

Tourismus Kultur Theorie

Michael Zinganel

Die Tourismusindustrie stellt einen der bedeutendsten Wirtschaftszweige dar, der nicht nur die Reisenden, sondern vor allem auch die Arbeits- und Lebensbedingungen der Bereisten und DienstleisterInnen maßgeblich prägt. Tourismus setzt enorme Migrationsschübe und Transferleistungen frei: finanzielle, materielle, soziale und kulturelle. Seine »Entgrenzung« beschränkt sich dabei nicht auf die Erschließung immer weiter entfernter Destinationen, sondern tourismustypische Mechanismen dringen in zunehmendem Maße in den Alltag der Reisenden ein. Mit der Werteverstärkung von (abnehmender) Arbeit zu (zunehmender) Freizeit werden auch Konsumzonen außerhalb traditioneller Tourismusdestinationen nach den Mechanismen der touristischen Wertschöpfungskette transferiert. Professionelle Begehrensproduktion, zielgruppengerechte Inszenierungen, flexibilisierte Arbeitsverhältnisse, usf. durchdringen unseren Alltag. Tourismus gilt weltweit als Hoffungsmarkt, als Substitut anderer durch De-Industrialisierung entfallender Erwerbsmöglichkeiten und – vor allem auch für viele bislang marginalisierte Kulturen – als Chance, überhaupt an der Kaufkraft wohlhabender Kulturen partizipieren zu können.

Entgegen dieser »Entgrenzung« sind in der sozialräumlichen Realität den verschiedenen Akteuren sehr wohl Grenzen gesetzt. Es herrscht bei weitem keine Chancengleichheit (Baumann, 1997). Trotzdem dürfte auch für den Tourismus gelten, dass die Apparate der Machtausübung den Eigensinn der Subjekte nicht vollständig absorbieren können. Soziale Bewegungen, Subkulturen, künstlerische und politische Avantgarden, aber auch die vielfältigen Mikropolitiken des Alltags sollten in der Lage sein, Perspektiven und Handlungsspielräume zur Selbstermächtigung der Akteure zu eröffnen (von Osten, 2003).

Die Erforschung transnationaler Kulturtransfers in touristischen Erlebnissräumen und Arbeitswelten sollte daher unzweifelhaft ein erkenntnisreiches Unternehmen zum Verständnis einer im Wandel befindlichen Gesellschaft darstellen. Sie ist in besonderem Maße auf einen transdisziplinären Zugang angewiesen, der auch die Einbeziehung der betroffenen Akteure ermöglichen sollte. Dazu scheint zuallererst eine Diskursanalyse und -korrektur nötig, die den im deutschsprachigen Kulturbetrieb immer noch vorherrschenden Fokus von klassischer Kulturkritik auf einen performativen Zugang lenkt.

Kritik an Bild-Produktion und Blick-Diskurs

Seit den neunziger Jahren werden im deutschsprachigen Tourismusdiskurs verstärkt britische und angloamerikanische Visual Studies rezipiert. Von besonderer Bedeutung dabei ist John Urry, der 1990 in »The Tourist Gaze« (Urry, 2000) die Grundlage legt, Tourismus als Konsum von Zeichen und Bildern zu verstehen, das heißt als Abgleich der vor Ort erfahrenen Bilder mit jenen aus der Begehrensproduktion der Tourismusindustrie (vgl. auch Pagenstecher, Backes, 2004). Neben Prospekten und Katalogen sind daran auch andere Medien beteiligt: Literatur, Filme, Kunstwerke –

und nicht zuletzt die Fotos und Souvenirs der Reisenden selbst, die als Indizien der erfolgreichen Erfüllung ihres Begehrens im unmittelbaren Bekanntenkreis weiteres Begehren produzieren. Gerade diesem Kreislauf von professioneller Werbetext- und Bildproduktion, der Abdeckung mit den Bildern vor Ort, der Wiederabbildung der professionellen Bilder in touristischen Schnappschüssen und den Erzählungen unter Freunden und Bekannten zuhause schreibt der deutsche Soziologe Karlheinz Wöhler die zentrale Bedeutung bei der Konstruktion neuer Attraktionen zu: theoretisch lassen sich – ihm zufolge – *alle* Orte als touristische Attraktionen vermarkten, sofern signifikante Bilder geschaffen werden, diese Bilder der Begehrensproduktion am Zielort tatsächlich nachweisbar sind und der oben angesprochene Kreislauf in Gang gesetzt werden kann (Wöhler, 1997).

