

utb.

Kerstin Heuwinkel

Tourismus- soziologie

2. Auflage



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Psychiatrie Verlag · Köln

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main



Prof. Dr. Kerstin Heuwinkel lehrt Tourismussoziologie, nachhaltiges Tourismusmanagement sowie Kulturmanagement an der htw saar in Saarbrücken. Ihre Forschungsfelder sind Gesellschaft und Tourismus, Community-based Tourism und Gendergerechtigkeit im Tourismus.

Kerstin Heuwinkel

Tourismussoziologie

2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage

UVK Verlag · München

Umschlagabbildung: Pavliha · iStockphoto
Autorinnenfoto: © Mats Karlsson (für htw saar)

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage 2023
1. Auflage 2019

DOI: <https://doi.org/10.36198/9783838560373>

© UVK Verlag 2023

– ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.narr.de
eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: siegel konzeption | gestaltung
CPI books GmbH, Leck

utb-Nr.: 4923

ISBN 978-3-8252-6037-8 (Print)

ISBN 978-3-8385-6037-3 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-6037-8 (ePub)



Inhalt

Vorwort zur zweiten Auflage – Krisen als neue Normalität?	9
Vorwort zur ersten Auflage	11
1 Einführung	13
2 Entwicklung der Tourismussoziologie	19
2.1 Ansätze bei den Gründer:innen der Soziologie	20
2.1.1 Max Weber: Deutendes Verstehen	21
2.1.2 Karl Marx: Waren, Entfremdung und Kontrollverlust	26
2.1.3 Émile Durkheim: Anomie, das Heilige, Repräsentationen	29
2.1.4 Georg Simmel: Wandernder, Fremder, Reisebekanntschaft	31
2.1.5 Erving Goffman: Interaktion, Theater und Gender	34
2.2 Tourismussoziologische Werke	37
2.2.1 Leopold von Wiese: Zwischenmenschliche Beziehung	39
2.2.2 Hans Magnus Enzensberger: Theorie des Tourismus	40
2.2.3 Hans-Joachim Knebel: Strukturwandel im Tourismus	43
2.2.4 Tourismuskritik	44
2.2.5 Dean MacCannell: Moderne Pilger	46
2.2.6 Nelson Graburn: Tourismus als Ritual und Spiel	49
2.2.7 John Urry: The Tourist Gaze	51
2.2.8 Erik Cohen: Soziologie des Tourismus	54
2.2.9 Christaller, Butler & Co.: Destinationslebenszyklus	82
2.2.10 Arlie Hochschild: Emotionale Arbeit	90
2.2.11 Cynthia Enloe: »Making Feminist Sense«	92
2.2.12 Zygmund Bauman: Liquid Modernity	93
2.3 Methoden der Tourismussoziologie	97
2.3.1 Typologien und Klassifikationen	100
2.3.2 Vergleich	102
2.3.3 Beobachtungen	103
2.3.4 Repräsentative Befragungen	104
2.3.5 Einzelfallansatz: Reisebiografien	106

2.3.6	Expert:inneninterviews	107
2.3.7	Inhaltsanalysen	108
2.3.8	Fallstudien	109
2.3.9	Spurensuche	109
2.3.10	E-Methoden: Onlinebefragung und Netnografie	109
3	Soziologische Zugänge	113
3.1	Soziale Ordnung	115
3.2	System und Logik	117
3.3	Werte und Normen	123
3.4	Kultur und interkulturelle Begegnung	126
3.5	Rollen	127
3.6	Konstruktion, Performativität und Objectification	136
3.7	Feminismus und Genderforschung	139
3.8	Konflikte	145
3.9	Macht	148
3.10	Rituale	154
3.11	Devianz	160
3.12	Gruppen	162
3.13	Identität, Lebensstil und Körper	166
3.14	Mediale Darstellung	175
3.15	Umfeld, Objekte und Technologien	178
4	Tourismussoziologische Anwendungsfelder	185
4.1	Gefahren	187
4.2	Angst als Konsumgut – Emotionen im Tourismus	195
4.3	Begegnung mit Ungleichheiten	200
4.4	Logik des Tourismus	205
4.5	Gender und Tourismus	208
4.6	Tiere im Tourismus	217
4.7	Voluntourismus	224
4.8	Inszenierung: Körper und Identität	227
4.9	Gesundheit und Medizintourismus	234
4.10	Mediatisierung	238
5	Reisen ist soziales Handeln	245
	Literaturverzeichnis	249

Sachregister 270

Personenregister 273



Vorwort zur zweiten Auflage - Krisen als neue Normalität?

In Interviews wurde mir mehrfach die Frage gestellt, ob Tourismus vor dem Hintergrund der andauernden Krisen überhaupt noch möglich sei und wie die Zukunft aussehen wird. Eine Antwort darauf ist vielschichtig. Sie muss die Gründe des Tourismus beschreiben und erklären, warum Menschen reisen. Darüber hinaus muss auf die wirtschaftliche Abhängigkeit vieler Länder von den Einnahmen aus dem Tourismus eingegangen werden. Weiterhin ist zu zeigen, dass viele Krisen respektive der Umgang damit leider inzwischen zur Normalität geworden sind, und Menschen gelernt haben, diese auszublenden. Gerade das Reisen steht ja in der Tradition von Ausblenden und Ignorieren. Schließlich handelt es sich beim Tourismus als weltweiten Wirtschaftszweig um ein stabiles, interessengetriebenes System mit zahlreichen Absicherungsmechanismen, das kontinuierlich Angebote kreiert, die ein Vergessen ermöglichen.

