

Tourismus und Stadt. Ein zunehmend spannungsreiches Verhältnis

Zur Erinnerung an den Ethnologen
Wolfgang Slapansky (1959–2017),
der in seinen Ö1-Sendungen immer
wieder über den Österreichischen Arbeitskreis
für Stadtgeschichtsforschung berichtet hat.

Die Geschichte des Reisens und des Tourismus versteht sich als eine Geschichte der Bewegung von Menschen im sozialen und realen Raum, wobei sich Tourismus nicht immer exakt von anderen Formen des Personentransfers wie der berufs-, wirtschafts- oder sozialbedingten Migration, der Bildungs-, der Entdeckungsreise oder etwa der Pilgerfahrt trennen lässt.¹ Tourismus erscheint nach einem landläufigen Verständnis als Begleiterscheinung der industrialisierten Gesellschaften, ein in Industrienationen ständig zunehmendes Phänomen der kurz- und langfristigen urlaubsbedingten Mobilität. Seit dem 19., verstärkt dann ab dem 20. Jahrhundert stellt Tourismus ein kulturelles wie gesellschaftliches Phänomen dar, das den Menschen aufgrund unterschiedlicher Motivationslage aus seinem angestammten Lebensumfeld hinausführt und auf Reisen gehen lässt. Das Wort „Tourist“ kommt ursprünglich aus dem Französischen, dahinter verbirgt sich der Wortstamm „Tour“. Ein Tourist ist jemand, „der zu seinem Vergnügen, ohne festes Ziel, zu längerem Aufenthalt sich in fremde Länder begibt“, wie es im 19. Jahrhundert noch hieß.² Dieser französische, ursprünglich der Tanz- oder etwa Kriegskunst³ entnommene Begriff fand bald in viele Sprachen Eingang – spätestens mit der durch Europa führenden „Grand Tour“ der Aufklärungszeit ab dem 18. Jahrhundert war der Begriff gebräuchlich.⁴ Im Englischen spricht man unter einem Vergnügungsaspekt vom „tourism“ oder im Italienischen

¹ Zur disziplinären Verortung des Themas siehe den Beitrag von Hasso Spode in diesem Band.

² Grimmsches Wörterbuch s. v. „Tourist“.

³ ZEDLER, *Universal-Lexicon* Bd. 44 (1745) Sp. 1688: „Tour, Wendung, nennet man in der Kriegsübung, wenn stehende Reihen und Glieder entweder Seit- oder Hinterwärts ihre Fronte verändern“.

⁴ BEYERER, *Tourismus*, 672.

vom „turismo“. Dieser inhaltlich bald um Alpinismus, Bäderfahrt und Bildungsreise erweiterte Begriff umfasst alle Erscheinungsformen einer breiten urlaubsbedingten, damit also freiwilligen Mobilität und steht ab dem 19. Jahrhundert zunehmend für das zur Industrie gewordene Reisen. Aus bescheidenen Verhältnissen erwachsen, ist Tourismus heute ein „Weltphänomen mit einer kaum mehr überschaubaren, mega-dimensionierten Gesamtstruktur“.⁵

Städten kommt auf jeden Fall besondere Bedeutung im gegenwärtigen Tourismusgeschäft, aber auch natürlich in der Tourismusgeschichte, zu, wie die vorliegenden Ergebnisse einer Tagung in Kitzbühel (27.–29. September 2017) verdeutlichen.⁶ Der vorliegende Band versucht in einem chronologischen Aufbau anfänglich (1) die Vorformen des Tourismus vorzustellen und dann (2) die Organisationsformen des städtischen Tourismus sowie (3) die Wissensvermittlung und die Werbung für Reiseziele zu behandeln. Abschließend werden (4) Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung im Bereich des städtischen Tourismus und (5) die wirtschaftsgeschichtliche Bedeutung des Tourismus für Städte generell vorgestellt.

Nach einer Aufstellung von 2016 befinden sich neun der zehn beliebtesten, touristischen Sehenswürdigkeiten in Österreich in den Städten Wien, Graz und Salzburg.⁷ Das Schloss Schönbrunn zog 2015 3,720.000 Besucher an, gefolgt vom nahegelegenen Tiergarten Schönbrunn mit 2,200.000 Besuchern und dem Belvedere mit rund 1,329.500 Besuchern. Die Großglockner Hochalpenstraße nimmt sich dagegen mit rund 835.500 Besuchern fast schon bescheiden in diesem Dekalog der beliebtesten österreichischen Touristenziele aus. Gemäß den aufbereiteten Zahlen deutscher Touristiker zu stadttouristischen Destinationen in Deutschland besuchten 2016 13 Millionen Touristen Berlin, in der touristischen Beliebtheit wurde diese Stadt gefolgt von München (7,8 Millionen), Hamburg (6,7 Millionen), Frankfurt am Main (5,6 Millionen) und Köln (3,6 Millionen).⁸ Diese Städte gelten als interessante „Kultur-, Event-, Freizeit und Shopping-Metropolen“, eine breite Reisemotivation ist also vorausgesetzt. Die beliebtesten städtischen Auslandsziele der Deutschen waren beispielsweise 2014 London, gefolgt von Paris, Amsterdam, Wien, Barcelona und Prag.¹⁰ Tourismusgeschichte erscheint nach gegenwärtigem Forschungsstand für Österreich historisch schlecht erforscht. Dieser ungenügende Forschungsstand kontrastiert

⁵ GYR, Geschichte des Tourismus; HACHTMANN, Tourismus und Tourismusgeschichte.

⁶ Siehe den breiten Tagungsbericht von SALZER, Fernweh und Stadt, 113–123.

⁷ Fakten und Zahlen 2016, 6. Die zehn beliebtesten Sehenswürdigkeiten in Österreich: (1) Schloss Schönbrunn, (2) Tiergarten Schönbrunn, (3) Belvedere, (4) Festung Hohensalzburg, (5) Kunsthistorisches Museum, (6) Großglockner Hochalpenstraße, (7) Grazer Schlossberg, (8) Wiener Riesenrad, (9) Hofburg Wien, (10) Naturhistorisches Museum.

