

Tourismus und kulturelle Identität

Die Kritik an den kulturellen Auswirkungen des Tourismus hat eine lange Tradition. Touristen ein allenfalls oberflächliches Interesse an der Kultur der von ihnen bereisten Gebiete zu unterstellen und gleichzeitig in den bereisten Regionen unerwünschte Kulturveränderungen auszumachen, als deren Verursacher der Tourismus gilt, ist keineswegs eine Erscheinung der Neuzeit. Bereits im 19. Jahrhundert wurde diese Kritik recht pauschal und polemisch formuliert. Für eine Erfassung der eigentlichen Zusammenhänge oder gar für eine Verbesserung möglicher Missstände ist dies nicht sehr hilfreich. Im vorliegenden Beitrag möchte ich versuchen, das gesamte Gefüge der kulturellen Wirkungen des Tourismus darzustellen und gleichzeitig eine A-priori-Wertung zu vermeiden.

I. Kultur und kulturelle Identität

Je weiter die Globalisierung voranschreitet, umso mehr scheint die Eigenart der Regionen – ihre kulturelle Identität – in den Blickpunkt des Interesses zu rücken. Es gibt im Hinblick auf diese Identität seit einiger Zeit zwei gegenläufige Tendenzen: Die eine weist in Richtung Vereinheitlichung und Angleichung der Kulturen im Sinne des wirtschaftlichen Wohlstandes und Wachstums, die andere in Richtung einer Zunahme der Bedeutung der kulturellen Identität der Regionen. Im zweiten Falle ist eine neue Betonung regionaler Eigenart im Sinne der umfassenden Wohlfahrt des Menschen auszumachen, wozu die Identität maßgeblich beiträgt. Zugleich nimmt in vielen Ländern die Besorgnis zu, von der Einheitskultur – auch gegen ihren Willen – überrollt zu werden: durch die weltweit operierenden Wirtschaftskonzerne, durch zunehmend vereinheitlichte Erziehungssysteme, durch die Medien und durch den internationalen Tourismus.

Es fällt auf, dass in der Debatte um den Tourismus und seine kulturellen Wirkungen vor allem die negativen Aspekte, also die *Gefahren* diskutiert werden. Das geht zum Teil so weit, dass mögliche positive Aspekte, also *Chancen*, gar nicht in Erwägung gezogen werden. Zum anderen wird häufig die Wirkung auf die Kultur der Zielregionen des Tourismus ins Zentrum des Interesses gerückt, die Bedeutung für die Kultur der Entsenderegionen jedoch vernachlässigt.

Ich gehe nicht von einem wertenden, engen Kulturbegriff aus, sondern von einem beschreibenden, weiten. In der einfachsten Form wird er nach Hans A. Pestalozzi wie folgt definiert: „Kultur ist das, was für eine menschliche Gemeinschaft in einer bestimmten Region typisch ist.“¹ Tourismus, Fremdenverkehr und Reisen werden im Folgenden als Synonyme verwendet mit der folgenden Umschreibung: Es handelt sich um die „Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort weder hauptsächlichlicher und dauernder Wohn- noch Arbeitsort ist“².

II. Kulturelle Wirkungszusammenhänge

Während in der Literatur üblicherweise nur zwei am Tourismus beteiligte Kulturen unterschieden werden – die Kultur der Reisenden und die Kultur der Bereisten –, gibt es durchaus Ansätze zu einer stärkeren Differenzierung. Diese beruht darauf, dass der Tourismus weitere eigenständige Kulturen begründet. Ich habe ein Modell von Jafar Jafari³ weiterentwickelt in der Richtung, dass durch den Tourismus nicht nur eine Tourismuskultur entsteht, sondern deren vier: zwei auf Seiten der touristischen Entsende- bzw. Quellregion und zwei weitere auf Seiten der touristischen Empfangsregion. Sie seien im Folgenden knapp umrissen:

Die Kultur der Quellregion umfasst das, was für die Einwohner einer touristischen Entsenderegion typisch ist. „Idealtypisch“ wird hier die moderne Industriegesellschaft angenommen mit den Merkmalen extreme Rationalisierung, Arbeitsteilung, Atomisierung des Lebenszusammenhanges.

Der Text basiert auf der Dissertation der Autorin: Tourismus und kulturelle Identität – Die Bedeutung des Tourismus für die Kultur touristischer Ziel- und Quellgebiete, Bern – Hamburg 1994.