Die Beschäftigung mit diesen Fragen ist in die zweite Auflage eingeflossen. Im Vordergrund standen ganz zu Beginn Überprüfungen und Ergänzungen. Die Notwendigkeit einer Überprüfung ergab sich zunächst aus der Corona-Pandemie, insbesondere den damit verbundenen Reisebeschränkungen, sowie den Hoffnungen auf einen »neuen« Tourismus. Wenig überraschend, hat sich kaum etwas geändert und das Geschäft mit dem Reisen hat wieder an Fahrt aufgenommen.

Ergänzungen ergaben sich vor allem aus eigenen tourismussoziologischen Überlegungen und der Suche nach Lücken in der Theorie. Eine dieser Lücken zeigte sich bei den grundlegenden Werken der Soziologie. Es fehlte der frühe Hinweis auf Konflikte und Erklärungsansätze für die scheinbar nicht zu stoppende Dynamik des Tourismus. Eine Antwort darauf gab *Karl Marx*, dessen Aussagen bereits in der ersten Auflage Beachtung fanden, allerdings nur in Fußnoten und Verweisen. Der kritische Blick wurde ergänzt durch die Aufnahme von *Cynthia Enloe* und *Arlie Hochschild* in den Theorieteil.

Schließlich fand eine sprachliche Aktualisierung mit dem Ziel der Verwendung einer nichtdiskriminierenden Sprache (bezogen auf Gender, Alter, Herkunft, sexuelle Orientierung, körperliche, geistige und soziale Fähigkeiten) statt. Eine Aktualisierung von Zahlenmaterial bedeutete aufgrund der Pandemie eine Herausforderung. An vielen Stellen sind Daten aus den Jahren 2018 und 2019 repräsentativer als aus den Jahren 2020 bis 2023. Das Literaturverzeichnis wurde ebenfalls ergänzt.

Unverändert ist mein Dank an die Menschen, die mich beim Schreiben begleitet und meine dem Schreiben geschuldete geistige Abwesenheit ertragen haben.

Köln, im Juli 2023
Kerstin Heuwinkel



Vorwort zur ersten Auflage

Dieses Buch soll ein Gefühl für die Möglichkeiten und Freude an der Auseinandersetzung mit der Vielschichtigkeit des Tourismus ausgehend von soziologischen Ideen vermitteln.

Es dient im Wesentlichen Studierenden aus Tourismusstudiengängen dazu, einen Überblick über soziologische Theorien und Konzepte mit Tourismusbezug sowie über explizite tourismussoziologische Arbeiten zu erhalten. Weiterhin können Studierende der Soziologie auf diese Weise den direkten Anwendungsbezug ihres Faches erkennen.

Die Kapitel bauen aufeinander auf und sollten chronologisch gelesen werden. In → Kapitel 1 werden zentrale Begriffe wie Tourismus und Tourismussoziologie vorgestellt und abgegrenzt. Definitionen und Abgrenzungen leiten über zur Darstellung der Entwicklung der Tourismussoziologie in → Kapitel 2. Dazu wird erstens in den klassischen Werken der Soziologie nach tourismusrelevanten Ansätzen gesucht. Zweitens werden ausgewiesene tourismussoziologische Arbeiten vorgestellt. Das Kapitel enthält ebenfalls eine Übersicht häufig eingesetzter Methoden. In → Kapitel 3 folgt die Klärung zentraler Konzepte, die einen soziologischen Zugang zum Tourismus ermöglichen. Konkrete Anwendungsfelder bilden den Inhalt von → Kapitel 4. Zu den Feldern gehören u.a. Angst als Konsumgut, Gender und Tourismus sowie Mediatisierung. »Reisen ist soziales Handeln« fasst die Erkenntnisse des Buches in → Kapitel 5 zusammen.

Ein Buch zu schreiben ist eine Reise – eine Reise in die Gedankenwelten anderer Menschen. Viele dieser Menschen sind nicht mehr am Leben, so dass ich nicht überprüfen konnte, ob meine Deutung ihrer Worte korrekt ist. Zum Glück konnte ich feststellen, dass die zentrale Person der Tourismussoziologie – *Erik Cohen*¹ – sehr lebendig und aktiv ist und weiterhin neue Themen des Tourismus aus soziologischer und anthropologischer Perspektive betrachtet. Auch wenn unsere Meinungen über den Tourismus an einigen Stellen voneinander abweichen, stimmen wir doch darin überein,

1 *Cohen* selbst sieht sich nicht als professionellen Tourismusforscher, sondern als Soziologen/Anthropologen, der, unter anderem, Tourismusforschung betreibt.

dass es sich bei Tourismus »[...] um einen dynamischen sozialen Prozess [handelt], der ständig zu neuer Problematik führt [und der] tief mit anderen sozialen Prozessen verwickelt [ist]« (Cohen, persönliche Nachricht, 2018).

Es ist meiner Meinung nach sehr wichtig, im Dialog zwischen Menschen über menschliches Handeln zu sprechen, Begriffe zu finden und unterschiedliche Erklärungsmuster auszuprobieren.

Es wäre schön, wenn dieses Buch einige Menschen in die Lage versetzen würde, sich an dem Gespräch über Tourismussoziologie zu beteiligen.

Herzlichen Dank an meinen Lektor Rainer Berger, der mich auf die Idee brachte, die Inhalte meiner Lehrveranstaltung als Ausgangsbasis für ein Buch zu nehmen. Dank auch an die Studierenden für die Kommentare, ihre Reaktionen und Diskussionen.

Alle weiteren Danksagungen erfolgen persönlich.