⁸ DRV 2017, 25.

⁹ DRV 2017, 25.

¹⁰ DRV 2014, 5.

mit der wirtschaftlichen, aber auch kulturellen, sozialen und umweltgeschichtlichen Bedeutsamkeit des Tourismus (und dessen Auswirkungen). Simple Zahlen verdeutlichen dies: Die direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus liegt 2016 für Österreich bei 45,7 Milliarden Euro, rund 13,5 % des österreichischen Bruttoinlandsproduktes werden im Tourismus erwirtschaftet!¹¹ In der Alpenrepublik waren 2016 rund 270.000 Beschäftigte, also 7 % des österreichischen Arbeitspersonals, im Tourismus beschäftigt.

Lange Zeit schien es vielen Regionen in Europa, aber auch anderswo, erstrebenswert, möglichst viele Touristen anzuziehen – doch die Zeiten wandeln sich infolge der boomenden Tourismusindustrie. Vor allem tourismusintensive Regionen wie etwa Amsterdam, Athen, Barcelona, Berlin oder Venedig beginnen sich in den letzten Jahren zunehmend gegen den überbordenden Tourismus und seine gesellschaftlichen Begleiterscheinungen zu wehren: gegen das Anwachsen privater Vermietung von Betten (Airbnb) und den damit verbundenen Verlust an Wohnraum; gegen die rasche Umwandlung alten, historisch gewachsenen städtischen Raumes in moderne Tourismusflächen mit gehäufte Gastronomie und Souvenirshops; gegen die mit Tourismus verbundenen Preissteigerungen, gegen die mit ihm einhergehende Umweltverschmutzung und gegen die im Tourismus herrschenden Arbeitsbedingungen. „Tourists go home!“, lautete die Devise erbitterter Einheimischer 2017 in Städten wie Venedig, das jährlich rund 20 Millionen Touristen zu verkraften hat, oder in Barcelona.

1. Vorformen und Entwicklungslinien des Tourismus

Am Anfang des modernen Tourismus findet sich nach einem gängigen Narrativ der Tourismusgeschichte die Eisenbahn,¹² im Vergleich zur Postkutsche erlaubte sie größere Geschwindigkeit und konnte in kurzer Zeit größere Menschenmengen als herkömmliche Transportmittel bewältigen. Eine alte, lange geltende Grundregel des Reisens wurde mit dieser Kombination von Dampfmaschine und Schienenstrang aufgehoben: Der zeitliche Zusammenhang zwischen fernem Reiseziel und langer Reisedauer wurde mit der Schiene aufgebrochen, mit der schnellen Eisenbahn (und dem Dampfschiff) ließen sich weit entfernte Ziele vergleichsweise rasch erreichen. Das Flugzeug brachte dann die Globalisierung des Reisens, das Motorrad und das Automobil ermöglichten schon davor die Individualisierung des Reisens.

¹¹ Fakten und Zahlen Österreich 2016, 3.

¹² HACHTMANN, Tourismus-Geschichte, 9.

Tourismus, verstanden als freiwillige Mobilität, blickt auf eine lange und gewundene Geschichte zurück. Beginnend mit der Antike, lassen sich Reisende nachweisen, die, gestützt auf das hervorragende römische Straßensystem und auf Seewege, aus Bildungsinteresse, aus religiösen Motiven oder einfach aus „Lust“ reisten, man könnte hier an Namen wie Herodot von Halikarnassos (490/480–430/420) mit seinen „Historien“ oder an den antiken „Baedeker“ Pausanias (um 115–um 180) denken.

Das Mittelalter und die Frühe Neuzeit kannten verschiedene Vorformen des Tourismus, man muss hier etwa die Gesellenwanderungen, die sprichwörtlich gewordene Walz, erwähnen. Im Rahmen dieser „Reiseform“ versuchten Handwerksgesellen ihre Ausbildung durch den Besuch ferner Arbeitsstätten zu komplettieren, man arbeitete einige Zeit bei fremden Meistern, um Neues zu lernen und zog dann weiter.¹³ Seit dem Mittelalter lassen sich auch vermehrt Pilgerreisen nachweisen, dabei standen vor allem die Fernwallfahrten nach Santiago de Compostela, Rom, Jerusalem/Palästina oder etwa nach Aachen im Mittelpunkt. Reisende konnten in Venedig regelrechte Arrangements oder Pauschaltouren buchen, die den Pilger organisiert einigermaßen sicher ins Heilige Land brachten.¹⁴ Sechs bis acht Wochen dauerte es im Mittelalter von Venedig aus bis nach Palästina, so das Pilgerschiff nicht von osmanischen Schiffen gekapert wurde – Reisende nach Palästina waren bis zu ihrer Rückkehr insgesamt sechs bis acht Monate als Reisegruppe unterwegs.¹⁵ Diese teuren Fernwallfahrten wandelten sich in der Frühen Neuzeit dann vermehrt zu Nahwallfahrten: Zehntausende Menschen zogen als Wallfahrer durch die Lande, dabei wurde nicht nur gebetet, sondern auch verschiedenen gesellschaftlichen Vergnügungen gefrönt.

Vor allem der junge männliche Adel gehörte zu den Intensiv-Reisenden in der Frühen Neuzeit. Im Zuge der sogenannten Kavaliertour oder der Grand Tour¹⁶ besuchten ab dem 15. und 16. Jahrhundert junge männliche Adelige nicht nur – meist kurz – einige Universitäten, sondern deutlich länger auch verschiedene europäische Höfe, um dort „Etiquette“ und Benehmen durch persönlichen Augenschein zu erfahren, die neuesten Tanzformen oder etwa höfische Sprachen zu erlernen. Diese jungen Adelige mussten dafür auch ein gezieltes Besuchsprogramm absolvieren, indem man Festungen, Kirchen und Klöster oder Zeughäuser gezielt besuchte und studierte. Im 18. und 19. Jahrhundert imitierte das aufsteigende Bürgertum einerseits diese alte adelige Kavaliertour, aber mit geänderten Inhalten – die bürgerliche Bildungsreise

¹³ WADAUER, Tour der Gesellen.

