

**Cord Pagenstecher,
Enzensbergers Tourismusessay von 1958 –
ein Forschungsprogramm für 1998?
in: *Tourismus Journal*, 2. 1998, S. 533 – 552.**

(Die hier vorliegende Fassung weicht geringfügig von der Druckversion ab. Bitte zitieren Sie daher ggf. nach der gedruckten Fassung. Danke!)

Zusammenfassung

Auch nach 40 Jahren reibt sich die Diskussion noch immer an Enzensbergers Theorie des Tourismus. Allzu oft aber nutzt sie ihn nur als Zitatfundus für eingestreute Bonmots, ohne seine Thesen empirisch zu überprüfen. Nach einer Zusammenfassung der Hauptthesen diskutiere ich – anhand der Rezeption Enzensbergers – Inhalt und Entstehung der touristischen Leitbilder, ihre anthropologische, soziale und institutionelle Konstruktion sowie ihren historischen Wandel. Dabei zeigt sich: Der Essay ist zeitbedingtes Dokument und theoretisch übergreifender Syntheserahmen zugleich. Noch immer offeriert er ein vielfältiges Forschungsprogramm.

Abstract

Even 40 years after its first publication, Enzensberger's theory of tourism remains debated in Germany – but only there. Many authors, however, just use it as a comfortable quotation source without really discussing its hypotheses or testing them empirically. After a brief summary of the essay I discuss its reception, focussing on the content and origin of the central images leading tourism. Following Enzensberger and his critics, I analyse the anthropological, social and institutional construction of the tourist gaze as well as its historical development. Although being a time-bound document, the 1958 essay still yields a valuable theoretical synthesis and offers a manifold research programme.

I. Einleitung

Vor nunmehr 40 Jahren erschien Hans Magnus Enzensbergers Theorie des Tourismus (hier zitiert nach Enzensberger 1962). Noch immer reibt sich die tourismustheoretische Diskussion in Deutschland an diesem Essay; kaum ein Beitrag verzichtet darauf, eine seiner poetisch-griffigen Formulierungen über die „vergebliche Brandung der Ferne“ zu zitieren. Allzu oft aber wird der ‚Klassiker‘ nur als Zitatfundus für eingestreute Bonmots genutzt oder ob seiner gesellschaftskritischen Attitüde verdammt. Einseitig wird nur die These vom Tourismus als Flucht herausgepickt, ohne die vielfältigen Aspekte des Artikels zu beachten und seine Thesen empirisch zu überprüfen.

Nun halte ich eine Festrede oder gar Rehabilitierung Enzensbergers für unnötig. Vielmehr möchte ich die Tourismusforschung dazu anregen, den Artikel vier Jahrzehnte nach seinem Entstehen neu zu lesen. Ich beginne mit einer Zusammenfassung der Hauptthesen und vergleiche dann Inhalt und Entstehung der touristischen Leitbilder nach Enzensberger und anderen Autoren. Anschließend diskutiere ich – anhand der Rezeption Enzensbergers – die anthropologische, soziale und institutionelle Konstruktion sowie den historischen Wandel des touristischen Blicks.

II. Enzensbergers Tourismustheorie – Zusammenfassung der Hauptthesen

Enzensbergers Tourismuskritik beginnt mit einer Kritik an der Kritik: Insbesondere die Kritik an der Vermassung des Reisens sei häufig eine elitäre Reaktion von selbst Reisenden auf die Entprivilegierung bestimmter Reiseziele und -formen (S. 150ff.). Daß sie den Tourismus stets begleite, beruhe auf dessen strukturellen Wurzeln.

Der Tourismus habe sich parallel zur Entwicklung der bürgerlichen und der Industriegesellschaft entfaltet, wie diese am Anfang des 19. Jahrhunderts von England ausgehend. Seine Leitbilder, unberührte Landschaft und unberührte Geschichte, gingen auf die Freiheits-Projektionen der Romantik zurück, die eine Flucht vor der politischen Restauration nach der bürgerlichen Revolution, mehr noch vor der Entfremdung der Arbeitswelt verhießen. Die TouristInnen flöhen vor der Disziplinierung des Alltags in der Industriegesellschaft (S. 155ff.).

Dieser Fluchtversuch sei jedoch zum Scheitern verurteilt, denn der Tourismus als „Befreiung von der industriellen Welt hat sich selber als Industrie etabliert, die Reise aus der Warenwelt ist ihrerseits zur Ware geworden“ (S.160f.) . Der Tourismus sei charakterisiert durch drei Elemente jeder industriellen Produktion: Normung, Montage und Serienfertigung (S. 161ff.). Seit John Murrays *Red Book* von 1836 normierten die Reiseführer die Sehenswürdigkeiten, deren Besichtigung auf der vermeintlich zweckfreien Reise Pflicht sei. Seit Thomas Cooks Gutscheinheft von 1868 würden die genormten Reiseziele in Pauschalarrangements montiert; durch die ebenfalls von Cook eingeleitete Serienfertigung von Gruppenreisen habe die Massenproduktion des Konsumguts Tourismus begonnen.

Parallel zur Ausdehnung des Kapitalismus habe sich der Tourismus auf neue Schichten und neue Länder ausgebreitet und gerade in Deutschland „totalitäre“ Züge angenommen (S. 163f.). Individuelle und kollektive Ausbruchsversuche wie der Wandervogel oder die Campingbewegung seien stets mißlungen. „Wie der Igel im Märchen den keuchenden Hasen am Ziel des Wettlaufs immer schon höhnisch erwartet“, so

müsse die Flucht aus der Industriewelt am industriellen Charakter des Tourismus scheitern (S. 157). Dieses Schicksal erwarte auch den neuen, „radikalen“ Anlauf, „dem geheiligten Zeremoniell des *sight-seeing* [...] das *life-seeing*“ gegenüber zu stellen und nun Alltagsleben und Gastfreundschaft der Bereisten ins Zentrum des touristischen Interesses zu stellen (S. 164f.).

Insgeheim sei sich der Tourist seines Scheiterns bewußt. Daß er „im Grunde von der Vergeblichkeit seiner Flucht weiß, noch ehe er sie unternimmt“, mache seine „Trostlosigkeit“ aus (S. 167). Doch könne er seine Enttäuschung nicht eingestehen, denn neben der Freiheitsverheißung sei die Hebung des Sozialprestiges der zweite Hauptgrund des Reisens. Der Urlauber suche „nicht nur die Geschichte als Museum, nicht nur die Natur als Botanischen Garten, sondern auch gesellschaftliche Entrückung im Bilde des *high life*“ etwa eines luxuriösen Hotels (S. 166). Zuhause wiederum dienten Fotos und Souvenirs zum Beweis des Reiseerfolgs gegenüber den Daheimgebliebenen. Gleichzeitig bestätigten seine bunten Bilder die bunte Reklame der Tourismusindustrie. „Diese Bestätigung des Vorgespiegelten als eines Wahren ist die eigentliche Arbeit, die der Tourist ableistet.“ (S. 167)

Trotz seiner Vergeblichkeit sei der massenhafte Reisewunsch im Grunde eine ständige, allerdings unausgesprochene Kritik an den gesellschaftlichen Verhältnissen: „Jede Flucht aber, wie töricht, wie ohnmächtig sie sein mag, kritisiert das, wovon sie sich abwendet.“ (S. 167)

III. Zu negativ und oberflächlich – Ein gesellschaftskritischer Essay in der Kritik

Enzensbergers Essay ist in den vergangenen 40 Jahren viel kritisiert worden. Ich diskutiere zunächst die beiden grundlegenden Kritikpunkte, seine Tourismustheorie sei zu negativ und zu oberflächlich. Damit will ich den historischen Standort und heutigen Nutzen dieses gesellschaftskritischen Essays umreißen. Anschließend werde ich intensiver auf einzelne Gegenargumente und mögliche Weiterentwicklungen eingehen.

1. Der Standort: Bürgerliche Gesellschaftskritik von 1958

Abgelehnt wurde Enzensberger zum einen von denen, die meinen, Gesellschaftskritik habe in der Tourismustheorie nichts verloren: „Auch durch Enzensberger hat der Begriff des Massentourismus keine nähere Klärung erfahren, er ist in seinem Essay lediglich Terrain für eine allgemeine Gesellschaftskritik.“ (Scherrieb 1975, S. 58) Demgegenüber halte ich Wissenschaft per definitionem für kritisch und interessiere mich für den Tourismus nicht nur als Marketingfrage, sondern als allgemein-gesellschaftliches Phänomen. Um solch eine kritische Analyse geht es auch Enzensberger in seinen Betrachtungen zur ‘Bewußtseinsindustrie’: „Statt an ihr gebildet zu nörgeln, sollte man ihre Gesetzmäßigkeiten erforschen“ (nach Grimm 1984, S. 148).

