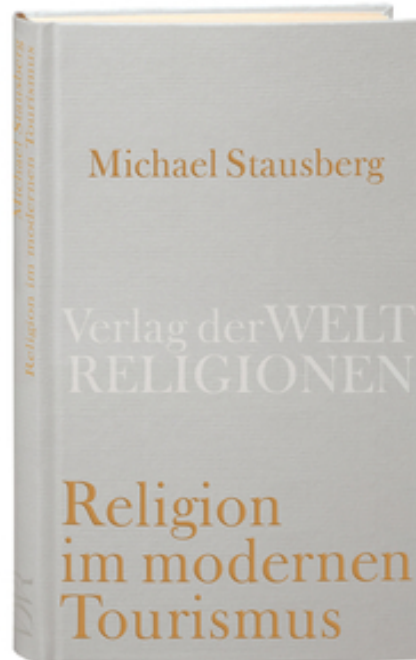


Insel Verlag

Leseprobe



Stausberg, Michael
Religion im modernen Tourismus

© Insel Verlag
978-3-458-71027-1

Der Tourismus ist weltweit ein gewaltiger Wirtschaftsfaktor, der zugleich auch einen bedeutenden kulturellen Aspekt hat. Zahlen belegen, was die meisten Menschen angesichts ihres eigenen Reiseverhaltens bestätigen würden: Die Besichtigung von Kirchen und Tempeln oder Museen mit religiösen Exponaten hat einen festen Platz im Ablauf der Urlaubsreise – und diese stellt nur einen kleinen Ausschnitt aus dem weiten Feld dessen dar, was als Tourismus definiert wird. Religiöse Elemente begegnen darüber hinaus in Themenparks oder »Ferienparadiesen« und in der Rhetorik der boomenden »Wellness«-Branche. Um so erstaunlicher ist, daß die Frage nach der Wechselbeziehung von Tourismus und Religion bislang von beiden Seiten – der Tourismusforschung und der Religionswissenschaft – noch nicht systematisch angegangen wurde.

Religion und moderner Tourismus stellt einen ersten Versuch dar, dieses facettenreiche Thema zu erschließen. Das Buch nimmt seine Leser auf eine Reise durch zwei Jahrhunderte, fünf Kontinente und zahlreiche religiöse Traditionen. Dabei gelingt es dem Autor, ein differenziertes Bild zu zeichnen und eingängigen Klischees den Abschied zu geben. Der Tourismus erweist sich keineswegs als ein Gegensatz zur Religion, sondern als ein Bereich, in dem Religion auf vielschichtige Weise gegenwärtig ist: vom Besuch sakraler Stätten über die Teilnahme an Festen und Ritualen bis hin zu religiösen Gegenständen aus aller Welt, die als Souvenirs einen Platz im heimischen Wohnzimmer finden. Die mediale Aufmerksamkeit für den Dialog der Religionen hat übersehen, daß der Tourismus faktisch die wohl bedeutendste Arena für den globalen Religionskontakt darstellt.

Michael Stausberg, geboren 1966, Dr. phil., ist seit 2004 Professor für Religionswissenschaft an der Universität Bergen/Norwegen. Forschungsschwerpunkte: Europäische Religionsgeschichte, Zoroastrismus, Ritual- und Religionstheorien.

VDR

MICHAEL STAUSBERG
RELIGION
UND MODERNER
TOURISMUS

VERLAG DER
WELTRELIGIONEN

Gefördert durch die
Udo Keller Stiftung Forum Humanum

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische
Daten sind im Internet abrufbar.
<http://dnb.d-nb.de>

© Verlag der Weltreligionen
im Insel Verlag Berlin 2010

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das der Übersetzung,
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung
durch Rundfunk und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Einband: Hermann Michels und Regina Göllner

