Warum wir reisen : theoretische Ansätze

Autor(en): **Rebernig, Christina**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde = Folklore suisse : bulletin de la Société suisse des traditions populaires = Folclore svizzero : bollettino della Società svizzera per le tradizioni popolari**

Band (Jahr): **97 (2007)**

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1003920

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Warum wir reisen – theoretische Ansätze

Die Entwicklung des Reisens bzw. des Reiseverhaltens ist geprägt durch die Gesellschaft und ihren Wandel. So wie die elitäre Bildungsreise junger Adliger zum 17. und 18. Jahrhundert gehörte, stellt der Massentourismus die Reiseform der Gegenwart dar. Diese Art des Reisens ist ein wichtiges Merkmal des modernen Tourismus. Jedoch rufen die Begriffe «Massentourismus» und «Massentourist» negative Vorstellungen wie «‹Herdentrieb›, Konsumhaltung, Verhaltens- und Geschmacksnivellierung»[1] hervor. Woher kommt diese ablehnende Haltung?
Als Arbeiter und Angestellte die Reiseziele der Privilegierten entdeckten und selbst bereisten, geriet besonders die Form des Massentourismus in Verruf. Die Elite konnte jedoch diesem Phänomen nicht unbeschränkt durch das Aufsuchen immer neuer Lokalitäten entfliehen und reagierte mit der Abwertung der anderen Reisenden. Der «herdenhaft» agierende Tourist ist nur ein elitärer Mythos, den sich um ihres Privilegs beraubte Bildungsbürger zur Strafe haben einfallen lassen.[2]
Dieser Artikel thematisiert das massenhafte Reisen als soziale Praxis der Gegenwart. Im Zentrum steht dabei das Individuum in den drei Phasen einer Urlaubsreise: vor, während und nach dem Ferienaufenthalt.

«Weg müssen»

Ausgangspunkt einer jeden Reise sind Motive, Bedürfnislagen und Erwartungen des Touristen. Reisen waren früher anspruchsvoll und gefährlich. Solch eine Beschwernis wurde nur aus bestimmten, dringlichen Gründen wie etwa Krieg, Hunger, Religion oder wirtschaftliche Miseren auf sich genommen. Der heutige Tourist reist im Allgemeinen nicht aus geschäftlichen oder religiösen Gründen, sondern will «abschalten», «die Seele baumeln lassen» oder «einfach mal nichts tun». Wir sprechen davon, Urlaub zu brauchen oder Ferien haben zu müssen. Immer häufiger machen wir Ferien und kehren nach wenigen Tagen Erholung wieder in den Alltag zurück, wo wir von den Erinnerungen an die schönste Zeit des Jahres zehren und wo nach kurzer Zeit das Bedürfnis nach Urlaub wieder anwächst.
Wenn uns äussere Umstände nicht zum Reisen zwingen, welche Einflüsse motivieren uns dazu? Fragt man Reisende, warum sie verreisen, antworten sie meistens «zur Erholung» oder «zum Vergnügen». Aber welchen Umständen entspringt diese Bedürfnislage?

Der Alltag liefert die Urlaubsmotivation

Es sind gesellschaftliche Voraussetzungen, welche die Urlaubsmotivation bestimmen. Die Antriebskräfte des modernen Tourismus liegen dabei im

1 Gyr: Tourismus und Tourismusforschung, S. 469.
2 Hlavin-Schulze, S. 163.

Alltag: Der Kontrast zum Alltäglichen ist eines der wesentlichsten Merkmale einer Urlaubsreise.[3] Alltag und Urlaub gehören zusammen und gleichen sich aus. Urlaub kann die Freiheitsbedürfnisse, Müdigkeiten und Spannungen des täglichen Lebens auffangen und somit eine Ventilfunktion haben. Erlebnisdrang, Bewegungslust, Ausgleich, Kontaktsuche, Anerkennungsstreben und auch die Lockerung fester Beziehungen in der Familie sind Bedürfnisse, die Touristen in den Ferien ausleben wollen.[4] Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Urlaub als positiver Gegenentwurf zum Alltag empfunden wird.

Reiseerwartungen

Aus den Motivationen des Touristen entwickeln sich die Erwartungen an die Urlaubsreise, wobei in der Regel die Erholung am wichtigsten ist. Die Erwartungen heutiger Massentouristen entstehen zumeist aus einem individuellen Gefühl der Entfremdung gegenüber der modernen Gesellschaft. Oft verschmelzen hierbei verschiedene Informationen, stereotype Vorstellungen, Wünsche und Träume zu einem diffusen Bild, wie es im anderen Land aussieht. Der Tourist sucht nach einer seine individuellen Bedürfnisse befriedigenden Authentizität, nach dem als unverfälscht empfundenen Leben, das er in der hektischen Industriegesellschaft verloren glaubt.[5] Nicht der Urlaubsort an sich ist das Ziel, sondern der Wunsch, das erhoffte Glücksgefühl (die «Urlaubsfreude») zu erreichen.[6] Falls die Touristen einmal authentische Erlebnisse gefunden zu haben glauben, fahren sie immer wieder an denselben Ort.