An der Hegemonie des Visuellen wurde bald heftige Kritik geübt: der Tourismusforschung sei unter dem Einfluss von Poststrukturalismus, Konstruktivismus und dem ›Cultural Turn‹ der Sinn für Materialität (und Materialismus) verloren gegangen: »Everything that was solid, was melted to the Air« (Haldrup u. Larsen, 2004)! Dabei würden auch die unmittelbaren körperlichen Erfahrungen weitgehend aus dem Diskurs ausgeschlossen. Der Körper sei aber nicht bloß ein Objekt der Werbung, der visuellen Begierde, sondern auch das zentrale bewegliche multi-sensuale Organ der touristischen Erfahrung oder des Erlebnisses – oder gar des Ekszesses (Gyr, 1994, Löfgren, 1999, Crouch, 2003).

Die Dominanz des Blickdiskurses tendiert zudem auch dazu, die Tourismusbranche als allmächtigen Apparat festzuschreiben und den Fokus der Forschung ausschließlich auf die Beziehung dieser Allmächtigen mit den von ihnen vermeintlich (fern)gesteuerten Reisenden einzuschränken. Dabei werden aber all die tatsächlich *frontstage* oder *backstage* arbeitenden DienstleisterInnen aus den Diskursen ausgeschlossen, die zum Einen die touristische Sehnsuchtproduktion mit vorantreiben und die zum Anderen die produzierten Verheißungen dann auch vor Ort erfüllen müssen. Sie stellen – so meine These – Schlüsselfiguren für einen Erkenntnisgewinn über die Mechanismen und Auswirkungen des transnationalen Kulturaustauschs dar. Ihre Beziehungen in den Betriebshierarchien oder zu Reisenden werden in der Regel auf eine passive Rolle reduziert: und zwar fast ausschließlich als Opfer. Dadurch droht der Tourismus-Diskurs wieder zu Positionen der klassischen Kulturkritik zurückzufallen, die Jahrzehnte lang von Hans Magnus Enzensbergers These dominiert wurde, dass die entfremdeten Arbeits- und Lebensverhältnisse in den Großstädten die Massen in die Flucht nach dem Versprechen authentischer Erfahrungen treibt (Enzensberger, 1958/1964), während umgekehrt AnthropologInnen und EthnologInnen die Überformung dieser vermeintlich authentischen Kulturen durch TouristInnen konstatierten und oft genug als wehrlose Auslieferung beklagten.

Wissenschaftliche Analysen über die realen Arbeits- und Machtverhältnisse innerhalb touristischer Betriebe oder zum Kulturtransfer zwischen Reisenden, Bereisten und DienstleisterInnen finden sich kaum, wobei hier vor allem die Ansätze über Kulturtransfers zwischen *hosts and guests* (Smith, 1977; Luger, 1996; Dworschak, 1998; Adler u. Adler, 2004) und zu Arbeitsmigration (Hall und Williams, 2002) eine Ausnahme bilden.

Frühe anthropologisch geprägte Arbeiten fokussieren ebenso wie das sozialpolitische Engagement tourismuskritischer NGO's fast ausschließlich auf (post-)kolonial geprägte Fernreiseziele, in denen die Differenz bezüglich Motiven und Machtverhält-

nissen zwischen Reisenden, Bereisten und DienstleisterInnen klar unterscheidbar scheinen. Die Mobilität der Beteiligten kann allerdings soweit gehen, dass heute in intensiv bewirtschafteten Tourismusressorts, in Südseeinseln wie in Alpendörfern, fast *alle* – Reisende *und* DienstleisterInnen – Fremde sein können.¹ Die Motivlage dieser »Fremden« kann sehr verschieden sein, sowohl seitens der TouristInnen als auch seitens der DienstleisterInnen: Anlässlich ihrer aktuellen Recherche in Luxusressorts auf Hawaii konstatierten die EthnographInnen Patricia und Peter Adler vier Gruppen von DienstleisterInnen, die sich bezüglich Geschlecht, Klasse, Ethnizität und Nationalität unterscheiden: schlecht bezahlte *new immigrants* für schmutzige anstrengende *low status jobs*, junge Einheimische ohne alternative Jobperspektiven, die *frontstage* das lokale polynesisches Flair garantieren, eine männliche gebildete Mittelschicht vom Festland im Management und so genannte *seekers*, meist jung und weiß, meist auch vom Festland, die sich ihren Paradiesaufenthalt, ihr Faible für Extremsport oder ihre Abenteuer durch Jobs in der Tourismusindustrie finanzieren wollen (Adler u. Adler, 2004).²

Interessanterweise waren es oft selbst in Tourismusregionen aufgewachsene AutorInnen und Filmemacher, die in den achtziger und neunziger Jahren ein radikal tourismuskritisches Subgenre der österreichischen Literatur begründeten und präzise Einblicke in die *backstage* Zonen der österreichischen Tourismusindustrie boten. (Paulus, 1988; Gstrein, 1888; 1992 u. 1995; Mitterer, 1991; später: Jelinek, 2002; Derflinger, 2002).