¹⁴ OHLER, Reisen im Mittelalter; REICHERT, Erfahrung.

¹⁵ Siehe den Beitrag von Volker Reichert in diesem Band.

¹⁶ BABEL – PARAVICINI, Grand Tour; SWEET, Grand Tour. Siehe den Beitrag von Katrin Keller in diesem Band.

war geboren: Die neugierigen Bürger besuchten vor dem Hintergrund der Aufklärung etwa antike Kulturstätten – exemplarisch könnte man hier Vater und Sohn Goethe anführen. Das Ende des 18. und der Beginn des 19. Jahrhunderts erwiesen sich als Sattelzeit des modernen Tourismus – die Eisenbahn, das schnell wachsende Schienennetz und das Dampfschiff waren die entscheidenden Innovationen und die Geburtshelfer für den modernen Massentourismus. Die bürgerliche Naturbegeisterung im Gefolge von Jean-Jacques Rousseau (1712–1778) und der beginnende Alpinismus ließ die Alpen zu einer wichtigen touristischen Zielregion werden. Aber nicht nur das Bürgertum strebte im Rahmen der „Sommerfrische“ nach unverbrauchter Luft und entflohen dem Lärm der als negativ empfundenen Großstädte, auch die Arbeiterschaft konnte nach und nach tarifliche Urlaubsansprüche durchsetzen – eine Reihe von Arbeiter-Wandervereinen oder Organisationen wie die im sozialdemokratischen Umfeld entstandenen „Naturfreunde“ veranstalteten Reisen für die Arbeiterschaft. Über die Alpenvereine wurden genossenschaftliche Reisen für die Mitglieder organisiert. Gewerkschaftlicher Sozialtourismus suchte die Arbeiter für „sozialistische Studienreisen“ oder „soziale Wanderungen“ zu begeistern. Auch die Jugendbewegung des endenden 19. Jahrhunderts fand Eingang in die Tourismusgeschichte: Wandervögel, Pfadfinder, Naturfreunde oder Jugendherbergswerk wandten sich der reisefreudigen Jugend zu und organisierten Tourismus für die Jugend.

2. Organisationsformen des städtischen Tourismus

Unter dem Begriff der Tourismusgeschichte verbergen sich vielfältige, interdisziplinäre Forschungsfelder: Neben der oft ethnographisch entwickelten oder mit ursprünglicher „Natur“ verbundenen Zielfestlegung ist damit auch die Form und Art des Reisens angesprochen. Vor allem die ältere kulturgeschichtliche Reiseforschung interessierte sich besonders unter ethnologischem Blickwinkel stark für die veränderten Reiseinhalte, -ziele und -transportmittel.¹⁷ Das Reisen im Wandel von der Postkutsche über die Eisenbahn und das Dampfschiff hin zum Motorrad, Luftschiff, Automobil und Flugzeug fand Interesse; man könnte hier aber auch genuin touristische Einrichtungen wie Schilifte oder Seilbahnen anführen.

Die kulturgeschichtliche Entwicklung des Tourismus von der Pilger- zur Bildungsreisen über die Entdeckung der Alpen- bis hin zur romantischen Donau- und Rheinreise wurden bisher erforscht.¹⁸ Tourismusgattungen wie die Sommerfrische mit ihrer Suche nach Ursprünglichkeit, der Bäder-, der Winter-, der Sommertouris-

¹⁷ Als gute Zusammenstellung GRÄF – PRÖVE, Wege ins Ungewisse.

¹⁸ Als Überblick immer noch gut brauchbar: BAUSINGER – BEYRER – KORFF, Reisekultur.

mus oder verschiedene Ausdrucksformen des Tourismus finden und fanden Beachtung: der Camping-, der FKK-Tourismus, der Städte-, der Konferenztourismus, der sanfte Tourismus, der Sextourismus oder der Slow-food-Tourismus. Neue Formen des Pilgertourismus und der Wanderbewegungen wurden von der Forschung breiter dargestellt. Tourismus gab es in unterschiedlichen sozialen Formen zu allen Zeiten: die adelige, dann die bürgerliche Bildungsreise und der genossenschaftlich entwickelte Arbeitertourismus, später der Tourismus zu Zeiten der Diktatur (Kraft durch Freude) oder der Massentourismus nach dem Zweiten Weltkrieg. Auch die Entwicklungsgeschichte der Beherbergungsbetriebe fand breitere Resonanz der Forschung: Ein Entwicklungsstrang zieht sich von den Gast- und Wirtshäusern hin zu den Grand Hotels. Ausgehend von den Schildwirthäusern,¹⁹ die Essen, Einstellmöglichkeit für Pferd und Wagen, aber auch Nächtigung anboten, entwickelten sich aus den ehemals schlichten Einkehrghasthöfen die Hotels in den Städten. Angebot und Nachfrage schufen neue Formen – an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert setzten sich das Hotel und später das mondäne Grandhotel durch.²⁰

Eigentlich kann man von Massentourismus in Mitteleuropa erstmals in der Zwischenkriegszeit und dann erneut seit den späten 1950er-/1960er-Jahren sprechen, als sich größere Touristengruppen an bestimmten Orten in Italien oder später in Spanien, an der Mittelmeerküste oder in den Schigebieten zu massieren begannen.²¹ Der Begriff des Massentourismus zielt nicht auf eine bestimmte soziale Schicht ab, sondern beschreibt sozialübergreifend vor allem die große Masse an Reisenden – der Tourismus erfasste nun alle sozialen Schichten. Der moderne Massentourismus ab den 1970er-Jahren besaß aber deutlich wahrnehmbare historische Vorformen, so nahm die Reisetätigkeit schon nach 1918 deutlich zu, erlebte allerdings durch die Weltwirtschaftskrise einen Einschnitt. Für Personen mit weniger Einkommen entstanden aber schon vor dem Zweiten Weltkrieg Formen des Pauschalismus, gestützt auf die sich im 20. Jahrhundert deutlich wandelnde Institution Reisebüro.