Satz: Hümmer GmbH, Waldbüttelbrunn

Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim

Bindung: Buchbinderei Lachenmaier, Reutlingen

Printed in Germany

Erste Auflage 2010

ISBN 978-3-458-71027-1

RELIGION UND
MODERNER TOURISMUS

INHALT

Vorwort und Danksagung	11
1 Tourismus und Religion	13
2 Religion unterwegs	28
3 Wallfahrt und Tourismus	40
4 Heiligtümer als Attraktionen	60
5 Museen, Themenparks und mythisierte Räume ...	91
6 Religiöse Gruppen als Sehenswürdigkeiten	116
7 Rituale, Tänze, Feste	132
8 Reiseführer und Reiseleiter	150
9 Souvenirs und Mitbringsel	161
10 Rückblick	174
Anmerkungen	181
Literaturverzeichnis	202
Verzeichnis der Personen und Sachen	218
Geographisches Verzeichnis	225
Inhaltsverzeichnis	229

Für Hella, Hildegard, Liselotte und Marlene

*in Dankbarkeit für die Ferien meiner Jugend und Studienjahre
(Morsbach, Frankfurt, Albany und Lausanne)*

VORWORT UND DANKSAGUNG

Dies ist ein erster Versuch, dem nachzuspüren, was offen zutage liegt, aber in der wissenschaftlichen Literatur bislang geflissentlich ignoriert wird: den Überschneidungen von Religion(en) und modernem Tourismus. In meinen Augen stellt Tourismus eine zentrale Arena für Religion(en) in der globalen Gegenwart dar. Ich denke, die Leser werden das am Ende ihrer Lektüre ähnlich sehen.

Dieser Band ist die etwas umgearbeitete und gekürzte deutsche Ausgabe meines Buches *Religion and Tourism. Crossroads, Destinations and Encounters*, das 2010 bei Routledge (London und New York) erscheint.

Auf das Thema Tourismus wurde ich gewissermaßen am Arbeitsplatz mit der Nase gestoßen: Sowohl in Uppsala (1996-2000) als auch in Bergen (seit 2004) lag beziehungsweise liegt mein Büro in unmittelbarer Nachbarschaft von einer Kirche, die sich bei Touristen großer Beliebtheit erfreut, und in Heidelberg (2000-2004) sind Touristen erst recht nicht zu übersehen. Die Schnittpunkte zwischen Religion und Tourismus begegneten mir auf eigenen Ferienreisen (z. B. nach Rom). Auch auf Forschungsreisen nach Indien und in den Iran waren Aktualität und Brisanz des Themas nicht zu übersehen. Einmal für die Frage sensibilisiert, kann man sich nur noch darüber wundern, daß sie so hartnäckig ignoriert wird. Das Einleitungskapitel macht sich auf die Suche nach Gründen. Ich bilde mir dabei nicht ein, das Thema in diesem Buch erschöpfend behandelt zu haben. Eher ging es mir um einen ersten thematischen Aufriß.

Ich bedanke mich bei meinen Kollegen und meinem Institut (AHKR) für die Gewährung ausgezeichneter Arbeitsbedingungen. Für Korrekturlesen, kluge Kritik sowie zahlreiche Anregungen möchte ich Florian Jeserich, M. A. (jetzt Bay-

reuth), meinen herzlichen Dank aussprechen. Voller Dankbarkeit blicke ich auch auf die Zusammenarbeit mit meinem Assistenten Janemil Kolstø (1981-2009) zurück.

Ein Wort des Dankes möchte ich auch noch an meine Lektoren beim Verlag der Weltreligionen richten: zunächst an Hans-Joachim Simm für sein Interesse an meiner Arbeit und dann an Claus-Jürgen Thornton für seine vorzügliche editorische Bearbeitung meines Manuskripts.