Tatsächlich steht die Arbeit Enzensbergers im zeitgebundenen Kontext der gesellschaftskritischen Diskussion der fünfziger und sechziger Jahre. Sein Oberbegriff ‘Bewußtseinsindustrie’ erweitert Horkheimers Kritik an der Kulturindustrie. Gegenüber denen, die Enzensberger allzu rasch als „68er“ einordnen und abtun, scheint mir aber eine präzise zeitliche Einordnung wichtig: Wie immer Enzensberger zu den „68ern“ stand, sein Essay erschien 1958 und beschreibt demzufolge den bürgerlich geprägten

Tourismus der späten fünfziger Jahre. Trotz seiner teilweise erstaunlichen Hellsichtigkeit ist er ein zeitbedingtes Dokument.

Die negative Grundhaltung Enzensbergers mißfällt auch Hennig; er betrachte vor allem die TouristInnen selbst zu sehr „mit heruntergezogenen Mundwinkeln“ (Hennig 1997a, S. 36). Hennig bestreitet insbesondere das zwangsläufige Scheitern, die Vergeblichkeit des touristischen Ausbruchs. Viele Reisende seien durchaus nicht enttäuscht, sondern erlebten im Urlaub „die Gefühle der Freiheit, des Genusses, der erhöhten Lebensintensität“. Enzensbergers Fluchttheorie ignoriere die subjektiven Glückserfahrungen der Reisenden; „von der *Faszination* des Reisens weiß sie nichts“ (Hennig 1997b, S. 72).

In der Tat scheint Enzensberger die „Trostlosigkeit“ der TouristInnen zu stark zu betonen. Hennig erklärt dies aus der puritanisch-genußfeindlichen Tradition der Tourismuskritik, ja, der Wissenschaft überhaupt. Ist Enzensberger ein typischer deutscher Intellektueller, noch immer der protestantischen Askese-Ideologie des Bürgertums unterworfen? Das würde erklären, wieso er in der postmodernen Erlebnisgesellschaft, in der die „fröhliche Wissenschaft“ gefordert wird (Spode 1997a, S. 11), auf wenig Verständnis stößt, ja als „gekränkter Kulturbeauftragter“ verspottet wird (Luckscheiter 1998). Für eine historische Wissenschaftssoziologie der Tourismusforschung ist es vielleicht noch zu früh; gewiß aber kann man die Enzensbergersche Theorie besser einschätzen, wenn man sich ihrer Verankerung im Bürgertum der unmittelbaren Nachkriegszeit bewußt ist – Andersch schrieb 1958 über Enzensberger: „Fast alle großen Begabungen entstehen aus kleinbourgeoisem Zusammenbrüchen.“ (Andersch 1970, S. 9)

2. Der Nutzen: Eine Essay als Syntheseskizze

Der zweite grundlegende Einwand gegen den Enzensberger-Aufsatz, diese „Theorie des Tourismus“ sei zu feuilletonistisch, mag eher gerechtfertigt sein. Tatsächlich ist sie 'nur' eine „Gelegenheitsarbeit“ (Hennig 1997a, S. 36) eines „Schriftstellers“ (Spode 1995, S. 110).

Enzensberger ist kein Tourismusforscher. Seine vielfältigen Themen und Stile machen Enzensberger zu einer im besten Sinn des Wortes schillernden Schriftsteller-Persönlichkeit. Kritiker und Kollegen ordneten ihn ein zwischen Adorno und Tucholsky (Baumgart 1970, S. 133), zwischen Bucharin und Lord Byron (Peter Demetz, nach Grimm 1984, S. 139) oder zwischen Clemens v. Brentano, Theodor Adorno und Fidel Castro (Grimm 1984, S. 140). Obwohl er sich mit so unterschiedlichen Themen wie Cuba, Mathematik oder Migration beschäftigt hat, läßt ihn doch der Tourismus nicht ganz los; eine neuere 'Gelegenheitsarbeit' erzählt von den schlimmsten Reisen der Welt (Enzensberger 1995). Würde man akademischen Titeln Wert zumessen, so wäre daraufhinzuweisen, daß der 'Schriftsteller' über den Romantiker Brentano promovierte. Das wäre aber kaum werkgerecht: „Was Dr. Enzensberger überhaupt nicht mag, ist die Wissenschaft. Ordinarien sind ihm beinahe so verhaßt wie Leitartikler, die Sprache der Soziologen ist kurios, und die Ökonomie liest aus dem Kaffeesatz.“ (Lepenies 1984, S. 336)

Hier geht es nun nicht um eine Gesamtwürdigung des vielgescholtenen, vielzitierten „erfolgreichen Sisyphos“ (Glaser 1977). Vielmehr wird nur sein Tourismusessay auf seine Brauchbarkeit für die Tourismusforschung hin abgeklopft. Enzensbergers literari-

sche Stärke, seine „mozartisch schwerelose [...] Hand“ (Andersch 1970, S. 11), ist zugleich seine wissenschaftliche Schwäche: Ein brillant formulierter Essay kann und will keine theoretisch ausgefeilte und empirisch fundierte Gesamtdarstellung sein. Er könnte aber eine Leitlinie dafür bilden, wenn die Tourismusforschung ihn nicht nur als beliebten Zitatfundus für eingestreute Bonmots nutzen würde, sondern sich ernsthaft mit seinen Thesen auseinander setzte und sie empirisch zu überprüfen suchte. Das wurde jedoch trotz des häufigen Bezugs auf Enzensberger bislang selten unternommen.

Im Ausland ist Enzensbergers Tourismustheorie – im Gegensatz zu anderen Werken – überhaupt nicht rezipiert worden. In Deutschland sind nur bestimmte Aspekte seiner Theorie herausgegriffen worden, insbesondere die Fluchtwurzel und die industriell-manipulative Normierung des Tourismus. Inhalt und Konstruktion der touristischen Leitbilder und die Bedeutung des Sozialprestiges sind dagegen weniger thematisiert, geschweige denn empirisch untersucht worden.

IV. Die Leitbilder des touristischen Blicks und ihre historische Entstehung

1. Unberührte Natur und Geschichte – die Leitbilder der Romantik (Enzensberger)

Enzensberger stellt die beiden Leitbilder der 'unberührten' Landschaft und der 'unberührten' Geschichte ins Zentrum des touristischen Blicks. Nur en passant erwähnt Enzensberger zwei andere Leitbilder, den Luxus und das *life-seeing*. Die romantischen Leitbilder entstanden mit der Entwicklung der bürgerlichen und Industriegesellschaft; sie wurzeln in den Freiheits-Projektionen der Romantik, die eine Flucht vor der politischen Restauration nach der bürgerlichen Revolution, mehr noch vor der industriellen Arbeitswelt verhießen. In aller Kürze skizziert Enzensberger hier, wie politik-, wirtschafts- und alltagsgeschichtliche Veränderungen, kunst- und literaturgeschichtlich vermittelt, mentalitätsgeschichtliche Reaktionen hervorriefen. Aus der Fülle der damit verbundenen Forschungs- und Deutungsfragen, die einer genaueren Diskussion bedürften, sind einzelne Aspekte von anderen Autoren genauer interpretiert worden.

2. Der Blick zurück – die Entstehung der 'Zeitreise' (Spode)

Auch für Spode steht die unberührte Vergangenheit im Zentrum des touristischen Blicks. Er greift Gedanken Foucaults auf, wenn er anregt, „den Tourismus als freiwillige, gefahrlose und scheinbar zweckfreie Reise in die Vergangenheit zu denken, als Zeit-Reise mit Rückfahrchein“ (Spode 1995, S. 112, vgl. Pagenstecher 1998, S. 106). Spode operiert mit einem weiten Verständnis von Vergangenheit, das nicht nur Geschichte, sondern auch 'ursprüngliche' Landschaften oder Völker umfaßt. Er betrachtet die 'Zeitreise' nicht nur gesellschaftlich-kulturell, sondern auch individuell-biographisch. Spode beschreibt den Tourismus als eine „kontrollierte Regression“ in die eigene Vergangenheit, als Möglichkeit zu einem kindlichen oder jugendlichen Verhalten (Spode 1995, S. 120).

