

IM ZILLERTAL GESPRÄCHE ÜBER DAS LEBEN IN EINER TOURISMUSREGION

NIKOLA LANGREITER

A-1020 Wien, Austria
Vorgartenstr. 159/1/19
e-mail: nikola.langreiter@univie.ac.at

UDK: 796.5(436)

Izborni znanstveni rad
Primljeno: 15. 05. 2000.
Prihvaćeno: 10. 06. 2000.

In einem Aufsatz über das Leben mit und ohne Touristen in Moscenicka Draga an der östlichen Küste Istriens bezeichnet Lidija Nikočević mit Tourismus den Lebensunterhalt zu bestreiten als "konstitutives Kulturelement" (Nikočević, 1994:220). Die Region um Moscenicka Draga und das Zillertal im Westen Österreichs (Bundesland Tirol), das im Folgenden Schauplatz sein wird, haben vorerst nicht viel gemein. Das Zillertal ist ein klassisches ostalpines Urlaubsziel - es gibt dort Schigebiete und eine ausgeprägte Wintersaison, während der traditionelle Wander- und Erholungstourismus im Sommer seit einigen Jahren zurückgeht. Die politisch-gesellschaftliche und ökonomische Situation im kroatischen Teil Istriens zum Zeitpunkt der Forschung von Lidija Nikočević ist nicht mit meiner Untersuchungsregion zu vergleichen. Wenngleich die Unterschiede zahlreich und mitunter gravierend sind, lassen sich auf mehreren Ebenen Gemeinsamkeiten entdecken - etwa die lange Periode relativ sorgloser Entwicklungspolitik betreffend, vor allem aber was die Beziehungen der sogenannten Einheimischen, der kommerziellen GastgeberInnen¹ zu den TouristInnen anlangt oder die Freuden und Probleme, die sich im Alltagsleben in einer Tourismusregion oder -gemeinde stellen.²

Schlüsselworte: Tourismus / die Alpen / Tirol

Das Tiroler Zillertal ist vom Fremdenverkehr geprägt; die massentouristischen Zentren liegen im hinteren Abschnitt des Tales³. Bis zum Einsetzen des Fremdenverkehrs - in etwa ab den 1850er Jahren - war das Tal ökonomisch benachteiligt, die Landwirtschaft lieferte karge Erträge. Seit Ende des 19. Jahrhunderts fungierte quasi ausschließlich Tourismus als Motor der Entwicklung. Die beiden Weltkriege führten neben allen

¹ Gast und Wortkombinationen wie Gastgeber usw. müßten eigentlich konsequent in Anführungszeichen gesetzt werden, da sie, meiner Meinung nach, den kommerziellen Charakter verschleiern. Die Konnotationen von Gast, Gastlichkeit, Gastfreundschaft etc. rufen Erwartungen hervor, die im Rahmen einer Geschäftsbeziehung nicht zu erfüllen sind.

² Damit meine Ausführungen besser einordenbar sind, schicke ich voraus, daß ich in eben diesem Zillertal aufgewachsen bin - nicht in einem Tourismusbetrieb, aber doch in einem Tourismusgebiet. Aus meiner Herkunft ergibt sich das Interesse am Phänomen Tourismus, und die Herkunft prägt meine Sichtweise.

³ So finden sich etwa für den Zeitraum November 1999 bis Jänner 2000 drei Gemeinden des Hinteren Zillertals unter den Top-20-Tourismusorten Tirols (Mayrhofen [5] mit 7.563 Betten und 271.707 Nächtigungen, Tux [7] mit 4.910 und 240.349 und Gerlos mit einer Kapazität von 3.353 Betten und einer Auslastung von 117.512 Nächtigungen) (Reisner, 2000:79).

anderen Folgen zu drastischen wirtschaftlichen Rückschlägen⁴; doch schon bald nach dem Zweiten Weltkrieg wurde der regionale Tourismus wieder angekurbelt. Das 'European Recovery Program' förderte den Wiederaufbau dieser Branche ganz besonders (Tschurtschenthaler, 1993:113-208).

Seit den 1960er Jahren leben die ZillertalerInnen eigentlich in einer touristischen Monokultur. Der Ausbau erfolgte bis 1985 schnell und kontinuierlich; danach verringerte sich das Angebot der Privatzimmer, gewerbliche Betriebe expandieren weiterhin. Auch die Kapazitäten der Bergbahnen und Lifte werden bis heute erhöht⁵. Infolge des Rückgangs der Nächtigungszahlen, speziell während der letzten Sommersaisonen, befindet sich die Tourismuspolitik jedoch - zumindest laut zahlreicher Medienberichte - in einer 'Nachdenkphase'.

Mithilfe von Interviewpassagen⁶ möchte ich nun, an die Untersuchung von Lidija Nikocec anknüpfend, einen Ausschnitt davon zeigen, wie Menschen die im Zillertal vom Tourismus leben mit diesem Kulturelement umgehen, wie sie es in ihren Bedeutungshaushalt einbauen.

Meine GesprächspartnerInnen traten als Expertinnen und Experten ihrer selbst auf. Um Einblicke in Lebenswelten zu erhalten, zu erfahren, wie Menschen, die alle mehr oder weniger direkt in den Tourismus involviert sind, als 'FremdenverkehrstirolerInnen' zurechtkommen und welche Strategien dabei eingesetzt werden, schienen mir narrative Interviews am geeignetsten (Dressel, 1996:49f). Obwohl die acht Interviews also offen gestaltet waren, den ersten Erzählungen jeweils eine Nachfragephase folgte die sich am bereits Erzählten orientierte, sind die Inhalte miteinander vergleichbar. Ähnliche Themen kamen zur Sprache: die Haupterzählung umfaßte (außer bei den beiden jüngsten Interviewees) die eigene Karriere im Fremdenverkehr, deren Schilderung meist mit der örtlichen Tourismusgeschichte verwoben wurde. Alle ErzählerInnen ließen Beschreibungen der gesellschaftlichen Situation einfließen und damit verbunden auch Erklärungen zum Funktionieren von Regionalpolitik in einem Tourismusgebiet. Über individuelle Werthaltungen war in diesen Stegreifererzählungen zu erfahren, lokale Stimmungstrends wurden vermittelt.