Zum Reisen motivieren also das Verlassen der gewohnten Umgebung sowie die am Reiseziel vermutete oder bereits erprobte Qualität.[7] Urlaub stellt somit einerseits einen Reflex auf die individuellen Alltagsrealitäten dar. Andererseits können Touristen, besonders durch ihr Verhalten während des Urlaubs, einen Kontrast zum Alltag herstellen.[8] Dies geschieht durch die Übernahme neuer Rollen und Rhythmen.

Reiseverhalten

Das Bedürfnis, die alltägliche Rolle abzuschütteln, führt in der schönsten Zeit des Jahres oft zu innerfamiliären Konflikten: Kinder möchten beispielsweise ab einem bestimmten Alter in den Ferien die Erwachsenenrolle ausprobieren und nicht weiterhin Ferien nach den Vorstellungen der Eltern machen.

Diese neuen Rollen produzieren nicht nur ein erhöhtes Konfliktpotenzial, sondern erzeugen auch eine gewisse Verhaltensunsicherheit. Während man sich im Alltag an die Fremdbestimmung gewöhnt hat, stehen einem im Urlaub unvermittelt täglich 24 Stunden zur individuellen Gestaltung zur

3 Ebd., S. 155.
4 Opaschowski, S. 36.
5 MacCannell, S. 36.
6 Opaschowski, S. 94.
7 Mundt, S. 122f.
8 Lutz, S. 229.

Verfügung. Vor Reisebeginn festgelegte Programme und Tagesabläufe tun hier Abhilfe. Noch einfacher ist es, Club-Urlaub zu machen. Hier wird ein Aktivitätenprogramm geboten, das dem Touristen wenig Zeit zum Nachdenken lässt.

Ein weiteres Merkmal touristischen Verhaltens ist seine Ritualisierung.[9] Rituale wie der Welcome-Drink bei der Ankunft im Hotel erleichtern dem Touristen den Übergang vom Alltag in die Urlaubszeit. Dagegen haben der Einkauf von Souvenirs für die Daheimgebliebenen, das Fotografieren von Sehenswürdigkeiten und der Versand von Postkarten einen sozialen Charakter. Sie dienen, wie Kommentare über Land und Leute am späteren Diaabend, der Anerkennung im sozialen Umfeld.

Diese Rollenwechsel und Rituale erleichtern die Distanzierung zum Alltag, welche sich auf verschiedenen Ebenen vollzieht: «Der Tourist konsumiert quantitativ mehr und hat ein anderes Zeitmanagement. Er versucht sich in einer lockereren und offeneren Selbstdarstellung. Auch werden im Urlaub Dinge unternommen, die häufig nur dort gelten: z.B. Museumsbesuche, Gruppenanschluss, Souvenirkauf, geführte Besichtigungen, Kartengrüsse, fotografieren, sportliche Betätigungen etc.»[10]

Die Reisenden bevorzugen eine sozial ausdifferenzierte Infrastruktur, wie beispielsweise im Club-Urlaub, welche die Ortsveränderung erleichtert. Somit müssen sie sich am Aufenthaltsort nicht in neue soziale Zusammenhänge einfügen, sondern finden ihren Ansprüchen gemässe Betreuung durch ein breites Angebot von Dienstleistungen. «Den Gästen wird so im bereisten Land nur wenig Anpassungsleistung abverlangt.»[11] Sicherheit verleiht dem Touristen auch die absehbare Rückkehr ins vertraute häusliche Umfeld.