Spode sorgt mit der 'Zeitreise' für die historische Grundlegung und Einbettung des romantischen Leitbilds der unberührten Geschichte von Enzensberger. Er vermag so besonders die Entstehung des bürgerlich geprägten Tourismus im 18. und 19. Jahrhundert klarer zu beleuchten. Als umfassendes Erklärungsmodell weckt sie aber Zweifel; auch das Allerneueste und Fortschrittlichste galt stets als Reiseziel. Wenn die „Pe-

riperie“ auch eine Metropole sein kann (Spode 1995, S. 121), wie definiert sie sich dann noch?

3. Romantischer Blick und geselliger Blick (Urry)

Ohne Bezug zur deutschsprachigen Literatur hat John Urry (1990, 1ff., 45f.) seine Charakterisierung des ‘tourist gaze’ entwickelt. Urry versteht den ‘gaze’ umfassend als eine Art Leitbild, an dem sich Wahrnehmungsmuster und Verhaltensrituale orientieren. Er unterteilt den ‘tourist gaze’ in einen ‘romantic gaze’ und einen ‘collective gaze’. Der romantische Blick suche die Einsamkeit, eine sentimentale Begegnung mit der von anderen TouristInnen oder der Alltagsgegenwart nicht berührten Landschaft oder Geschichte. Dieser ‘romantic gaze’ ähnelt, obwohl ohne deren Kenntnis entstanden, stark den romantischen Leitbildern Enzensbergers. Er richtet sich aber weniger als bei Enzensberger und vor allem Spode auf früher; im Zentrum steht hier die authentische, fremde Gegenwelt. Urry bewegt sich ganz klar in der angelsächsischen Diskussion, in der das Problem der Authentizität im Tourismus die zentrale Rolle spielt.

Dem ‘romantic gaze’ entgegengesetzt, sieht Urry den ‘collective gaze’, den geselligkeits- und erlebnisorientierten Blick. Er setzt neben zahlreichen Aktivitätsangeboten auch die Anwesenheit anderer TouristInnen voraus. „It is other people that make such places [...]. Other people give atmosphere or a sense of carnival to a place.“ (Urry 1990, S. 45f.) Beispielhafte Objekte des kollektiven touristischen Blicks sind für Urry vielbesuchte Seebäder wie Blackpool oder Ibiza, deren Attraktivität gerade darin liegt, daß man Teil der Masse wird, daß ‘etwas los ist’. Ähnliches gilt für Städte oder Vergnügungsparks.

4. Vulgäre Feste, Besichtigungsrituale und spielerische Erlebnisse (Hennig)

Hennig interessiert sich weniger für Leitbilder, sondern zäumt den Tourismus von seinen historischen Vorläufern und anthropologischen Grundlagen her auf: Fest, Ritual und Spiel. Wie Urry sieht er das gesellige Vergnügen, exemplifiziert am mallorquinischen Ballermann-Strand, als ein Kernelement modernen Reisens. Dieser ‘vulgäre’ Bade- und Vergnügungsurlaub erinnert an die karnevalesken und obszönen Volksexzesse bei mittelalterlichen Festen, die von der Obrigkeit erst allmählich unterdrückt werden konnten (Hennig 1997b, S. 74f., vgl. Pagenstecher 1998, S. 117ff.). Das Erbe der ‘offiziellen’ religiösen Rituale dagegen trat der Kunst- und Besichtigungstourismus an (Hennig 1997b, S. 78ff.). Durch den Kontakt mit den sakralisierten Sehenswürdigkeiten, zumal mit der seit jeher als Träger sakraler Inhalte fungierenden Kunst, erhoffen sich die Reisenden eine individuelle Erhöhung.

Für Hennig ist der Ritualbegriff gleichwohl zu schillernd und auch zu „schwer“; den Tourismus kennzeichne nämlich auch die Leichtigkeit des unverbindlichen Spiels, sei es als Verwandlung (Bauer für einen Tag) oder als Rausch (Bungee-Jumping). Die reinste Form dieses regressiven, spielerischen Tourismus sei der Besuch von bewußt fiktiven Spielwelten wie den Freizeit- und Vergnügungsparks (Hennig 1997b, S. 85ff.).

Wie verhalten sich diese drei von Hennig diagnostizierten Elemente des Tourismus – das vulgäre Fest, das sakral-authentische Ritual und das spielerische Erlebnis – zu den von Enzensberger, Spode und Urry beschriebenen Leitbildern? Die kollektiven Ballermann-Exzesse entsprechen dem ‘collective gaze’, die rituellen Besichtigungen dem ‘romantic gaze’. Der Freizeitpark paßt einerseits in die Beschreibung des ‘collecti-

ve gaze', erinnert in seiner spielerischen Regression andererseits an Spodes 'Zeitreise'. Hennigs 'Spiel' setzt sich von beiden Blicken etwas ab – statt Einsamkeit oder Masse steht hier der postmoderne 'Fun' im Zentrum.

Mit Enzensberger, Spode, Urry und Hennig sind hier vier ganz unterschiedliche Definitionen touristischer Leitbilder kurz skizziert worden. Trotz der äußerst unterschiedlichen Herleitungen fallen die Übereinstimmungen ins Auge. Das betrifft nicht nur die historische Einbettung in den Kontext der Moderne. Zentral erscheint insbesondere der Gegensatz zwischen dem romantischen Blick auf die unberührte Geschichte und Natur einerseits und dem geselligen Vergnügungs- und Erlebnistourismus andererseits.

Wieweit diese Leitbilder den touristischen Blick tatsächlich prägen, müßte aber in empirischen Einzelstudien, etwa in Text- und Bildanalysen von Reiseführern, Prospekten und Fotoalben nachgewiesen werden (Mandel 1996, Gorsemann 1995, vgl. Pagenstecher 1998). Im folgenden will ich die Wurzeln dieser Leitbilder, die anthropologische, soziale und institutionelle Konstruktion des touristischen Blicks beleuchten.

V. Tourismus als Flucht – Die anthropologische Konstruktion des touristischen Blicks

Immer wieder reibt sich die tourismustheoretische Diskussion insbesondere an Enzensbergers Verständnis des Tourismus als Flucht. Leicht zu widerlegen ist dabei die Kritik derjenigen, die das Reisen aus einem natürlichen Grundbedürfnis des Menschen heraus erklären wollen. 'Bildungs-' oder 'Wandertrieb' wurden schon von Knebel (1960, S. 5) als „bodenlose Erweiterung des Triebkatalogs“ kritisiert. Dieser Bezug auf die Natur des Menschen relativiert zu stark die Spezifik des modernen Tourismus; „anstatt das Echte, Natürliche als Datum zu nehmen“, so Spode (1995, S. 121), „ist nach dessen Konstruktionsprinzipien zu fragen“.

Aber auch Hennig (1997b, S. 73) lehnt den Fluchtbegriff kategorisch ab und formuliert positiv: Grundlegend sei der „Impuls, die Ordnungsstruktur des Alltags zu verlassen und in andere Wirklichkeiten einzutreten“. Das Reisen diene dazu, „der eingespielten sozialen Ordnung vorübergehend zu entkommen – nicht in blinder Flucht, sondern als produktive menschliche Leistung, die neue Erfahrungen ermöglicht.“ Es entlaste das Individuum vom alltäglichen Druck sozialer Normen und gebe der Gesellschaft ein integrierendes Ventil (Hennig 1997b, S. 91).

Über die individuelle und kollektive Ventilfunktion des Reisens besteht also weitgehend Einigkeit. Entkleidet man nun noch den Fluchtbegriff seines negativen Odiums, erscheinen die Überlegungen Hennigs weniger als Widerlegung denn als soziologisch-anthropologische Präzisierung der Gedankenskizze Enzensbergers.

In der Tat mag man den Fluchtbegriff im Tourismus für zu negativ halten. Er kann, so Kresta (1998) leicht die weltweit zunehmenden tatsächlichen Fluchtbewegungen – ohne Rückkehrchance – verharmlosen. Kramer (1982, S. 4ff.) mahnt, das in der Flucht steckende Glücksverlangen ernst zu nehmen. Genau das tut Enzensberger (1962, S. 168) freilich, wenn er „seine ungebrochene Kraft“ betont, die gegen alle Fälschung recht behalte. Daß in diesem Verlangen Kritik an den Verhältnissen steckt, meint auch Spode (1995, S. 119): „Der Tourismus kritisiert, was ihn hervorgebracht hat.“

Aber nicht nur das Glücksverlangen, auch die Flucht selbst muß nicht falsch sein. Kramer (1982, S. 3) meint in Anlehnung an Muschg, „daß Flucht, wie die Gazellen zei-

gen, durchaus ein überlebenssicherndes Verhalten sein könne; ein moralisches Fluchtverbot sei heutzutage ein Anachronismus und dem binären System des Heldentums verpflichtet.“ So sah dies später auch Enzensberger (1989, S. 337) selbst: „Eskapismus, ruft ihr mir zu, vorwurfsvoll? Was denn sonst, antworte ich, bei diesem Sauwetter!“

VI. Tourismus und Bürgertum – Die soziale Konstruktion des touristischen Blicks

Fraglich ist, wieweit sich Enzensbergers Theorie mit den sozialhistorischen Befunden in Einklang bringen läßt. Hennig (1997b, S. 72, ähnlich Spode 1995, S. 112f.) verneint dies: „Mit den historischen und sozialen Fakten stimmt die Fluchtthese nicht überein. Am meisten reisen seit jeher die Angehörigen jener Schichten, die zur ‘Flucht’ am wenigsten Anlaß haben“, nämlich die Adligen und die Reichen. Nur indirekt berührt auch Kramer (1982, S. 4) diese Frage. Er wendet ein, der Fluchtaspekt sei zu stark betont; die Erholung und die Neugier dürften als Hauptmotive des Tourismus nicht vernachlässigt werden.