Nach einem klassischen Narrativ der Tourismusgeschichte wird die Entwicklung des Reisebüros eng mit der Person des Baptisten und Antialkoholaktivisten Thomas Cook (1808–1892) verbunden. An seine Person klammert sich die Entwicklung des Pauschalismus und der Gesellschaftsreise, die Propagierung der Reisen für Arbeiter, die Weiterentwicklung des Hotelcoupons, die zentrale Vermittlung und der Verkauf von Unterkünften, die gedruckten Führer für Reiseveranstaltungen und die Kundenzeitschriften für die Reisebüros. Der aus bescheidensten Verhältnissen stammende Thomas Cook gilt als Perfektionierer verschiedener Geschäftsideen. Die

¹⁹ Mit weiterer Literatur Martin SCHEUTZ, *Injurien, Rebellion*, 160–165.

²⁰ Siehe den Beitrag von Andreas Weigl in diesem Band. Zum Grandhotel jetzt KNOCH, *Grandhotels*.

²¹ Am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland KEITZ, *Reisen als Leitbild*.

großen Weltausstellungen brachten ihm den Durchbruch als überregionaler Reiseveranstalter, so transferierte er 1851 165.000 Personen zur ersten Weltausstellung nach London. Gruppenreisen durch die ganze Welt folgten bald: 1863 in die Schweiz, 1864 erstmals nach Italien; 1866 folgte die erste Gruppenreise nach Kanada und in die USA und schließlich 1869 nach Ägypten und Palästina, wo die Firma Niederlassungen und einen Stab eigener Mitarbeiter schuf. Sehr bald folgte seinem Vorbild in den anderen europäischen Großstädten ein neuer Unternehmertyp, der Reisen im Pauschalangebot anbot.²² Überall in Europa entstanden ab den 1860er- und 1870er-Jahren Reiseanbieter, die, zum Teil aus dem Speditionswesen oder dem transkontinentalen Dampfergeschäft stammend, Reisen anboten. Nach dem Ersten Weltkrieg erlebt der Tourismus eine neue Boomphase. Das Berliner Reisebüro von Carl Degener (1900–1960) baute etwa Pauschaldestinationen auf – er bot in der Zwischenkriegszeit Sonderzug-Fahrten in Salzburger Bergdörfer an. Das gestiegene Bedürfnis der breiten Bevölkerung nach Tourismus und Erholung von der Arbeit machten sich auch die Nationalsozialisten zunutze. Am 27. November 1933 wurde nach dem italienischen Vorbild der „Opera Nazionale Dopolavoro“ eine eigene nationalsozialistische Reiseorganisation geschaffen: die „Nationalsozialistische Gemeinschaft ‚Kraft durch Freude‘“.²³ Diese Suborganisation der Deutschen Arbeitsfront sollte die dem Nationalsozialismus skeptisch gegenüberstehende Arbeiterschaft stärker an die Partei binden. „Kraft durch Freude“ vermittelte der Arbeiterschaft das Gefühl, die Vorrechte der bürgerlichen Schicht auf Tourismus und Urlaub gebrochen zu haben.²⁴ Die Arbeiter sollten angesichts deutlich gesteigerter Arbeitszeiten mit der Organisation „Kraft durch Freude“ die Chance auf billigen Urlaub erhalten. 1938 gingen rund zehn Millionen Menschen mit dieser NS-Tourismusorganisation auf Reisen, vor allem die Hochseefahrten mit Schiffen wurden in der Propaganda besonders betont. Auf den KdF-Schiffen wie der 1945 versenkten „Wilhelm Gustloff“ gab es keine bürgerlichen Bordklasseneinteilungen mehr (also keine erste oder zweite Klasse oder ein Zwischendeck), sondern alle Bordklasseneinteilungen wurden aufgehoben bzw. auf gecharterten Schiffen die Kabinen ausgelost. Die soziale Ausweitung des Tourismus und dessen politische Überformung wurden damit zu einem Kennzeichen der Diktaturen des 20. Jahrhunderts.

Nach 1945 erhöhte sich allmählich die Reiseintensität, ein „sozialer und geographischer Dammbbruch“²⁵ des Reisens zeichnete sich ab. Schon zehn Jahre nach Ende des Zweiten Weltkrieges verkauften die auf den Durchschnittsverbraucher

²² Zur Geschichte der Reisebüros siehe den Beitrag von Martin Scheutz in diesem Band.

²³ LIEBSCHER, *Organisierte Freizeit*, 67–90; DIES., *Faschismus als Modell*, 94–118. Siehe den Beitrag von Sascha Howind zu Kreuzfahrten durch die Organisation „Kraft durch Freude“ in diesem Band.

²⁴ SPODE, *Arbeiterurlaub*, 275–329.

²⁵ HACHTMANN, *Tourismusgeschichte*, 140.

zugeschnittenen Reisebüros in Kooperation mit den Gewerkschaften und der Bundesbahn überregionale Pauschalreisen. Die Aufwertung des eigenen „Personenkraftwagens“ als Statussymbol und der Ausbau der Autobahnen führten zur „Automobilisierung“ des Tourismus ab den späten 1960er-Jahren. Die Globalisierung des Tourismus wurde durch die verstärkte Nutzung des Flugzeugs für die Tourismusindustrie ab den 1980er-/1990er-Jahren erreicht.