Mich beeindruckten vor allen Dingen die Strategien und Alltagstheorien, mit deren Hilfe die von mir zum Gespräch gebetenen Menschen den Fremdenverkehrsalltag leben, ihr persönliches Funktionieren und das Bestehen des "Ensembles" Zillertal (Goffman, 1991:20, 46f) gewährleisten. Am Ende der Erzählungen stand meist eine Art Bilanzierung, die zu Selbstinterpretationen und Generalisierungen auf abstrakter Ebene führte. Diese Deutungszuweisungen bilden das Fundament meiner Interpretationen, bei der die Kategorien "Sinn" und "Bedeutung" im Mittelpunkt stehen. Der "Text der

⁴ der wirtschaftliche Zusammenbruch nach der Tausend-Mark-Sperre (1933), die es deutschen StaatsbürgerInnen nahezu verunmöglichte, nach Österreich zu reisen, zeigt wie wichtig Tourismus als Einnahmequelle bereits war, obwohl noch ein Nebeneinander von Landwirtschaft und Fremdenverkehr bestand (Tschurtschenthaler, 1993:145).

⁵ - nach kurzem umweltpolitisch motivierten Innehalten Ende der 80er/Anfang der 90er Jahre.

⁶ Die narrativen, themenzentrierten Interviews entstanden 1994/95 im Rahmen meiner Diplomarbeit zur Konstruktion der Region Zillertal in Reiseliteratur (Langreiter, 1995).

Kultur" wird quellenkritisch aus den Darstellungen der InformantInnen, den Interpretationen erster Ordnung, destilliert und einer "historisch anthropologisch-kulturwissenschaftlichen Lesart" unterzogen. Zugleich soll das Zustandekommen jener Bedeutungsstrukturen nicht zu kurz kommen, also den Bedingungen, unter denen die Texte entstanden, nachgespürt werden (Lenk, 1996:119f). Die zitierten Gesprächspassagen sind bisweilen sehr persönlich, die Interviewees verbargen sich nur selten hinter ihren Funktionen, weshalb sie anonym⁷ bleiben.

LEBEN IM ZILLERTAL

MIT TRADITION

Die Leute erzählten von ihrem Alltag, von Lebensbedingungen und -chancen stets unmittelbar auf den Tourismus bezogen. Die vermittelten Selbstbilder enthalten auch einige als problematisch erfahrenen Facetten - zum Beispiel wird mehrfach festgestellt, daß sich die Lebensqualität der Einheimischen in den letzten Jahrzehnten in einigen Bereichen zugunsten der touristischen Erlebnisqualität gemindert habe. Fehler werden vorwiegend in der Tourismusgeschichte gesucht und in die Vergangenheit geschoben. Ein ehemaliger Fremdenverkehrsobmann und Regionalpolitiker, Kaufmann und Hotelbesitzer⁸ beschreibt eine für die 1950er und 60er Jahre typische Situation:

"Ganz am Anfang war es so, daß man froh war, daß die Gäste gekommen sind. Da hat man sie eher fast zu viel betreut. Die sind wirklich in die Familie aufgenommen worden, als ob sie dazugehörten. Ich weiß das, weil an diesem Tisch vor vierzig Jahren sind wir gesessen mit Leuten - oder früher, und das ist gut aufgenommen worden."(Int. 3)

"Man war so froh um jeden." (Int. 4)⁹ Mit Statements wie diesen wurde die Tradition des Hegens und Verwöhnens der TouristInnen kommentiert, also jene sprichwörtliche Gastlichkeit, mit der ganz Österreich für den Tourismus auch heutzutage wirbt (Löffler, 1997:209f). Die Art der gewissermaßen übertriebenen Gastfreundschaft¹⁰ wie sie in den Zitaten zum Ausdruck kommt wird nicht kritisiert, sondern als damals - nach dem Zweiten Weltkrieg - notwendige Maßnahme aufgefaßt, als einzige Strategie, mit der die Region wieder zu verkaufen war. Die Zeiten haben sich geändert, und mittlerweile herrscht landesweit die Sorge um mangelhafte 'Tourismusgesinnung' der Bevölkerung.

⁷ Die Namen wurden durch Kürzel ersetzt.

⁸ Friedrich R., Int. 3, früher Kaufmann, Hotelier, Fremdenverkehrsobmann, Regionalpolitiker, heute Funktionär und Pensionist; geb. 1929; verheiratet, eine Tochter, zwei Söhne; seine Ehepartnerin betreibt Zimmervermietung.

⁹ Hannes S., Int. 4, früher im Gastgewerbe tätig, jetzt Geschäftsführer eines Veranstaltungszentrums und Gemeindepolitiker; geb. 1956; verheiratet, zwei minderjährige und einen erwachsenen Sohn.

¹⁰ Adelheid Schrutka-Rechtenstamm spricht von Gastfreundschaft als komplexem System, geprägt durch Konnotationen wie Unentgeltlichkeit, Gegenseitigkeit und Großzügigkeit, Werte, die auch in Tourismuswerbung strapaziert werden und damit aus dem Geschäftsleute-Kundenverhältnis hinausweisen (Schrutka-Rechtenstamm, 1997:47, 49). Viele Interviewpassagen lassen auf daraus resultierende Spannungsverhältnisse schließen.

In diesem Zusammenhang vertreten einige im Gespräch die Ansicht, daß vielmehr die UrlauberInnen sich inzwischen geändert hätten. Früher, erzählt Hannes S., der mit und in einem Gastronomiebetrieb aufgewachsen ist und sich heute als Veranstalter und Regionalpolitiker engagiert, hätten sich die Gäste zu den Stammtischen gesetzt, dort ein bißchen mitgeredet, sich aber stets zurückgehalten und angepaßt. Zu dieser Art von Kontaktaufnahme komme es heute nicht mehr. Die Stammtische seien zusehends verschwunden, genauso wie die einheimischen Wirtshausbesucher. Der intensive Tourismus ließ keine Zeit für Stammtischbesuche. "Die Leute sind aus den Gasthäusern in die Gasthäuser verschwunden. Fast alle Einheimischen sind im Gastgewerbe tätig." (Int. 4)

Nicht nur mengenmäßig hätten die TouristInnen sich gewandelt, sie seien völlig andere Leute geworden: weniger leicht zufriedenzustellen, nicht mehr wirklich an einer Begegnung mit der örtlichen Bevölkerung interessiert, mehr als früher nur KonsumentInnen von Dienstleistungen. Ein andermal werden sogar, zur Illustration des Verhältnisses von KundInnen zu ReiseveranstalterInnen, die UnternehmerInnen als Feinde in den Augen der TouristInnen bezeichnet (Int. 2)¹¹. Ansonsten - auch im letztgenannten Gespräch - wird die Beziehung zu den KundInnen als positiv beschrieben, Berichte über "Problemgäste" stellen die Ausnahme dar.