Saarbrücken, September 2018

Kerstin Heuwinkel



1 Einführung

Tourismus schwankt zwischen der »vergeblichen Brandung der Ferne« (Enzensberger, 1958) und der Kalkulation der durchschnittlichen Zimmerauslastung in einem Hotel, zwischen philosophischen Annahmen über die dem Menschen inne liegende Motivation zu reisen und betriebswirtschaftlichen Kennzahlen oder der geografischen Betrachtung räumlicher Strukturen.

Wissenschaftliche Publikationen reichen von den Emotionen eines Adventure Guides im Umgang mit den Tourist:innen bis zu den Auswirkungen des Prostitutionstourismus auf dörfliche Strukturen. Es werden sowohl Destinationen als soziale Systeme, Interaktionen zwischen Reisenden und Einheimischen als auch die Arbeitsbedingungen thematisiert. Neben theoretischen Konzepten werden empirische Studien durchgeführt.

Jeder der genannten wissenschaftlichen Zugänge zu dem Themenbereich Tourismus hat seine Rechtfertigung. In Deutschland überwiegen betriebswirtschaftliche sowie geografische Ansätze. In anderen europäischen Ländern hingegen wird Tourismus im stärkeren Maße aus der kulturwissenschaftlichen Perspektive betrachtet. Gründe dafür finden sich sowohl in der Geschichte des Tourismus als auch in den wissenschaftsinternen Logiken.

In diesem Buch wird Tourismus als gesellschaftliches Phänomen gesehen, das sowohl die Lebenswelten und Praktiken einzelner Menschen als auch Gruppen, Organisationen, Institutionen und Gesellschaften beeinflusst respektive aus diesen hervorgeht.

Beispielsweise kann gezeigt werden, dass die Motive und Formen des Urlaubs in Abhängigkeit von gesellschaftlichen Zuständen variieren. Zum einmaligen Jahresurlaub am Strand kommen Kurztrips in Städte hinzu. Wenn zwischenmenschliche Beziehungen im Alltag immer flüchtiger werden, steigt die Bedeutung des Familienurlaubs. Menschen, die von anderen Menschen enttäuscht sind, finden Ersatz in einem Haustier, das als Reisebegleitung fungiert.

Andererseits wirkt sich der Tourismus auf das natürliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Umfeld von Menschen aus. Touristische Aktivitäten verändern Lebenswelten und Lebenschancen, sie beeinflussen die Beziehungen zwischen Menschen und Teilaspekte ganzer Gesellschaften. Dieses gilt

sowohl für die Tourist:innen als auch für die Menschen in den Regionen, die besucht werden. Auch und gerade in Bezug auf das Verhältnis zwischen Tourist:innen und »Einheimischen« zeigen sich vielfältige Wechselwirkungen.

Trotz der Verflechtung von Tourismus und Gesellschaft fehlt bislang eine systematische wissenschaftliche Analyse ausgehend von soziologischen Theorien und Methoden. Ein Blick in die Literatur zeigt nur eine geringe systematische und kontinuierliche Anwendung soziologischer Theorien und Methoden. Vereinzelt sind Studien zu finden, die ausgehend von soziologischen Konzepten touristische Phänomene beleuchten. Die Ergebnisse werden kaum in einen theoretischen Zusammenhang gestellt. Tourismussoziologie als Disziplin kann – zumindest in Deutschland – nicht nachgewiesen werden.² Die explizite Nennung der Tourismussoziologie ist nur selten zu finden. Im Gegensatz dazu sind andere gegenstandsbezogene Soziologien wie die Medizin-, Medien-, Stadt-, Arbeits- und Organisationssoziologie fest in soziologischen Studiengängen verankert.

Viele Fragen, Unsicherheiten und Entwicklungen, die im Zusammenhang mit Tourismus diskutiert werden, könnten beantwortet werden, wenn wir uns häufiger auf die Schultern von Riesen (*Robert K. Merton*) der Soziologie stellen würden. Dabei soll es nicht darum gehen, alles zu erklären, sondern darum mit Theorien mittlerer Reichweite ein Orientierungswissen anzubieten und zu lernen, deutend zu verstehen (*Max Weber*) statt pauschal das Verhalten »der Tourist:innen« zu verurteilen.

Eine Formulierung von *Erik Cohen* (1979b) aufgreifend, soll der Platz des Tourismus in der Gesellschaft (*place of tourism in society*) bestimmt und hinsichtlich der daraus resultierenden Konsequenzen untersucht werden.

Im Mittelpunkt der Betrachtungen stehen somit die gesellschaftlichen Bedingungen und Wirkungen des Tourismus sowie des Menschen als gesellschaftliches Wesen, das sich bewusst und freiwillig von seinem Wohnort für eine begrenzte Zeit entfernt, um ... tja, gerade dieses *Warum* ist bereits eine zentrale Frage der Tourismussoziologie. Die Antworten darauf reichen vom Motiv der Flucht vor dem Alltag bis zu einer von vier möglichen Lebensformen, die für die Gegenwart charakteristisch sind (*Karl Marx, Zygmund Bauman*). Vielleicht ist es auch nur die Faszination des Aufbruchs oder das Quengeln der Kinder, die im Sommer nicht zu Hause bleiben wollen.

2 Zur Geschichte der Tourismusforschung und der (missglückten) Berücksichtigung der Soziologie vgl. *Spode* (2012).

Die Auseinandersetzung mit den Erklärungen zeigt, dass alle Antworten ein bisschen falsch und ein bisschen richtig sind.

