

Eva Näher

Nachhaltige Entwicklung im Massentourismus

Illusion oder Realität?

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832481100

Eva Näher

Nachhaltige Entwicklung im Massentourismus

Illusion oder Realität?

Eva Näher

Nachhaltige Entwicklung im Massentourismus

Illusion oder Realität?

Diplomarbeit
Katholische Universität Eichstätt/
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt
Mathematisch-Geographische Fakultät
Abgabe November 2003



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 8110

Näher, Eva: Nachhaltige Entwicklung im Massentourismus - Illusion oder Realität?

Hamburg: Diplomica GmbH, 2004

Zugl.: Katholische Universität Eichstätt/Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2004

Printed in Germany

Inhalt

Inhalt	iii
Danksagung	vi
Abkürzungen	vii
Vorwort.....	viii
Kapitel 1 Nachhaltigkeit im Massentourismus im wissenschaftlichen Kontext . 1	
1 Grundlagen des Tourismus	1
1.1 Psychologie des Reisens.....	1
1.1.1 Motivations- und Bedürfnisstruktur	2
1.1.2 Das Konzept der Landschaftsbewertung und Landschaftspräferenz nach Kaplan und Kaplan	6
1.2 Die historische Entwicklung des Tourismus.....	8
1.2.1 Die Entwicklung des Reisens bis 1945.....	8
1.2.2 Der moderne Tourismus nach 1945	11
1.3 Tourismusformen und ihre Abgrenzung	14
1.3.1 Definition des Tourismus.....	14
1.3.2 Massentourismus als Hauptreiseform.....	15
1.3.3 Alternativer Tourismus und Ökotourismus	17
1.4 Entwicklungskonzepte für Tourismusregionen.....	20
1.4.1 Touristische Aktionsräume als Planungsgrundlage	20
1.4.2 Das Lebenszyklusmodell von Tourismusregionen nach R. BUTLER.....	21
1.4.3 Das „broad context model“ der Destinationsentwicklung nach WEAVER	24
2 Die Entwicklung der Nachhaltigkeit als internationales Leitbild.....	29
2.1 Nachhaltigkeit und ihre Wurzeln.....	29
2.2 Der Brundtland Bericht und die Entstehung eines ganzheitlichen Leitbildes	30
2.3 Das „development triangle“ als Grundlage der Nachhaltigkeit	31
3 Das Phänomen „Massentourismus“	34
3.1 Der Begriff Massentourismus.....	34
3.2 Die Entwicklung des Massentourismus	35
3.3 Auswirkungen und Folgen des Massentourismus	37
3.3.1 Ökonomische Bedeutung des Massentourismus	37
3.3.2 Soziokultureller Einfluss des Massentourismus	39
3.3.3 Ökologische Auswirkungen des Massentourismus	40
3.4 Alternativen zum Massentourismus	42
3.4.1 Unterbindung des Massentourismus.....	42
3.4.2 Transformation des Massentourismus	43

4	<i>Nachhaltigkeit im Tourismus</i>	47
4.1	Grundzüge des nachhaltigen Tourismus	47
4.2	Wandel des Verständnisses vom „Nachhaltigen Tourismus“	50
4.3	„Nachhaltiger Massentourismus“ – illusionär oder realisierbar?.....	54
4.4	Nationalparke als Vorbild für nachhaltiges Agieren im Tourismus	55
5	<i>Zusammenfassung</i>	59
Kapitel 2 Ein Konzept zur nachhaltigen Entwicklung im Massentourismus 61		
1	<i>Einleitende Anmerkungen</i>	61
2	<i>Zielgruppe</i>	62
3	<i>Quantitative und qualitative Analyse der Expertenbefragung</i>	63
3.1	Methodik.....	64
3.2	Allgemeine Ergebnisse der quantitativen Befragung	66
3.3	Auswertung der offenen Fragen.....	69
4	<i>Nachhaltige Entwicklung im Massentourismus</i>	74
4.1	Ökologische Dimension	74
4.1.1	Ökologisch verträgliches Besuchermanagement.....	76
4.1.1.1	Direkte Besucherlenkung	76
4.1.1.1.1	Kommunikationszentren.....	78
4.1.1.1.2	Wegesystem.....	80
4.1.1.1.3	Zonierungssystem und gezielte Platzierung von Attraktionen	84
4.1.1.1.4	Besondere Einrichtungen: Virtual-Reality und Pseudo-Sites.....	87
4.1.1.1.5	Regulierungs- und Restriktionssysteme	90
4.1.1.1.6	Angebot des öffentlichen Verkehrs	91
4.1.1.2	Indirekte Besucherlenkung	93
4.1.1.2.1	Information	93
4.1.1.2.2	Aus- und Fortbildung des Personals	95
4.1.2	Energie- und Ressourcenmanagement	96
4.1.2.1	Energiemanagement	97
4.1.2.2	Abfall- und Wasserwirtschaft	99
4.1.2.3	Bewahrung des ökologischen und kulturellen Erbes	101
4.1.3	Monitoring und Forschung.....	102
4.1.3.1	Carrying Capacity Studien und Limits of Acceptable Change	103
4.1.3.2	Aufbau eines strukturellen Rahmengerüsts.....	107
4.2	Ökonomische Dimension.....	108
4.2.1	Regionale Strukturförderung	110
4.2.1.1	Stärkung lokaler Strukturen.....	111
4.2.1.2	Ausgeglichene Ressourcenverteilung	113
4.2.1.3	Regionalförderung durch touristische Dienstleister.....	115
4.2.2	Touristische Strukturförderung	116