Bergen, im November 2009
Michael Stausberg

1

TOURISMUS UND RELIGION

Eine Verbindungslinie zwischen Tourismus und Religion ziehen zu wollen und dieser dann auch noch ein ganzes Buch zu widmen mag auf den ersten Blick Erstaunen erregen. Tourismus und Religion erscheinen wie eine seltsame Allianz. In der Tat markieren die beiden Begriffe in gängigen Vorstellungswelten Gegensatzpaare:

<i>Tourismus</i>	<i>Religion</i>
profan	heilig
oberflächlich	tiefgründig
Spaß	Ernst
Erholung	Erlösung
Freizeit	Pflicht
Diesseits	Jenseits

Es ist wichtig, sich solche Denkmuster klarzumachen, um sie sodann in Frage zu stellen. Ist der Tourismus wirklich ein so oberflächliches Phänomen? Für zahlreiche Zeitgenossen sind Ferienreisen jedenfalls zentrale Erlebnisse in ihrem Leben, die man nicht von vornherein als unbedeutend abtun sollte. Viele Menschen definieren ihre Identität nicht zuletzt im Hinblick auf die Touren, die sie unternehmen, und die Orte, die sie aufsuchen. Würde man sonst einen großen Teil seines Einkommens oder seiner Ersparnisse in Reisen investieren, wenn es sich nicht irgendwie lohnte, wenn man sich von ihnen nicht etwas Wichtiges verspräche? Auch Ortschaften und Länder definieren sich, ihre Identitäten, in bezug auf Tourismus: Ganze Regionen leben davon, Reiseziele zu sein; Wahrzeichen von Städten sind zugleich Touristenattraktionen.

Auch unsere Wahrnehmung von Religion hat sich in den

letzten Jahren stark verändert: Ein Verständnis, das in Religion primär das Wirken des Heiligen oder überzeitlicher Mächte sieht, ist einer Sichtweise gewichen, die auf die Alltäglichkeit religiöser Handlungen hinweist, ihre Verbindungen zu Politik, Medien, Wirtschaft, Sport und Populärkultur in Rechnung stellt und auch Gewalt und Kitsch nicht mehr von vornherein als im Widerspruch zu »echter Religion« stehend verachtet. »Echte Religion« ist ein rhetorisches Projekt von Predigern, aber keine historische, geschweige denn eine wissenschaftliche Kategorie.

Damit keine Mißverständnisse aufkommen: Hier sollen weder dem Tourismus religiöse Weihen zuteil noch Religion(en) entweiht werden; die Absicht dieses Buches ist sehr viel bescheidener. Es geht um folgendes: Im Zeitalter der Spät- oder Postmoderne und im Zustand fortgeschrittener Globalisierung bildet der Tourismus einen zentralen Bezugsrahmen für Religion(en), und diese sind in ihren zahlreichen Ausprägungen eine wichtige Bezugsgröße für jenen. Entfaltet wird diese These im Hinblick unter anderem auf religiöse Ereignisse, Stätten, Symbole und Objekte. Ehe wir uns auf die Reise begeben, sollten wir uns aber noch der Frage zuwenden, was man unter Tourismus zu verstehen hat, und uns kurz mit seiner Geschichte vertraut machen.

Zur Entwicklungsgeschichte des Tourismus

Die Wörter »Tourismus« und »Tourist« sind im 19. Jahrhundert aus dem Englischen in den deutschen Sprachschatz eingedrungen. Friedrich Erdmann Petri erwähnt im Jahre 1834 Touristen am San-Bernardino-Paß, »die in Italien überwintert hatten und zur saison nach London, in deutsche bäder, zur Rheinreise zurückeilten«.¹ Das Zitat belegt das Bestehen eines internationalen, saisonbedingten Fremdenverkehrs, dessen Netzwerk sich von England nach Italien erstreckte. Wir befinden uns hier in einer Übergangsphase von einem Reiseverkehr der Oberschicht, der sich aus der *grand tour*, der Erzie-

hungsreise von englischen Adelspröbblingen nach Frankreich und Italien (oder gar nach Ägypten und Palästina), entwickelt hatte, hin zu einem Reiseverhalten, das die breitere Bevölkerung erfaßte. Der moderne Tourismus bezeichnet dieses Massenphänomen im engeren Sinne. Seine Entstehung wird im allgemeinen mit den Namen Thomas Cook (1808-1892) und dessen Sohn John Mason Cook (1834-1898) in Verbindung gebracht; sie waren es, welche die ersten Pauschalreisen anboten. Die Firma Cook war in vielen Ländern aktiv – unter anderem in Palästina – und arrangierte im Jahre 1872 sogar eine erste Weltreise.