1 Hans A. Pestalozzi, Kultur: Freiraum oder Alibi? Vortrag am 12. Mai 1987 in Bern.

2 Claude Kaspar, Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss, Bern – Stuttgart 1975, S. 13.

3 Vgl. Jafar Jafari, Understanding the Structure of Tourism – An Avant Propos to Studying its Costs and Benefits, in: AIAEST (Hrsg.), Wechselwirkungen zwischen Nutzen und Kosten des touristischen Angebots, St. Gallen 1982, S. 51–72, hier S. 54 ff.

Die Ferienkultur ist das, was für die Gesamtheit der direkt vom Tourismus Betroffenen aus einer industriegesellschaftlichen Entsenderegion typisch ist. Sie umfasst u. a. den Lebensstil, den Touristen auf Reisen pflegen, sowie Reiseveranstalter, Reisebüros, touristische Werbung usw.

Die Dienstleistungskultur stellt das dar, was für die vom Tourismus Betroffenen einer bestimmten Empfangsregion (in ihrer Eigenschaft als Wirtschafts- und Erholungsraum) typisch ist; sie umfasst den Lebensstil, den Einheimische in ihrer Rolle als Gastgeber praktizieren, sowie die in einer Region geschaffenen Einrichtungen für den Tourismus.

Die Kultur der Zielregion ist das, was für alle Bewohner einer touristischen Empfangsregion (in ihrer Eigenschaft als Lebens- und Wirtschaftsraum) typisch ist.

Dieses Modell weist zwar einen hohen Abstraktionsgrad (insbesondere werden die Kulturen nicht als eigene Systeme dargestellt) und idealtypische Vereinfachungen auf (Entsenderegion als Industriegesellschaft, Empfangsregion als ländliche Randregion), erscheint aber zur Darstellung der grundsätzlichen Wirkungsmechanismen gerade deshalb geeignet.

Im Zentrum der Untersuchung stehen die Wirkungen der Dienstleistungskultur auf die Kultur der Zielregion und die Funktion der Ferienkultur für die Kultur der Quellregion.

III. Wirkungen der Dienstleistungskultur auf die Kultur der Zielregion

Die kulturelle Identität ist eine wichtige Voraussetzung der Lebensqualität, gilt aber heute in vielen Fällen als ge- oder gar zerstört. Daher leistet die Stärkung der kulturellen Identität einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität des Einzelnen wie der Gesellschaft. Es wird hier kein starres Identitätskonzept zugrunde gelegt, sondern Identität als Prozess aufgefasst. Voraussetzungen der Identität sind Sicherheit, Aktivität und Pluralismus, die hier als konkrete Unterziele gelten sollen; dementsprechend sind Unsicherheit, Inaktivität und Anonymität dem Ziel der kulturellen Identität abträglich.

Es gibt in der Tourismusliteratur einige Behauptungen, die seit Jahren, gar seit Jahrzehnten unverändert pauschal weiter erhoben werden. Sie seien im Folgenden beispielhaft aufgeführt:

– Durch den Tourismus drohender Kulturverlust ist eine grundsätzlich negative Erscheinung.

– Durch den Tourismus werden ursprüngliche und intakte Gemeinschaften bedroht und zerstört.

– Tourismus führt zu einer negativ zu bewertenden Dominanz des Kommerzdenkens.

– Durch den Tourismus ausgelöste Transformation von Folklore in Folklorismus ist ein Zeichen der Kulturzerstörung und daher negativ zu werten.

– Schutz und Erhaltung der einheimischen Kultur sind wünschenswert.

Diese pauschalen Behauptungen offenbaren eine Reihe von Annahmen, die es kritisch zu hinterfragen gilt:

– *Ein museales, starres Kulturverständnis:* Wandel ist ein Wesensmerkmal, nicht Bedrohung von Kultur. Nötig ist ein dynamisches Kulturverständnis.

– *Mangelnde Empathie:* Die Bewertung kulturellen Wandels kann letztlich nur aus der Sicht der Einheimischen selbst vorgenommen werden, nicht aus Erfahrungen, Befürchtungen, Idealvorstellungen der Zentren heraus.

– *Kulturpessimismus:* Häufig wird von einem Idealbild einer Kultur ausgegangen (die „heile Welt des Dorfes“ z.B.) und jede Abweichung davon wird als Zerfall gewertet.