4.2.2.1	Effektive organisatorische Netzwerke im Tourismus	117
4.2.2.2	Festlegung von Standards und Kodizes	120
4.3	Soziokulturelle Dimension	124
4.3.1	Gesellschaftspolitische Förderungsmaßnahmen	126
4.3.2	Förderung der lokalen Integrität	129
4.3.3	Soziokulturelles Besuchermanagement	134
4.4	Zusammenfassung und Ausblick	136
5	<i>Nachhaltiger Massentourismus auf Mallorca?</i>	140
5.1	Entwicklung und derzeitige Situation des Tourismus	140
5.2	Nachhaltige Lösungsansätze und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten	143
5.3	Zusammenfassung und Ausblick	146
	<i>Resumée</i>	148
	Literaturverzeichnis	150
	Abbildungsverzeichnis	157
	Tabellenverzeichnis	159
	Anhang	160

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich besonders bei Professor Dr. Josef Steinbach für die interessante Themenstellung dieser Diplomarbeit bedanken. Seine Aufmerksamkeit, die er mir zuteil werden lies, waren mir eine große Unterstützung.

Ein großes Dankeschön geht an alle, die sich konstruktiv an der Expertenbefragung beteiligten, auch wenn an dieser Stelle nicht alle namentlich erwähnt werden können. Großer Dank gebührt hierbei den Herren Sinner und Wanninger aus der Nationalpark-Verwaltung Bayerischer Wald, Herrn Hasslacher vom Österreichischen Alpenverein sowie Herrn Mussnig aus der Nationalpark-Verwaltung Hohe Tauern für ihre Diskussionsbereitschaft in den persönlichen Interviews und ihre bereitwillige Unterstützung.

Für das Korrekturlesen dieser Arbeit, für wichtige Anregungen und ihre immerwährende Unterstützung möchte ich mich besonders bei meinem Bruder Thomas Näher und meinem Freund Markus Ruppel herzlich bedanken.

Abschließend gilt mein besonderer Dank meiner Familie für ihre Unterstützung und Markus für seinen Beistand, welcher mir manch lange arbeitsame Stunde verkürzte.

Abkürzungen

AT	Alternativer Tourismus
α	Signifikanzniveau
α^*	empirische asymptotische Signifikanz
BAT	Bewusst Alternativer Tourismus
bzw.	beziehungsweise
CAST	Caribbean Alliance for Sustainable Tourism
CHA	Caribbean Hotel Association
CPR	Canadian Pacific Railway
FÖNAD	Föderation der Natur- und Nationalparke Europas e.V.
IITF	Institut für Integrative Tourismus-Forschung
IO	Internationale Organisationen (IUCN, IITF)
IUCN	International Union for the Conservation of Nature
IV	Individualverkehr
LAC	Limits of Acceptable Change
M	Ministerien
Mio.	Millionen
MW	Mittelwert
NMT	Nachhaltiger Massentourismus
NP AE	Außereuropäische Nationalparke
NP EU	Europäische Nationalparke
ÖV	Öffentlicher Verkehr
σ	Standardabweichung
TPI	Tourism Penetration Index
TV	Tourismusverbände
UMT	Unnachhaltiger Massentourismus
ZAT	Zufällig Alternativer Tourismus
3S	Sonne-Sand-See-Urlaub (typischer dominanter Badeurlaub)

Vorwort

Das Phänomen Massentourismus wird sowohl in der Gesellschaft als auch in der wissenschaftlichen Diskussion heftigst kritisiert. Massentourismus beeinflusst die Kultur und Gesellschaft seiner Zielregion in negativer Weise, er zerstört die dortige natürliche Umwelt und auch seine ökonomischen Effekte sind nicht unumstritten als Vorteil für die Bevölkerung zu werten. Dennoch spezialisieren sich aufgrund seines wirtschaftlichen Wertschöpfungspotenzials gerade periphere Regionen auf diesen Sektor. Auch sein Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität, seine relativ geringen ökologischen Auswirkungen im Vergleich zu anderen Industriebereichen sowie die nahezu allgegenwärtigen Etablierungsmöglichkeiten lassen die Verantwortlichen zahlreicher Regionen zu seinen Fürsprechern werden. Dessen ungeachtet wird der Massentourismus aber als Begriff möglichst verleugnet und verdrängt.

Massentourismus ist die unleidige Ausprägung des modernen Tourismus. Doch mag man diese Reiseform emotional als Problem oder neutral als Phänomen betiteln, sie existiert – unweigerlich. Betrachtet man die derzeitigen weltweiten Touristenankünfte, wird deutlich, dass die Konzentration der Touristen zu Massenanhäufungen unumgänglich ist, sofern nicht größere Areale dem Tourismus geopfert werden sollen.