Wenn Enzensberger den Flucht-Aspekt und die romantischen Leitbilder des Unberührten hervorhebt, so ist das wohl in der Tat eine bildungsbürgerliche Verengung, die die unterschiedlichen Funktionen des Reisens für verschiedene soziale Schichten und Urlaubertypen verkennt. Doch auch seine Kritiker versäumten bislang eine soziologische Differenzierung touristischer Leitbilder. Die Tourismusforschung hat die Mentalitäts- und Sozialgeschichte, speziell die Bürgertumsforschung, bislang zu wenig zur Kenntnis genommen.

Enzensberger gibt selbst nur in verstreuten Andeutungen eine soziale Differenzierung. So wird in der Parallele zum „verbürgerlichten“ Imperum Romanum sichtbar, daß er sich speziell auf das Bürgertum bezieht, in dem die romantischen Freiheitsversprechen besonders wirksam waren: „Je mehr sich die bürgerliche Gesellschaft schloß, desto angestrongter versuchte der Bürger, ihr als Tourist zu entkommen.“ (Enzensberger 1962, S. 156)

Tatsächlich spricht viel dafür, den Tourismus als ein spezifisch bürgerliches Phänomen zu betrachten. Er griff auf adlige Vorbilder zurück, entwickelte sich aber erst mit dem Aufstieg des Bürgertums im 19. Jahrhundert und durch bürgerliche Organisationsprinzipien und Wertvorstellungen wie Planbarkeit, Wissensstreben, Marktwirtschaft und Vereinswesen. Besonders der romantische Blick entspricht dem bürgerlich-protestantischen Askese-Ideal. Mit demonstrativer Bescheidenheit, romantischer Einsamkeit und intellektuellem Interesse distanzierte sich das Bürgertum anfangs vom vergnügungssüchtigen Adel – die Seebäder richteten Lesehallen statt Spielcasinos ein. Genauso distanzierte sich das Bürgertum später vom geselligeren Proletariat – Toscana statt Teutonengrill, Finca statt Ballermann.

Der Arbeitertourismus scheint dagegen nicht den bürgerlich-romantischen Leitbildern des Unberührten zu folgen, sondern dem von Urry diagnostizierten ‘collective gaze’. Präziser als Enzensberger versucht Urry (1990, S. 42ff.), die verschiedenen Ausprägungen des touristischen Blicks klassensoziologisch rückzubinden. So sei der romantische Blick ein Mittelklasse-, der kollektive Blick dagegen ein proletarisches Phänomen, das entstand, als die nordenglische Arbeiterschaft begann, sich in den nahegelegenen, billigen Seebädern zu vergnügen. Hennig betont dagegen gerade die egalitä-

ren Tendenzen des Tourismus (1997b, S. 60ff., ähnlich Enzensberger 1962, S. 159). Andererseits sind seine historisch-anthropologischen Wurzeln – Volksexzesse und religiöse Rituale – eindeutig schichtbezogen.

Differenziert man genauer, so kommt der romantische Blick besonders den bürgerlichen Intellektuellen entgegen. Der ökonomisch billige, kulturell aber höchst legitimierte Museumsbesuch – für das Wandern gilt das gleiche – entspricht der asketischen Ästhetik des Bildungsbürgertums, das das ihm – im Vergleich zum Besitzbürgertum – fehlende ökonomische Kapital durch sein kulturelles Kapital ausgleichen muß (Urry 1990, S. 89, in Anlehnung an Bourdieu). Verbindet man die institutionelle und die soziale Lenkung des touristischen Blicks, so ist zu vermuten, daß die – bürgerlichen – ReiseleiterInnen und Fremdenverkehrsfachleute der 'romantischen Einsamkeit' zu guter Werbung verhelfen, auf den proletarischen Massentourismus dagegen hinabschauen (Urry 1990, S. 47, in Anlehnung an Walter). Andererseits könnte man aber im Gegenteil erwarten, daß die Werbebranche eher dem geselligen Blick zugeneigt ist. Anders als die an der protestantischen Arbeitsethik orientierten alten Mittelklassen, die für Vergnügen eine Entschuldigung brauchten, sähen diese neuen Symbolproduzenten, so Urry (1990, S. 90) Vergnügen als ihre Pflicht. Wer keinen 'Fun' hat, gilt als gescheitert. Hebt sich damit die theoretische Zuordnung des romantischen Blicks zum Bürgertum auf?

Womöglich ist 'Fun' eine dritte Variante des touristischen Blicks neben dem von Enzensberger beschriebenen romantischen Blick und dem von Urry ergänzten 'collective gaze'. Urry selbst stellt in einem anderen Aufsatz (1992, S. 22) dem 'romantic' und dem 'collective gaze' einen „spectatorial gaze“ zur Seite, ohne ihn allerdings genauer zu erläutern. In der Zeit der Postmoderne, in der die Dichotomie von Bürgern und Arbeitern nicht mehr zählt, tritt neben romantische Authentizität und gesellige Masse das Event-Spektakel, der 'Fun' – das erinnert an das von Hennig als dritte Wurzel des Tourismus neben Ritual und Fest genannte Spiel.

Die hier vorgestellten, in sich heterogenen Ansätze bleiben bislang abstrakt und ohne ausreichende empirische Belege. Als ein theoretisch präziseres Modell zur Untersuchung der schicht- und zeitabhängigen Ausprägungen des touristischen Blicks empfiehlt sich Georgs Modell zur Lebensstilforschung (Georg 1995, vgl. Pagenstecher 1998, S. 105). Er rät zur empirischen Klassifizierung von Lebens- und Reifestilen anhand der manifesten Stilisierungspraxis, also zur Untersuchung von konkretem Urlaubsverhalten, Kleidungsstil oder Musikgeschmack.

VII. Die institutionelle Konstruktion des touristischen Blicks

1. Leitbilder als Scharnier zwischen Motiv und Funktion

Der Einwand von Kramer und anderen, Enzensberger verkenne die Erholung als wichtigstes Reisemotiv, muß aber noch in einer anderen Hinsicht diskutiert werden. Er unterscheidet nicht zwischen den bewußten Reise-Motiven der TouristInnen und den nicht notwendig bewußten Funktionen des Tourismus. Dieser Unterschied ließe sich am Beispiel der 'Grand Tour' verdeutlichen. Das Reisemotiv der jungen Adligen des 18. Jahrhunderts war primär die Bildung, vielleicht auch das Vergnügen; für den Adel diente die 'Grand Tour' dagegen der Sozialisation des Nachwuchses und der ständischen

Selbstdarstellung. Es spricht also nicht gegen die Fluchtthese, wenn die nach ihrem Reisemotiv Befragten nicht mit 'Flucht' antworten.

Offensichtlich können abgefragte Reisemotive alleine nicht erklären, warum wir reisen. Andererseits wäre es zu leicht, sie als bloße Manipulation der dummen Reisenden durch finstere Mächte wie die Tourismusindustrie hinzustellen. Zwischen struktureller Funktion und individuellem Motiv vermitteln Deutungsmuster und Leitbilder, vergleichbar dem Bourdieuschen Habitus, der zwischen objektiver Klassenlage und subjektivem Klassenbewußtsein vermittelt. Nach den oben angestellten Überlegungen zum Inhalt und zur sozialen Verankerung touristischer Leitbilder gilt es nun genauer nachzufragen, wie diese touristischen Leitbilder institutionell konstruiert werden und wie sie sich zeitlich verändern.