Als wirtschaftliches und kulturelles System ist der Tourismus in Strukturen der modernen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung eingebettet. Solche grundlegenden Rahmenbedingungen sind zum Beispiel neue Transportsysteme wie die Eisenbahn, das Dampfschiff sowie – in einer späteren Phase – das Automobil und das Flugzeug. Gleichmaßen von Bedeutung sind Kommunikationssysteme, nicht zuletzt auch zum Geldtransfer, und technische Ausstattung wie der Fotoapparat,² ohne den eine Ferienreise bald nicht mehr denkbar war und der die Wahrnehmungsweise von Reisenden ebenso verändert hat wie das Eisenbahnfenster mit seinen vorbeiziehenden Landschaften.³ Entscheidende Voraussetzungen für die Entstehung des Massentourismus waren außerdem die stetig verbesserte Reisesicherheit sowie Arbeits- und Erwerbsverhältnisse, die Ferienreisen zeitlich und finanziell zuließen. Neben materiellen und ökonomischen Rahmenbedingungen müssen natürlich auch Motive gegeben sein, die Menschen dazu bringen, sich dieser Ressourcen zu bedienen: Reiselust mag zwar eine anthropologische Konstante sein; aber erst in der Moderne, angeregt nicht zuletzt durch die Romantik, hat sie eine besondere Triebkraft entwickelt. Nicht nur das Vorhandensein von Ferien, sondern auch der Wunsch, diese an anderen Orten zu verbringen und Neues zu entdecken, ist ein fester Bestandteil des modernen Lebensstils.

Die Vermassung des modernen Tourismus hat seit dem Zweiten Weltkrieg eine erneute Beschleunigung erlebt. Die

Anzahl der Auslandsreisen etwa hat sich im Zeitraum von 1960 bis 2000 vervierfacht, und in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends war ein weiterer Anstieg um etwa 35 Prozent zu verzeichnen, der Terrorismus- und Infektionsgefahr zum Trotz. Bei den üblicherweise genannten Zahlen – für 2008 rechnet die Welttourismusorganisation, eine Sonderbehörde der Vereinten Nationen mit Sitz in Madrid, mit 924 Millionen internationalen Anreisen – bleibt allerdings der Inlandstourismus unberücksichtigt, der in Ländern wie den Vereinigten Staaten von Amerika, Indien und China jeweils für sich gerechnet die Gesamtzahl der weltweiten Auslandsreisen noch übertrifft. Der moderne Tourismus hat globale Ausmaße angenommen; sein Radius ist nicht auf den Westen und die reichen Länder Ostasiens beschränkt. Auch Deutschland ist übrigens nicht nur Ausgangs-, sondern auch Zielpunkt von Touristenströmen.

Der Tourismus ist eine der wichtigsten – und immer noch wachsenden – Branchen der Weltwirtschaft. Er macht im Durchschnitt weltweit etwa 12,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts aus; in Deutschland sind es 10,2 Prozent, was deutlich mehr ist als in Japan und den Vereinigten Staaten, aber etwas weniger als in Frankreich und Großbritannien. Am unteren Ende der Skala liegen Länder wie Angola, Sudan und Algerien (jeweils unter drei Prozent), am oberen Ende die Seychellen, Antigua und Barbuda sowie die Malediven, wo der Tourismus jeweils über 50 Prozent des Bruttoinlandsprodukts erzeugt.⁴ Die wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Auswirkungen des Tourismus sind dabei umstritten; die ideologischen Bewertungen reichen von völliger Ablehnung (z. B. als Neoimperialismus) bis hin zu unkritischer Verherrlichung (z. B. als Garant der Völkerverständigung). Kosten und Nutzen lassen sich jedoch nicht pauschal bilanzieren, sondern sind immer im Einzelfall abzuwägen. Die Welttourismusorganisation bemüht sich um die Förderung eines verantwortlichen und nachhaltigen Tourismus.