Der touristische Ereignisraum

Produktiver als sich auf den die 90er Jahre prägenden Begriff des »touristischen Blicks« (Urry 2000) zu konzentrieren, erscheint uns der Begriff der »Performanz«, der die neuesten Arbeiten der Tourismusforschung prägt (Edensor, 2000/2001; Coleman u. Crang, 2002; Baerenholt u. a., 2004; Sheller u. Urry 2004). Hier stehen nicht mehr Blickbeziehungen im Vordergrund, sondern die handelnden Akteure selbst, ihre Körper, ihre Bedürfnisse und Begierden, ihre Beziehungen und die räumlichen Settings, in denen diese erlebt oder erfahren werden. Aber auch hier ist der Fokus auf nur eine Gruppe eingeschränkt: auf die der Reisenden.

Um dieses Defizit aufzulösen, wird das abstrakte aber anschauliche Modell des »touristischen Ereignisraums« (Bachleitner u. Weichbold, 2000) eingeführt. Dieser ist als dreiecksförmige Beziehung in einem sozialräumlichen Zusammenhang vorzustellen, die zwischen Reisenden, Bereisten und DienstleisterInnen aufgespannt wird. In der Regel wird angenommen, dass die Reisenden den Ort ihres Alltagslebens verlassen, um ihnen Fremdes oder ihnen Fremde zu besuchen, während aus dem Blickwinkel der Bereisten und DienstleisterInnen vor Ort die Reisenden selbst als Fremde wahrgenommen werden. Während die Einen das Außeralltägliche suchen und ihren Bedarf nach Differenz auch auf die Bereisten übertragen, egal ob auf AlpenbewohnerInnen oder auf BewohnerInnen einer exotischen Trauminsel, organisieren die anderen den (saisonalen) Dienstleistungsalltag. Zwischen den Extremen »bedienen« oder »bedient werden«, der Bereitstellung von Ressourcen und deren Konsum gibt es jedoch ein breiteres Spektrum an Erfahrungen, mit unterschiedlichen Graden der Selbstbestimmung – allerdings kaum Forschungen, die diese Behauptung belegen.³

Dieser sozialräumliche Zusammenhang ist aber nicht nur auf den eigentlichen Urlaubsort beschränkt, sondern weit darüber hinaus wirksam: Nicht nur Touris-

tInnen reisen aus einem anderen Kulturraum an, sondern auch viele der DienstleisterInnen – ausschließlich zum Zwecke ihres saisonalen Arbeitsverhältnisses, in der Regel aus strukturschwachen Regionen mit signifikant niedrigerem Lohnniveau. Dabei werden Grenzen von Nationen, Nationenverbänden oder mitunter sogar von Kontinenten überschritten. Dabei kommt es sowohl zu parallelen als auch zu gegenläufigen Strömen von Arbeitsmigration und Tourismus: beispielsweise wenn GastarbeiterInnen aus dem Süden Europas und TouristInnen aus dem Norden gleichzeitig mit Zügen oder mit Autos auf der berühmten Gastarbeiterroute in die Ferien im Süden fahren; oder wenn deutsch-türkische Familien in den Ferien nicht mehr ihre ruralen Herkunftsorte besuchen, sondern statt der mühevollen Fahrt lieber einen Pauschalurlaub in einer Clubanlage am Mittelmeer buchen, wohin sie dann auch ihre Verwandten aus den Dörfern holen lassen.

Erweitern wir das Diagramm des Touristischen Erlebnisraums um die Reiseerfahrungen der anderen involvierten Akteure, dann zeigt es sich demnach bei weitem komplexer: Denn auch Reisende können womöglich an ihrem Heimatort selbst beieist werden oder als DienstleisterInnen dienen. Und auch Bereiste und DienstleisterInnen können reisen und dann Dienstleistungen beanspruchen oder Reisende mit ihren eigenen Quellkulturen konfrontieren.