3. Wissensvermittlung und Werbung für Reiseziele

Die Medien, beginnend mit den ersten Kundenzeitschriften der Reisebüros oder etwa die spätmittelalterlichen Reisehandbücher, nehmen und nahmen in der Tourismusgeschichte bzw. im modernen Tourismus einen wichtigen Stellenwert ein: Sie stellen Orte vor, prämiieren ihre Wichtigkeit und beginnen durch immer wieder abgeschriebene Darstellungen einen Kanon an Sehenswürdigkeiten zu modellieren. Ein wichtiger Normierungsprozess der Reiseführerliteratur scheint mit dem 1827 in Koblenz gegründeten Verlag von Karl Baedeker (1801–1859) gegeben, der die berühmten „Red Books“ des englischen Verlegers John Murray höchst erfolgreich kopierte.²⁶ Der prägnante Sprachstil, die kurz und bündig gebotenen Reiseinformationen und eine für den Reisegebrauch gut brauchbare Ausstattung mit Kartenmaterial machten die roten Bände bald zum Inbegriff der Reiseliteratur im 19. Jahrhundert. Vergleiche der Darstellungen einzelner Orte in langer Dauer zeigen aber auch, wie anfällig die textliche Repräsentationen dieser Reisehandbücher waren, geänderte gesellschaftliche Wertungen spiegeln sich darin ebenso wie politische Wandlungen. Die im Baedeker dargestellten Städte erhielten „labellings“ wie „Barockstadt“ (Salzburg) oder eine Zuschreibung als „Stadt an der Grenze“ und als „deutsches Bollwerk“ (Graz) – nationalistische Kontexte der Zwischenkriegszeit begannen sich hier deutlich abzuzeichnen.²⁷

Die nach dem Berliner Drucker Ernst Litfaß (1816–1874) so bezeichneten und seit der Mitte des 19. Jahrhunderts verbreiteten Litfaßsäulen, aber auch die Bahnhofshallen oder etwa die Räumlichkeiten der Reisebüros wurden auch Publikationsort der wichtigen Stadtwerbungen auf Plakaten. Ab der Pariser Weltausstellung 1889 spielte die Plakatwerbung eine größere Rolle, der damals errichtete Eiffelturm fand sich als leicht erkennbares „branding“ der Seine-Stadt auf vielen Werbeträgern wieder. Während davor vor allem Eisenbahn- und Schifffahrtslinien beworben worden waren, fanden sich gegen Ende des 19. Jahrhunderts und danach vermehrt auch

²⁶ MÜLLER, Die Welt des Baedeker.

²⁷ Siehe den Beitrag von Harald Tersch in diesem Band zu Graz und Salzburg im Bild der Reiseführer.

„modern“ wirkende Stadtsujets auf den mitunter von namhaften Künstlern gestalteten Plakaten, die häufig von Eisenbahngesellschaften in Auftrag gegeben wurden, wieder.²⁸ Kurorte und Seebäder fanden sich bald konkurrierend auf Plakaten abgebildet, aber auch große Ausstellungen bedienten sich städtischer Sujets. Nach dem Zweiten Weltkrieg trieben die Fluggesellschaften die Ikonisierung von Stadtdarstellungen voran und übernahmen die alte Rolle der Eisenbahngesellschaften.

Schon vor den Stadtdarstellungen auf Plakaten kam den textlichen und bildlichen Stadtdarstellungen im Mittelalter und in der Frühen Neuzeit Bedeutung zu, vor allem in religiösen und herrschaftlichen Kontexten wurde auch Stadtraum dargestellt, etwa beim Herrschereinzug oder anlässlich besonderer Ereignisse, wie etwa der Ersten Wiener Türkenbelagerung von 1529, als kurz danach der sogenannte Meldeman-Plan – eine Rundsicht der belagerten Stadt Wien – von einem Nürnberger Drucker aufgelegt wurde. Die oft gezeigten Stadtansichten in Hartmann Schedels (1440–1514) Stadtbuch (Schedelsche Weltchronik) waren daneben ein zukunftsweisender Ansatz, Stadtansichten in gebündelter Form gedruckt auf die Schreib- und Wohnzimmerische von Interessierten und Gelehrten zu bringen. Aber auch die ab der Frühen Neuzeit häufigen Vogelschaupläne oder die als eine Art kommerzialisierte Wanderausstellung gezeigten Stadtpanoramen des 19. Jahrhunderts vermittelten Kenntnisse fremder Städte breitenwirksam – noch heute zählt das nun hervorragend restaurierte Sattler-Panorama in Salzburg von 1825/29 mit seinen 25 Metern Länge und rund fünf Metern Höhe zu einem der herausragenden Werke dieser Gattung.²⁹ Nichtreisenden Personen wurde so Fremdes bildlich nahegebracht.

4. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung im Bereich des städtischen Tourismus

Verschiedene Maßnahmen wurden von den Städten, aber auch verschiedenen Interessengruppen getroffen, um die eigene Stadt attraktiver zu machen. Einerseits versuchte man die Werbebotschaft zu steigern, indem professionelles Stadtmarketing in der Fremde betrieben wurde, andererseits sorgte auch der Wandel der Gesellschaft für neue Attraktionen: So erwiesen sich etwa Sportstätten oder Messen als Pull-Faktoren, die viel Publikum in Städte zogen, was umgekehrt für diese große infrastrukturelle Probleme generierte. Am Beispiel der niederländischen Großstadt Amsterdam – aus den Kinderjahren des gegenwärtigen „overtourism“ in dieser Stadt also – lässt sich die Entwicklung der Stadtwerbung plastisch nachzeichnen.

²⁸ Siehe den Beitrag von Bernhard Denscher in diesem Band.

²⁹ Siehe den Beitrag von Ferdinand Opll in diesem Band.