– *Ein romantisches Bild der Randregionen:* Es wird unterstellt, dass der Tourismus in unberührte, traditionelle Gemeinschaften einbreche. Tatsächlich aber ist auch dort die Entwicklung hin zur modernen Identität bereits weit fortgeschritten.

– *Mangelnde Unterscheidung zwischen Form und Funktion von Kulturelementen:* Wo Folklorismus verdammt oder Revitalisierung pauschal begrüßt wird, ist im Allgemeinen nur vom Existieren eines Kulturelementes die Rede. Welche Funktion es hat, ob sich diese Funktion gewandelt hat und was das für das gesamte „System Kultur“ bedeutet, wird häufig nicht berücksichtigt.

– *Missachten historischer Bezüge:* Die Tourismusliteratur ist zu häufig nur auf sich selbst bezogen und vernachlässigt die Ergebnisse beispielsweise der Volkskunde. Dort werden viele Erscheinungen, welche die Tourismuskritik dem Reisen zuschreibt, in ganz anderen Zusammenhängen ebenfalls beschrieben und analysiert und keineswegs so pauschal beurteilt.

– *Vergleich des Tourismus heutiger Prägung mit alten Reiseformen:* Es wird immer wieder eine Rückkehr zur alten „Reisekultur“ gefordert, deren Hauptmerkmale als Langsamkeit, Achtsamkeit

und Rücksichtnahme unterstellt werden. Der moderne Massentourismus jedoch ist weder vom Ausmaß noch von der Form, noch von der Motivation her den alten Formen vergleichbar. Tourismus heute ist aus Sicht der Einheimischen in erster Linie eine ökonomische Aktivität, die der Existenzsicherung oder wenigstens -verbesserung dient.

Wenn man versucht, diese „Argumentationsfallen“ zu umgehen, ist in der Theorie das positive (*Chancen*) und negative Potenzial (*Gefahren*) des Tourismus folgendermaßen ableit- und anhand von Einzelbeispielen in der Praxis nachweisbar:

1. Chancen

1. *Die Dienstleistungskultur fördert den Pluralismus in der Kultur der Zielregion*

Es ist ein Kennzeichen der modernen Gesellschaft, dass „Identität weniger durch die Kontinuität der Eigenart als vielmehr durch die Neugestaltung oder Wiederbelebung von Eigenart ihre Bestätigung erfährt“⁴. Eine breite Auswahl an Identifikationsmöglichkeiten erlaubt einerseits die (Wieder-)Gewinnung von Eigenart im Sinne der Abgrenzung nach außen und andererseits die Integration unterschiedlicher – beispielsweise altersspezifischer – Gruppen nach innen. Zum Pluralismus sowohl durch zeitliche wie auch durch räumliche Orientierung kann die Dienstleistungskultur materiell (etwa durch Einkommen) wie immateriell (etwa durch förderndes Interesse) Entscheidendes beitragen.

Mit Pluralismus durch zeitliche Orientierung ist in erster Linie die Revitalisierung gemeint, also keine Fortsetzung alter Traditionen, sondern die Wiederbelebung alter, nicht mehr gelebter Kulturelemente. Die wieder zunehmende Bedeutung der Landwirtschaft, gerade auch in der jüngeren Generation, in einigen Orten im schweizerischen Berggebiet belegt dies. Die räumliche Orientierung beruht auf dem Austausch mit anderen Kulturen und äußert sich vor allem in Innovationen. Sie ergibt sich nicht nur durch die Touristen selbst, sondern auch durch auswärtige Arbeitskräfte, die wegen des Tourismus zuziehen. Postmaterielle Werte können auf diesem Wege nachgewiesen werden.

2. *Die Dienstleistungskultur fördert die Sicherheit der Kultur der Zielregion*

Materielle Sicherheit, Verhaltenssicherheit, Gefühl des Aufgehobenseins in einer Gruppe, posi-

ves „Wir“-Gefühl in der Abgrenzung gegen außen – all dies sind Aspekte der Sicherheit im Hinblick auf kulturelle Identität. Der Tourismus kann dazu ganz grundlegend einen Beitrag leisten, indem er durch neue Arbeitsplätze die materielle Existenz sichern hilft. In verschiedenen Tourismusregionen ist eine positive Bevölkerungsbilanz aufgrund des Tourismus zu verzeichnen. Auffallend ist gerade in Orten mit langer Tourismustradition, dass das Selbstbewusstsein als Gruppe nach eventueller anfänglicher Verunsicherung schließlich steigen kann.