Einige der kaum zu überschendenden Folgen des Massentourismus und sein insgesamt schlechtes kulturelles Image führen

dazu, daß Reisende sich oft nicht gerne mit dem negativ konnotierten Begriff ›Tourist‹ bezeichnen lassen: Dieser gilt als ›Depp‹, der auf ›Touristenklitschen‹ hereinfällt, und ihm wird angelastet, schöne Altstädte zu verschandeln. Touristen sind in erster Linie immer die anderen⁵ – so wie es immer die anderen sind, die Staus auf der Autobahn verursachen. Antitourismus ist für viele ein Bestandteil ihrer touristischen Einstellung.

Zur Definition von Tourismus/Tourist

In der wissenschaftlichen Literatur findet man verschiedene Definitionen des Tourismus, und ähnlich, wie der Religionsbegriff in der Religionswissenschaft notorisch umstritten ist, gibt es auch in der Tourismuskunde unterschiedliche Herangehensweisen an den Begriff. Diese unterscheiden sich auch je nach wissenschaftlichem Kontext: Eine betriebswirtschaftliche Tourismuslehre etwa wird andere Akzente setzen als psychologische oder soziologische Annäherungen.

Die deutschsprachige Wikipedia zitiert folgende Definition des Begriffs ›Tourist‹, die der Welttourismusorganisation zugeschrieben wird:

Touristen sind Personen, die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind.⁶

Diese in der deutschen Übersetzung etwas schwerfällig daher kommende Definition betont folgende vier Elemente, die für sich genommen allesamt problematisch sind:

(1) Raum – ein Tourist begibt sich an einen Ort außerhalb seines gewöhnlichen Umfelds.

Es ist unklar, was ein ›gewöhnliches Umfeld‹ ausmacht. Begebe ich mich außerhalb meines gewöhnlichen Umfelds, wenn ich von Köln nach Bonn fahre, um in der Bundeskunsthalle eine Ausstellung zu besuchen? Sind Fünfsternehotels und

Kongreßzentren in Tokio ein gewöhnliches oder ein ungewöhnliches Umfeld für einen deutschen Topmanager? Ist es ein gewöhnliches oder ein ungewöhnliches Umfeld, wenn ich jedes Jahr in derselben Ferienwohnung meinen Sommerurlaub verbringe?

(2) Zeit – wer sich länger als ein Jahr irgendwo aufhält, zählt nicht mehr als Tourist.

Diese Einschränkung entspricht unter umgekehrten Vorzeichen der altbewährten Forderung der Ethnologie, daß sich ein Feldforscher ein Jahr in der zu erforschenden Kultur aufzuhalten habe. Geht man hier davon aus, daß man nach Ablauf eines Jahres eine ausreichend solide kulturelle Kompetenz erworben hat, so unterstellt die zitierte Definition, daß nach diesem Zeitraum aus einem Touristen ein Einwohner wird. Auch Personen, die sich im Süden ein Anwesen erwerben und dort überwintern, gelten demnach als Touristen. Wie aber steht es um Rentner, die ins Ausland ziehen, dort von ihrem deutschen Ruhegehalt leben, deutsche Staatsbürger bleiben und nur im Sommer in die Heimat zurückkehren? Während der Jahreszyklus intuitiv plausibel erscheint, gibt es durchaus Gegenbeispiele: Weltreisen dauern zum Beispiel gelegentlich länger, zumal manch einer in bestimmten Ländern einige Monate oder mehr »hängenbleibt«; auch bietet die Definition keine zeitliche Untergrenze. Tagesausflügler sind demnach ebenfalls Touristen, solange sie ihr gewöhnliches Umfeld verlassen.

(3) Motiv – auch Geschäftsreisende sind Touristen.

