

# Spanienbilder und Tourismus

Autor(en): **Kluser, Vera / Moser, Julia**

Objektyp: **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): **98 (2008)**

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1003903>

## **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.

### 13. Volkskundliche Studienreise

*Sie werden sich erinnern, dass wir im vierten Heft von 2006 Beiträge von Studierenden des Basler Seminars über deren Spanien-Exkursion in die Region Murcia abdruckten. Nun veröffentlichen wir den zweiten Teil dieser studentischen Berichte aus gegebenem Anlass: Die volkskundliche Reise dieses Jahres führt in die Region Murcia. Unter dem Thema «Geschichte und Gegenwart einer Gesellschaft im Umbruch. Erkundungen in der Region Murcia» werden die Teilnehmer in einer ersten Gruppe in der Karwoche und in einer zweiten Gruppe Mitte November das reiche historische und kulturelle Erbe und die aktuellen Probleme dieser südspanischen Region kennenlernen und «erfahren».*

*Bei dieser Gelegenheit soll auch auf eine Reise der Museen Graubünden hingewiesen werden, die im Mai nach Norwegen (Helgeland–Lofoten) führt und sich speziell den dortigen Museen widmet.*

*Informationen unter [www.museen-gr.ch](http://www.museen-gr.ch) oder bei Frau Marianne Fischbacher (Museum Surselva, Ilanz), Tel. 081 544 50 44, e-mail [post@museenland-gr.ch](mailto:post@museenland-gr.ch).*

## Spanienbilder und Tourismus

Sonne, Strand, Meer, Stierkampf, Paëlla, Tortilla, Sangria, Flamenco, Feste – diese Stichworte kommen so manchem in den Sinn, wenn er an Spanien denkt, und Touristen aus der ganzen Welt schicken Postkarten mit diesen Spanienbildern nach Hause. Überall, auch in Spanien selbst, dominiert die Aussage «Viva España!» Aber wie repräsentiert sich das Land selbst und mit welchen Bildern setzt es für die Werbung ein? Diesen Fragen wird im zweiten Teil des Textes am Beispiel der Region Murcia, die Ziel unserer volkskundlichen Exkursion war, nachgegangen. Der erste Teil behandelt vor allem das Fremdbild Spaniens aus der Sicht von Reisenden und den Wandel des Tourismus in historischer Zeit.

### Historische Spanienbeschreibungen

Vor kaum 100 Jahren war es noch eine heftig diskutierte Frage, ob Spanien überhaupt Teil Europas war. Doch seine Bedeutung als klassisches europäisches Reiseziel Europas war und ist unumstritten. Der Romanist Friedrich Wolfzettel vereint in einer Textsammlung historische Reiseberichte Spaniens, sie stammen von Schriftstellern und Historikern, von Kulturkritikern und Dichtern aus Europa, Nordamerika und Spanien selbst. Die Texte spiegeln unterschiedliche Bildungserlebnisse wider, Reisen ist als Bewegung und Erfahrung begriffen. Die europäischen Besucher treffen auf ein Land, in dem sie Pittoreskes und Farbigen, Exotisches und Abstossendes finden. Für die Spanier dagegen wird die Reiseerfahrung in ihrem eigenen Land zur Suche nach sich selbst. Wolfzettels gesammelte Texte stellen somit eine Ideologieggeschichte des Spanienbildes von der Romantik bis hin zum Bürgerkrieg dar.

In der Nachkriegszeit wurde durch den neuen touristischen Blick, der sich vor allem auf die Möglichkeiten des Strandurlaubs richtete, die Andersartigkeit Spaniens nicht mehr wahrgenommen. Diese war jedoch über Jahrhunderte hinweg wichtigster Bestandteil der touristischen Aussensicht, aber auch des spanischen Identitätsgefühls selbst gewesen. Gründe für diese Andersartigkeit Spaniens lagen etwa in der unvollständigen Herausbildung feudaler Strukturen infolge des arabischen Einflusses und der Reconquista, ausserdem im enormen Einfluss der katholischen Kirche, die bis zum Zweiten Vatikanischen Konzil sehr konservativ und dogmatisch war.