Das „Venedig des Nordens“ konnte seit Ende des 19. Jahrhunderts (1895) auf eine erste städtische Fremdenverkehrsorganisation zurückgreifen, die sich organisatorisch dann voll nach dem Ersten Weltkrieg entwickelte (1937 Amsterdam Tourist Association).³⁰ Eine wesentliche Aufgabe der städtischen, sich langsam professionalisierenden Tourismusagentur bestand darin, die für die jeweilige Stadt wichtigen Zielgruppen zu definieren und gezielt mit Werbekampagnen anzusprechen. Das zunehmend modernisierte Werbematerial, Werbebroschüren in verschiedenen Sprachen und mit national unterschiedlichen Werbebotschaften, musste dafür entwickelt, die Hauptsehenswürdigkeiten Amsterdams (etwa die Museen, die niederländische „Folklore“, die Architektur etc.) entsprechend kundenorientiert dargestellt werden. Neben den Werbebroschüren kam dem Sammel-, Informations- und Kunstgegenstand Post- und Ansichtskarte eine wichtige Werbebotschaft zu. Die Zeit zwischen 1895 und 1918 gelten als die goldenen Jahrzehnte der Ansichtskarte. Am Fallbeispiel von rund 2.000, die Stadt Linz thematisierenden Ansichtskarten zwischen 1895 und 1945 wird aber deutlich, dass die Ansichtskarten weniger als touristischer Werbegegenstand, denn vielmehr als alltäglicher Informationsträger gehandelt wurden – Ansichtskarten besaßen de facto eine Monopolstellung für Bildinformationen aus der näheren und weiteren Ferne.³¹ Topographische Motive (öffentliche Gebäude, Kirchen, Klöster, Gasthäuser), vor allem die Donau und die Innenstadt, standen im Zentrum, aber auch aktuelle Motive (etwa der 1915 nach dem Besuch des Lagers Mauthausen an Fleckfieber verstorbene Linzer Bischof Rudolph Hittmair, der Unfalltod Herma von Schuschnigg 1935) und politische Ereignisse/Themenstellungen (etwa der Kampf um die Urnenbestattung nach 1918) lassen sich als Bildinhalte nachweisen.

Am Beispiel des in den Städten breit mit dem Beginn des 20. Jahrhunderts aufkommenden Fußballsports wird auch deutlich, dass sich die Städte auf diese Form des Sporttourismus erst neu einstellen mussten. Ab den 1920er-Jahren war der Sport ähnlich wie Kino oder Theater ein Massenphänomen geworden. Sportveranstaltungen avancierten zu Identifikationsangeboten der Städte, umgekehrt mussten die Städte auf den Massenansturm bei Großereignissen infrastrukturell reagieren, zudem rezipierten die Stadtverwaltungen auch deutlich die politisierten Massen als ein schwer zu bändigendes Gefahrenpotential.³² Stadien wurden in dieser Zeit zur Befriedigung einer gewandelten Freizeitkultur geschaffen, aber vor allem die Transportkapazitäten stellten die Städte vor große Probleme.

³⁰ Siehe den Beitrag von Jan Hein Furnée in diesem Band.

³¹ Siehe den Beitrag von Walter Schuster in diesem Band.

³² Siehe den Beitrag von Noyan Dinçkal in diesem Band.

5. Tourismus und dessen wirtschaftliche Bedeutung für Städte

Unterschiedliche Strategien und Möglichkeiten für Städte, Besucherströme zu lenken, lassen sich nachzeichnen. Am Beispiel von Kurstädten wird deutlich, wie es mit der Werbebotschaft von Heilquellen gelang, bescheidene Siedlungen in mondäne Kleinstädte umzuwandeln. Durch das Anlocken von adeligen Schichten waren diese Städte auch für das gehobene Bürgertum – am Beispiel von Bad Orb und Bad Homburg verdeutlicht – attraktiv. Eine sozial gemischte Klientel wurde durch eine Mischung aus Moderne und Idylle in die genannten Kurorte geführt, die Eisenbahn und ein entsprechendes Angebot an Gastronomie und Unterkunftsmöglichkeiten waren hier wichtige Faktoren.³³ Einen anderen Weg beschritten die Messestädte Frankfurt am Main und Leipzig. Das lange 19. Jahrhundert bedeutete auch das Ende der meisten Warenmessen, die lange Jahrhunderte für die Stadtentwicklung zentralen Messen wurden nach dem Ersten Weltkrieg durch einen neuen Typus – die Mustermesse – abgelöst. Diese nach dem Ersten Weltkrieg in Mitteleuropa boomenden und von den Wirtschaftsunternehmern getragenen Mustermessen wandten sich verstärkt an ein Fachpublikum und nicht mehr so sehr, wie der alte Messtyp, an ein möglichst breites Publikum.³⁴ Ausstellungsräume mussten für diese neuen Mustermessen im Stadtraum geschaffen werden, eigene „Messeareale“ wurden für diesen Zweck in verschiedenen Städten nach intensiven Diskussionen angelegt. Den neuen Mustermessen gelang es in der Krisenzeit nach dem Ersten Weltkrieg dennoch vergleichsweise großes Publikum anzuziehen, diese neugeschaffenen touristischen Großereignisse stellten deshalb hohe Anforderungen an die städtische Infrastruktur.

Am Beispiel von Wien – gegenwärtig unter den Top-Ten der europäischen Stadtdestinationen liegend – wird die Bedeutung des Tourismus für die Gegenwart deutlich: Im Jahr 2017 wurde erstmals die 15-Millionen-Grenze an Nächtigungen überschritten, rund ein Zehntel aller österreichischen Nächtigungen entfällt auf die Bundeshauptstadt.³⁵ Umgekehrt lassen sich am Beispiel Wien auch die negativen Auswirkungen des Tourismus für Städte gut zeigen. Die „Touristifizierung“ der Stadt bedeutet in der Praxis, dass sich Bewohner- und Angebotsstrukturen in manchen Teilen der Stadt deutlich verändern (etwa im Bereich der Innenstadt und der angrenzenden Bezirke). Abschließend betonen zwei Beiträge die Schwierigkeiten von Städten im Umgang der Städte mit Tourismus: Die Stadt Meran, einst „Südbalkon der Monarchie“, hat es bei 40.000 Einwohnern mit rund einer Million Nächtigungen zu tun.³⁶ Die Stadt kämpft

³³ Siehe den Beitrag von Andrea Pühringer und Holger Th. Gräf in diesem Band.