Hierin liegt der Ansatz der vorliegenden Arbeit: sicherlich ist Massentourismus keine vorbildliche Reiseform, doch ist er im heutigen Tourismusalltag die einzige, die momentane Reiseströme handhaben kann. Gewährt man allen Menschen das legitime Recht auf Freiheit und damit auf Reisen, wird unter den gegenwärtigen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Bedingungen stets die Masse auf Reisen sein. Ein demokratisches Verständnis verbietet eine elitäre Flucht aus dem Alltag bei gleichzeitiger Untersagung dieses Anspruches für die Masse. Dies würde die persönliche Entfaltungsfreiheit einschränken und ließe erhebliche soziale Disparitäten aufkommen. Die Umformung des Massentourismus in verträglichere Reiseformen zeigt sich einerseits nach psychologischen Erkenntnissen über die mangelnde Aufgeschlossenheit vieler Reisenden gegenüber Neuem und Andersartigem als illusionär – mit der „Fremde“ würden sie schließlich im Falle des alternativen Tourismus eindringlich konfrontiert, andererseits sind alternative Lösungen allzu oft keine wirkliche Alternative und darüber hinaus logistisch nicht in der Lage die Menge der Massentouristen zu bewältigen.

Diese Erkenntnis erfordert die Akzeptanz des Massentourismus als heute bedeutendste Ausprägung des Reisens. Ein Bedauern dieser Umstände genügt angesichts der damit verbundenen Probleme sicherlich nicht; es besteht Handlungsbedarf. Und die Vorgehensweise der Tourismusplanung sollte hierbei von den Prinzipien der Nachhaltigkeit bestimmt sein, um ökonomische Erfolge zu sichern, die kulturelle und natürliche Umwelt zu bewahren und die touristische Nachfrage als Basis des wirtschaftlichen Erfolges zu befriedigen. Langfristiges Ziel nachhaltiger Entwicklung muss

sein, der einheimischen Bevölkerung ein wirtschaftlich gesichertes Leben zu gewährleisten sowie deren kulturelle Identität zu bewahren. Die Attraktivität der Region muss auch für künftige Besucher erhalten und die negativen Auswirkungen der Masse auf die Region vermieden beziehungsweise minimiert werden. Möglich wird dies nur durch die Etablierung eines effektiven politischen Planungsgerüsts als Rahmen eines konstruktiven Netzwerkes aus Tourismusindustrie und einheimischer Bevölkerung unter besonderer Berücksichtigung der Umwelt als Fundament aller touristischen und regionalen Interessen. An diesem Punkt stellt sich die für diese Arbeit entscheidende Frage, ob Massentourismus tatsächlich nachhaltig gestaltet werden kann, oder ob Nachhaltigkeit und Massentourismus unvereinbar bleiben?

Im Zuge dieser Arbeit werden zunächst die theoretischen Grundlagen des Tourismus, des Massentourismus und der Nachhaltigkeit erörtert, um darauf aufbauend ein Planungs- und Organisationskonzept für nachhaltige Entwicklung im Massentourismus aufzustellen. Dieses soll ausdrücklich nicht den Massentourismus glorifizieren oder als Marketinginstrument dessen verstanden werden, sondern lediglich als Leitfaden für touristische Entwicklungen und als Lösungsansatz zur Bewältigung der heutigen Probleme des Massentourismus fungieren. Als Vorbild für einzelne Komponenten des vorgestellten Konzeptes dienten zum einen Nationalparke mit ihrer länger währenden Erfahrung mit der Kombination von Tourismus und Umweltschutz als auch Tourismusregionen, die im Bereich der nachhaltigen Entwicklung eine Vorreiterrolle spielen.

Das hier diskutierte Konzept für nachhaltige Entwicklung im Massentourismus soll helfen derzeitige Probleme im Umgang mit der Masse zu beheben. Die angeführten Beispiele sollen die Durchführbarkeit der einzelnen Aspekte unterstreichen. Denn nachhaltige Entwicklung im Massentourismus ist heute keine Utopie mehr, doch ist sie auch erst in Anfängen Realität.

Kapitel 1

Nachhaltigkeit im Massentourismus im wissenschaftlichen Kontext

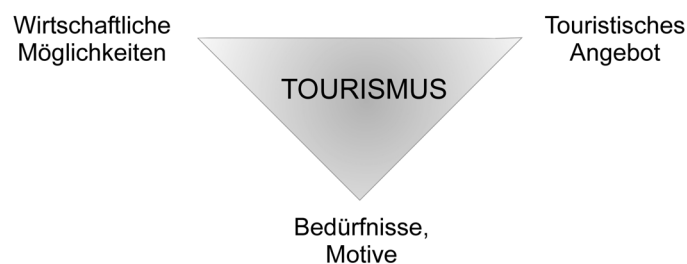
1 Grundlagen des Tourismus

Entscheidend für das Verständnis der heutigen Reisetätigkeit sind deren psychologische, soziologische und historische Wurzeln, deren Darlegung und Diskussion Inhalt dieses Kapitels sein wird. Des weiteren werden die entscheidenden Begrifflichkeiten definiert und abgegrenzt. Im Anschluss wird auf bedeutende Entwicklungsmodelle eingegangen, welche heutige Tourismuserscheinungen zu erklären versuchen und eine wichtige Planungsgrundlage für touristische Regionen darstellen.