An allen Destination stehen sich daher unterschiedliche Akteure in einem Konglomerat aus gegenseitigen Erwartungen, Hoffnungen und Sehnsüchten gegenüber: Eine »Quellkultur« der Reisenden trifft auf eine lokale »Zielkultur« der Bereisten, allerdings nicht unvermittelt, sondern in abgestuften Übersetzungen, die auch als Schutzfilter fungieren: eine mehr oder minder professionelle »Dienstleistungskultur« überlagert während der Hochsaison die »Alltagskultur« der Einheimischen. Die TouristInnen bringen eine eigene »Ferienkultur« mit, für die Inszenierungsformen und Riten ausgehandelt werden. Dabei entstehen wiederum spezifische »Interaktionskulturen«, die ihrerseits von »globalen Kulturen« überlagert werden können (Thiem, 1994; Schimany, 1997). Diese »globalen Kulturen« werden aber nur nicht im Sinne eines einseitigen Kolonisierungsprozesses von global agierenden Tourismus-Unternehmen importiert, sondern sie werden aus den transnationalen Medien- und Reise-Erfahrungen aller involvierten Akteure gemeinsam hergestellt.

Die Interaktionen zwischen Reisenden, Bereisten und DienstleisterInnen sind in der Regel streng ritualisiert, um Missverständnissen vorzubeugen. Die Choreografien der nötigen Rituale sind wiederum auf entsprechend taugliche Bühnen angewiesen, deren eine Seite der Inszenierung dient, deren andere der Vorbereitung der Inszenierung, dem Rückzug und der Rekreation.

Bühnenlandschaften als soziale Raumfolgen

Die Bühnenmetapher für die Tourismusforschung produktiv zu machen, ist keineswegs neu (siehe auch: Hennig, 1997; Herdin u. Luger 2001). Die Basis dafür bildet die Arbeit des Anthropologen Erwin Goffman (Goffman, 1959/1967), den eigentlich das Verhalten der bereisten indigenen Kulturen zu dem sie bereisenden Forscher interessierte. Dabei spielen die TouristInnen – wie er als Forscher – das Publikum in einer Inszenierung der einheimischen DarstellerInnen. Die Einheimischen würden auf der Bühne als freundliche GastgeberInnen agieren, die ihr »wahres« Leben hinter der Bühne verbergen. Während Goffman aber immer nur von jeweils einer Vorder- und Hinterbühne, getrennt durch einen Vorhang, spricht, erweitert MacCannel

dieses Modell in seiner Analyse zu einem mehrschichtigen Kontinuum von Bühnen und Hinterbühnen (MacCannell, 1976), in denen sich sowohl TouristInnen als auch Bereiste und DienstleisterInnen bewegen können. Beide sind dabei noch von der Sehnsucht und dem Glauben nach dem ›Authentischen‹ geprägt: Goffman vermutet es hinter der einzigen trennenden Kulisse. MacCannell hingegen räumt ein, dass es sich bei seinen aufeinander folgenden Bühnen um verschiedene Inszenierungsgrade von Authentizität handelt, die sich von einer oberflächlichen Inszenierung vor der allerersten, dem Publikum zugewandten Kulissenlandschaft bis hin zum ›wahren‹ authentischen Lebensraum der Bereisten spannt.

MacCannell löst die klassische bildungsbürgerliche Distinktion zwischen »intellektuellem Traveller« und »oberflächlichen TouristInnen« auf und ersetzt sie durch die unterschiedliche individuelle Fähigkeit einzelner Akteure, die touristischen Arrangements durchschauen zu können, hinter die Fassaden blicken zu können (Vester, 1997), und sich in der Folge auch unterschiedlich weit in die Bühnenkulissen hineinzuwagen. Und je tiefer die Reisenden dann in die gestaffelten Bühnenlandschaften eindringen, und desto widerständiger die Abgrenzungsstrategien der Einheimischen werden, desto mehr wird ihre Neugierde oder Sehnsucht gesteigert, dem *wirklich* Authentischen auf die Spur zu kommen. Umgekehrt können sich auch Bereiste und DienstleisterInnen zwischen den unterschiedlichen Kulissenlandschaften bewegen – allerdings nicht alle mit denselben Freiheitsgraden der Bewegung. Das Wissen der Einheimischen über das Leben *backstage* hinter der letzten Kulissenlandschaft und über die geheimen Wege, die dorthin führen könnten, zählen zu den klassischen Taktiken der Verführung.⁴

Die Entgrenzung der Bühnenlandschaft

Betrachten wir den gesamten touristischen Ereignisraum, und alle involvierten Akteure, dann stellen wir fest, dass Reisetätigkeit längst nicht mehr nur in *eine* Richtung stattfindet oder nur von einer Richtung ausgeht. Wenn demnach die touristische Sehnsuchtsproduktion sowohl in Richtung klassischer Zentren als auch in Richtung klassischer Peripherien abzielt, dann werden dem gemäß in den jeweiligen Reise-destinationen auch passende Bühnenlandschaften für die TouristInnen aus den anderen Quellregionen aufgebaut und entsprechende Inszenierungen angeboten. So wie für StädterInnen authentisches Landleben inszeniert wird, wird für LandbewohnerInnen authentisches Stadtleben inszeniert. Die Inszenierungen und ihre Bühnen wirken demnach in beide Richtungen. Sie spannen sich im gesamten touristischen Raum auf.