Gesellschaft bietet einen Raum von Handlungsmöglichkeiten und sozialen Praktiken. Menschen greifen diese auf, variieren sie und spielen damit. Tourismus umfasst sämtliche Handlungen, die eine (freiwillige) und zeitlich begrenzte Entfernung vom üblichen Umfeld umfassen und die Elemente des Systems touristischer Dienstleister nutzen.



Abb. 1: Startpunkt eines Wanderweges

Soziologie

Soziologie versucht, »[...] soziales Handeln deutend zu verstehen und dadurch in seinem Ablauf und seinen Wirkungen ursächlich [zu] erklären« (Weber, 1980, S.1). Diese Formulierung ist nur eine von vielen, da die Soziologie wie jede andere Wissenschaft unterschiedliche Theorien, die zum Teil sehr widersprüchlich sind, umfasst. In → Kapitel 3 wird ausführlicher auf Perspektiven eingegangen. *Webers* Ansatz der verstehenden Soziologie eignet sich sehr gut als Einstieg für die Tourismussoziologie, weil er die Forschenden dazu zwingt, die Perspektive der handelnden Personen einzunehmen. Dadurch wird eine distanzierte und verurteilende Bewertung des Tourismus – insbesondere des Massentourismus – vermie-

den. Ebenfalls schulen *Webers* Idealtypen das analytische Vermögen. Um tiefer in die Schaffung von gesellschaftlicher Wirklichkeit und Interaktion zwischen Tourist:innen, Dienstleistenden und Einheimischen einzutauchen, sind interpretative und konstruktivistische Modelle erforderlich. Der methodologische Individualismus ist eine gute Ausgangsbasis, die jedoch um systemtheoretische Ansätze und Netzwerktheorien – insbesondere relationale Theorien und Akteur-Netzwerk-Theorien – ergänzt werden sollte.

Tourist:innen

Sprache verrät vieles. Wie lautet beispielsweise das Verb für Tourist:in? Was machen Tourist:innen, was ist ihre zentrale Handlung? Ein solches Verb existiert in der deutschen Sprache nicht. Vermutlich³ deswegen, weil davon ausgegangen wird, dass Tourist:innen ganz und gar Tourist:innen **sind**. Reisende hingegen sind Menschen, die reisen. Die Gegenüberstellung von Tourist:innen und Reisenden zieht sich wie ein roter Faden sowohl durch wissenschaftliche Publikation zum Tourismus als auch durch Reiseblogs und Zeitungsartikel.

Soziologie kann dabei helfen zu erklären, warum es diese Unterscheidung gibt, wie sie gesellschaftlich konstruiert wird, wie sie sich verändert und wie Menschen mit dieser umgehen. Die Aussage »Ich bin Reisende und keine Touristin« erfüllt einen Zweck. Sie distanziert die Person von anderen und stellt das eigene Handeln in einen anderen – vermeintlich besseren – Zusammenhang.

Bewegung, Ortswechsel und das Andere

Bewegung und Ortswechsel waren über Jahrhunderte ein Normalzustand für Menschen. Motiviert war dieses zumeist durch Mangel- oder Notsituationen. Es fehlte an Wasser und Nahrung für Menschen und Tiere oder Konflikte mit anderen Menschen machten eine Ortsveränderung erforderlich.

Ergänzend gibt es Hinweise darauf, dass das Verlassen eines Ortes nicht immer nur durch eine Mangelsituation bedingt war. Das Motiv der Neugier und des Entdeckens kam an vielen Stellen dazu. Sehenswürdigkeiten lockten Menschen an. Entdecker:innen, Abenteurer:innen und Wahnsinnige reisten an unbekannte Orte. Hinzu kamen militärische, religiöse und kommerzielle

3 Auch im Englischen findet sich kein zeitgenössisches Verb im Gegensatz zu *travel*.

Gründe. Auch die Gesundheit oder das Interesse an anderen Kulturen spielte eine Rolle.

Simmel (1903) spricht von »seelischen Gegensatztendenzen« (Soziologie des Raums). Das Konzept des Anderen, das im Tourismus erlebt werden kann, ist ein wiederkehrendes Motiv, das auf philosophische Ansätze zurückgreift.

Heutzutage ist der Ortswechsel in vielen Regionen der Welt habitualisiert. Es gehört dazu, in den Urlaub zu fahren und den längeren Sommerurlaub um Kurzreisen zu ergänzen. Die Dominanz der westlichen Welt verschiebt sich zunehmend in Richtung Asien und auch in afrikanischen Ländern entwickelt sich der Outbound-Tourismus.

Rahmenbedingungen

Die Art und Weise, wie Menschen reisen, ist abhängig von zahlreichen Einflussfaktoren. Technologische Entwicklungen vor allem im Transportwesen, politische Rahmenbedingungen und finanzielle Möglichkeiten beeinflussen, ob und wie Menschen reisen können. Darüber hinaus arbeitet die Tourismuswirtschaft daran, das Reisen zu vereinfachen. Interkontinentalflüge sind eine Selbstverständlichkeit und die Besteigung des Mount Everest ist inzwischen eine planbare Aktivität.

Eine zentrale Rahmenbedingung des Tourismus ist der Mensch an sich. Bedürfnisse, Interessen, Einstellungen und soziale Praktiken verändern sich. Noch basiert Tourismus darauf, dass Menschen entfernt vom üblichen Umfeld das Andere erleben. Dieses Andere kann der Strand von Westerland oder auch eine Dorfgemeinschaft in Simbabwe sein. Die Formel »Ich bin dann mal weg« bezieht sich aktuell noch auf die Lösung des Körpers vom Gewohnten. Durch soziale Medien wird jedoch die Loslösung reduziert. Ich bin zwar weg, aber weiterhin erreichbar.