Als größter Mißstand, auch dessen Wurzeln werden in die Vergangenheit gelegt, gelten die Strukturen des Tourismusgebiets: Statt auf "den Qualitätsgast" hat man auf Massentourismus gesetzt. Nun sind Bettenkapazitäten vorhanden, die schwerlich gewinnbringend zu vermieten wären, sozialen Wohnbau dagegen gibt es kaum. Neben der österreichischen Steuergesetzgebung wird auch die regionale Politik mitverantwortlich für Fehlentwicklungen gemacht. Das Versagen der Regionalpolitik führen meine GesprächspartnerInnen in erster Linie auf Personalial zurück: den Tourismus betreffende Entscheidungen würden von Politikern gefällt, die zugleich lokale Fremdenverkehrsunternehmer¹² sind.

ABER OHNE ZEIT

Als entscheidender Nachteil des Geschäfts werden die großen Belastungen der in der Tourismusindustrie tätigen Menschen und ihrer Familien genannt. Bestimmender Faktor ist Zeit. Durch das Manko an freier Zeit, so wird analysiert, hat sich das dörfliche Leben gewandelt: "Man kommt nicht mehr zusammen, weil niemand Zeit hat." (Int. 4) Die jüngeren meiner GesprächspartnerInnen, die ihre Kindheit schon in einem vom Massentourismus geprägten Umfeld erlebt haben¹³, projizieren ein Ideal vom Dorfleben in die Vergangenheit ihrer Großeltern.

¹¹ Jan K., Int. 2, Reiseleiterin; geb. 1949; verheiratet, eine erwachsene Tochter.

¹² Hier ist das Geschäft der Politik noch vorwiegend Männern vorbehalten.

¹³ Auf die Suche nach kindlichen Lebenszusammenhängen in Tourismusregionen begaben sich Barbara Lindtner und MitarbeiterInnen im Rahmen einer Fallstudie über die Gemeinde Maria Alm (Salzburg) (Lindtner 1995).

“Ich sehe es als kleinen Nachteil, daß sich die Leute nicht mehr so nahe kommen, nicht mehr so nahestehen. Weil - es war ja früher wirklich so, daß jeder jeden gekannt hat, und das war für mich etwas Positives. Es wird teilweise ein bißchen unpersönlich, weil die Leute nicht mehr so viel Zeit füreinander haben. Das sehe ich als Nachteil.” (Int. 1)¹⁴

Wie auf das dörfliche Leben wirkt sich das zeitraubende Beschäftigtsein mit Tourismus auf das Familienleben, auf die “Eigenzeit” (Nowotny, 1989) nahezu jeder Person aus. Selbst Grundbedürfnisse wie Körperpflege - im Sinn von Entspannung und Erholung - oder Ernährung werden aus Zeitdruck vernachlässigt, stets für momentan nicht unbedingt nötig gehalten. Jan K., seit siebzehn Jahren als Reiseleiterin in Mayrhofen, dem Hauptort des Zillertals, tätig, meint über die lokale Bevölkerung und deren Umgang mit Zeit und Freizeit:

“Ja, es gibt keinen Ruhetag in einem Hotel, manchmal sieht man ‘Heute Ruhetag’ [...], aber auch selten. Das heißt, die Leute arbeiten sieben Tag in der Woche, und das kann auch nicht gesund sein. Und wie der Arzt einmal zu mir gesagt hat, ich habe lachen müssen, aber es ist wirklich die Wahrheit, daß die Einheimischen nur in der Zwischensaison Zeit zum Sterben haben, oder zum Kranksein - weil die sind so beschäftigt.” (Int. 2)

Nach einer Umfrage eines Meinungsforschungsinstituts empfindet jede zweite Tirolerin, jeder zweiter Tiroler den Fremdenverkehrstrubel als “nervtötend” (Tiroler Tageszeitung zit. nach Wilhelm, 1994:5). Daß im Gastgewerbe Tätige tatsächlich des öfteren mit den Nerven am Ende sind, berichtet der Psychiater Reinhard Haller. Der überforcierte Tourismus, so Haller, bedingt die psychosoziale Situation der DauerbewohnerInnen von Fremdenverkehrsregionen mit und ruft vielschichtige Krisen hervor. Die Arbeit in dieser Branche ist charakterisiert durch unterschiedliche Beanspruchung in Saison- und Zwischensaisonzeiten, den Biorhythmus beeinflussende unregelmäßige Arbeitszeiten und Mahlzeiten sowie einen insgesamt abnormen Lebensrhythmus, auch häufig überdimensionale finanzielle Risikomomente sind belastend. Diese Faktoren begünstigten eine Labilisierung der betroffenen Menschen. Die Gesamtheit der psychischen Erkrankungen ist in Fremdenverkehrsgebieten zwar nicht höher, viele Störungen gelten aber als für Tourismusregionen typisch (Haller, 1994:8-10; Knoll, 1992:20f, 34). Die nahezu ganzjährige Saison läßt kaum Momente zum Innehalten. Gibt es endlich zwei, drei freie Wochen sind die meisten Menschen zu müde, um ihre Situation zu überdenken. Im Bedienungsallday kann es ohnehin keinen Diskurs über persönliche Probleme geben - Erschöpfung oder Schmerz passen nicht in die allgemeine Urlaubslaune, sind daher keinesfalls zu zeigen oder zu besprechen. Auch in diesem körper- und seelennahen Bereich wird wohl, das wird in einigen Interviews vermittelt, die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus als Gegenleistung für alle seine Verfügbarkeits- und Nutzungsansprüche verstanden.

¹⁴ Franz H., Int. 1, Landwirt, Tischler, Schilehrer; geb. 1966; ledig, vier erwachsene Geschwister, seine Mutter führt eine Frühstückspension.