Der europäische Reisende des 19. Jahrhunderts suchte im Volkstum, in der Kunst und Geschichte Spaniens die Begegnung mit dem Fremden und empfand diese als Chance zur Selbsterfahrung in einer noch ursprünglichen Atmosphäre. Ein Beispiel dafür ist der Stierkampf, dem in vielen Reiseberichten von der Romantik bis heute eine Schlüsselrolle zukommt. Bekannt und literarisch fassbar geworden ist zum Beispiel Ernest Hemingways Begeisterung für den Stierkampf, der von zwei französischen Autoren als «Urform der Begegnung des Menschen mit der sinnlichen Welt» bezeichnet wird. Die Tauromachie birgt in sich eine mythische Dimension, die bereits in der Romantik gesehen wurde.

Diese Formel der Begegnung des Menschen mit der sinnlichen Welt lässt sich als Motto über einen Grossteil der Spanienreisen seit der Romantik stellen. Zwar gilt dieser Anspruch auch für andere Länder, die im 19. und 20. Jahrhundert exotische Sehnsucht verkörpern. Spanien nimmt innerhalb des europäischen Exotismus aber eine privilegierte Stellung ein, denn es gilt als Morgenland im Abendland. Spaniens Brückenfunktion zwischen Orient und Okzident ist ein zentraler Aspekt des modernen Spanien- oder genauer des Andalusienbildes.

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts verlagert sich das Interesse der Reisenden vom als farbig und lebhaft wahrgenommenen Andalusien nach Kastilien, wo sie auf der Flucht vor der Masse und Dichte der mitteleuropäischen Städte die Stille und Einsamkeit leerer Landschaften suchen. Der Reisebericht wird so gegen Ende des 19. Jahrhunderts noch einmal zur «bewusst subjektiven, existenziellen Initiation eines Ichs in die fremde Wirklichkeit», und Spanien gilt im Kontext des europäischen Symbolismus erneut als geheimnisvolles Land. Erst mit dem die Bilder und Eindrücke vereinfachenden Massentourismus der Nachkriegszeit,<sup>1</sup> vor allem ab den 1970er Jahren, ist Spanien – noch vor seinem Beitritt zur Europäischen Union – in der populären Wahrnehmung vollends zu einem europäischen Land geworden.

---

<sup>1</sup> 1950 reisten 750'000 Besucher aus dem Ausland nach Spanien ein, 1960 bereits über 6 Mio, 1995 über 58 Mio und 2000 über 74 Mio. Allerdings machen die sog. Exkursionisten – eine Besuchergruppe, die nicht im Land übernachtet (z. B. Portugiesen und Nordafrikaner auf der Durchreise, franz. Grenzgänger) – 35% davon aus. Die Zahl der eigentlichen Touristen lag 2001 bei knapp 50 Mio. (Quelle: Rafael Domínguez Rodríguez, *Der Tourismusboom und seine Folgen*, in: Bernecker/Dirscherl (Hg.), *Spanien heute*, Frankfurt a.M. 2004, S. 577–603, hier S. 579f.).

## Eigenbild Spaniens in der Tourismuswerbung

*Bienvenido a la Region de Murcia donde vive el sol*<sup>2</sup> – «Willkommen in der Region Murcia, wo die Sonne lebt.» Auf der Tourismushomepage der Region Murcia glänzen Bilder von sonnigen Stränden, der bedeutendsten Ressource der Region. Jedoch verbringen vor allem spanische Touristen, vorwiegend aus dem Grossraum Madrid, ihre Sommerferien an der Costa Cálida. Für Ausländer ist die Region oft nur eine Durchgangsstation, wie schon zu früheren Zeiten, wie man den historischen Reiseberichten entnehmen kann. Daher orientiert man sich zum Beispiel in Cartagena vor allem am nationalen Tourismus. Jedoch soll in Zukunft auch der internationale Tourismus gefördert werden. Zum Beispiel wurde die *Semana Santa* von Cartagena zu einem Event von internationalem touristischen Interesse erklärt. *Declarada de Interés Turístico Internacional*, verkündet der Prospekt der *Semana Santa* stolz.