1.1 *Psychologie des Reisens*

Warum verreisen Menschen? Was bewegt Menschen dazu zum Teil erhebliche Anstrengungen einer Reise auf sich zu nehmen? Um die Motivation und das Verhalten der Reisenden verstehen zu können, ist es unabdingbar sich diesen Fragen zu stellen. Schließlich stellen die Bedürfnisse und Motive neben den wirtschaftlichen Möglichkeiten der Finanzierung und Freizeiteinteilung sowie dem touristischen Angebot eine gewichtige Antriebskraft des Tourismus dar (siehe Abbildung 1-1).

Abbildung 1-1: Antriebskräfte des Tourismus



Quelle: F.U.R. 2000, S. 22.

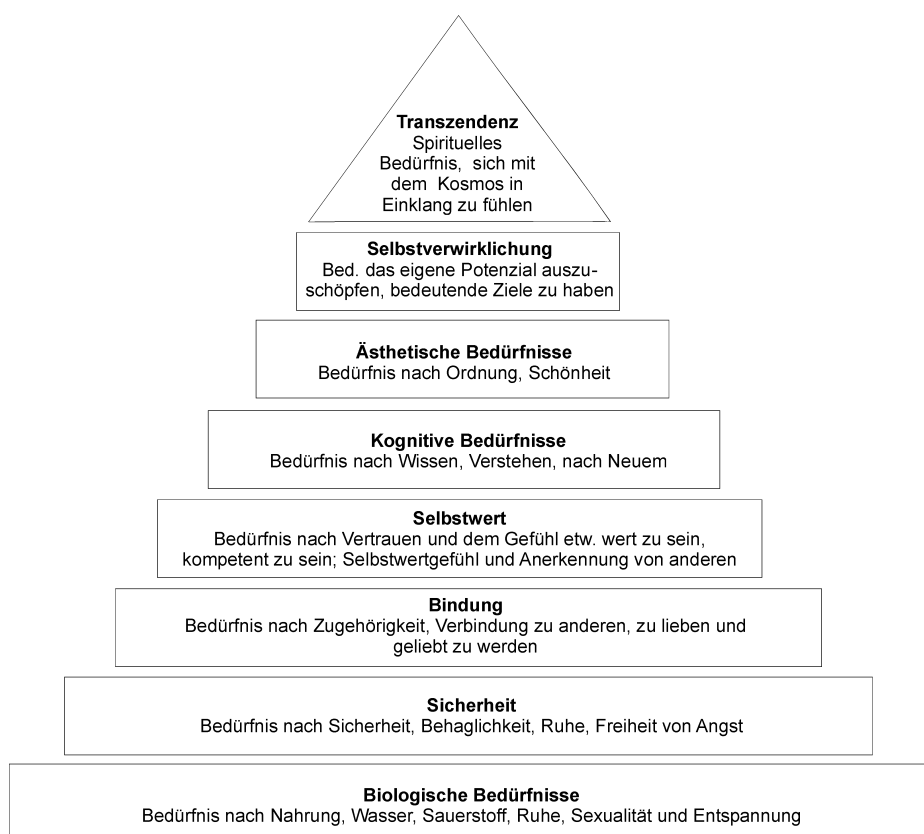
Mit Hilfe psychologischer und soziologischer Ansätze zur Bedürfnis- und Motivationsstruktur sowie einem Konzept aus der Umweltpsychologie zur Landschaftsbewertung soll ein Versuch unternommen werden der Beantwortung dieser essentiellen Fragen der Tourismuspsychologie näher zu kommen.

1.1.1 Motivations- und Bedürfnisstruktur

Generell ist das Handeln des Menschen von Aktionen zur Bedürfnisbefriedigung geleitet. In der Psychologie wird *Bedürfnis* als Ausdruck eines Mangelzustandes bezeichnet und ist damit grundlegender Auslöser für jegliche Handlungen, die zur Bedürfnisbefriedigung führen sollen (vgl. FRÖHLICH 2000).

MASLOW unterscheidet fünf hierarchisch angeordnete Bedürfniskategorien: die fundamentalen biologisch-physiologischen Grundbedürfnisse nach Nahrung, Wasser und Sexualität, das Bedürfnis nach Sicherheit, Schutz, Beständigkeit und Vertrautheit, die sozialen Bindungsbedürfnisse bezüglich Liebe und Zugehörigkeit, die psychologischen oder Ich-Bedürfnisse nach persönlicher Anerkennung sowie das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung als höchstes Ziel. Diese Hierarchie wurde von ZIMBARDO und GERRIG um die kognitiv-wissensorientierten und ästhetischen Bedürfnisse sowie das Bedürfnis nach Transzendenz erweitert (siehe Abbildung 1-2).

Abbildung 1-2: Die Hierarchie der Bedürfnisse nach MASLOW



Quelle: nach ZIMBARDO, GERRIG 1999, S. 324.

Die wesentliche Aussage dieser Bedürfnispyramide ist die notwendige Erfüllung der jeweils primitiveren Bedürfnisse zum Erreichen eines Bedürfnisses einer höheren Kategorie. Denn während die jeweils niederen Bedürfnisse Mangelsituationen ausdrücken – sofern sie nicht erfüllt werden – bedeuten unerfüllte Bedürfnisse der anspruchsvolleren

Kategorien keine lebensbedrohende Situation; die Erfüllung dieser dient der psychischen Wertsteigerung¹.