Umkehrung?

Eine wesentliche Frage für die Zukunft wird sein, ob auch eine Umkehrung der Situation wie folgt denkbar ist: »Ich bin zwar hier, aber nicht erreichbar«. Wird also das Erleben der Differenz zukünftig durch eine Loslösung von den kommunikativen Strukturen erreicht?

Zweitens findet unter Umständen eine Umkehrung der Verhältnisse statt. Wenn »der Westen« im zunehmenden Maße eine »bereiste« Region wird, kann die Begegnung mit dem menschlichen Anderen im heimischen Umfeld

stattfinden. Fraglich ist, ob die Begegnung im eigenen Land als Erlebnis des Anderen empfunden wird. Hinzu kommt, dass sich die Machtverhältnisse und die üblichen Asymmetrien umkehren.

Vor der Diskussion von zukünftigen Entwicklungen steht im nächsten Kapitel zunächst der Blick zurück in die Soziologie und die Tourismussoziologie.

Umdenken!

Die Hoffnung darauf, dass »nach Corona« ein neuer und besserer Tourismus an die Stelle des alten rückt, war von Beginn an eine Illusion, die sowohl die Gründe des Reisens als auch die Macht der Tourismuswirtschaft unterschätzte. Selbst wenn sich die Einstellungen von Menschen langsam verändern und die Bereitschaft zu verändertem Konsum steigt, ist gerade beim Tourismus der Schritt zwischen Einstellungs- und Verhaltensänderung enorm. Solange alles erlaubt und vieles bezahlbar ist, liegt die Entschuldigung »Urlaub ist doch nur einmal im Jahr« sehr nahe. Aktuell mehren sich die Forderungen nach mehr Verboten und der Regulation touristischen Verhaltens.



Abb. 2: Beispiel eines Verbotsschilds



2 Entwicklung der Tourismussoziologie

Da der Begriff Tourismus erst um 1880 in England und seit 1960 in Deutschland gebraucht wurde,⁴ wird zunächst in klassischen Werken der Soziologie nach Ansätzen gesucht, die einen Bezug zum Tourismus haben, auch wenn der Begriff nicht explizit verwendet wird. Dem schließt sich eine Darstellung genuiner tourismussoziologischer Arbeiten an.

Wissen | Nähe zu anderen Themen

Tourismussoziologie hat eine große Nähe zur **Freizeitsoziologie**. Eine Gleichsetzung ist nicht zu empfehlen, da dadurch ein wesentliches Merkmal des Tourismus – der Aufenthalt in der »Fremde« – verloren geht. Weiterhin trägt der Tourismus im größeren Maße als die Freizeit eine eigene Wirklichkeit in sich, die sich von Arbeit und Freizeit sowohl kontrastiert als auch Elemente derselben integriert.

Eine weitere Verbindung besteht zur **Sportsoziologie**, da Sport den Menschen Situationen bietet, die »der modernen Arbeitswelt ein Kontrastprogramm entgegenstellen« (vgl. Bette, 2010). Allerdings ist die »Fremde« kein zentrales Element des Sports, auch wenn durch Sporttourismus (im weiten Sinne) Reisen zustande kommen.

Ethnologie, Ethnografie und **Anthropologie** haben mehrere Berührungspunkte mit der Tourismussoziologie, da diese die (fremden) Kulturen der Welt erforschen. Ethnologische Studien sind oft Grundlage für die Tourismussoziologie, da diese Aussagen zum Zusammenhang zwischen Kultur, Kulturwandel und Tourismus treffen. Ethnolog:innen wie *Lévi-Strauss*, *George Herbert Mead* und *Margaret Mead* waren zudem Reisende, die als Vorbilder für die Konstruktion der Reisenden in Abgrenzung von Tourist:innen benutzt werden.



4 Die Jahresangaben dienen der groben Orientierung, vgl. zur Entwicklung des Tourismus *Spode* (2003). Empfehlenswert ist ein Besuch des Historischen Archivs zum Tourismus (HAT) in Berlin.

2.1 Ansätze bei den Gründer:innen der Soziologie

Die **Soziologie** untersucht das Zusammenleben von Menschen in (modernen) Gesellschaften. Sowohl die Voraussetzungen als auch die Rahmenbedingungen menschlicher Gemeinschaften werden erforscht. Eine der zentralen Fragen ist dabei, wie soziale Ordnung möglich ist. Wie kann es sein, dass Menschen, die sich nicht kennen, in einem Wohnhaus, einer Stadt, einem Land zusammenleben und im Großen und Ganzen miteinander zurechtkommen? Wieso haben Menschen die Sicherheit, dass sich andere mit großer Wahrscheinlichkeit auf eine bestimmte Art und Weise und nicht anders verhalten? Wie gelingt es, dass neue Mitglieder einer Gesellschaft in diese integriert werden? Und schließlich: Wie kann sozialer Wandel erklärt werden? Wie tragen die Handlungen einzelner Menschen dazu bei, dass sich Verhaltensweisen und Erwartungen ändern?

Soziologische Theorien können grob danach unterschieden werden aus welcher Perspektive Gesellschaft betrachtet wird:

Die **Makrosoziologie** ist jene, die auf gesellschaftliche Strukturen und soziale Gebilde fokussiert. Beispiele sind Modernisierungsprozesse in Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Situation eines Landes.