Nachdem aber in zunehmendem Maße an beinahe allen Orten touristische Attraktionen konstruiert werden, scheint sich die gesamte Landschaft zwischen Meer, Stadt und Bergen einschließlich ihrer Zwischenzonen immer mehr in eine komplexe Raumfolge von Bühnen und Hinterbühnen zu verwandeln. Sie umfassen die ganze Welt! Die Mechanismen der touristischen Sehnsuchtsproduktion machen dabei selbst vor den DienstleisterInnen nicht halt: auch ArbeitsmigrantInnen folgen Versprechungen nach Differenz, zumindest in Bezug auf bessere Erwerbsmöglichkeiten – aber das sind ganz sicher nicht die einzigen Träume, die sie veranlassen von zuhause aufzubrechen.

Dass es das »Authentische« dabei noch irgendwo geben könnte, wurde mittlerweile vielseitig dekonstruiert: nicht nur von postmodernen MedientheoretikerIn-

nen oder ErlebnissoziologInnen (Häussler; 1997; Gebhardt 2000), sondern auch von EthnographInnen (Beck u. Welz, 1997; Römhild, 2000), die in ihren neuen Studien untersuchen, wie diese »Authentizität« oder »Traditionalität« hergestellt wird, wie Authentifizierungsprozesse ablaufen und wer schlussendlich die Definitionsmacht hat, was als authentisch gelten darf und was nicht.⁵

Klassische oder liminoide Bühnenlandschaften

Was MacCannell in seinen historischen Analysen noch nicht erkannte, ist die Tatsache, dass nicht nur die bezahlten DienstleisterInnen für TouristenInnen Theater spielen, sondern auch die TouristInnen selbst. Für die Reisenden wird die touristische Erfahrung immer mehr zur kurzzeitigen, lustvollen Erprobung unterschiedlicher Identitäten oder zur intensiven Selbstinszenierung *on stage*, bei der Regressionsverfahren und karnevaleske Überschreitungen eine zentrale Rolle spielen (Spode, 1996; Hennig, 1997; Gebhardt, 2000). Gerade im Urlaub, in sicherer Distanz zum alltäglichen Lebensumfeld, wollen sie diesen Bedarf ausleben. Auch die *seekers* unter den DienstleisterInnen arbeiten genau aus diesem Grund in den Tourismusdestinationen. Dafür benötigen auch sie selbstverständlich Bühnen und Bühnenlandschaften, die über die Orte der klassischen Übergangsrituale zwischen Alltag und Ausnahmezustand weit hinausgehen. In diesen Bühnensituationen finden sich die Akteure als Objekt einer gesteigerten Aufmerksamkeit, die durch die Außeralltäglichkeit des Urlaubs noch verdoppelt erscheint. Tatsächlich gibt es an touristischen Destinationen konventionelle Bühnen zur Selbstdarstellung. Durch die Verdichtung von sozialen Akteuren mit ähnlichen Ambitionen sehen sich aber viele dazu ermutigt, sich – durch willkürliche Deklaration – ständig selbst neue tauglichere Bühnen zu eröffnen. Es ist dies im Gegensatz zum Regietheater eine lustvollere asymmetrische Taktik, die eine ständige Verlagerung des Schauplatzes und einen ständigen Wechsel zwischen Akteurs- und Zuschauerperspektive nach sich zieht.

Zum anderen wächst die Anzahl abgeklärter Meta-TouristInnen (Köck, 2004), die bereits alles und jedes als Konstruktion und Spiel zu durchschauen glauben, und daher auf Reisen ihren Lustgewinn vorrangig aus der Begutachtung der vorgeschetzten Inszenierungsqualität beziehen. Sie delectieren sich an der Lust zur Dekonstruktion, wie gut das »Authentische« wohl diesmal inszeniert wird, oder welche Skurrilitäten die Selbstinszenierungen der Identitäts-Übenden diese Saison anbieten mögen. Das alles darf durchaus auch »schlecht« sein – sofern es dabei ausreichend unterhaltsam und daher spannend ist.