Nachdem in der modernen westlichen Gesellschaft eine faktische Garantie für die Sättigung der Primärbedürfnisse besteht, werden zunehmend Wachstumsbedürfnisse, wie die kognitiven, ästhetischen oder die Bedürfnisse nach Selbstwert und Selbstverwirklichung als grundlegendste Bedürfnisse erachtet. Luxus und entbehrlicher Konsum erlangen dadurch einen neuen herausragenden Stellenwert in den Handlungsmaßstäben der Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund wird dem Individuum die Urlaubsreise heute beinahe als eines seiner Grundbedürfnisse zugestanden, wodurch der Tourismus beträchtlich an Bedeutung gewinnen konnte.

OPASCHOWSKI (1977) leitet aus der MASLOWSCHEN Bedürfnis-Grundstruktur acht Bedürfnisgruppen ab, die Relevanz für den Urlauber besitzen: zunächst gilt das *Rekreatationsbedürfnis* nach Erholung, Entspannung und Wohlbefinden allen Urlaubern als wichtigstes Motiv. Das *Kontemplationsbedürfnis* nach Selbstbesinnung, Selbsterfahrung und Selbstfindung vervollständigt die Suche nach Erholung und Ruhe im Urlaub. Generell scheint in der heutigen Zeit die Motivationsstruktur aber zweigeteilt: zum einen wird dem Ruhe- und Erholungsbedürfnis im modernen Tourismus ein wichtiger Stellenwert beigemessen, doch andererseits möchte der Urlauber während seiner Reise Neues erfahren und aufregende Eindrücke sammeln. Damit ist das *Kompensationsbedürfnis* nach Ausgleich und Ablenkung vom tristen, eintönigen Alltag beinahe ebenso bedeutungsvoll. Gerade bei den Bildungs- und Studienreisenden zählt das *Edukationsbedürfnis* mit dem Ziel der Wissenssteigerung durch die Erfahrung von Neuem und dem Weiterlernen als entscheidende Urlaubsmotivation. Mit zunehmender Verstädterung wird zudem eine sinkende Dichte von Sozialkontakten in den Städten bemängelt. Deshalb versuchen gerade Stadtbewohner diese Anonymität des Alltages im Urlaub zur Erfüllung ihres *Kommunikationsbedürfnisses* zu durchbrechen, indem Sozialkontakte intensiviert werden und Geselligkeit auf begrenzte Zeit praktiziert wird. Entsprechend strebt auch das *Integrationsbedürfnis* steigende Sozialorientierung, Gruppenbezug und gemeinsame Lernerfahrung im Urlaub an, das *Partizipationsbedürfnis* Beteiligung, Mitbestimmung und Engagement. Letztlich ist für gewisse Urlaubergruppen das *Enkulturationsbedürfnis* nach kultureller Beteiligung, kreativer Erlebnisentfaltung und Produktivität entscheidend, was beispielsweise bei Teilnehmern an alternativen Kunstworkshops beobachtet werden kann.

Die *Motive* des Einzelnen, sich letztlich für eine Urlaubsreise zu entscheiden, greifen stark auf diese Bedürfnistypen zurück. Während die Bedürfnisse die Ursachen des Handelns durch einen elementaren Mangel begründen, sind Motive „komplexe Beweggründe des menschlichen Verhaltens, die sich in gedanklichen Vorwegnahmen eines angestrebten Zielzustandes bzw. Veränderungserwartungen in bezug auf bestimmte Situationen äußern“ (FRÖHLICH 2000, S. 303). Als stereotypes Motiv für die Urlaubsreise gilt die Erholung. HARTMANN gruppiert die Reismotive in vier Einheiten nach den vital-

¹ Zu einer vertieften Diskussion der Bedürfnisstruktur nach MASLOW siehe STEINBACH 2003.

biotischen, psychisch-explorativen, sozialen sowie den Erlebnis- und Interessensaspekten (siehe Tabelle 1-1):

Tabelle 1-1: Gruppen von Reisemotiven

1. *Erholungs- und Ruhebedürfnis*

- Ausruhen, Abschalten, Herabsetzung geistig-seelischer Spannung, Minderung des Konzentrationsgrades;
- Abwendung von Reizfülle

2. *Bedürfnis nach Abwechslung und Ausgleich*

- Tapetenwechsel, Veränderung gegenüber dem Gewohnten;
- Neue Anregungen bekommen, etwas Neues ganz anderes erfahren und erleben als das Alltägliche, neue Eindrücke gewinnen;
- Im Alltag nicht beanspruchte Fähigkeiten verwirklichen, sich selbst entfalten, zu sich selbst kommen.

3. *Befreiung von Bindungen*

- Unabhängigkeit von sozialen Regelungen, tun, was man will, sich frei und ungezwungen bewegen, auf niemanden Rücksicht nehmen;
- Befreiung von Pflichten, Ausbrechen aus den alltäglichen Ordnungen.

4. *Erlebnis- und Interessenfaktoren*

- Erlebnisdrang, Neugierde, Sensationslust;
 - Reiselust, Fernweh, Wanderlust;
 - Interesse an fremden Ländern, Menschen und Kulturen;
 - Kontaktneigung;
 - Geltungsstreben, „oben sein“, sich bedienen lassen.
-

Quelle: HARTMANN 1962 in STEINBACH 2003, S. 82.