Zurück zu Sonne und Strand. Die Prospekte der einzelnen Gebiete der Region, beispielsweise der Region Mar Menor und der Stadt Los Alcázares, sind sehr idyllisch gestaltet, wobei hauptsächlich Strand und Meer abgebildet sind. Im Prospekt von Los Alcázares steht immer wieder *en Los Alcázares*, um zu verstärken, dass man alle diese Aktivitäten wie «ausruhen, träumen, sich vergnügen» hier unternehmen kann. Die eher kleine Gemeinde möchte sich eine touristische Identität aufbauen, indem sie mit kulturellen Attraktionen wirbt. So sagte der Bürgermeister bei unserem Besuch, dass sie weniger auf die traditionellen Feste setzen und eher etwas für die Jungen machen wollen, wie zum Beispiel Musikkonzerte und ein Mittelalterfest. Im Prospekt wird auch darauf aufmerksam gemacht, dass während des ganzen Jahres touristische Anlässe stattfinden – ein Hinweis darauf, dass der Tourismus vor allem in der Küstenregion saisonabhängig ist; im Sommer multipliziert sich beispielsweise die Einwohnerzahl von Los Alcázares um das Zehnfache. Die Gemeinde will neben dem kulturellen auch den geschäftlichen und den Golftourismus steigern, der vor allem ausländische Besucher anlocken soll.

Um den Tourismus der Region Murcia im Allgemeinen weniger saisonabhängig zu machen, entwickelte die Region zusammen mit einigen Städten ein neues Vermarktungskonzept, das vor allem auf das kulturelle Erbe und die arabische Vergangenheit abhebt. Ausserdem sollen die Infrastruktur ausgebaut, die touristischen Produkte kommerzialisiert und Qualitätssysteme eingeführt werden. Dem Plan zur Verbesserung des Tourismus des Mar Menor beispielsweise ist zu entnehmen, dass die Region ein vortreffliches Klima, eine gute Wasserqualität und vor allem viele Seefahrtsangebote aufweist. Es wird auf die *Semana Santa* von Cartagena als bedeutendes kulturelles Ereignis verwiesen. Aber vor allem werden Sonne und Strand hervorgehoben. Diese Ressource ist vor allem für den nationalen und regionalen Familientourismus, auch für den Zweitwohnungstourismus, wichtig.

<sup>2</sup> [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es)

Ziele des kulturellen Tourismus sind vor allem Lorca, Cartagena und Murcia. In den Städten sollen die historischen Gebäude hervorgehoben werden. Zum Beispiel möchte die Stadt Cartagena ihre kulturellen Reichtümer wie Museen und geschichtliche Denkmäler anpreisen. So haben sie die Initiative *Cartagena, Puerto de Culturas* gestartet. Doch trotz der neuen Betonung des kulturellen Erbes stehen in der Region Murcia Sonne, Strand und Meer weiterhin im Zentrum der Tourismuswerbung.

Zum Schluss noch eine Beschreibung der Leute in Murcia. Im Gegensatz zu Aussagen aus Reiseberichten stammen diese von Einheimischen selbst.

*Die Menschen in Murcia sind ein ausgelassenes Volk, das stark mit dem Mittelmeer verwurzelt ist. Die Einwohner haben immer mit grosser Begeisterung ihre Volksfeste gefeiert. Die Feste der Region Murcia enthalten eine heftige Dosis von Show und Gefühl in ihrer reinsten Erscheinungsform.*<sup>3</sup>

Auf diese Textpassagen passt die im ersten Teil erwähnte Formel der «Begegnung des Menschen mit der sinnlichen Welt». Historische Spanienbilder, heutige Reiseberichte und die Beschreibungen der Spanier selbst sprechen sowohl vom Spanien der weiten Landschaften als auch vom bunten und belebten Spanien. Sich am Strand erholen und ausgelassen feiern, diese Vorstellung von Spanien zieht jedes Jahr so manchen Touristen ins Land der *sol y fiesta*.

Vera Kluser und Julia Moser

<sup>3</sup> [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es)