Der Urlaub gibt dem Reisenden die Möglichkeit, sich den Normen und Verhaltenserwartungen seiner gewohnten Sozialbeziehungen für eine gewisse Zeit zu entziehen. In den Ferien hat das Verhalten eine andere Verbindlichkeit als daheim. So können neue Darstellungs- und Identitätsmuster ausprobiert werden. Die Ortsveränderung kann also – vorübergehend – die eine oder andere Rolle des Alltags aufheben. Die räumliche Entfernung zum Alltag bestimmt den Grad der Entlastung.[12]

Reiseerfolge

Der Bericht über den erfolgreich absolvierten Urlaub erhöht im sozialen Umfeld das Prestige, genauso kann aber ein missglückter Urlaub dieses schmälern. Probleme, welche das Urlaubsglück stark beeinträchtigten und an deren Behebung man scheiterte, werden in der Regel verschwiegen. So kämpfen auch Tourismusforscher beim Versuch, den Reiseerfolg zu ermitteln, mit dem Problem, dass die Mehrheit der Touristen ihren Urlaub als geglückt bezeichnet, die grosse Zahl der Reklamationen bei den Reisever-

9 Gyr: Shopping, Souvenirs und Spezialitäten, S. 224.
10 Ebd., S. 226f.
11 Ebd., S. 131.
12 Ebd., S. 161f.

anstaltern jedoch eine andere Sprache spricht.[13] Missglückte Reiseunternehmungen können nur schwerlich nach aussen eingestanden werden. Zu stark beeinflusst die soziale Kontrolle den Reisevorgang.

Unser soziales Umfeld wirkt nicht nur nach der Reise als Kontrollinstanz: Erzählungen von Verwandten, Freunden, Bekannten, Kollegen usw. gelten dem Reisenden als Massstab. «Ungefähr die Hälfte der Anregungen für bestimmte Urlaubsziele resultieren aus dieser Mundpropaganda. Bei der endgültigen Entscheidung für einen konkreten Urlaubsort spielt das Streben nach sozialer Anerkennung und Prestigegewinn eine wichtige Rolle.»[14] Erwartungen von Freunden und Familie beeinflussen also massgeblich die Verwirklichung unserer Ferieninteressen. Mit einer Reise lässt sich dem sozialen Umfeld signalisieren, dass man es zu etwas gebracht hat. Der Reisende fühlt sich seiner Herkunft oder seiner Lebensgeschichte verpflichtet, diesen oder jenen Ort aufzusuchen. Ein bestimmtes Land nicht besucht zu haben, kann vom Umfeld als Bildungslücke empfunden werden. Obwohl Reisen heute zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist, wird noch immer viel Wert darauf gelegt, damit den sozialen Status zu demonstrieren. Dazu distanziert man sich in der Regel verbal von der Massenhaftigkeit des Reisens oder vom Massentourismus,[15] indem man etwa darauf verweist, dass man an einem nicht-touristischen Ort war oder sich abseits der Touristenpfade bewegt hat.

Die Lebenswelten Urlaub und Alltag sind eng verflochten: Reisen und Ferien sind Fluchthelfer, Problemlöser und Glücksbringer. Was zu Hause unmöglich ist bzw. unmöglich geworden ist, soll die Reise bringen. Stress und Beziehungskonflikte als Preis dafür scheinen uns nicht vom Reisen abzubringen. Wir verreisen immer öfter und kürzer.

Christina Rebernig

Literatur:

Ueli Gyr: Tourismus und Tourismusforschung. In: Hermann Bausinger (Hg.): Grundzüge der Volkskunde, Darmstadt 1978, S. 469–489.

Ueli Gyr: Sightseeing, Shopping, Souvenirs und Spezialitäten. Symbole und Symbolkonsum in massentouristischer Sicht. In: Paul Michel (Hg.): Symbolik von Weg und Reise, Bern u.a. 1992 (Schriften zur Symbolforschung, 8), S. 223–240.

Karin Hlavin-Schulze: «Man reist ja nicht, um anzukommen» – Reisen als kulturelle Praxis, Frankfurt a. M. 1998.

Eva-Maria Kubina: Irrwege – Fluchtburgen. Modelle und Dimensionen zur soziologischen Analyse des Phänomens Massentourismus, Frankfurt a. M. 1990.

Ronald Lutz: Der subjektive Faktor. Ansätze einer Anthropologie des Reisens. In: Dieter Kramer und Ronald Lutz (Hg.): Reisen und Alltag. Beiträge zur kulturwissenschaftlichen Tourismusforschung, Frankfurt a. M. 1992 (Kulturanthropologie-Notizen, 39), S. 229–273.

Dean MacCannell: The Tourist. A New Theory of the Leisure Class, New York 1976.

Jörn W. Mundt: Einführung in den Tourismus, Oldenburg 1998.

Horst W. Opaschowski: Tourismus – eine systematische Einführung, Opladen 1996.

Paul Rieger: Die historische und die psychologische Dimension – Warum reiste man früher? Warum reisen wir heute? In: Hermann Ringeling und Maja Svilar (Hg.): Tourismus – das Phänomen des Reisens, Bern 1982 (Berner Universitätsschriften, 27), S. 9–23.

[13] Rieger, S. 13–15.
[14] Kubina, S. 177.
[15] Ebd., S.183.