Die Bedürfnisse nach Erholung und Ruhe, nach Abwechslung und Ausgleich sowie nach Befreiung von Bindungen werden in der Tourismuspsychologie vielfach als *Konträr-* oder *Push-Motive* zusammengefasst und synonym mit der Flucht aus dem Alltag verwendet. Die Erlebnis- und Interessenfaktoren repräsentieren Anreize beispielsweise der Tourismusregionen oder spezieller Tourismusformen und werden daher als *Komplementär-* oder *Pull-Motive* bezeichnet (vgl. FREYER 2001).

Die Flucht aus dem Alltag wird neben der Erholung allgemein als dominantes Motiv der Reisetätigkeit genannt. Schließlich stellt der Tourismus die letzte „Fluchtborg der Hoffnungen, Träume [und] Sehnsüchte“ (KUBINA 1990, S. 1) des überwiegend negativ empfundenen Alltags dar aus dessen Zwängen und Begrenzungen der Reisende wenigstens für begrenzte Zeit flüchten möchte. Allerdings ist diese Flucht aus den heimischen Zwängen trügerisch, da auch am Urlaubsort dem Reisenden bestimmte Verhaltensnormen abverlangt werden und er wiederum in bestimmte Rollen gedrängt wird. Zudem führt „die Flucht aus der Masse [...] für viele paradoxerweise wieder in die Masse hinein“ (KRIPPENDORF 1975, S. 56). Auf der Suche nach Erholung und Ruhe bedeutet der Tourismus bei der Erfüllung der ursprünglichen Motivation und der grundlegenden Bedürfnisse seiner Reisenden daher oft ein Hindernis seiner selbst. Obwohl heute eine verstärkte Individualität propagiert wird, ist in Wirklichkeit eine Vielzahl von Reisenden eher dem Herdentrieb unterworfen, um in der Masse ein Gefühl der Sicherheit zu verspüren, aber auch um im Kollektiv die touristischen Highlights zu konsumieren.

Auch die Verlockungen der Tourismusregionen und der Urlaubsformen, welche die „Flucht in die Fremde“ bewirken, erweisen sich als fragwürdige Motive, denn Urlaubsziele werden mit standardisierten Angeboten in der heutigen Urlaubswelt zunehmend ähnlicher und damit austauschbar. Oftmals fungieren sie lediglich noch als Kulisse und stellen somit nicht das eigentliche Ziel der Touristen dar. Abgesehen davon interessieren sich die Touristen kaum für die Destination an sich, sondern bestätigen durch ihre selektive Wahrnehmung lediglich ihre „schöne Scheinwelt“ (KUBINA 1990, S. 169), um im Tourismus nicht mit den Problemen der Zielregion belastet zu werden.

Diese Ambivalenz der touristischen Wunschvorstellung einerseits und der tatsächlichen touristischen Realität andererseits zeigt KUBINA mit ihrer Gegenüberstellung der „Illusion der Prospektwelt“ bzw. der touristischen Traumwelt und der touristischen Wirklichkeit (siehe Tabelle 1-2), wie es auf das Gros der Touristen mit Ausnahme des Abenteurers und Entdeckers angewandt werden kann.

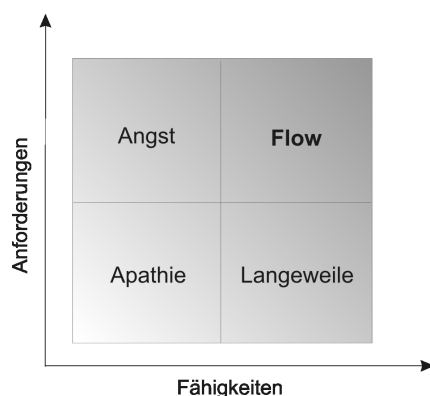
Tabelle 1-2: Touristische Ambivalenz

Touristische Traumwelt		Touristische Wirklichkeit
Einsamkeit	↔	Touristisch erschlossen
Abenteurer	↔	Sicherheit
Exotik	↔	Gewohntes

Quelle: KUBINA 1990, S. 150.

Wie aus der Darstellung hervorgeht, soll die Urlaubsreise nach außen wahre Ideale und Entdeckergeist vermitteln, in der Durchführung überzeugen aber einfache Komfort- und Sicherheitsaspekte. Auslöser für dieses dissonante Verhalten ist der mit der Reise verbundene Prestigegewinn, der umso größer ausfällt, je einmaliger, gewagter und exotischer die Reise verlief. Das Motiv Prestige wird besonders in der heutigen „außengeleiteten Gesellschaft“ (KUBINA 1990, S. 94), in der Medien und Werbung das Konsumverhalten des Einzelnen entscheidend prägen, oder gar diktieren, eine wichtige Antriebskraft für die Reiseentscheidung.

Abbildung 1-3: Modell des Flow-Zustands



Quelle: ANFT 1993, S. 142.