2. Manipulation – Der touristische Blick in der Tourismusbranche

Gegen Enzensberger ist vor allem eingewendet worden, er übertreibe die Normierung und Manipulation seitens der Tourismusindustrie. Kramer (1982, S. 4ff.) etwa verweist auf die emanzipatorische Umweltaneignung durch Alpenvereine und Naturfreunde, die freilich im gesamten Alpentourismus letztlich ein eng begrenzt bleibender Ausbruchversuch blieb.

Grundsätzlicher ist Gorsemanns Kritik (1995, S. 6, in Anlehnung an Bischoff/Maldaner): „Die Manipulationsthese unterstellt notwendig eine Differenz zwischen dem Bewußtsein der Ideologieproduzenten und dem der zu manipulierenden Massen. Woher wissen die Ideologieproduzenten, welche Bedürfnisse der Massen zum Zwecke der Systemanpassung wie zu manipulieren sind?“

Will man die Konstruktionsweise des touristischen Blicks verfolgen, müßte also das 'Bewußtsein der Ideologieproduzenten' in der Tourismusbranche untersucht werden. Hilfreich könnte hier Foucaults Analyse der Entwicklung eines spezifischen Blicks innerhalb der Medizin als Institution sein, die Urry auf den Tourismus übertragen hat (Vgl. Leiper 1992 und Hollinshead 1994). Bei berufs- und wissenssoziologischen Analysen der Formierung des 'Blicks' innerhalb der 'Institution' Tourismusindustrie wird insbesondere zu prüfen sein, wie die 'Ideologieproduzenten' ihre Arbeit sahen, was sie mithilfe der Marktforschung über die Massenbedürfnisse zu wissen glaubten und wie sie diese zu beeinflussen versuchten.

Gorsemann (1995, S. 10) kritisiert weiter Enzensbergers Manipulationsvorwurf, dessen „verlogene Technik darin besteht, daß er den mißbilligten Willen eines anderen nicht kritisiert, sondern einfach als nicht existent zurückweist, weil er kein eigener ist.“ Ähnlich rügt Hennig (Hennig 1997b, S. 72) die Fluchtthese Enzensbergers: „Sie behandelt die Glücksmomente des Unterwegsseins, als seien sie pure Illusion. Eine Theorie des Tourismus aber kann die subjektiven Erfahrungen der Reisenden nicht ignorieren [...], als unerheblich abtun.“ So wird also genauer zu klären sein, wie die vermutete Manipulationsmacht der Tourismuswerbung im einzelnen funktioniert.

3. Tourismus und Symbolkonsum

Aufbauend auf MacCannell (1976) und andere verweist Urry (1990, S. 1, 12) auf den semiotischen Charakter des Tourismus. Touristen seien in allen Kulturen damit beschäftigt, Zeichen und Symbole zu sammeln. Im deutschsprachigen Bereich prägte Gyr (1988, 1994) den Begriff Symbolkonsum, der den Tourismus gleichermaßen als kultu-

relles, von Leitbildern und Imaginationen geprägtes Phänomen und als ökonomisches, von wirtschaftlichen Interessen und Werbung geprägtes Phänomen versteht.

Die Tourismuswirtschaft braucht klar definierte, regelmäßig planbare 'Blicke', um die entsprechende Infrastruktur bereitstellen und mit ihr Geld verdienen zu können. Damit die TouristInnen wissen, wann, wie und wohin sie 'blicken' müssen, werden die touristischen Attraktionen in einem komplexen Prozess als Attraktionen gekennzeichnet und hervorgehoben (MacCannell 1976, S. 44ff., Urry 1990, S. 9). Bei mancher solchermaßen künstlich geschaffenen Attraktion wird letztlich das Schild zur eigentlichen Sehenswürdigkeit: Das von Enzensberger (1962, S. 162) beschriebene Beispiel des geographischen Mittelpunkts der USA paßt genau zu der von MacCannell ohne Bezug zu Enzensberger aufgestellten Theorie.

4. Normierung und Individualität

Wie die Reisenden aber mit den Angeboten und Vorgaben der Tourismusindustrie umgehen, ist empirisch völlig ungeklärt. Wie Enzensberger betont die Tourismusforschung generell die Standardisierung des touristischen Blicks. Die Reiseroute würde demnach lediglich die normierten Sehenswürdigkeiten abhaken, die Urlaubsfotos würden im wesentlichen die von der Tourismusindustrie vorgegebenen Klischees nachvollziehen (z. B. Bertram 1995, S. 100f.). Belegt werden diese Behauptungen aber, wenn überhaupt, an Reiseführern oder Ansichtskarten, also gerade den Vorgaben der Tourismusindustrie.

Ob Reiseverhalten und Wahrnehmung der – überwiegend individuell – Reisenden tatsächlich so standardisiert sind, können nur Interviews oder Analysen von Fotoalben und Reisetagebüchern im Vergleich mit der Tourismuswerbung erhellen. In der Tourismusforschung liegen dafür erste methodische Ansätze vor (Albers/James 1988, Mandel 1996); Arbeiten der Werbepsychologie (Kroeber-Riel 1993), der Kunstgeschichte (Kämmerling 1979) und der Fotogeschichte (Starl 1994) müssen hinzugenommen werden. Erforderlich sind zeit- und kulturspezifische sowie vergleichende Einzelanalysen.

5. Manipulation und Sozialprestige

Wenn man unterstellt, daß die Reisenden der Manipulation der Tourismusindustrie unterliegen, so fragt sich, „warum die Touristen dieses Dilemma nicht bemerken, sondern immer wieder reisen und auf diese völlig unbrauchbare Weise ihren Freiheitswunsch verfolgen. Sind sie wirklich so dumm wie Enzensberger sie darstellt?“ (Gorsemann 1995, S. 5) Nun, Enzensberger zumindest hält sie nicht für so dumm; denn sie wüßten ja um die Vergeblichkeit ihrer Flucht bereits vor Antritt der Reise. Aus Prestige-Gründen dürften sie das aber nicht zugeben.

An dieser Stelle besteht also ein Zusammenhang zwischen den beiden von Enzensberger betonten Motiven Flucht und Sozialprestige, ein Zusammenhang auch zwischen den beiden Strukturebenen, die die Erwartung und Erfahrung des reisenden Individuums beeinflussen: den ökonomischen Strukturen der Tourismuswirtschaft und den sozialen Strukturen der Herkunftsgesellschaft. Die manipulative Macht der Tourismusbranche funktioniert nur aufgrund der sozialen Distinktionsversuche der TouristInnen, durch ihren „demonstrativen Erfahrungskonsum“ (Knebel 1960). Wenig ist aber dar-

über bekannt, wer sich im Urlaub und in den Urlaubserzählungen wie und von wem distinguiert (etwa Fendl/Löffler 1995).

Folgt man den Überlegungen Enzensbergers zum Sozialprestige weiter, so muß die simple Täter-Opfer-Dichotomie differenziert werden; die manipulierten Opfer wirken an ihrer Manipulation kräftig mit. Sie bestätigen die Tourismuswerbung; ihre Urlaubsalben und -erzählungen sind laut der Reiseanalyse die wichtigsten, wenn auch indirekten Werbemittel der Branche. Schon beim Betrachten von Prospekten und Katalogen sind die potentiellen Reisenden keine passiven Opfer. Vielmehr, so insbesondere die These von Uzzell (1984), wird die Werbebotschaft nur transportiert, wenn die betrachtende Person 'mitarbeitet'. Wichtiges Transportmittel sind dabei gewiß die etablierten touristischen Leitbilder. Greift die Werbung nun aber vorhandene Phantasien auf oder schafft sie erst neue Bedürfnisse? Um diesem Henne-Ei-Problem zu entgehen, hilft ein historisches Herangehen: So zeigt Mandel (1995), wie die – nicht nur touristische – Werbung der fünfziger Jahre die Italienreise der sechziger Jahre vorprägte.

6. Tourismus und Industrie

Hat sich aber der Tourismus tatsächlich als Industrie etabliert? Gewiß gelten die Elemente Normierung, Montage und Serienfertigung für Pauschalangebote der großen Reiseveranstalter, doch nur ein begrenzter Anteil der deutschen TouristInnen reist pauschal. Hat aber auch der, der individuell mit dem eigenen Pkw verreist, in einer kleinen Pension übernachtet und in einem Familienbetrieb ißt, Kontakt mit der Tourismusindustrie? Vielfach scheint die Tourismusbranche doch eher handwerklich strukturiert zu sein. Gleichwohl ist denkbar, daß die ökonomischen und kulturellen Leitlinien von den marktbeherrschenden Konzernen definiert werden und auch auf die kleinteiliger organisierten Marktsegmente ausstrahlen.