Die **Mikrosoziologie** hingegen stellt die Individuen in den Mittelpunkt und fragt danach, wie sich der einzelne Mensch innerhalb der Gesellschaft orientiert und in dieser handelt. Im Mittelpunkt stehen Interaktionen zwischen Menschen und einzelne Handlungen, die einen Bezug zu anderen oder zur Gesellschaft haben. Ein Beispiel ist das Reiseverhalten eines Menschen in Abhängigkeit vom Umweltbewusstsein.

Hinzu kommen vermittelnde Ansätze, die das **Wechselspiel** von gesellschaftlichen Strukturen und (individuellem) menschlichem Handeln erklären wollen. So stellt *Elias* (1993) Verflechtungszusammenhänge und Machtbalancen in den Mittelpunkt seiner Theorie. Mit der Analogie des Spiels veranschaulicht er seine Aussagen.

Weiterhin steht eine verstehende Herangehensweise einer erkennenden gegenüber. Während die erste den Sinn des sozialen Handelns verstehen und dann erklären möchte, werden bei der zweiten Herangehensweise naturwissenschaftliche Methoden zur Aufdeckung (kausaler) Zusammenhänge eingesetzt.

Die Faszination und Herausforderung der Soziologie liegen darin, dass sie – vergleichbar mit der Psychologie – dem Menschen sich selbst vor Augen führt und zwar als ein soziales Wesen, das mit anderen Menschen in Beziehung(en) steht.

Zitat

»Wenn man verstehen will, worum es in der Soziologie geht, dann muß man in der Lage sein, in Gedanken sich selbst gegenüberzutreten und seiner selbst als eines Menschen unter anderen gewahr zu werden.«
(Elias, 1993, S. 9)

Da Soziologie Aussagen zu gesellschaftlichen Zuständen trifft, hat sie Einfluss auf die Gesellschaft. Sie bietet durch ihr Wesen als Mythenjäger (Elias, 1993) die Grundlage für die Aufdeckung sozialer Prozesse, die erklären, warum etwas »geworden« ist. Die Frage, ob sie Werturteile treffen und damit aktiv in gesellschaftliche und politische Prozesse eingreifen soll, ist umstritten. Nach Weber (1980) kann die Soziologie Werte zwar untersuchen und hinsichtlich einiger Aspekte wie Angemessenheit und Widerspruchslosigkeit bewerten, sie kann diese aber nicht in Form von Soll-Sätzen der Gesellschaft zur Befolgung nahelegen. Da Soziologie jedoch bspw. soziale Ungleichheiten thematisiert, handelt es sich um eine kritische Wissenschaft.

Die nachfolgenden Darstellungen ausgewählter klasischer Werke der Soziologie (Weber, Marx, Durkheim, Simmel, Elias und Goffman) beginnen alle mit einer Skizze der zentralen Konzepte. Dem schließt sich eine Diskussion der für die Tourismussoziologie relevanten Aussagen an. Die Auswahl basierte auf zwei Kriterien. Erstens sollten die Werke bereits in tourismussoziologischen Arbeiten behandelt worden sein. Zweitens flossen Erfahrungen aus Lehrveranstaltungen hinsichtlich eines guten Einstiegs in die Soziologie ein. Eine Einführung in die Theorien u.a. von Bourdieu, Giddens und Habermas erfolgt in → Kapitel 3 bezogen auf spezifische Themen.

2.1.1 Max Weber: Deutendes Verstehen

Max Weber (*1864 †1920) gilt neben Tönnies und Simmel als einer der drei Gründerväter der deutschen Soziologie. Sowohl die Herrschafts- als auch die Religionssoziologie gehen im Wesentlichen auf ihn zurück. Sein Werk »**Wirtschaft und Gesellschaft**« (1920) ist eine zentrale Publikation im Bereich der Wirtschaftssoziologie. Weitere Bereiche wie die Medien- und Musiksoziologie leiten sich aus Webers Werken ab.

Webers zentrales Konzept ist das **deutende Verstehen**. Demnach besteht die Aufgabe der Soziologie darin, »soziales Handeln deutend [zu] verstehen

und dadurch in seinem Ablauf und seinen Wirkungen ursächlich [zu] erklären« (Weber, 1980, S. 1). **Soziales Handeln** ist solches Handeln, »welches seinem von dem oder den Handelnden gemeinten Sinn nach auf das Verhalten anderer bezogen wird und daran in seinem Ablauf orientiert ist« (a.a.O.). Es ist das konstituierende Element der Soziologie als Wissenschaft.



Beispiel | Menschliches Verhalten, Handeln, soziales Handeln

Wenn ein Knall mich erschreckt und deswegen mein Arm hochzuckt, ist das ein **menschliches Verhalten**. Wenn eine Mücke um meinen Kopf schwirrt und ich den Arm in die Luft hebe, um sie zu verscheuchen, ist das **Handeln**. Wenn mein Sohn sich zu mir dreht und mir zuwinkt und ich ebenfalls den Arm hebe, um ihm zu winken, ist das **soziales Handeln**.

Nach *Weber* sind sich Menschen bewusst, dass sie ein Mensch unter anderen sind und sie nehmen in ihrem Handeln darauf Bezug. Sie orientieren sich an anderen, sie berücksichtigen die Reaktionen anderer und sie versuchen ebenfalls, das Handeln anderer zu beeinflussen. Schließlich versuchen sie, Handlungen anderer zu errahnen und Menschen variieren ihr Handeln entsprechend.

Weber (1980, S. 12ff.) hat vier **Idealtypen** des menschlichen Handelns formuliert. Diese sind konstruierte Begriffe, die wesentliche Aspekte des Handelns betonen und andere ausblenden. Die vier Idealtypen sind:

- das zweckrationale,
- das wertrationale,
- das affektuelle und
- das traditionale Handeln.