Gewöhnlich verbindet man Tourismus mit Urlaub. In der Fachliteratur werden ihm allerdings auch andere Motive und Kontexte zugerechnet; neben Geschäftsreisen ist dabei unter anderem an folgende Formen des Tourismus zu denken, die bisweilen, aber nicht immer und nicht notwendigerweise, auch mit dem gängigen Bade-, Wander- oder Kultururlaub vermischt auftreten:

- Bildungstourismus (z. B. Sprachkurs)
- Businessstourismus (Geschäftsreisen)
- Medizintourismus (z. B. Zahnbehandlungen oder Operationen im Ausland)

- Politiktourismus (z. B. Praktikum bei politischen Organisationen im Ausland)
- Freiwilligentourismus (z. B. Mitarbeit in Entwicklungshilfeprojekten)

Auch innerhalb des Urlaubs- beziehungsweise Freizeittourismus haben sich neben und in Kombination mit dem Bade- und Wandertourismus zahlreiche Spielarten herausgebildet. Hier sind einige Beispiele:

- Abenteuer-tourismus
- Glücksspiel-tourismus
- Jagd-tourismus
- Kultur-tourismus
- Land-tourismus
- Öko-tourismus
- Sammler-tourismus
- Shopping-tourismus
- Spaß- und Wellness-Tourismus
- Sport-tourismus
- Städter-tourismus
- Technik-tourismus

Häufig treten diese Spielarten in Kombination miteinander und mitunter auch mit den zuvor genannten Formen von Tourismus auf.

(4) Geld – der Tourist bringt Geld an den Zielort, darf von dort aber kein Geld erhalten.

Eine Geschäftsreise etwa gilt als Tourismus, wenn der Reisende sein Gehalt oder sein Honorar nicht von einer am Zielort angesiedelten Firma erhält. Wer nach Schottland fährt, um dort in einem berühmten Golfklub zu spielen, wäre demnach ein Golftourist; wer dort hinreist und Preisgeld bei einem berühmten Golfturnier einstreicht, wäre es nicht.

Der Business-tourismus ist ein wichtiger, weil finanzstarker Zweig des Fremdenverkehrs. In diesem Buch werden wir den Geschäftsreisenden allerdings weniger Aufmerksamkeit schenken und uns vor allem auf Freizeitreisen beschränken. Die Abgrenzung beider Formen von Tourismus darf nicht dahingehend mißverstanden werden, als gäbe es keine

Berührungspunkte zwischen ihnen: Urlaubstouristen nehmen Arbeit (z. B. Fachbücher) mit auf ihre Reisen, und Geschäftsreisende machen vom Kulturprogramm des Zielortes Gebrauch.

Religiös motivierter Tourismus und Religionstourismus

Wenn man sich die oben zitierte Definition noch einmal vergegenwärtigt, fällt auf, daß sie sich ohne weiteres auch auf Reisen anwenden läßt, die aus religiösen Motiven unternommen werden. Nehmen wir das bekannteste Beispiel für religiöse Reisen: die Wallfahrt oder Pilgerreise. Unter Wallfahrt verstehen wir hier zu kalendarisch festgelegten Zeiten gemeinsam durchgeführte Touren, während Pilgerreisen auch von Individuen oder kleineren Gruppen zu beliebigen Zeiten entlang von Pilgerwegen oder auch einfach nur zu einem bestimmten Heiligtum unternommen werden. Wallfahrten und Pilgerreisen mögen zwar mit der Erwartung eines religiösen oder spirituellen Gewinns verbunden sein, man wird aber nicht vom Heiligtum bezahlt; sie dauern meist weniger als ein Jahr und führen in der Regel an einen Ort, der sich außerhalb des gewöhnlichen Umfelds der Wallfahrer/Pilger befindet, wobei lokale Wallfahrtsheiligtümer einen Grenzfall darstellen. (In Kapitel 3 werden wir noch ausführlich auf Wallfahrten zurückkommen.)

Neben Wallfahrten und Pilgerreisen gibt es zahlreiche weitere Touren, die aus religiösen Motiven unternommen werden, wobei die Reisenden der oben behandelten Definition des Touristen entsprechen. Hier sind einige Beispiele dafür:

- Religiöse Aus- und Weiterbildung
- Besuch religiöser Autoritäten
- Besinnung und Meditation
- Buße
- Heilung
- Mission
- Caritas