Konkretisiert wird der Industriebegriff, wenn man die Tourismusedwicklung in den generellen Rationalisierungsprozeß einbindet. Für Spode (1997b, S. 45) ist die „Grundidee“ der Rationalisierung: Prozesse aufspalten in Elemente, die dann wieder zu einem Ganzen zusammengefügt werden“. Dieser Zweischnitt aus Atomisierung und Neukombination entspricht exakt der Normung und Montage Enzensbergers, die erst die Serienfertigung ermöglicht. Der nach Cook zweite Rationalisierungsschritt hin zur fordistischen Massenproduktion des Konsumgutes Reise bahnte sich in den dreißiger Jahren an und setzte sich ab 1960 durch (Spode 1997b, Schumacher 1997).

Je nach Zeit, Land und Sparte ist der Grad der Rationalisierung unterschiedlich weit vorangeschritten. Ob die Tourismusbranche als Industrie zu bezeichnen ist, ist also eine empirische, bisher weitgehend unbehandelte Frage. Zu untersuchen wären daher Konzentrationsprozesse, aber auch Selbstverständnis- und Mentalitätsveränderungen innerhalb der einzelner Bereiche der Tourismuswirtschaft wie dem Hotelwesen, den Reiseführerverlagen oder den Veranstaltern.

VIII. Im Süden nichts Neues – Der historische Wandel des touristischen Blicks

Der grundlegende Text Enzensbergers, der hier als allgemein-theoretische Leitlinie fungierte, wird nun historisch eingebettet und als zeitspezifische Quelle betrachtet. Für ihn prägen die romantischen Leitbilder den touristischen Blick bis heute. 'Heute', das

bedeutet 1958, das Erscheinungsjahr der Theorie des Tourismus. Wie stand es aber 1958 um den Tourismus?

In der Tourismusforschung wird meist die Konstanz des Tourismus als einer 'Struktur langer Dauer' betont und nach dem Krieg allenfalls eine soziale und räumliche Ausdehnung des Tourismus konstatiert.¹ Wichtigste Tendenzen waren wohl die sogenannte 'Demokratisierung' des Reisens, die Automobilisierung, der Pauschalflug, die Auslandsreise, speziell nach Süden. Wie sich diese Veränderungen auf die Erfahrung der Reisenden auswirkten, ist weitgehend unbekannt.

Bedeutet die quantitative Ausdehnung nicht auch einen qualitativen, inhaltlichen Wandel des touristischen Blicks? Ist der bundesdeutsche Massentourismus von Form, Struktur und Erfahrung her eine bloße Fortsetzung bürgerlicher, proletarischer und nationalsozialistischer Vorläufer? Sind gar noch immer die romantischen Ideen der unberührten Ferne prägend?

Statt der vagen Datierungen der Tourismusforschung empfehlen sich die präziseren und empirisch abgesicherten Zäsuren und Tendenzen, die die – den Tourismus freilich weithin ignorierende – Gesellschaftsgeschichte für die Bundesrepublik feststellte. Zentral ist dabei insbesondere der umwelt-, konsum- und alltagsgeschichtlich (Pfister 1995, S. 70, Wildt 1994, S. 74, allgemein Sywottek 1993) auf die Jahre 1958 bis 1960 datierte Beginn der Konsumgesellschaft. Das 'Wirtschaftswunder' wurde in breiten Bevölkerungskreisen spürbar, nach der Rekonstruktionsphase setzte eine echte Modernisierung ein. Das Bürgertum büßte seine kulturelle Hegemonie ein (Siegrist 1994), der Lebensstil vor allem der Jugendlichen wurde 'amerikanisiert' (Doering-Manteuffel 1995, für den Tourismus: Schönhammer 1996). Das Ende der kulturellen Prägekraft des Bildungsbürgertums leitete die sogenannte Postmoderne ein, die primär durch die Enthierarchisierung des Geschmacks gekennzeichnet ist. In der Tourismusforschung sind diese Tendenzen empirisch aber noch kaum untersucht worden.

Enzensberger beschrieb den bürgerlich geprägten Tourismus der fünfziger Jahre exakt zu dem Zeitpunkt, wo die bürgerlichen Leitbilder ihre hegemoniale Gültigkeit verloren. Die quantitative Ausdehnung des Tourismus, die um 1960 einen industriell organisierten Massentourismus entstehen läßt, entwickelte seither neue Wahrnehmungsformen.

Das bürgerliche Tourismus-Ideal lebte weiter, wurde aber von den neu am Reisen teilhabenden Gruppen nicht mehr geteilt und konnte nicht mehr die Definitionsmacht beanspruchen. Die neuen, proletarischen Reisenden folgten neuen Leitbildern, insbesondere dem 'collective gaze' Urrys. Womöglich läßt sich eine Abkehr von Roms Kirchen zu Rominis Stränden gar als Emanzipation der (proletarischen?) Sonnenhungrigen vom bürgerlichen Bildungsideal interpretieren.

Mit der postmodernen Enthierarchisierung des Geschmacks schob sich dann der 'Spectatorial Gaze', das 'Spiel' als Vergnügungsleitbild der Erlebnisgesellschaft daneben. War der Anblick einer bekannten Sehenswürdigkeit in den fünfziger Jahren noch ein eindrucksvolles Erlebnis gewesen war, genügte dies den immer reiseerfahreneren TouristInnen nicht mehr. Der Erlebnistourismus beruht freilich nicht zuletzt auf einer rapiden Intensivierung des Marketings: Da der traditionelle Besichtigungstourismus nicht mehr lukrativ genug war, lockte die Branche die Reisenden zunehmend mit kostenträchtigen sportlichen, nächtlichen oder Einkaufserlebnissen.

Wie ein Prophet der Postmoderne, aber auch des 'Sanften Tourismus' klingt da Enzensberger (1962, S. 164f.): „Ein radikaler Anlauf [...] kündigt sich in den Überlegungen

kluger Promotoren und Touristen an, die dem geheiligten Zeremoniell des *sight-seeing* den Garaus machen wollen. Sie haben es darauf abgesehen, an seine Stelle, wie es heißt, das *life-seeing* zu setzen.“

IX. Resümee: Der Essay als Theorie und als Syntheserahmen

Ich möchte nun ausloten, wieweit Enzensbergers Skizze den Anforderungen an eine Theorie des Tourismus genügen kann, wie sie von Spode (1998) formuliert wurden. Theorien müßten holistisch sein, also soziale, ökonomische, kulturelle und psychologische Faktoren in einer Synthese zu erfassen suchen, dynamisch sein, also den Wandel thematisierbar machen, und komparatistisch sein, also den historischen und den synchronen Vergleich ermöglichen.

Enzensberger (1962, S. 155) argumentiert holistisch: „Wir beschreiben die geschichtliche Situation, aus der der Tourismus hervorgegangen ist, als ein Syndrom politischer, sozialer, wirtschaftlicher, technischer und geistiger Züge.“ Er verankert den Tourismus sozial (Bürgertum, Sozialprestige), ökonomisch (industrielle Produktion), kulturell (romantische Tradition, Normung des Blicks) und psychologisch (Fluchtreaktion). Darüber hinaus nimmt er die von Spode außer acht gelassene politische Dimension – Webers 'Herrschaft' – in den Blick. Jeder einzelne Faktor erfordert freilich noch gründlichere Überlegungen und empirische Untersuchungen. Auch schätzt Enzensberger die Verhaltens- und Emanzipationschancen des Individuums gegenüber der Manipulationsmacht der Strukturen sehr gering, den industriellen Charakter des Tourismus sehr hoch ein.

Enzensberger argumentiert dynamisch: Er erklärt die Entwicklung des Tourismus explizit als historischen Prozeß. Freilich beschränkt er sich auf die Entstehung und den Wandel des Tourismus, soweit er bis 1958 absehbar war. Seine Theorie muß weitergeschrieben werden.

Enzensberger argumentiert komparatistisch. Primär wird die Zeit zwischen 1850 und 1960 beschrieben; in seinem Ausgreifen etwa auf das antike Rom oder die Pilgerreisen steckt aber ein expliziter historischer Vergleich, der die Spezifik des modernen Tourismus aufdeckt. Schwächer ausgeprägt ist dagegen die synchrone Vergleichsperspektive. Im Rahmen der industriellen Welt ist ihm der Tourismus überall und für alle gleich. Aber auch in der vermeintlich nivellierten Gesellschaft der Bundesrepublik 'flieht' eine Arbeiterin vor einem anderen Alltag auf eine andere Weise als ein Studienrat. So wäre zu überlegen, ob die Erklärung des bürgerlichen Bildungstourismus auch für andere Schichten und Reiseformen taugt, ob dieses an den Beispielen Deutschland und England entwickelte Modell auch für andere Nationen gelten kann.