³⁴ Siehe den Beitrag von Heidrun Homburg in diesem Band.

³⁵ Siehe den Beitrag von Peter Eigner in diesem Band.

³⁶ Siehe den Beitrag von Paul Rösch in diesem Band.

mit den vielfältigen Problemen des Tagestourismus und den damit verbundenen Verkehrsproblemen. Verstärkt sucht man die Stadt deshalb durch Museen und durch kulturelle Ereignisse zu profilieren, zugleich als Stadt des Gehens und als einen gemischten Ort von Touristen und Einheimischen zu propagieren. Neben der Kultur und den Gesundheitsangeboten des Kurortes Meran gilt es im Sinne der Selbstbeschränkung den qualitativen Tourismus zu stärken.

Der Tagungsort Kitzbühel selbst – die Stadt der Gämse, wie das von Alfons Walde redesi­g­n­te Stadtlogo verdeutlicht – dient als zweites Fallbeispiel für den Eingriff des Tourismus in die bestehende Stadtstruktur.³⁷ Der Tourismus setzte in Kitzbühel einen Transformationsprozess in Gang. Nach dem Ende des traditionellen Bergbaues zu Beginn des 20. Jahrhunderts füllte der Tourismus diese Krisenregion mit neuem Leben, ab der Jahrhundertwende vom 19. zum 20. Jahrhundert stiegen die Einwohnerzahlen der als wichtiger Verwaltungsmittelpunkt geltenden Stadt Kitzbühel wieder an. Heute scheinen der Verkauf von Boden und Grund an Nebenwohnbesitzer und die hohen Immobilienpreise zunehmend größer werdende Probleme des glamourösen „Kitz“ zu sein; das Schicksal eines Ferienwohnsitzortes und einer Identitätskrise für die Einheimischen zeichnet sich am Horizont ab. Die fortschreitende Entwicklung der Stadt Kitzbühel hin zu einer exklusiven Tourismusdestination lässt andere wichtige Stadtfunktionen wie die Deckung der Bedürfnisse der einheimischen Bevölkerung allmählich in den Hintergrund treten – sicherlich eine nicht unproblematische Entwicklung.

Fazit

Der letztlich aus der spätantiken und mittelalterlichen Pilgerreise entstandene Tourismus zeigt sich in der Gegenwart stark mit Globalisierung verbunden, wobei Tourismus vor allem ein mit Industrialisierung zusammenhängendes Phänomen der nördlichen und westlichen Erdteile zu sein scheint, während Teile der Weltbevölkerung aus wirtschaftlichen und infrastrukturellen Ursachen keine Reisen zum Vergnügen oder zur „Erbauung“ unternehmen können bzw. dürfen. Tourismus stellt sich – wie Rüdiger Hachtmann formulierte – als ein „Spiegel – manchmal auch ein Zerrspiegel – der allgemeinen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und infrastrukturellen Verhältnisse“ dar, die politischen Strukturen spielen dabei immer eine Rolle.³⁸ Die Zeitspanne nach den 1960er-Jahren bis zur Gegenwart gilt als die „Hochphase“ und die „Durchsetzungs- und Konsolidierungsphase“³⁹ des Tourismus, neue freizeitgesellschaftliche

³⁷ Siehe den Beitrag von Wido Sieberer in diesem Band.

³⁸ HACHTMANN, Tourismusgeschichte, 172.

³⁹ GYR, Geschichte des Tourismus.

Urlaubsformen gelangten dabei vermehrt zum Durchbruch. Traditionelle Sightseeing-Urlaubsformen wurden durch den Erlebnistourismus (fun, action, event) neuerer Machart abgelöst. Ein Blick auf die historische Entwicklung und auf die Stadtgeschichte zeigt, wie wichtig Städte historisch für die Entwicklung des Tourismus gewesen sind (Pilgerfahrten, Kavaliertouren, Bildungsfahrten der Aufklärung). In den Städten formierten sich neue Gastungsformen wie Gasthäuser und neu entstandene Hotels; neue Organisationsformen des Tourismus wie die Reisebüros und die damit eng verbundenen Eisenbahnzentralen entstanden gleichfalls in den Städten. Der Tourismus wurde durch neue wirtschaftliche Strukturen wie die städtischen Messen, die städtischen Kongresse oder etwa die Stadttourismusbüros forciert. Die entstehenden Großstädte führten mit der Sommerfrische oder den idyllischen Kurstädte umgekehrt auch zu einer Fluchtbewegung der Stadtbewohner vor dem Moloch Stadt – hinaus in eine antistädtische, idealisiert gedachte Natur.

Besonders wichtig erscheint auch die Medialität von Tourismus, wie die Beispiele der Plakate, Reiseführer, Panoramen und der Ansichtskarten zeigen. Diese Medien trugen wesentlich zur Kanonisierung der Sehenswürdigkeiten bei. Standards der Unterbringung und der Versorgung wurde damit forciert, die entsprechende städtische Infrastruktur dafür musste geschaffen werden. Tourismus in seiner industrialisierten Form ist heute ein Phänomen geworden, das weite Teile Europas ergriffen hat, das aber auch zunehmend von negativen Trends überschattet wird. In manchen Städten Europas kommt es zum Aufstand der Bereisten gegen die Reisenden. Die von den Historikern lange ignorierte, interdisziplinär orientierte historische Tourismusforschung kann viel zur Aufarbeitung dieser Problemlagen beitragen,⁴⁰ allerdings muss diese Forschung dafür in den aktuellen Forschungsfeldern der Humanwissenschaft verankert werden, die gegenwärtig stark raumbezogene Stadtgeschichtsforschung gehört dazu.

