Charlotte Cassel/Meiré und Meiré, Köln

SATZ

le-tex publishing services GmbH, Leipzig

DRUCK

Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH & Co. KG,
Mörfelden-Walldorf

ABONNEMENT

Aus Politik und Zeitgeschichte wird mit der Wochenzeitung
Das **Parlament** ausgeliefert.
Jahresabonnement 25,80 Euro; ermäßigt 13,80 Euro.
Im Ausland zzgl. Versandkosten.
Fazit Communication GmbH
c/o Cover Service GmbH & Co. KG
fazit-com@cover-services.de

Die Veröffentlichungen in „Aus Politik und Zeitgeschichte“ sind keine Meinungsäußerungen der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). Für die inhaltlichen Aussagen tragen die Autorinnen und Autoren die Verantwortung. Beachten Sie bitte auch das weitere Print-, Online- und Veranstaltungsangebot der bpb, das weiterführende, ergänzende und kontroverse Standpunkte zum Thema bereithält.

ISSN 0479-611 X



Die Texte dieser Ausgabe stehen unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ
Namensnennung-Nicht Kommerziell-Keine Bearbeitung 4.0 International.



APuZ

AUS POLITIK UND ZEITGESCHICHTE

www.bpb.de/apuz