Das **zweckrationale Handeln** orientiert sich an als Erfolg definierten Zwecken unter Berücksichtigung der Außenwelt. Das **wertrationale Handeln** hingegen ist darauf zurückzuführen, dass die handelnde Person meint, dass dieses Handeln einen Wert an sich hat. Unabhängig vom Erfolg des Handelns hat dieses einen Wert. Im Gegensatz zu diesen beiden rationalen Typen des Handelns sind sowohl das affektuelle als auch das traditionale Handeln nicht offensichtlich sinnhaft, sondern sie ergeben sich durch unbewusste Vorgänge. Das **affektuelle Handeln** folgt Gefühlen und das **traditionale Handeln** eingelebten Gewohnheiten. Für den Tourismus sind das affektuelle und das traditionale Handeln von großer Bedeutung. Beispiele sind

spontane Reiseentscheidungen und Aktivitäten während einer Reise, für die sich ein Mensch ohne großes Nachdenken entscheidet. Urlaubsroutinen bezüglich der Wahl einer Destination oder Rituale im Urlaub sind ebenfalls prägend.

Wissen | Idealtypen

Webers Idealtypen können auf den Tourismus übertragen werden, indem idealtypische Konstruktionen touristischen Verhaltens formuliert werden. Empirisch ist touristisches Verhalten immer eine Mischform.

Zweckrationaler Tourismus: Es wird gereist, um etwas damit zu erreichen. Geschäftsreisen sind ein Beispiel für zweckrationalen Tourismus, da die Reise angetreten wird, um eine Konferenz, eine Messe, ein Partnerunternehmen oder Kund:innen zu besuchen. Weitere Beispiele sind Sprachreisen, Forschungsreisen oder auch gesundheitlich motivierte Reisen.

Wertrationaler Tourismus: Beim wertrationalen Tourismus hat die Reise an sich einen Wert. Menschen, die den Jakobsweg pilgern, verbinden damit einen religiösen Wert. Ein anderes Beispiel ist eine Reise zu berühmten Museen, um dort die Kunstwerke zu sehen. Ein weiterer Wert kann auch die Zeit mit der Familie oder eine Reise alleine sein.

Affektueller Tourismus: Die Reise wird durch eine aktuelle Gefühlslage beeinflusst. Dieses kann ein romantisches Wochenende oder eine spontane Fahrt ans Meer sein. Es besteht ein enger Bezug zur Loslösung und zum unkonventionellen Ausbruch aus der Routine.

Traditionaler Tourismus: Manche Familien reisen über Generationen hinweg in den Sommerferien an einen bestimmten Ort. Sie wohnen im selben Hotel wie immer und haben einen festen Platz im Restaurant. Es handelt sich um eine eingelebte Gewohnheit.

Weber ist selber öfter und für längere Zeit gereist, u.a. drei Monate durch die USA, hat das Reisen aber nicht explizit in seinen Arbeiten als Gegenstand der Soziologie thematisiert. Dennoch lassen sich mehrere Anknüpfungspunkte zum Reisen finden. Folgende Themen bieten sich an:

- [1] **Sinn:** *Weber* betont die Bedeutung der individuellen Motivation im Kontext sozialer Rahmenbedingungen. Um soziales Handeln zu verstehen, muss der von der handelnden Person damit verbundene Sinn aufgedeckt werden. Diese Herangehensweise ermöglicht eine Betrachtung touristischen Handelns aus der Sicht der handelnden Person.

Auf diese Weise kann von außen zunächst nicht sinnvolles Handeln nachvollzogen werden (→ Kapitel 3.11 Devianz)

- [2] **Deutendes Verstehen:** Das deutende Verstehen kann als Methode verwendet werden, um den mit sozialem Handeln verbundenen Sinn der Erholung, des Urlaubs, der Bildung etc. zu verstehen. Auch wenn Weber das deutende Verstehen mit einem kausalen Ansatz verknüpfte, kann es als Grundlage des interpretativen Paradigmas (→ Box S. 128) gesehen werden.
- [3] **Kultureller Kontext:** *Weber* hat die Wechselwirkungen zwischen den gesellschaftlichen Moralvorstellungen und dem Handeln von Menschen untersucht. So gibt es Gesellschaften, in denen strenge Verhaltensregeln herrschen, und andere, die den Menschen ein freieres, ungeplantes und genussfreudiges Leben erlauben. Daraus resultiert erstens, dass Gesellschaftsmitglieder sich hinsichtlich ihres Verhaltens unterscheiden. *Weber* (2017) analysiert in seinen religionssoziologischen Arbeiten, wie Moralvorstellungen die Interessen von Menschen, beispielsweise an der Natur oder dem Sport, beeinflussen können. Das puritanische Interesse am Sport hatte einen rationalen Zweck. Sport als Genuss und Freude wurde nicht akzeptiert. Zweitens hat die Kultur einer Gesellschaft maßgeblichen Einfluss auf die gesamte Stimmung innerhalb der Destination. Menschen aus »strengen« Kulturkreisen suchen in »lebensfrohen« Destinationen eine Entspannung. Somit ist der kulturelle Kontext sowohl für die Analyse der Tourist:innen als auch für die Betrachtung der Einheimischen und Gastgebenden relevant.
- [4] **Arbeitsethos:** Das Arbeitsethos ist ebenfalls kulturell bedingt und beeinflusst das Verhalten von Menschen im Alltag und im Urlaub. So gibt es Tourist:innen, die den Urlaub mit einer Arbeitslogik angehen: Die gesamte Reise wird komplett durchgeplant und eine To-do-Liste wird abgearbeitet. Nach der Rückkehr werden stolz die Erfolge der Reise präsentiert. Im Gegensatz dazu stehen Tourist:innen, die sich treiben lassen.