UND GENERATIONEN IM KONFLIKT

Mitten im Trubel stecken die Kinder und sind dabei oft recht einsam. Ihre Ferien- und Freizeiten sind zugleich Hochsaison und Stoßzeit für die arbeitenden Eltern, beim Schlafengehen, wenn es an der Zeit wäre, den Tag zu beschließen, stehen die Bezugspersonen wahrscheinlich hinter der Theke oder in der Betriebsküche. Manchen meiner GesprächspartnerInnen sind die Schwierigkeiten eines geregelten und regelmäßigen Familienlebens im Tourismus während des Interviews präsent. Bis in die 1960er Jahre hätten Eltern noch ausreichend Zeit und Energie für ihren Nachwuchs aufbringen können. Die Unterscheidung zwischen den Kindern die mit Einsetzen des intensiven Tourismus bereits "aus dem Größten draußen waren" und jenen die in den Massentourismus "hineingeboren" worden sind wird mehrmals getroffen. Von seiner individuellen Karriere ausgehend meint der dreifache Vater Hannes S., daß seinem ältestes Kind kein störungsfreies Aufwachsen ermöglicht werden konnte, da er und seine Frau damals beide voll im Gastgewerbe beschäftigt waren. Dieser Sohn ist mittlerweile erwachsen. Die beiden Jüngeren würden jetzt "normaler" groß, sagt Hannes S., mit Eltern, die (nun außerhalb des direkten Tourismusgeschäfts) über geregelte Arbeits- und Freizeiten verfügen.

Die Jugendlichen von heute erfahren in den Interviews oftmals eine Charakterisierung als eigene und eigenartige Generation, in der alle tourismus- und wohlstandsbedingten Erziehungsfehler zum Tragen kämen. Ständig hätten sie während ihrer Kindheit materielle Zuwendungen als Ersatz für Familienzeit und Ansprache erhalten, so sei aus ihnen eine übermütige, nimmersatte "Konsumgeneration" geworden (Int. 3; Int. 4; Int. 6)¹⁵. Zugleich gilt diese Generation als der Arbeit im Fremdenverkehr eher abgeneigt und insgesamt tourismuskritisch. Für die Gründergenerationen ist Aufbau, Wachstum und totaler Einsatz selbstverständlich gewesen, ihre Kinder haben dagegen oft andere Vorstellungen von Lebensqualität und eine eigene Werthierarchie (Lindtner, 1996:52). "Fassungslos stellen die Gründer fest, daß ihre Kinder der heiligen Kuh Fremdenverkehr nicht mehr alles und jedes unterordnen" (Haller, 1994:8).

Die kritische bis ablehnende Distanz junger Menschen zur Tourismusbranche, von der die älteren als einem großen Problem berichten, bestätigen auch die jüngeren der Interviewten. Wenngleich sie diese Entwicklung in gewisser Hinsicht positiv bewerten. Vielleicht, so die Hoffnung, würden die heute jungen Leute eine "gesündere Einstellung" zum Leben im Fremdenverkehr finden. Andererseits wird noch kein entschiedenes Umdenken beobachtet, hier und da gäbe es erste Ansätze, aber Kinder und Jugendliche, so die Überzeugung, würden immer noch zu JungunternehmerInnen erzogen. In einem Ratgeber zum Thema Betriebsnachfolge im Tourismus heißt es treffend:

"Schon bei der Erziehung des Kindes/der Kinder, die als Nachfolger in Betracht kommen, sollte eine spätere unternehmerische Funktion berücksichtigt werden.

¹⁵ Erwin B., Int. 6, ehemals Tischler, Berufsmusiker; geb. 1954; verheiratet, drei minderjährige Töchter, zwei minderjährige Söhne.

Die Kinder sollen die Arbeit der Eltern im Betrieb frühzeitig kennenlernen, damit Interesse und Freude am betrieblichen Geschehen geweckt werden kann (Fritz, 1996:13).

Betont wird, daß der Nachwuchs die richtige Vorstellung von Aufgaben und Pflichten eines Unternehmers haben müßten, um bei einer betriebserhaltenden Nachfolgeregelung dann entsprechendes Verständnis aufzubringen. Gewarnt wird allerdings auch - und zwar davor, daß Eltern, die sich zu sehr dem Betrieb widmen ("sieben Tage à 17 Stunden = 119 Stunden pro Woche in der Saison!") und das Privatleben vernachlässigen, die Kinder abschrecken (Fritz, 1996:13).

"... jeder Zillertaler ist ein bißchen neidisch. Das ist für mich ein bißchen die Eigenart der Zillertaler ..." (Int. 1).

Den Interviews zufolge ist Neid weit verbreitet. Neidisch sind stets die anderen, deren Neid dient dazu, die eigene Person abzugrenzen, zu bestätigen und eigene moralische Haltungen und Werte festzumachen. Wohlstand und materiellem Reichtum wird große und positive Bedeutung beigemessen, sie sind eng mit dem vorherrschenden hohen Arbeitsethos verknüpft. Das Phänomen Neid wird als unliebsame, jedoch unweigerliche Begleiterscheinung wirtschaftlichen Erfolgs dargestellt. Charakteristisch ist eine Aussage von Friedrich R.: "Aber bei uns ist halt, sagen wir, schon sehr viel auf das aufgebaut, und das bringt automatisch viel Neid - was nicht ganz richtig ist, sollte nicht sein. Weil jeder eh genug hat, mehr als essen und trinken und ein wenig gut gehen lassen, geht eh nicht" (Int. 3). Für Ramona L.¹⁶, eine junge Friseurin, kumuliert Neid in folgender Verhaltensweise: Sie beobachtet häufig einige Hoteliers, wie sie von Haus zu Haus gehen und die davor parkenden Autos zählen, um abzuschätzen wie ausgelastet die Konkurrenzbetriebe sind. "Das ist der Neid, das ist irgendwie schade" (Int. 7). Neidgefühle regen sich bei Ortsansässigen offenbar besonders dann, wenn auswärtige UnternehmerInnen sich im Zillertal niederlassen, und ihnen ihre Arbeit dort Erfolg beschert. Deutlich und mehrmals weist Frau Maria T.¹⁷ auf diesen Umstand hin. Die Oberländerin (aus dem Westen des Bundeslandes Tirol) führt seit über fünfzig Jahren ein Hotel, anfangs gemeinsam mit zwei Tanten, heute mit ihrer Schwester und deren Familie. Sie erzählt, wie schwer ihren Tanten in den 1920er Jahren der Start gemacht worden war. Sie meint aber, die Vorbehalte gegenüber Auswärtigen haben sich nach 1945 sukzessive gelegt.

"Und jetzt waren sie natürlich fremde Leute, und es war früher so, daß im Zillertal - ich meine, du konntest arbeiten, aber ein Geschäft machen, das war schon das letzte der Gefühle. Das war so ein Neid, das war schrecklich. [...] Ja später, da hat sich das auch gegeben, weil ja nach dem Krieg überhaupt ein großer Zuzug von fremden Leuten war, und auch andere haben angefangen, Geschäfte zu machen" (Int. 8).