3. *Die Dienstleistungskultur fördert die Aktivität in der Kultur der Zielregion*

Sowohl Wille als auch Fähigkeit einer Gruppe zu eigenständiger Gestaltung, zu Abwehr von Fremdbestimmung, zu Wahrnehmung vergrößerter Aktivitätsangebote im Freizeitbereich, zu Verwirklichung sozialer Mobilität usw. sind Ausdruck vorhandener Aktivität in einer Region.

Durch die Dienstleistungskultur wird das Freizeitangebot nicht nur für Touristen, sondern auch für die Einheimischen erhöht. So entstehen Sport- und Kulturveranstaltungen zum Teil auf höchstem Niveau, die in Art und Umfang in der Kultur der Zielregion sonst nicht vorhanden wären. Das Schleswig-Holstein Musik Festival oder das Lockenhaus Festival, um nur zwei Beispiele herauszugreifen, werden ja durchaus nicht nur von Touristen besucht. Außerdem gibt es zahlreiche Beispiele in den Bergregionen, in denen – allerdings in der Regel erst nach erheblichem „Leistungsdruck“ – die Bevölkerung einen deutlichen Willen zur Abwehr von Fremdbestimmung durch die Dienstleistungskultur entwickelt. Die Aktivität ist dort besonders hoch, wo neben die Abwehr eines Projektes die Entwicklung von Alternativen aus der Kultur der Zielregion heraus tritt. Auch dies kann zum Beispiel im schweizerischen Berggebiet nachgewiesen werden.

2. Gefahren

1. *Die Dienstleistungskultur fördert die Anonymität in der Kultur der Zielregion*

Die „Namenlosigkeit“ äußert sich auf kultureller Ebene in Austauschbarkeit, Konturenlosigkeit und Beliebigkeit. Die im Tourismus als Wirtschaftsfaktor häufig zu verzeichnende Massenfertigung und Austauschbarkeit kann sich auf die Kultur der Zielregion übertragen. Tatsächlich werden von Einheimischen selbst Gefühle des Identitätsverlustes und der Entfremdung der eigenen Kultur geäußert. Auch wird eine Verflachung der persönlichen Beziehungen durch die Dienstleistungskultur beklagt.

⁴ Ina-Maria Greverus, Kultur und Alltagswelt. Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie, München 1978, S. 278.

2. Die Dienstleistungskultur fördert die Unsicherheit der Kultur der Zielregion

Die Entwicklung von der traditionellen hin zur balancierenden Identität ist von einer Zunahme der Unsicherheit gekennzeichnet: Dem Vorteil zunehmender Wahlmöglichkeiten und größerer Selbstentfaltungschancen steht der Verlust eines offenen Normen- und Sanktionssystems gegenüber; außerdem wird der Status nun nicht mehr über die Herkunft, sondern über die Leistung des Einzelnen definiert, was zum Teil große Existenzängste mit sich bringt. Die Dienstleistungskultur kann erheblich zur Unsicherheit beitragen: Neue Berufe führen zur Entstehung neuer sozialer Schichten; früher sehr angesehene Berufe können an Prestige verlieren oder einen neuen Inhalt bekommen; alte Bewertungsmaßstäbe verlieren an Bedeutung, neue werden eingeführt, manchmal existieren beide unverbunden nebeneinander; Preise steigen; es entsteht eine Konkurrenz um den Boden zwischen Landwirtschaft und Tourismus usw. In vielen Bergregionen der Schweiz werden deutliche Gefühle von Bedrohung der eigenen Lebensgrundlagen zum Ausdruck gebracht; insbesondere Boden-, „Enteignung“, Landschaftsverschandelung und Wohnungsprobleme werden beklagt.

3. Die Dienstleistungskultur fördert die Inaktivität der Kultur der Zielregion

Die Dienstleistungskultur hat das Potenzial, Gefühle des Ausgeliefertseins und der Abhängigkeit von außen und damit Inaktivität in der Kultur der Zielregion hervorzurufen oder zu vertiefen. Einheimische werden im Allgemeinen nicht oder nicht ausreichend in die Entscheidungsprozesse über die touristische Entwicklung eingebunden, so dass sie keinen oder nicht genügend Einfluss auf die Gestaltung ihrer Umwelt haben. Auch die vielfach erhobene Forderung nach einem „verbesserten Fremdenverkehrsbewusstsein“ der einheimischen Bevölkerung kann das Gefühl vermitteln, dass die Interessen der Touristen wichtiger seien als die eigenen. Resignation, Apathie, geistige oder konkrete Abwanderung können die Folge sein. Sie äußern sich beispielsweise in zunehmender Fremdenfeindlichkeit oder von Einheimischen selbst zum Ausdruck gebrachten Minderwertigkeitsgefühlen. Auch eine kritiklose Übernahme von Werten und Verhaltensweisen kann Ausdruck von Inaktivität sein. Als besonders drastische Folge kann Alkoholismus, besonders bei jugendlichen Einheimischen, auftreten.