Die touristischen Ereignislandschaften sind also keine Theater im klassischen Sinne mehr, die sich ausschließlich auf passiv konsumierende ZuschauerInnen richten. Die strenge Raumfolge von Zuschauerraum, Guckkastenbühne und Hinterbühne ist daher nur mehr ein Angebot unter vielen. Nichtsdestotrotz müssen um die neuen Bühnen technische und soziale Infrastrukturen bereitgestellt werden, muss die kritische soziale Dichte gewährleistet und eine animierende Atmosphäre garantiert sein. Und nichtsdestotrotz müssen Rekreationszonen für die (Selbst-)DarstellerInnen bereit stehen, in denen ausnahmsweise nicht permanent Theater gespielt wird, sondern bestenfalls Ruhe herrscht.

Für das Funktionieren dieser liminoiden Maschinerie arbeiten verschiedene Subjekte auf unterschiedlichen betrieblichen und sozialen Hierarchiestufen in verschiedenen Funktionen mit: Einheimische, MigrantInnen und jugendliche *seeker, back-*

stage oder *frontstage*, in der Werbung, als DramaturgInnen, RegisseurInnen oder SchaustellerInnen, in oder hinter der Bühne, im Catering oder nur in der Abwasch – die Einen in glamourösen Positionen, die Anderen unter elenden Arbeitsbedingungen, die Einen aus freien Stücken, die anderen, weil sich keine andere Chancen bot. Trotzdem muss es auch hier Perspektiven geben, muss neben der Bezahlung ein zusätzlicher Benefit zu lukrieren sein:

Tatsächlich können selbst die Bereisten – zumindest in eingeschränktem Maße – den Konsum der erwarteten Bilder stören, verweigern und unterlaufen, indem sie etwa eigene Gegenbilder entwerfen und anbieten. Sollten diese tatsächlich auf Akzeptanz bei den Reisenden stoßen, so werden sie in den Kreislauf der Sehnsuchtsproduktion integriert – vorerst vor allem von Eliten und Subkulturen bzw. in deren Kommunikationszirkeln, aber zumeist auch schnell von einem äußerst flexiblen und auf Differenzierung des Marktes ausgerichteten Tourismusmarketing.

Diese Erkenntnis steht dem konstruktivistischen Paradigma entgegen, demgemäß die Bildproduktion ausschließlich von den wenigen *Big Players* der Tourismusindustrie in den Metropolen initiiert, dominiert und kontrolliert wird. Die touristische Bildproduktion kann nicht nur maßgeblich dazu beitragen, tradierte kulturelle Hierarchien und Abhängigkeiten durch die Konstruktion des Anderen in postkolonialen Machtverhältnissen fortzuschreiben (Said, 1979), dieselbe Bildproduktion kann auch als Werkzeug des Widerstandes angeeignet werden (Said, 1994). Die touristische Erfahrung ist dabei nicht notwendigerweise nur unbewusste passive Unterwerfung unter ein Blickregime, unter autoritäre Arbeitsbedingungen oder einseitige Ausbeutungsverhältnisse, eine Dressur oder Massenchoreographie. Die touristische Erfahrung kann mitunter auch »widerständige« Praxis werden, wollen uns postmarxistische KulturwissenschaftlerInnen glauben machen (de Certau, 1988; Fiske, 2000; Crouch, 2002) – für TouristInnen mag das zutreffen, für DienstleisterInnen ist das allerdings noch zu beweisen.

Literatur und Filme

- Adler, Patricia; Adler, Peter (2004) *Paradise Laborers. Hotel Workers in the Global Economy*, Ithaca, New York.
- Bachleitner, Reinhard; Weichbold, Martin (2000) *Die multioptionale Gesellschaft. Von der Freizeit zur Tourismusgesellschaft*, Wien.
- Bachleitner, Reinhard (2001) *Alpentourismus. Bewertung und Wandel*, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.) *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Nr. 47/2001, vom 19. November 2001.
- Baumann, Zygmunt (1997) *Flaneure, Spieler und Touristen. Essays zu postmodernen Lebensformen*, Hamburg.
- Baumann, Zygmunt (1999) *Unbehagen in der Postmoderne*, Hamburg.
- Baerenholdt, Jurgen Ole; Haldrup, Michael; Larsen, Jonas; Urry, John (2004) *Performing Tourist Places*, Aldershot.
- Coleman, Simon; Crang, Mike (Hg.) (2002) *Tourism. Between Place and Performance*. Oxford.
- Crouch, David; Lübbren, Nina (HgInnen) (2003) *Visual Culture and Tourism*. Oxford, New York.
- De Certeau, Michel (1988) *The Practice of Everyday Life*, Berkeley.
- Derflinger, Sabine (2002) *Vollgas*, 35 mm Film, 95 min., A.
- Dworschak, Helmut (1998) *Inszenierte Authentizität. Zum touristischen Transformationsprozess kultureller Traditionen*, in: *Tourismus Journal* Jg. 2/1998.
- Edensor, Tim (2000) *Staging Tourism. Tourists as Performers*, in: *Annals of Tourism Research*,