¹⁶ Ramona L., Int. 7, Friseurin; geb. 1975, ledig, einen jüngeren Bruder; ihre Mutter vermietet zwei Ferienwohnungen.

¹⁷ Maria T., Int. 8, Wirtin; geb. 1919; ledig; arbeitet noch immer täglich im Hotel.

Mißgunst stufen meine GesprächspartnerInnen zwar als Charakterschwäche ein, sind aber gewohnt, damit umzugehen und sehen sie als selbstverständlichen Bestandteil des Wettbewerbs im Tourismus, wie im Wirtschaftsleben allgemein. Neid wird nicht als Zeichen sozialer Spannungen interpretiert:

“Wo gehobelt wird, da fallen Späne. [...] Das ist eben ein heißes Pflaster geworden mittlerweile. Weil einfach wir alle auf einem kleinen Fleck zusammenleben müssen, da gibt es natürlich Konkurrenzkampf, da gibt es natürlich Neid, da gibt es Emotionen. Aber grundsätzlich, glaube ich, ist jeder bemüht, das Beste zu geben und freilich, die junge Generation, die nachwächst, stimmt mit dem nicht immer überein. Aber das ist nicht so leicht, wenn du in einem gewissen Kreis drinnen bist, wir leben alle davon. Es ist nicht alles positiv [...], aber es ist schwierig. [...] Es hat alles seinen Preis, das ist überall im Leben so” (Int. 6).

STRATEGIEN

DISZIPLIN UND FREUDE

Das letzte Zitat enthält auch eine strategische Komponente - meine GesprächspartnerInnen wenden verschiedenste Taktiken für die Bewältigung des Alltags an. Disziplin und Freude - ich interpretiere sie als Strategien und Maßnahmen der Sinnstiftung - spielen eine wichtige Rolle. Reinhard Johler bezeichnet die Geschichte des Tourismus als einen Prozeß der sozialen Disziplinierung, das mentale Endprodukt der Entwicklung ist die Gastfreundschaft aller in einer Fremdenverkehrsregion Lebenden. Er beschreibt die infrastrukturelle Adaption an touristische Ansprüche und interessiert sich dann für die menschliche Seite der Anpassung, “die je nach Gesichtspunkt, entweder vollzogen, verweigert oder falsch praktiziert wurde” (Johler, 1994:245).

Wiederholt wurde bei den Interviews hervorgehoben, daß ein Mensch dafür geschaffen sein müsse, im Tourismus zu arbeiten. Gefühl für andere sei wichtig, man müsse es “richtig” machen, sich das Ganze einteilen.

“Wenn man natürlich keine Einteilung hat, dann ist Streß auch gleich da. Aber ich habe es, Gott sei Dank, gut über die Bühne gebracht. Sonst könnten nicht alle drei Kinder so im Einsatz sein, wie sie heute sind - und mit Freude dabei sind. [...] So wie es beim Fremdenverkehr ist, meiner Ansicht nach, wenn es einer richtig macht und einteilt, hat der eh kein Problem. Dann hat der die Zwischenzeit, die er nutzen kann für seine persönlichen Sachen - außer er hat mehrere Geschäfte nebeneinander laufen, aber auch das ist kein Problem. [...] Einteilung ist alles - das halbe Leben” (Int. 3).

Auf arbeitsreiche Zeiten folgten ohnehin wieder ruhige Phasen, Beruf und Familie seien vereinbar, die Situation müsse positiv betrachtet werden, die Neigung, Sachen kompliziert zu sehen, mache logischerweise vieles schwierig. Im Tourismus werde, aufgrund der Sozial- und Arbeitsgesetzgebung, heute niemand mehr ausgenützt.

Ärger gäbe es in jeder Branche, ein bißchen Freude an der Arbeit sei in allen Sparten Voraussetzung (Int. 3; Int. 6; Int. 8).

“Ja - entweder du tust das und mußt halt mit dem einverstanden sein und sonst, kommt mir vor, kann man das gleich lassen. Man muß das schon ein bißchen gerne tun. Freilich haben die Kinder oft, hätte man manchmal mehr Zeit übrig haben können, nicht? Ist halt nicht immer so gegangen. Aber dafür habe ich ja im Winter lange keine Hausgäste gehabt - weil wir keine Heizung in den Zimmern hatten. Dann hatten wir ja Zeit” (Int. 5).¹⁸

“Das ist ein Kreislauf. Es kann sich nicht einer ausgliedern. Und es gibt immer die Extremen, die dann irgendwann nicht mehr mögen und so. Aber wenn man überlegt, dann muß man sagen: ‘Aber das ist überall so im Berufsleben’” (Int. 6).

Die Anderen gieren nach Geld, die Anderen sind es auch, die zu kämpfen haben. Dabei sind jegliche Schwierigkeiten, von ökonomischen bis zu seelischen, eindeutig Privatsache. Versagen wird als individuelle, persönliche Unzulänglichkeit gewertet, kaum je als Schwäche des Systems erachtet.

ARBEITSETHOS UND KARRIERE

Die Haupterzählung¹⁹ war also meist der Schilderung der persönlichen Karriere im Tourismus gewidmet. Ausführlicher wurden vor allem jene Zeiten behandelt, in denen trotz widriger Umstände gut gewirtschaftet worden war und es gelang, eine Existenzgrundlage zu schaffen. Die Wirtin Maria T. beschreibt die Umstände, die am Beginn ihrer touristischen Laufbahn herrschten. Interessant ist, wie Zeitgeschichte und wirtschaftliche Lage erinnert werden. Man denkt in fetten und mageren Jahren, überstürzte Abreisewellen markieren historische Ereignisse.

“Dadurch, daß wir Fließwasser hatten, sind auch Gäste vom Ausland gekommen - Holländer, Belgier, Franzosen und - die sind gerne in Häuser gegangen, wo schon Komfort war. Komfort hieß es ja damals, Komfort. Aber es war eigentlich zu wenig, um die Zinsen zu zahlen. Es war eine ganz üble Zeit zwischen ‘33 und ‘38 - eine furchtbare Zeit, weil man eben von den Schulden fast erdrückt worden ist und von den Zinsen. [...] Ja und dann ‘38 eben schon die erste gute Saison [...], und da war ziemlich viel los. Und dann ist ja ‘39 der Krieg ausgebrochen [...]. Am ersten September ist der Krieg ausgebrochen, und so zehn Tage vorher hat schon die Heimreise begonnen” (Int. 8).