3. Fazit

Bei aller Vorsicht gegenüber allgemeinen Aussagen liegt bei genauer Analyse der Einzelbeispiele

der Schluss nahe, dass die einzelnen Chancen und Gefahren nicht vereinzelt auftreten, sondern mit der touristischen Entwicklung verknüpft sind: In einer ersten Phase sind häufig Bewunderung für die und Übernahme einzelner Elemente aus der Dienstleistungskultur zu beobachten. Es folgt dann sehr häufig eine Phase der kritischen Distanz, die im schlechteren Fall von Resignation und passiver Ablehnung, im besten Fall von einer Phase des aktiven Widerstandes und der Entwicklung eigenständiger Alternativen abgelöst wird. Hilfreich kann eine klare Trennung und Ausgestaltung von Dienstleistungskultur und Kultur der Zielregion sein.

IV. Funktion der Ferienkultur für die Kultur der Quellregion

Mit der so genannten Fluchtthese hat sich eine Art monokausaler Erklärungsansatz durchgesetzt. Diese These besagt, dass die Ferienkultur suspensiven (die Zwänge zeitweilig aufhebenden), regenerativen (die körperliche und seelische Erschöpfung ausgleichenden) und kompensativen (für Defizite der Alltagswelt entschädigenden) Charakter hat und somit die durch Rationalisierung, Spezialisierung und Verlust des Lebenszusammenhanges gekennzeichnete Industriegesellschaft funktionstüchtig erhalte.⁵

Diese Fluchtthese ist sehr schlüssig und soll hier keinesfalls abgelehnt werden. Doch aufgrund der Tatsachen, dass

- mehrere weitere Erklärungsansätze „verschwunden“ sind;
- Tourismus so nur als gesellschafts „technisches“ Phänomen betrachtet wird;
- sich auch hier ein kulturpessimistischer, normativer Ansatz offenbart;
- Touristen sich in dieser Erklärung nicht wiedererkennen,

habe ich in meiner Arbeit einen weiteren Ansatz entwickelt, der die Fluchtthese ausdrücklich als akzeptiert voraussetzt. Das bedeutet praktisch, dass hier die rein äußerlichen Bestimmungsfaktoren des Reisens ausgeklammert werden und versucht wird, die hinter dem Reisen stehenden Bilder, Symbole, Metaphern zu entschlüsseln.⁶

5 Vgl. Jost Krippendorf, Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen, Zürich-Schwäbisch Hall 1984.

6 Vgl. Christoph Hennig, Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur, Frankfurt/M. – Leipzig 1999. Dieser Ansatz wird durch spätere Arbeiten bestätigt.

Auch für die Kultur der Quellregion wird als Ziel die kulturelle Identität formuliert mit den Unterzielen Pluralismus, Sicherheit, Aktivität. Die Ferienkultur leistet zu diesen Zielen einen entscheidenden Beitrag.

1. Pluralismus: Mythischer Charakter der Ferienkultur

In der Umgangssprache zeigt sich eine krasse Fehlinterpretation des Mythischen als etwas Unrealistisches oder gegenüber dem Rationalen Minderwertigeres. Schon auf der sprachlichen Ebene wird somit deutlich, dass dem Mythischen in der modernen Industriegesellschaft bestenfalls eine untergeordnete Rolle zugeordnet wird.

Tatsächlich aber müssen rationales und mythisches Denken einander ergänzen. Indem die Industriegesellschaft dies nicht nur nicht realisiert, sondern weitgehend leugnet, verweigert sie den Menschen die Erfassung wichtiger Sinnzusammenhänge. Dieses Manko wird durch die Ferienkultur ausgeglichen, die in der Industriegesellschaft für das mythische Denken gewissermaßen zuständig ist. Hierher werden die Bedürfnisse nach sinnlicher Erfahrung der Welt verlagert, die Suche nach Freiheit und Glück, der Traum von Frieden und Mühelosigkeit. Diese Zuständigkeit wird durch die hohe Präsenz der Ferienkultur in der Quellregion (z. B. durch die Werbung) perfekt.