Zusammenfassend ist der Genuss ein wichtiges Motiv. Während der Urlaubsreise sollen positive Empfindungen und Erlebnisse überwiegen, man möchte „die schönsten Wochen des Jahres“ genießen. Daher ist gemeinsames Ziel aller Touristen und damit das originärste aller Urlaubsmotive das Flow-Erlebnis. Das Flow-Konzept des Psychologen CSIKSZENTMIHALYI beschreibt Situationen, in denen durch die Übereinstimmung der Handlungsanforderungen mit den Fähigkeiten des Individuums, dieses die völlige Kontrolle über die jeweilige Situation empfindet, sich alle Abläufe stimmig, wie „im Fluss“ ereignen und dadurch ein Zustand der Selbstvergessenheit eintritt (vgl. ANFT 1993).

Das Erlebnis muss sich hierbei angemessen im Spannungsfeld zwischen Anforderungen und Fähigkeiten verhalten, damit weder Langeweile noch ein Angstzustand sondern wahre Erholung und Freude eintreten und die Motive des Reisenden befriedigt werden (siehe Abbildung 1-3). Dieses angestrebte ausfüllende Erlebnis suchen die Reisenden jedes Jahr aufs neue im Urlaub, aktiviert durch die finanziellen Möglichkeiten und die langweiligen Charakteristika der modernen Gesellschaft. Der Tourismus soll auf diese Weise die eigentlichen Lebensziele der Selbstverwirklichung und des Genusses erfüllen, welche im Alltag scheinbar keine Realisierungsmöglichkeiten mehr erfahren.

1.1.2 Das Konzept der Landschaftsbewertung und Landschaftspräferenz nach Kaplan und Kaplan

Ziel der Reisen vieler Touristen sind heute bevorzugt landschaftlich attraktive Urlaubsregionen. Damit stellt die natürliche Umwelt die Hauptattraktion des Tourismusproduktes für die Mehrzahl der Urlauber dar. Doch welche Landschaften werden bevorzugt und was erwartet der Besucher von der Natur?

Nach dem Konzept der Landschaftsbewertung und Landschaftspräferenzen nach KAPLAN und KAPLAN ordnen Menschen Landschaften anhand der folgenden Kriterien ein (siehe Tabelle 1-3): *Zusammengehörigkeit* (coherence), *Komplexität* (complexity), *Lesbarkeit* bzw. *Verständlichkeit* (legibility) und *Rätselhaftigkeit* (mystery).

Tabelle 1-3: Kriterien der Informationsverarbeitung der Landschaftsbewertung

	<i>Verstehen</i>	<i>Explorieren</i>
<i>unmittelbar</i>	Kohärenz	Komplexität
<i>zukünftig</i>	Lesbarkeit	Rätselhaftigkeit

Quelle: HELLBRÜCK, FISCHER (1999), S. 258, nach KAPLAN & KAPLAN.

Während Kohärenz und Komplexität die unmittelbaren Oberflächeneigenschaften einer Landschaft beschreiben, bestimmen Lesbarkeit und Mystery die zukünftigen Verhaltensweisen, die die jeweiligen Landschaftsszenen implizieren. Kohärenz bezeichnet hierbei die Einfachheit mit der der Betrachter eine Landschaftsszene in ihre Elemente gliedern kann. Bevorzugt werden demnach in wenige größere Einheiten mit wiederkehrenden Mustern organisierte Landschaften, die „ohne schlussfolgerndes

Denken erkennbare Einheitlichkeit und Sinnhaftigkeit“ (HELLBRÜCK, FISCHER 1999, S. 259) vermitteln. Komplexität benennt dagegen die Anzahl der von einer Szene vermittelten verschiedenen Reize, wobei Landschaften von mittlerer Komplexität bevorzugt werden. Der Betrachter wird hiervon weder überfordert, abgeschreckt noch gelangweilt.