Ständig wurde ich auf die existentielle Notwendigkeit des Tourismus für die Region, für jede einzelne Bewohnerin und jeden Einwohner aufmerksam gemacht. Die materielle Sicherheit erklären insbesondere Frauen als Voraussetzung für

¹⁸ Waltraud M., Int. 5, als junge Frau Zimmermädchen, dann Hausfrau und Privatzimmervermieterin; geb. 1934; verheiratet, drei erwachsene Töchter und zwei Söhne.

¹⁹ Die Einstiegsfrage lautete: “Können sie mir bitte erzählen, wie sie mit dem Fremdenverkehr in Berührung gekommen sind?”

Selbstentfaltung. Sie sind stolz auf selbst erarbeitete Eigenständigkeit - wie Waltraud M., Mutter von fünf nunmehr erwachsenen Kindern, Hausfrau und Privatzimmervermieterin: "Ich hab das dann wieder gerne getan. Ich konnte zu Hause sein, und hab doch ein bißchen Geld verdient. Ich hatte dann immer Geld, wenn ich Gäste hatte. Das ist schon angenehm" (Int. 5).

"Ich hatte dann drei Jahre hintereinander ein Kind bekommen, und in der Zwischenzeit hatten wir das Haus gebaut. '61 hatten wir es dann so halbwegs fertig - Parterre und den ersten Stock. Ja, und dann sind wir eingezogen und haben gleich schon vermietet. Aber jetzt ist es im Vergleich zu früher schon viel leichter, die Kinder waren alle klein. Und ich hatte trotzdem immer Gäste, viele Gäste. [...] Also wir sind ausgezogen aus dem Schlafzimmer, haben mit den Kindern zusammen geschlafen - ja, das hat man getan. Das Geld hat man gebraucht, und die Gäste waren da, dann hat man eben so - den Sommer über ist man so zusammengerückt" (Int. 5).²⁰

Daß Auf- und Ausbau unter großen Entbehrungen von statten gegangen sind, Streß und Mehrfachbelastungen - vor allem für die Frauen - verursachten, wird nicht verdrängt, sondern mitgeteilt und aus heutiger Position positiv bewertet.²¹ Die Erfolgsgeschichten enden regelmäßig mit dem Schluß, es habe sich ausgezahlt.

Viele der touristischen Berufe und Tätigkeiten genießen kein großes Ansehen, auch im Rahmen meiner Interviews meinte ich einen Druck, mir als Betriebs- und Branchenfremder den touristischen Alltag vor allem auch positiv zu präsentieren, zu spüren. "Anerkennung hin und her - das ist alles gut und recht. Du kriegst dein Geld, und irgendwo kriegst du einen breiten Rücken. Da sind schon schöne Seiten auch" (Int. 6).

Qualifikation und Kenntnisse, Lern- und Genußfähigkeit sowie Bedürfnisse, Neigungen und Interessen bestimmen subjektive Handlungskompetenzen. Diese Kompetenzen ergeben zu einem Zeitpunkt zusammen mit einem Zeitbudget ein kulturelles Aktivitätspotential. Das erklärt Kaspar Maase und betont, daß zwischen diesem Potential und dem gesellschaftlichem Horizont kultureller Aneignungsmöglichkeiten - als Filter - die Lebensbedingungen und der mit ihnen in Wechselwirkung stehende Lebensplan liegen. Aktivitätsmöglichkeiten gehen in den Lebensplan zwar ein, im Grunde jedoch wird im Lauf der individuellen Entwicklung eher der Lebensplan nach den von der jeweiligen Kultur angebotenen Möglichkeiten ausgerichtet. Menschen passen sich an Lebensbedingungen an, "an jene Verhaltensmöglichkeiten, die [...] im sozialen Milieu üblich sind und positiv bewertet werden, ein unmittelbar lohnendes Verhältnis von Anstrengung und Genuß versprechen usw" (Maase, 1980:141).²²

²⁰ Auch hier gibt es wieder Parallelen zu Mosenicka Draga (Nikocevic, 1994:213f).

²¹ Zu den Zusammenhängen von Erinnern und Erzählen, zur Diskussion um erlebte und erzählte Lebensgeschichte Bourdieu 1990:76, 79; Rosenthal 1995 v. a. Kap. 3.

²² Wobei aber Gesellschaft und Kultur auf das Handeln von Individuen nicht in einem deterministischen Sinn wirken. Makrosoziale Strukturen ergeben einen Möglichkeitsraum für Ausprägungen von Habitusformen, die Unterschiede kristallisieren sich gemäß einer Logik der sozialen Felder heraus. Gesellschaftlich geprägter Habitus gibt seinerseits eine Folie ab, aus der sich individuelle Haltungen und Handlungen entfalten (Vester, 1997:75).

Mehrere der Interviewten vergleichen das Leben im touristischen Zillertal mit einem Kreislauf, in den jede und jeder eingebunden sei. Ein gewisses zwingendes Element, das selten dezidiert benannt wird, kommt in diesem Bild zum Vorschein. Nur wenige äußern sich wie Hannes S., der von Glück spricht, den elterlichen Gastronomiebetrieb nicht übernehmen zu müssen. Er sagt, Erben hätten zwar den Vorteil, sich von Anbeginn und ohne viel eigenes Zutun in einer wirtschaftlich und sozial guten Position zu befinden, nur: "Viele hätten gerne etwas anderes gemacht - aber die Zwänge sind da größer" (Int. 4). Auch die Reiseleiterin Jan K. betrachtet - vielleicht aus größerer Distanz, als dies den übrigen Interviewten möglich ist - die Situation kritisch. Die Generationen, die den Besitz erwirtschaftet haben, wollten, daß dieser erhalten und in der Familie bleibt, und drängten die Kinder daher sanft in ihre Fußstapfen. Die Jungen schätzten die materielle Sicherheit, nahmen dafür eingeschränkte Freiheit in Kauf. Jan K. macht ihre Einstellung an der Beobachtung fest, daß Zillertaler Jugendliche, trotz der vielen Kontakte in Nachbarregionen und ins Ausland, kaum je das Tal für längere Zeit verlassen.

"Sie sollen nur da sein für das Geschäft, für die Hotels. [...] Wenn sie das wirklich wollen, dann sehe ich nichts dagegen. [...] Aber ich finde es wirklich traurig, wenn einer nur bleibt, weil ihm nichts anderes einfällt, sie haben kein anderes Ziel im Leben. Sie denken: 'Ja, ja, die brauchen mich schon daheim, dann bleibe ich'" (Int. 2).