Deutliche Lücken sind in Enzensbergers Skizze genau dort festzustellen, wo sie bis heute in der Tourismusforschung liegen. Die Kategorie Geschlecht bleibt völlig marginal.² Zu fragen wäre nach institutionellen und strukturellen Diskriminierungen, nach der symbolischen Bekräftigung oder auch Herausforderung von Geschlechtsrestriktionen in der außergewöhnlichen Urlaubssituation. Weitgehend unbearbeitet ist auch die familiäre Funktion des Urlaubs. In der heutigen „Freizeitfamilie“ (Nauck 1989, S. 325) kann fast nur im Urlaub Gemeinsamkeit erfahren, muß dort aber auch Harmonie demonstriert werden (Studienkreis/Socialdata 1986).

Trotz dieser Lücken bildet Enzensbergers Essay einen übergreifenden Syntheserahmen, in dem die einzelnen Faktoren freilich nur angerissen werden. Er bildet eine hervorragende Ausgangsbasis, die die „Methoden der Beobachtung ausbilden“ hilft (Enzensberger 1962, in der Nachbemerkung), die nun aber detaillierter aufzufächern ist. Verschiedene Theoriestränge lassen sich darin verankern, so die Distinktion im Begriff Sozialprestige, die Lebensstilforschung bei der Bürgerlichkeit oder die Gegenwelt-Theorien beim Fluchtbegriff (vgl. Schaubild). Manche der von Enzensberger angedeuteten Wege sind mittlerweile erfolgreich begangen worden. An vielen Stellen fehlt aber noch die theoretische Weiterarbeit und vor allem die empirische Überprüfung.

Gedanke bei Enzensberger	Diskussionsstrang in der Tourismusforschung
Fluchtfunktion	Gegenwelt (Scheuch), geordneten Alltag verlassen (Hennig), Flucht aus der verregelten Moderne (Spode), Authentizität (englische Diskussion)
Sozialprestige	demonstrativer Erfahrungskonsum (Knebel), Distinktion (Bourdieu/Georg/Schulze)
Leitbilder	Zeitreise (Spode), Romantic/Collective Gaze (Urry), Fest/Ritual/Spiel (Hennig)
bürgerliches Phänomen	Arbeiterreisen (Keitz), Bürgertumsforschung, Tourismussoziologie, Habitus
Normierung des Blicks	Werbepsychologie, Sights (MacCannell), Informationsverhalten (RA)
individuelle Bestätigung des Vorgespiegelten	Fotoforschung (Mandel, Fendl/Löffler), Prospektsemiotik (Uzzell)
Tourismusindustrie	Fordismus (Spode, Schumacher), Branchensoziologie

So entfalten sich in diesem Essay – vier Jahrzehnte nach seinem Entstehen – Anregungen für ein ganzes Forschungsprogramm. Die Vielfalt tourismustheoretischer Ansätze findet hier zugleich noch immer eine – im Schaubild angedeutete – Klammer. Mit dieser Klammer riskiere ich es freilich, Autoren in eine Tradition einzuklemmen, die sich nicht auf Enzensberger beziehen, ihn kategorisch ablehnen oder ihn – wie im Ausland – gar nicht kennen. Das Risiko gehe ich ein, stelle diese Überlegungen zur Diskussion und schließe mit Enzensberger (im Beiblatt zu seinem Gedichtband 'Landessprache'): „Der Leser wird höflich ermahnt, zu erwägen, ob er ihnen beipflichten oder widersprechen möchte.“

Literaturverzeichnis

Albers, Patricia C. und James, William R. (1988), *Travel Photography: A Methodological Approach*, in: *Annals of Tourism Research*, 15. Jg., 1988, S. 134-158.

Andersch, Alfred (1970), 1 (in Worten: ein) zorniger junger Mann (orig. 1958), in: *Über Hans Magnus Enzensberger*, hrsg. v. Schickel, Joachim, Frankfurt 1970, S. 9-13.

Baumgart, Reinhard (1970), *Enzensberger kämpft mit Einzelheiten* (orig. 1962), in: *Über Hans Magnus Enzensberger*, hrsg. v. Schickel, Joachim, Frankfurt 1970, S. 131-138.

Bausinger, Hermann (1996), *Wie die Deutschen zu Reiseweltmeistern wurden*, in: *Endlich Urlaub! Die Deutschen reisen. Ausstellungskatalog*, hrsg. v. Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Köln 1996, S. 25-32.

Bertram, Jutta (1995), „Arm, aber glücklich...“ Wahrnehmungsmuster im Ferntourismus und ihr Beitrag zum (Miß-)Verstehen der Fremde(n) (Fremde Nähe, Beiträge zur interkulturellen Diskussion, 6), Münster/Hamburg 1995.

Doering-Manteuffel, Anselm (1995), *Dimensionen von Amerikanisierung in der deutschen Gesellschaft*, in: *Archiv für Sozialgeschichte*, 35. Jg., 1995, S. 1-34.

Enzensberger, Hans Magnus (1962), *Eine Theorie des Tourismus*, in: *Einzelheiten*, hrsg. v. Enzensberger, Hans Magnus, Frankfurt 1962, S. 147-168. Erstmals: *Vergebliche Brandung der Ferne. Eine Theorie des Tourismus*, in: *Merkur*, 12. Jg., 1958, S. 701-720. Zuletzt wieder abgedruckt in einem Sommerheft von: *Universitas*, 42. Jg., 1987, S. 660-676, und auf englisch in: *New German Critique*, 68. Jg., 1996, S. 117-135, mit Introduction von G. Gemunden (S. 113-115). (Auswahl-)Übersetzungen der 'Einzelheiten' erschienen in schwedisch 1964, französisch 1965, italienisch 1965, spanisch 1969, japanisch 1970, niederländisch 1974 und englisch 1974.

Enzensberger, Hans Magnus (1989), *Der fliegende Robert. Gedichte, Szenen, Essays*, Frankfurt 1989.

Enzensberger, Hans Magnus (1995), *Nie wieder! Die schlimmsten Reisen der Welt*, Frankfurt 1995.

Fendl, Elisabeth und Löffler, Klara (1995), *Die Reise im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit – am Beispiel Diabend*, in: *Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag*, hrsg. v. Cantauw, Christiane, Münster/New York 1995, S. 55-68.

Fontane, Theodor (1986), *Modernes Reisen* (orig. 1873), in: *Von, vor und nach der Reise (Werke und Schriften, Bd. 21)*, hrsg. v. Keitel, Walter und Nürnberger, Helmuth, Frankfurt/Berlin 1986, S. 9-16.

Georg, Werner (1995), *Lebensstile in der Freizeitforschung*, in: *Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag*, hrsg. v. Cantauw, Christiane, Münster/New York 1995, S. 13-20.

Glaser, Hermann (1977), *Der erfolgreiche Sisyphos. Moral und Masche des H. M. Enzensberger*, in: *Neues Forum*, H. 284/285, 1977, S. 36-38.

Gorsemann, Sabine (1995), *Bildungsgut und touristische Gebrauchsanweisung. Produktion, Aufbau und Funktion von Reiseführern*, Münster 1995.

Griep, Wolfgang und Pelz, Annegret (1996), *Frauen reisen. Ein bibliographisches Verzeichnis deutschsprachiger Frauenreisen 1700-1810 (Eutiner Kompendien, 1)*, Bremen/Rostock 1996.

Grimm, Reinhold (1984), *Bildnis Hans Magnus Enzensberger. Struktur, Ideologie und Vorgeschichte eines Gesellschaftskritikers*, in: *Hans Magnus Enzensberger*, hrsg. v. Grimm, Reinhold, Frankfurt 1984, S. 139-188.

Grütter, Karin und Plüss, Christine (1996), „Herrliche Aussichten!“ *Frauen im Tourismus*, Basel 1996.

Gyr, Ueli (1988), *Touristenkultur und Reisealltag. Volkskundlicher Nachholbedarf in der Tourismusforschung*, in: *Zeitschrift für Volkskunde*, 84. Jg., 1988, S. 224-239.

Gyr, Ueli (1992), Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums, in: *Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg* (Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Neue Serie, Bd. 12), hrsg. v. Pöttler, Burkhard unter Mitarbeit von Kammerhofer-Aggermann, Ulrike, Wien 1994, S. 41-56.

Härtel, Susanne und Köster, Magdalena (1995), *Die Reisen der Frauen. Lebensgeschichten von Frauen aus drei Jahrhunderten*, Weinheim/Basel, 2. Aufl. 1995.