Um sich in einer Landschaft orientieren zu können und sein Verhalten auf die jeweilige Situation abzustimmen, erwartet der Betrachter ihm einfach zugängliche strukturelle Muster, die er für die Anwendung auf weitere Szenen mental speichert. Lesbarkeit „ist somit eine kognitiv vermittelte, funktionsbezogene Eigenschaft einer Landschaftsszene“ (HELLBRÜCK, FISCHER 1999, S. 260). Während die Lesbarkeit einer Landschaft durch ein erforderliches Maß an Strukturiertheit dem Betrachter eine gewisse Vertrautheit und Sicherheit vermittelt, weckt Mystery sein Neugier- und Explorationsverhalten. Wie bei der Komplexität bereits erwähnt, muss eine Landschaft verschiedene Reize vermitteln, um den Beobachter zu interessieren, Erwartungen in ihm zu wecken und ihn folglich zu Entdeckungen zu verlocken. Allerdings darf eine Szene nicht mit Reizen überhäuft sein. In diesem Falle würde eine Reizüberflutung Angstgefühle hervorrufen und damit das Entdeckungsverhalten hemmen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Bewertung von Landschaftsszenen durch eine Mischung aus der Suche nach Vertrautheit und Zurechtfinden auf der einen Seite und die Erwartung von neuen Reizen auf der anderen Seite geprägt ist, wobei weder langweilende noch überfordernde Szenen präferiert werden. Die explizite Bedeutung der beiden Kriterien für die Einschätzung von Landschaften variiert allerdings je nach Betrachter und dessen persönlicher Einstellung. Generell dominiert der Versuch um Konsonanz mit einem möglichst geringen Angstniveau einerseits und einer größtmöglichen Stimulation andererseits das Explorationsverhalten (vgl. THOMAS 1993). Damit relativiert sich das Motiv „Neues erleben“. Häufig ist die Begegnung mit dem Fremden und Neuen nur auf Ausschnitte begrenzt, nachdem viele Touristen schlichtweg nicht bereit für die Fremde sind. So soll keine Reise, auch nicht in die entferntesten Regionen, Bequemlichkeit und Vertrautes vermissen lassen (vgl. KRIPPENDORF 1975). Weltweit standardisierte Restaurantketten erfahren gerade unter den Reisenden große Beliebtheit, heimische Getränke und Menüs werden in zahlreichen Urlaubsregionen – trotz vorhandener regionaler Spezialitäten – vorausgesetzt. Wird dies oftmals von erfahreneren Reisenden belächelt oder kritisiert, stellt dieser „Rückzug in die Vertrautheit“ für viele Reisende eine Garantie des richtigen, angepassten Verhaltens dar, wodurch sie keine regionalen Bräuche oder Sitten verletzen. „In dem Maße, wie Tourismus in organisierten Bahnen verläuft, verringert sich das Risiko des Kulturschocks. Die typischen Kontakte des Touristen zu der fremden Kultur sind durch touristische Arrangements und Moderatoren vermittelt und gefiltert, die Begegnung mit Fremdartigem erfolgt oft in relativ sicheren, ritualisierten Bahnen“ (VESTER 1993, S. 172 f.).

Für die Urlaubsreise ist die Suche nach Neuem und das Erleben neuartiger Situationen losgelöst vom Alltag einer der wichtigsten Beweggründe. Dieses Entdeckungsverhalten prägt die Menschheit und im speziellen das Reisen seit Jahrhunderten. Hierbei darf jedoch nicht übersehen werden, dass trotz aller Neugierde

und Begeisterung für Neues und Fremdes der Wunsch nach Sicherheit und Schutz ein dominantes Anliegen bleibt. Dieser Wunsch nach Sicherheit in der Masse bietet die Möglichkeit des Managements der Masse. In ihr treten die Touristen geballt aber vorhersehbar auf, wodurch an diesen Punkten und zu diesen Zeiten Reglements greifen können.

1.2 Die historische Entwicklung des Tourismus

Gerade für die frühesten Reisenden stellte der Wunsch nach Sicherheit allzu oft ein enormes Hindernis dar. In der Frühzeit des Reisens konnten keine Garantien für den Erfolg einer Reise gewährt werden. Im Laufe der Jahrhunderte wandelte sich die Sicherheitslage und die Attraktivität des Reisens gewaltig, so dass sich die Urlaubsreise bezüglich ihrer Größe und Bedeutung zu ihrem heutigen Ausmaß entwickeln konnte. Im Folgenden wird die Geschichte des Reisens von ihren Anfängen bis zu den heutigen Dimensionen dargelegt und zudem auf die mögliche zukünftige Entwicklung des Tourismus verwiesen.

1.2.1 Die Entwicklung des Reisens bis 1945

Seit jeher begeben sich Menschen an Orte fernab von ihrem Zuhause. Während in der Frühzeit des Menschen diese „Reisen“ lediglich der Existenzsicherung mit dem Ortswechsel zur Nahrungsbeschaffung oder zur Suche nach neuen Lebensräumen in Form von Völkerwanderungen dienten, verreisten die Ägypter bereits im heutigen Sinne der Urlaubsreisen. Diese Ausprägung des Reisens wurde erst mit einer zunehmenden Spezialisierung und Arbeitsteilung möglich, wodurch sich eine Klassengesellschaft etablierte und deren Oberschicht sich diverse Privilegien, wie das der Reise, sichern konnten. Zwar wurde auch bei den Ägyptern noch der Großteil der Reisen zweckgebunden als Handels- und Dienstreisen unternommen, doch sind ab 1500 vor Christus erstmals auch Bildungs- und Vergnügungsreisen belegt, wie die der Königin Hatshepsut (vgl. GOELDNER, RITCHIE, MCINTOSH 2000).

Bei den Griechen dominierten die Reisen zu den überregional bedeutenden Festspielen wie den Olympischen, Pythischen, Istmischen und Nemeischen Spielen. Trotz der damals noch sehr ungünstigen Verkehrsbedingungen waren zu diesem Zwecke bereits gewaltige Menschenmassen unterwegs (vgl. KUBINA 1990). Abgesehen von diesen Festspiel-Besuchern begaben sich lediglich Händler, Pilger, Staatsmänner und Feldherren auf Reisen.

Im Römischen Reich erlangte der Reiseverkehr unter Kaiser Hadrian durch die Sicherung des Friedens und die damit einhergehende Stabilisierung des Wohlstandes einen deutlichen Aufschwung. Zudem wurde das Wegenetz unter den Römern ausgebaut und verbessert, so dass das Reisen wesentlich bequemer, einfacher und schneller wurde. Die Reisen der Römer beschränkten sich auf das eigene Reich, wobei der Süden und im speziellen Ägypten zu den favorisierten Reisezielen avancierten. Unter diesen günstigen