Die jungen Leute, viele unter ihnen zumindest zeitweise unglücklich und unzufrieden, behalten nicht aus reiner Gewohnheit ihren Platz bei. Einer Veränderung stehen die konkreten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Gegebenheiten - drohende Arbeitslosigkeit, die soziale Herkunft, fehlende Protektion und manchmal auch mangelnde Ausbildung - im Weg. Letztlich ist es einfacher und ertragreicher, sich mit dem System zu arrangieren.

GÄSTE HABEN

Die vermittelte Grundhaltung gegenüber den TouristInnen ist überwiegend positiv, der Kontakt mit ihnen wird als menschliche Bereicherung geschätzt. Es sei schön, im Haus mehrere Nationen zu beherbergen, Tourismus wird als ein Fenster zur Welt und zugleich als Mittel zur Selbsterfahrung und -bestätigung definiert. "Ich bin doch, muß ich sagen, irgendwie stolz, daß ich ein Zillertaler bin, und daß wir gastfreundliche Menschen sind, weil - anderen die Chance geben, daß sie sich erholen können, und daß sie sich bei uns da wohl fühlen können (Int. 6). Auf das identitätsstiftende Potential des dominierenden Wirtschaftszweigs (Lindner, 1994:214; Jeggle/Korff, 1974) weist mich auch der Landwirt, Tischler und Schilehrer Franz H. hin, durch den Kontakt und Vergleich mit anderen Menschen werde einem selbst eher klar, wer man sei.

"Man besinnt sich auch irgendwo auf die eigene Identität, glaube ich. Eben weil man das mehr merkt, welche Identität man hat. Das läuft aber eher so im Hinterkopf, so unbewußt, kommt mir vor."

N. L.: Ah - das merkt man durch die Touristen?

F. H.: Ja - daß man das ein wenig dadurch merkt. Klar, weil man viel sieht, viel merkt, viele Kontakte hat. Sicher ist das auch ein wenig über die Medien oder was auch immer, aber dadurch sieht man dann auch selbst - das ist so, das ist so. Und dann kann man Dinge abschätzen" (Int. 1).

Meine GesprächspartnerInnen zeigen sich überzeugt, daß man durch touristische Kontakte lernen könne. Das Spektrum reicht von Fremdsprachenkenntnissen, über die Pluralität moderner Lebensweisen und die Begegnung mit anderen Kulturen, bis hin zu Konfliktmanagement und Kommunikationstechniken. "Sich mit den Gästen zu unterhalten, das bildet ja auch. Überhaupt wie es bei uns ist, wo sie dann mehrere Sprachen können. [...] Aber das ist auch wieder ein Vorteil von heute - können sie Sprachen lernen, können sie sich damit besser in jedem Umfeld bewegen" (Int. 3).

Hannes S., der seine Erzählung mit der Feststellung eröffnete, er habe seit seiner Geburt mit dem Tourismus zu tun, da er im Zimmer direkt über dem Stammtisch auf die Welt gekommen ist, erzählt, er hätte speziell als Kind den Umgang mit den UrlauberInnen gemocht, viel durch die Kommunikation mit den vielen fremden Leuten gelernt und nie Scheu gekannt. Auffallend ist, daß alle meiner männlichen Gesprächspartner das Thema Tourismus und Kommunikation einbrachten, und alle vier betonten, daß sie durch die von Kindheit an ständige Interaktion mit den TouristInnen kommunikationsfreudige Menschen geworden wären.

Jan K. setzt hinsichtlich Gleichberechtigung Hoffnungen in Tourismus. Sie ärgert, daß geschäftliche Verhandlungen, die sie oder ihre Kolleginnen vom Reisebüro mit lokalen Tourismusunternehmern führen, anders ablaufen und zu anderen Ergebnissen kommen, als Vereinbarungen, die zwischen Männern getroffen werden. "Ja, es gibt sehr viel, das altmodisch ist in der Beziehung. Wo die alten Ideen von Männern und Frauen da sehr stark sind; wo es vielleicht in der Stadt moderner ist. Weil es eben ein enges Tal ist - die Meinungen sind wie vor hundert Jahren" (Int. 2). Sie meint, daß der Einfluß von außen langsam aber doch Veränderungen bewirke, die starren Rollenbilder, in denen die ZillertalerInnen verhaftet seien, in Bewegung brächte.

Die Chancen der zwischenmenschlichen Begegnung, die der Tourismus mit sich bringt, möchte keine und keiner der interviewten Frauen und Männer missen. Sie alle sind sicher, von diesen unzähligen und vielfältigen Kontakten profitiert zu haben - auch menschlich. Freilich ist aus diesen Erzählungen immer wieder herauszuhören, daß Pflege eines freundlichen/freundschaftlichen Umgangs mit den TouristInnen dem Geschäft zuträglich ist, auch wenn die finanzielle Komponente des guten Tons selten konkret angesprochen wird.

"Die Leute wollen nicht unbedingt als Touristen behandelt werden. Sicher, sie werden irgendwo so behandelt, aber es werden auch sehr viele Kontakte geknüpft und dann, wenn das so ist, dann natürlich 'tollerare'. Das ist auch nett - klar. Wenn du die Leute kennst, wenn man sich sympathisch ist, dann gefällt das natürlich. Der wird sich sagen: 'Da bin ich da und dort gewesen, und die sind

voll locker drauf irgendwie.' - Dann wird man dort sicher gern wieder einmal hinfahren, ist klar" (Int. 1).

Einige meiner schon lange im Tourismusgeschäft tätigen Interviewpartnerinnen berichten, daß sie an vielen ihre ersten und frühen Gästen nicht nur treue Stammkunden hätten, sondern bis heute Freundschaften pflegten. Ihre Urlaube verbringen diese "Hausgäste" alljährlich im Zillertal, während des Jahres bleiben die beiden Familien in Verbindung (Nikocevic, 1994:219).

"Noch welche gibt es, die sind in meinem Alter, '58 haben die ihre Hochzeitsreise da her gemacht und seitdem, wir waren auch schon bei denen oben, [...] bei Gießen ist das. Na - wenn die kommen, dann freuen wir uns immer so. Die kommen dann schon immer auch so, daß nicht Hochsaison ist, daß wir Zeit haben. Dann unternehmen wir gemeinsam etwas. [...] Viele kommen, weil man richtig befreundet ist" (Int. 5).