2. Sicherheit: Ritueller Charakter der Ferienkultur

Auch der Begriff des Rituals spielt nicht nur praktisch kaum mehr eine Rolle in der Industriegesellschaft, sondern er ist eher negativ belegt: Als rituelle gelten nicht hinterfragte und nicht zielgerichtete Handlungen, was in einer auf das Rationale und Rationelle eingeschworenen Gesellschaft einer Abqualifizierung gleichkommt.

Tatsächlich aber haben Rituale drei für die Sicherheit und damit die Identität ganz entscheidende Funktionen:

1. Sie vermindern Komplexität, indem sie für bestimmte Situationen ein bestimmtes Verhalten vorschreiben.
2. Sie schaffen ein Gefühl der Zusammengehörigkeit und Gemeinschaft.
3. Sie strukturieren durch regelmäßige Wiederkehr die Zeit und ermöglichen somit eine Orientierung in der Zeit.

In der durch Säkularisierung und lineare Zeiterfahrung geprägten Industriegesellschaft hat die Ferienkultur den Alltag transzendierende und die Zeit strukturierende Funktion. Sie übernimmt damit die Rolle, die in früheren Zeiten die an

Natur und Religion gebundenen Feste und Rituale spielten. Wie diese ist die Ferienkultur der Raum für – gemeinsame – Erinnerung, Hoffnung und Phantasie und stärkt so das Gemeinschaftsgefühl und damit die Sicherheit.

3. Aktivität: Utopischer Charakter der Ferienkultur

In der Umgangssprache haftet heute auch dem Wort „utopisch“ ein negativer Beigeschmack an: Als utopisch gilt das Verträumte und Versponnene, was in einer auf Diesseitigkeit und Machbarkeit fixierten Gesellschaft einer Abqualifizierung gleichkommt. Das Utopische gilt als das der Wirklichkeit völlig Entrückte.

Nun ist aber der „Nicht-Ort“ (so die wörtliche Übersetzung des griechischen *utopia*) Ausdruck nur der Nicht-Lokalisierbarkeit, keinesfalls aber eines mangelnden Realitätsbezugs. Im Gegenteil: Utopien entstehen immer aus der Unzufriedenheit mit einer als mangelhaft erkannten Realität und sind ein klarer Gegenentwurf zu ihr. Die Form der Utopie der Industriegesellschaft ist die Ferienkultur. Der Widerspruch, dass der Ort ja aufgesucht wird, ist nur ein scheinbarer: Die Lokalisierbarkeit bleibt eine Vorstellung, die Bilder des „einfachen, aber glücklichen Lebens“ werden ja weder in der Ferienkultur noch in der Kultur der Zielregion verwirklicht. Es ist vielmehr kennzeichnend für die Säkularisierung, die Diesseitigkeit, die Machbarkeitsideologie und die einseitige Dominanz des Intellekts in der Industriegesellschaft, dass die Utopie nicht mehr an einem fiktiven, sondern an einem realen Ort gedacht wird.

Die Utopie trug und trägt immer eskapistische Züge. Diese „Flucht“ sollte nicht pauschal kritisiert werden, da der dahinter stehende Gegenentwurf, das Sichaufmachen, Sich-auf-die-Suche-Begeben Ausdruck von Aktivität ist. Es wäre sinnvoller, die dahinterstehenden Bilder zu entschlüsseln.

4. Fazit

Die Erfüllung der menschlichen Bedürfnisse nach dem Mythischen, nach dem Ritualen und nach der Utopie werden in der modernen Industriegesellschaft im Wesentlichen von der Ferienkultur übernommen. Sie ist derjenige Bereich, auf den uralte seelische Grundmotive, Archetypen in erster Linie und in besonderem Masse projiziert werden und der die entsprechenden Bedürfnisse für die Kultur der Quellregion erfüllt. Mythischer, ritueller und utopischer Charakter der Ferien erfüllen wichtige Funktionen für Pluralismus, Sicherheit und Aktivität und damit für die kulturelle Identität in der Quellregion. Die Bedeutung der Ferien geht damit weit über die physische und psychische Wiederherstellung hinaus.