- Vol. 27/ Issue 2, 2000, S. 322-344.
- Edensor, Tim (2001) Performing Tourism, Staging Tourism. (Re)producing Tourist Space and Practice, in: *Tourist Studies*, Vol. 1/ No.1/ 2001, S. 59-81.
- Ellmayer, Daniela (1996) *Fremder/ Gast. Zur Genese von Selbst- und Fremdbildern im Tourismus am Beispiel Bad Gastein*, Diplomarbeit zur Erlangung des Magistra-Grades an der Universität Salzburg.
- Enzensberger, Hans Magnus (1964) *Eine Theorie des Tourismus*, Frankfurt am Main.
- Fiske, John (2000) *Lesarten des Populären*, Wien.
- Gebhardt, Winfried; Hitzler, Ronald; Pfadenhauer, Michaela (HgInnen) (2000) *Events. Soziologie des Außergewöhnlichen*, Opladen.
- Goffman, Erving (1967) *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München.
- Gstrein, Norbert (1988) *Einer. Erzählung*, Frankfurt am Main.
- Gstrein, Norbert (1992) *Das Register. Roman*, Frankfurt am Main.
- Gstrein, Norbert (1995) *Der Kommerzialrat. Bericht*, Frankfurt am Main.
- Hall, Michael C.; Williams, Allan M. (Hg.) (2002) *Tourism and Migration. New Relationships between Production and Consumption*. Dordrecht.
- Häussler, Oliver (1997) *Reisen in die Hyperrealität. Baudrillard und das Problem der Authentizität*, in: Spode, Hasso u. a. (Hg.) *Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung Band 1/1997*.
- Hennig, Christoph (1997) *Jenseits des Alltags. Theorien des Tourismus*, in: Spode, Hasso u. a. (Hg.) *Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung Band 1/1997*.
- Hennig, Christoph (1997) *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*, Frankfurt am Main.
- Herdin, Thomas; Luger, Kurt (2001) *Der eroberte Horizont. Tourismus und interkulturelle Kommunikation*, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.) *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Nr. 47/2001, vom 19. November 2001.
- Jelinek, Elfriede (2002) *In den Alpen. Drei Dramen*. Berlin.
- Köck, Christoph (2004) *Kult und Metatourismus. Die Erlebnisse der Erlebnisgesellschaft*. In: Kagelmann, Jürgen; Bachleitner, Reinhard; Rieder, Max (Hg.) *Erlebniswelten. Zum Erlebnisboom in der Postmoderne (= Tourismuswissenschaftliche Manuskripte, 12)*, München und Wien, 88-95.
- Kolbe, Wiebke (2004) *Editorial*, in: Verein für kritische Geschichtsschreibung e.V. (Hg.) *WerkstattGeschichte. Heft 36, 13. Jg.*
- Lasansky, D. Medina; McLaren, Brian (HgInnen) (2004) *Architecture and Tourism. Perception, Performance and Place*, Oxford, New York.
- Luger, Kurt (2000) *Die Lebenswelt Jugendlicher in touristischen Bergregionen. Ein Vergleich zwischen Kids aus den Alpen in Österreich und dem Himalaya in Nepal*
<http://www.tourism-watch.de/dt/20dt/20.lebenswelten/index.html>
- MacCannell, Dean (1999) *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, New York.
- Mitterer, Felix (1991) *Die Piefke-Saga. Komödie einer vergeblichen Zuneigung*, Drehbuch, Innsbruck.
- Mundt, Jörn W. (2001) *Einführung in den Tourismus*, München.
- Pagenstecher, Cord (1998) *Enzensbergers Tourismusessay von 1958 – ein Forschungsprogramm für 1998?* in: *Tourismus Journal*, 2, 1998, S. 533-552.
- Paulus, Wolfram (1988) *Nachsaison*, 35 mm Film, 87 min., D.
- Said, Edward (1979) *Orientalism*, New York.
- Said, Edward (1994a) *Cultuur & Imperialisme*. Amsterdam.
- Said, Edward (1994b) *Identity, Authority and Freedom. The Potentate and the Traveller*, in: *Boundary 2/1994*, 21(3): 1-17.
- Schechner, Richard (1998) *Ritual und Theater. Rekonstruktion von Verhalten*, in: Andréa Belliger & David J. Krieger (HgInnen) *Ritualtheorien. Ein einführendes Handbuch*, Opladen.
- Sheller Mimi; Urry, John (HgInnen) (2004) *Tourism Mobilities, Places to Play, Places in Play*, London.
- Smith, Valene L. (Hgin) (1989) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, 2nd Edition, Philadelphia.