Quellen und Literatur

BABEL – PARAVICINI, Grand Tour: Rainer BABEL – Werner PARAVICINI (Hg.), Grand Tour. Adelige Reisen und europäische Kultur vom 14. bis zum 18. Jahrhundert, Ostfildern 2005 (Beihefte der Francia 60).

BAUSINGER – BEYRER – KORFF, Reisekultur: Hermann BAUSINGER – Klaus BEYRER – Gottfried KORFF (Hg.), Reisekultur. Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus, München 1991.

BEYRER, Tourismus: Klaus BEYRER, Tourismus, in: Enzyklopädie der Neuzeit 13 (2011), Sp. 672–680.
DRV 2014: DRV. Fakten und Zahlen 2014 zum Deutschen Reisemarkt (<https://www.driv.de/>, Band 2014, Zugriff: 23.3.2018)

DRV 2017: DRV. Der deutsche Reisemarkt. Zahlen und Fakten 2017 (<https://www.driv.de/>, Band 2017, Zugriff: 23.3.2018).

⁴⁰ SPODE, Zur Geschichte der Tourismusgeschichte, 19.

- Fakten und Zahlen, Österreich 2016: Fakten und Zahlen Österreichischer Reisemarkt 2016 (http://www.oerv.at/de/uploads/pdf/downloads/OERV_Zahlen_Fakten_2016_screen.pdf, Zugriff: 24.3.2018).
- GRÄF – PRÖVE, Wege ins Ungewisse: Holger Th. GRÄF – Ralf PRÖVE, Wege ins Ungewisse. Reisen in der Frühen Neuzeit 1500–1800, Frankfurt a. M. 1997.
- GYR, Geschichte des Tourismus: Ueli GYR, Geschichte des Tourismus. Strukturen auf dem Weg zur Moderne (<http://ieg-ego.eu/de/threads/europa-unterwegs/tourismus/ueli-gyr-geschichte-des-tourismus>, Zugriff: 23.3.2018).
- HACHTMANN, Tourismus und Tourismusgeschichte: Rüdiger HACHTMANN, Tourismus und Tourismusgeschichte (2010), in: Docupedia-Zeitgeschichte (http://docupedia.de/zg/Tourismus_und_Tourismusgeschichte, Zugriff: 2.8.2017).
- HACHTMANN, Tourismus-Geschichte: Rüdiger HACHTMANN, Tourismusgeschichte, Göttingen 2007.
- KEITZ, Reisen als Leitbild: Christine KEITZ, Reisen als Leitbild. Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland, München 1997.
- KNOCH, Grandhotels: Habbo KNOCH, Grandhotels. Luxusräume und Gesellschaftswandel in New York, London und Berlin um 1900, Göttingen 2016.
- OHLER, Reisen im Mittelalter: Norbert OHLER, Reisen im Mittelalter, München/Zürich 1986.
- LIEBSCHER, Organisierte Freizeit: Daniela Giovanna LIEBSCHER, Organisierte Freizeit als Sozialpolitik. die faschistische Opera Nazionale Dopolavoro und die NS-Gemeinschaft Kraft durch Freude 1925–1939, in: Jens PETERSEN (Hg.), Faschismus und Gesellschaft in Italien, Köln 1998 (Italien in der Moderne 2), 67–90;
- LIEBSCHER, Faschismus als Modell: Daniela Giovanna LIEBSCHER, Faschismus als Modell: Die faschistische Opera Nazionale Dopolavoro und die NS-Gemeinschaft Kraft durch Freude in der Zwischenkriegszeit, in: Sven REICHARDT – Armin NOLZEN (Hg.), Faschismus in Italien und Deutschland, Göttingen 2005, 94–118.
- MÜLLER, Die Welt des Baedeker: Susanne MÜLLER, Die Welt des Baedeker. Eine Medienkulturgeschichte des Reiseführers 1830–1945, Frankfurt a. M./New York 2012.
- REICHERT, Erfahrung: Folker REICHERT, Erfahrung der Welt. Reisen und Kulturbegegnung im späten Mittelalter, Stuttgart 2001.
- SALZER, Fernweh und Stadt: Ronald SALZER, Fernweh und Stadt. Tourismus als städtisches Phänomen. Tagung des Österreichischen Arbeitskreises für Stadtgeschichtsforschung (Kitzbühel, 27.–29. September 2017), in: Pro Civitate Austriae 22 (2017), 113–123.
- SCHEUTZ, Injurien, Rebellion: Martin SCHEUTZ, Injurien, Rebellion und doch auch das feuchtfröhliche Vorzimmer der Macht. Wirtshäuser als Orte der Kommunikation in der Frühen Neuzeit, in: Irmgard BECKER (Hg.), Die Stadt als Kommunikationsraum. Reden, Schreiben und Schauen in Großstädten des Mittelalters und der Neuzeit (Stadt in der Geschichte 36, Ostfildern 2011), 159–190.
- SWEET, Grand Tour: Rosemary SWEET, Cities and the Grand Tour. The British in Italy, c. 1690–1820, Cambridge 2012 (Cambridge Social and Cultural Studies).
- SPODE, Arbeiterurlaub: Hasso SPODE, Arbeiterurlaub im Dritten Reich, in: Carola SACHSE – Tilla SIEGEL – Hasso SPODE – Wolfgang SPOHN (Hg.), Angst, Belohnung, Zucht und Ordnung. Herrschaftsmechanismen im Nationalsozialismus, Opladen 1982, 275–329.
- SPODE, Zur Geschichte der Tourismusgeschichte: Hasso SPODE, Zur Geschichte der Tourismusgeschichte, in: Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung 8 (2009), 9–22.
- WADAUER, Tour der Gesellen: Sigrid WADAUER, Die Tour der Gesellen. Mobilität und Biographie im Handwerk vom 18. bis zum 20. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 2005 (Ludwig-Boltzmann-Institut für Historische Sozialwissenschaften 30).
- ZEDLER, Universal-Lexicon: Johann Heinrich ZEDLER, Grosses vollständiges Universal-Lexicon Bd. 44 (Leipzig/Halle 1745).