Hahn, Heinz und Kagelmann, H. Jürgen (Hrsg.) (1993), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*, München 1993.

Hennig, Christoph (1997a), Jenseits des Alltags. Theorien des Tourismus, in: *Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung*, Bd. 1, Köln 1997, S. 35-53.

Hennig, Christoph (1997b), *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*, Frankfurt/Leipzig 1997.

Hollinshead, Keith (1994), The Unconscious Realm of Tourism, in: *Annals of Tourism Research*, 21. Jg., 1994, S. 387-391.

Kaemmerling, Ekkehard (Hrsg.) (1979), *Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme*, Köln 1979.

Keitz, Christine (1997), *Reisen als Leitbild. Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland*, München 1997.

Knebel, Hans-Joachim (1960), *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus (= Soziologische Gegenwartsfragen, Neue Folge, 8)*, Stuttgart 1960.

Kramer, Dieter (1982), Aspekte der Kulturgeschichte des Tourismus, in: *Zeitschrift für Volkskunde*, 78. Jg., 1982, S. 1-12.

Kresta, Edith (1998), Tagungsvortrag, Loccum, Januar 1998.

Kroeber-Riel, Werner (1993), *Bildkommunikation. Imagerystudien für die Werbung*, München 1993.

Leed, Eric J. (1993), *Die Erfahrung der Ferne: Reisen von Gilgamesch bis zum Tourismus unserer Tage*, Frankfurt/New York 1993.

Leiper, Neil (1992), 'The Tourist Gaze' by John Urry (Rezension), in: *Annals of Tourism Research*, 19. Jg., 1992, S. 604-607.

Lepenes, Wolf (1984), Die Freuden der Inkonsequenz. Hans Magnus Enzensbergers Essays 'Politische Brosamen', in: Hans Magnus Enzensberger, hrsg. v. Grimm, Reinhold, Frankfurt 1984, S. 335-340.

MacCannell, Dean (1976), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, London 1976 (2. Aufl. 1989 mit neuer Einleitung).

Maier, Helmut (1991), Der heitere Ernst körperlicher Herrschaftsstrategien. Über „weibliche“ und „männliche“ Posen auf privaten Urlaubsfotografien, in: *Fotogeschichte*, 11. Jg., H. 41, 1991, S. 47-59.

Mandel, Birgit (1996), Wunschbilder werden wahrgemacht. Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs am Beispiel der Fotoalben deutscher Italiens Touristen der fünfziger und sechziger Jahre, Frankfurt u.a. 1996.

Monicat, Bénédicte (1994), *Autobiography and Women's Travel Writings in Nineteenth-Century France. Journeys Through Self-Representation*, in: *Gender, Place and Culture. A Journal of Feminist Geography*, 1. Jg., 1994, S. 61-70.

Nauck, Bernhard (1989), *Familiäres Freizeitverhalten*, in: *Handbuch der Familien- und Jugendforschung*. Bd. 1: Familienforschung, hrsg. v. Nave-Herz, Rosemarie und Markefka, Manfred, Neuwied/Frankfurt 1989, S. 325-344.

Opaschowski, Horst W. (1989), *Tourismusforschung*, Opladen 1989.

Pagenstecher, Cord (1998), Neue Ansätze für die Tourismusgeschichte. Ein Literaturbericht, in: *Archiv für Sozialgeschichte*, 38. Jg., 1998, S. 94-122.

Pfister, Christian (Hrsg.) (1995), *Das 1950er Syndrom. Der Weg in die Konsumgesellschaft*, Bern/Stuttgart/Wien 1995.

Luckscheiter, Roman (1998), Und verschone mich vor der Masse. Der gekränkte Kulturbeauftragte, in: *taz-magazin*, 22./23.8.1998, S. 2-3.

Scherrieb, Heinz Rico (1975), *Der westeuropäische Massentourismus. Untersuchungen zum Begriff und zur Geschichte des Massentourismus insbesondere der Verhaltensweisen bundesdeutscher Urlaubsreisender*, Würzburg (Diss.) 1975.

Schildt, Axel (1995), *Moderne Zeiten: Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre* (= *Hamburger Beiträge zur Sozial- und Zeitgeschichte*, Bd. 31), Hamburg 1995.

Schönhammer, Rainer (1996), *Unabhängiger Jugendtourismus in der Nachkriegszeit*, in: *Goldstrand und Teutonengrill. Kultur- und Sozialgeschichte des Tourismus in Deutschland 1945 bis 1989* (Institut für Tourismus der FU Berlin, *Berichte und Materialien*, Nr. 15), hrsg. v. Spode, Hasso, Berlin 1996, S. 117-128.

Schumacher, Beatrice (1997), „Genuss im Überfluss“. Entwürfe von 'Massentourismus' in der Schweiz 1935 bis 1948, in: *Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung*, Bd. 1, Köln 1997, S. 120-135.

Siegrist, Hannes (1994), *Ende der Bürgerlichkeit? Die Kategorien „Bürgertum“ und „Bürgerlichkeit“ in der westdeutschen Gesellschaft und Geschichtswissenschaft der Nachkriegsperiode*, in: *Geschichte und Gesellschaft*, 20. Jg., 1994, S. 549-584.

Spode, Hasso (1995), „Reif für die Insel“. Prolegomena zu einer historischen Anthropologie des Tourismus, in: *Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag*, hrsg. v. Cantauw, Christiane, Münster/New York 1995, S. 105-123.

Spode, Hasso (1997a), *Editorial*, in: *Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung*, Bd. 1, Köln 1997, S. 7-12.

Spode, Hasso (1997b), *Ein Seebad für Zwanzigtausend Volksgenossen. Zur Grammatik und Geschichte des fordistischen Urlaubs*, in: *Reisekultur in Deutschland: Von der Weimarer Republik zum „Dritten Reich“*, hrsg. v. Brenner, Peter J., Tübingen 1997, S. 7-47.

Spode, Hasso (1998), *Tagungsvortrag*, Loccum, Januar 1998.

Starl, Timm (1994), *Die Bildwelt der Knipser. Eine empirische Untersuchung zur privaten Fotografie*, in: *Fotogeschichte*, 14. Jg., H. 52, 1994, S. 59-68.

Studienkreis für Tourismus und Socialdata (Hrsg.) (1986), *Familienferien* (Schriftenreihe des Bundesministeriums für Jugend, Familie, Frauen und Gesundheit, 186), Stuttgart etc. 1986.

Swain, Margaret Byrne (1995), *Gender in Tourism*, in: *Annals of Tourism Research*, 22. Jg., 1995, S. 247-266.

Sywottek, Arnold (1993), *Wege in die 50er Jahre*, in: *Modernisierung im Wiederaufbau. Die westdeutsche Gesellschaft der 50er Jahre*, hrsg. v. Schildt, Axel und Sywottek, Arnold, Bonn 1993, S. 13-42.

Urry, John (1990), *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London 1990.

Urry, John (1992), *The Tourist Gaze and the „Environment“*, in: *Theory, Culture and Society*, 9. Jg., 1992, S. 1-26.

Uzzell, David (1984), An Alternative Structuralist Approach to the Psychology of Tourism Marketing, in: *Annals of Tourism Research*, 11. Jg., 1984, S. 79-100.

Wildt, Michael (1994), Am Beginn der 'Konsumgesellschaft'. Mangelerfahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, Hamburg 1994.

Zeul, Cornelia (1991), Zwischen „weiblich“ und „männlich“. Narren-Freiheit auf privaten Fotos, in: *Fotogeschichte*, 11. Jg., H. 42, 1991, S. 31-41.

Anmerkungen

- 1 Etwa Spode in Hahn/Kagelmann 1993, S. 4ff., 32ff. Der Beginn des Massentourismus wurde auf die zwanziger (Keitz 1997), dreißiger (Spode 1997b, Schumacher 1997), fünfziger (Bausinger 1996, Bertram 1995) oder sechziger Jahre (Schildt 1995) datiert – Theodor Fontane (1986) nahm ihn gar schon 1873 wahr. Gewisse inhaltliche Veränderungen konstatieren Bertram 1995, S. 22, Kramer 1982, S. 5 und Opaschowski 1989.
- 2 Völlig vernachlässigt in Hahn/Kagelmann 1993 und Hennig 1997b. Die Frauenforschung konzentrierte sich auf das vor- und frühmoderne Reisen (Monicat 1994, Härtel/Köster 1995, Griep/Pelz 1996). Allgemeiner: Grütter/Plüss 1996, Swain 1995, Leed 1993, S. 126ff., 233ff. Zur geschlechtsspezifischen Fotoanalyse: Maier 1991, Zeul 1991.