- Spillmann, Peter; Zinganel, Michael (Hg.) (2004) *Backstage*Tour*s. Reisen in den touristischen Raum, Graz.
- Spode, Hasso (Hg.) (1996) *Goldstrand und Teutonengrill*. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989, Berlin.
- Spode, Hasso (2003) *Wie die Deutschen »Reiseweltmeister« wurden*, Erfurt.
- Thiem, Marion (2001) *Tourismus und kulturelle Identität*, in: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.) *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Nr. 47/2001, vom 19. November 2001.
- Turner, Victor W. (1998) *Liminalität und Communitas*, in: Belliger & David J. Krieger (HgInnen) *Ritualtheorien*. Ein einführendes Handbuch, Opladen.
- Turner, Victor (1982) *From Ritual To Theatre*. The Human Seriousness of Play, New York.
- Urry, John (2002) *The Tourist Gaze*, London 2002.
- Vester, Heinz-Günter (1997) *Tourismus im Licht soziologischer Theorie*. Ansätze bei Erving Goffman, Pierre Bourdieu und der World-System-Theory, in: Spode, Hasso u. a. (Hg.) *Voyage*. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung Band 1/1997.
- Von Osten, Marion (2003) *Norm der Abweichung*, Zürich.
- Welz, Gisela (2000) *Multiple Modernities and Reflexive Traditionalisation*. A Mediterranean Case Study, in: *Ethnologia Europaea* 30, S. 5-14.
- Wöhler, Karl-Heinz (1997) *Imagekonstruktion fremder Räume*. Entstehung und Funktion von Bildern über Reiseziele, in: Spode, Hasso u. a. (Hg.) *Voyage*. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung Band 1/1997.

Anmerkungen

- 1 Kühtai in Tirol, einst Hochalm von Bauern aus der Gemeinde Sils im Inntal und Jagdgebiet der Innsbrucker Herrschaft, verwandelte sich nach 1955 – nach Selbstdarstellung – in Österreichs höchst gelegenes Schidorf mit mittlerweile 25 Beherbergungsbetrieben und 180.000 Nächtigungen jährlich. Trotzdem hat Kühtai nur 12 offiziell gemeldete Einwohner.
- 2 Ähnliche Typologien lassen sich durchaus auch in anderen Destinationen wieder erkennen, beispielsweise in den österreichischen Alpen, wenngleich in anderer Zusammensetzung: der Anteil an Frauen ist hier insgesamt bedeutend höher. Das Management rekrutiert sich vorrangig aus der einheimischen Mittelschicht, aus den Unternehmerfamilien selbst oder aus Absolventinnen von Hotelfachschulen. Vor allem unattraktive backstage Jobs werden vorrangig von SaisonarbeiterInnen aus Niedriglohnländern erledigt. Dazu zählen seit kurzem auch die BürgerInnen aus dem Osten Deutschlands, die traditionelle Saisoniers aus den Nachfolgestaaten Jugoslawiens ersetzen, die durch eine restriktive Arbeitsmarktpolitik verdrängt werden. BürgerInnen aus Nicht-EU-Staaten und aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten sind nur im Rahmen eines limitierten Saisonierkontingents zugelassen. Innerhalb dieses Kontingentes müssen BürgerInnen aus den neuen EU-Staaten bevorzugt werden, zumindest aber 50% Anteile erreichen. Alle diese Saisoniers können keinerlei Rechtsansprüche erwerben, sie haben das Land zwei Tage nach Beendigung ihres Arbeitsverhältnisses zu verlassen.
- 3 Der Autor kann sich dabei auf die Erfahrungen seiner Jugend in einer alpinen Tourismusdestination berufen. Vgl.: Ellmauer, Daniela (1996) *Fremder/Gast*. Zur Genese von Selbst- und Fremdbildern im Tourismus am Beispiel Bad Gastein, Diplomarbeit zur Erlangung des Magistra-Grades an der Universität Salzburg.
- 4 Wissen ist Macht, und seine Weitergabe will bezahlt werden. Das betrifft nicht nur die ökonomische Makropolitik der Tourismusindustrie, sondern auch die Mikropolitik des Alltags: *Fuck the Tourist!*
- 5 Ob beispielsweise von der lokalen Bevölkerung bewusst eine antizipierte Erwartungshaltung von TouristInnen bedient wird, was Gisela Welz als »reflexive Traditionalisierung« (Welz, 2000) bezeichnet, und ob andere kulturelle Äußerungen den TouristInnen ebenso bewusst vorenthalten werden.