Webers Ansatz des deutenden Verstehens ist die Basis für eine sozialwissenschaftliche Herangehensweise an den Tourismus. Das Reisen ist demnach ein in gesellschaftliche Zustände eingebundenes Phänomen, das nur vor diesem Hintergrund erklärt werden kann. Tourismus sollte hinsichtlich

seiner kulturellen Bedeutung analysiert und von anderen Phänomenen abgegrenzt werden (Spode, 2012, S. 2).

Obwohl *Weber* ein sehr umfangreiches Werk hinterlassen hat, finden sich wenig tourismussoziologische Arbeiten, die seine Gedanken systematisch aufgreifen.⁵ *Dann & Cohen* (1991) haben auf mehrere Anknüpfungspunkte hingewiesen, die in einzelnen Publikationen aufgegriffen wurden.

Mody & Day (2014) nutzen *Webers* Idealtypen, um *Social Entrepreneurship* (soziales Unternehmertum) im Tourismus zu erklären und die dahinterliegenden Rationalitäten aufzudecken. Um am Gemeinwohl orientiertes Handeln zu erklären, reicht das rationale, auf individuellen Erfolg ausgerichtete Denken nicht aus. Nur unter Hinzunahme des wertrationalen Handelns kann erklärt werden, warum Unternehmen nicht die Gewinnerzielung in den Mittelpunkt stellen, sondern die Lösung sozialer Probleme.

Wissen | Social Entrepreneurship

Unter **Social Entrepreneurship** wird eine unternehmerische Aktivität verstanden, die sich für die Lösung sozialer Probleme einsetzt. Mit innovativen Ansätzen sollen auf eine pragmatische Art und Weise langfristig gesellschaftliche Missstände behoben werden. Beispiele für *Social Entrepreneurship* im Tourismus finden sich in der Beherbergung, bei Natur- und Abenteuerreisen, bei Kunst und Handwerk und beim Surfen. Beispiele finden sich auf der Website von *Social Entrepreneurship Competition in Tourism*.  <https://socialtourismcompetition.com/>

Roland Barthes (*1915 †1980) bezieht sich in seiner Analyse des »Blauen Führers« auf *Weber*⁶, da er die Vorlieben des Bürgertums für das Gebirge oder fruchtbare Ebenen auf bürgerliche Tugenden zurückführt.

5 *Hunziker* versuchte 1943, eine wissenschaftliche Fremdenverkehrslehre auf Basis von *Weber* und *Sombart* zu entwickeln. Dieser Ansatz ist jedoch widersprüchlich und unbestimmt (Spode, 2012, S. 6).

6 *Barthes* nennt allerdings nicht *Weber*, sondern *André Gide* namentlich, der den Alpenmythos mit der helvetisch-protestantischen Moral in Zusammenhang gestellt hat.

Zitat

»Nur das Gebirge, die Schlucht, der Engpaß und der Wildbach haben Zugang zum Pantheon des Reisens, sicher deshalb, weil sie eine Moral der Mühe und der Einsamkeit zu stützen scheinen.« (Barthes, 1996, S. 59)

Das Zitat beinhaltet einen Erklärungsansatz dafür, warum bestimmte Bevölkerungsschichten einen bestimmten Typ von Destination wählen. Demnach werden natürliche Begebenheiten gesellschaftlich gedeutet und in Übereinstimmung mit Werten gebracht. Die klare Luft, die mit dem Anstieg verbundene Anstrengung sowie der Gipfel als alles überragender Ort spiegeln bürgerliche Ideale wider. Die klare Luft steht für die Klarheit des Denkens, während der Gipfel Erfolg symbolisiert.

Weiterhin kann das Zitat so gedeutet werden, dass es innerhalb des Reisens Unterschiede gibt, die gesellschaftliche Unterschiede symbolisieren. So steht dem Pantheon (Sitz der Götter) die profane Ebene gegenüber.

Auch *Webers* Ideen zu Wirtschaft und Macht können in einzelnen Arbeiten nachgewiesen werden. (Heuwinkel, 2019) Trotz der zahlreichen Ansätze findet sich keine geschlossene auf *Weber* zurückgehende Tourismussoziologie.

2.1.2 Karl Marx: Waren, Entfremdung und Kontrollverlust

Das Werk von *Karl Marx* (*1818 †1883) ist trotz der Nichtvollendung (Neffe, 2018) äußerst umfangreich. Seit dem Erscheinen wurde es immer wieder äußerst kontrovers und oft selbst im wissenschaftlichen Kontext höchst emotional diskutiert. Im Umgang mit dem Werk ist eine deutliche Abgrenzung zwischen *Marx'* theoretischen Arbeiten und dem, was politische und wirtschaftliche Akteure unter dem Begriff des Marxismus daraus gemacht haben, entscheidend.

In den letzten Jahren finden die Arbeiten von *Marx*, insbesondere die frühen Schriften (Kommentar von Quante, 2009) und *Das Kapital* (2020 [1867]) wieder zunehmend Berücksichtigung in der deutschsprachigen Wissenschaft.

Der Kern von *Marx* Theorien ist der **soziale Konflikt** zwischen zwei sozialen Klassen (Bourgeoisie und Proletariat) und daraus resultierend der Wandel in industriellen Gesellschaften. Damit begründete *Marx* den soziologischen Begriff der **Klasse**, auch wenn er kein Soziologe war. Die