Ähnlich schildert Maria T., die sich mit ihrem Hotel kurz nach dem Zweiten Weltkrieg an 'Ausländeraktionen' der Österreichischen Verkehrswerbung beteiligte, die dauerhafte Beziehung zu diesen ersten TouristInnen in ihrem Haus.

"Und aus dieser Zeit basieren auch manche Freundschaften, die wir heute noch pflegen, das muß ich sagen, wo jetzt schon - die Kinder kommen, und die Kinder schon wieder alt sind. Stell dir vor, von '47 her, oder '48 dann, das ist ja geblieben nachher. [...] Da sind immer noch Leute aus der Zeit, [...] richtige Freundschaften. Ich will einmal sagen, daß der spätere Gast - dadurch, daß der Umfang größer geworden ist, war der Kontakt schon weniger. Wir haben aber immer zwischendurch Leute, die dann öfter kommen, wo man immer noch dann mit der ganzen Familie verbunden ist" (Int. 8).

Vereinzelt kommen in den Interviews Passagen vor, die darauf schließen lassen, daß es Situationen gibt, wo die zahlenden Gäste als störend empfunden werden und ein Ruhebedürfnis spürbar wird. Diese Gefühle und Wünsche treten auf, selbst wenn man seine Arbeit im Fremdenverkehr gerne tut und das Zusammensein mit Leuten schätzt, den Erfolg genießt und um die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus allgemein weiß. Ramona L. zieht sich zurück, wenn sie genug hat, ihre Mutter - als Gastgeberin - hat es schwerer.

"Viele kommen dann her und sitzen den ganzen Tag auf der Terrasse, nur damit sie nichts unternehmen müssen. [...] Also ich finde es lästig, weil sie nicht wissen, wann Ruhe ist. Also ab und zu, Stammgäste, die lädt man dann schon wieder zu einem Glas Wein oder so ein, aber die gehen wieder bei Zeiten, weil sie auch wissen, daß das nicht fein ist. [...] Ich meine - meine Mama kann nicht gut gehen, aber wenn ich - dann geh ich entweder in die Küche oder in mein Zimmer" (Int. 7).

Gäste gehen - zumindest wenn sie in Privathäusern Unterkunft nehmen - vielfach davon aus, daß persönliche Betreuung und Familienanschluß im Preis inbegriffen sind. Das reicht von Informationsdiensten über anteilnehmendes Fragen nach dem Befinden bis zum 'gemütlichen Zusammensitzen'; die VermieterInnen - zunehmend auch im

professionalisierten Bereich - betrachten diese zusätzlichen Angebote als wichtige Grundlage ihres Erfolges (Schrutka-Rechtenstamm, 1997:128). Abendliche Geselligkeit mit den TouristInnen gestaltet sich für die Gastgeberfamilie allerdings manchmal eher anstrengend denn unterhaltsam. Gemütlichkeit kommt kaum auf, bei dem Gedanken an den nächsten arbeitsreichen Tag, der früh seinen Anfang nimmt. Waltraud M., die seit über dreißig Jahren Privatzimmervermieterin ist, erzählt davon:

“Abends war es mir manchmal zu beschwerlich. [...] Das ist jetzt nicht mehr so - aber früher: also was früher abends gefeiert worden ist, und da waren sie dann auf der Terrasse herunter, da ist Bier getrunken worden, und Johannisbeerwein haben wir jedes Jahr gemacht. Und den Johannisbeerwein mochten sie so gerne, und dann ist es rund gegangen. Da ist es schon manchmal spät geworden, das ist das einzige, was mir manchmal zu viel war. Und morgens - die Gäste konnten liegen bleiben, aber ich mußte aufstehen. Also das war schon - das einzige, was mir nicht so gepaßt hat” (Int. 5).

Im nachhinein werden diese Angelegenheiten mit Humor betrachtet. In einem Hausprospekt, das Mitte der '50er Jahre ausgegeben wurde, ist auf einem winzigen Foto Maria T. als fröhliche, Gitarre spielende Wirtin abgebildet.

“Verkehrt in der Hand - hast du das nicht gesehen? Da haben sie mir einfach zum Fotografieren eine Gitarre in die Hand geben. Und das würde ich nie mehr [sehr betont] tun. Die Leute, die da gekommen sind, da hat jeder, haben sie gesagt: 'Jetzt spielen sie uns dann einmal eines.' Nicht - da hätte ich müssen immer Gitarre spielen, dabei bin ich ja völlig unmusikalisch” (Int. 8).

MIT RESPEKT

Distanz und Respekt nennen einige meiner InformantInnen die Basis einer gelungenen Interaktion zwischen Bereisten und TouristInnen. Der nötige Abstand könne am besten aufrechterhalten werden, indem man sich ein bestimmtes Maß an Stolz bewahre, sich nicht zu weit (das heißt, nicht über jenen Punkt hinaus, an dem einem selbst das Spiel noch Spaß bereitet) in die Rolle des urigen Originals drängen lasse, bloß um den BesucherInnen zu gefallen, alle eventuellen Erwartungen zu erfüllen. Abstand ist auch räumlich und zeitlich gemeint, als Möglichkeit, sich vom Ort des touristischen Geschehens zurückzuziehen, sich zu erholen und zu entspannen, dann falle es wieder leichter, die Arbeit zur Zufriedenheit aller zu erledigen. Franz H. greift auf seine Erfahrungen als Schilehrer zurück: “Es soll nicht ausarten, daß man sich alles bieten läßt. [...] Also man soll schon ein bißchen - man soll Respekt haben und auch respektiert werden. Darum soll man sich kümmern. [...] Ich komme noch einmal zum Schilehrer: Also den totalen Deppen spielen für die Leute, das ist nichts” (Int. 1).

Bevölkerung und UrlauberInnen befinden sich zur selben Zeit am selben Ort, beide zu einem anderen Zweck; TouristInnen befinden sich in der “Gegenwelt des Urlaubs”, während die Bereisten mitten in ihrem Alltag stecken. Victor Turner folgend charakterisiert Christoph Hennig Tourismus als Kumulation von “vom Alltag scharf

geschiedene[n] Erfahrungsräume[n], in denen viele der gewöhnlich geltenden Verhaltensregeln aufgehoben" sind (Hennig, 1999:43). Er vergleicht das Phänomen Tourismus mit Fest, Spiel und Ritual und entdeckt im periodischen Abschied vom Alltag strukturelle Gemeinsamkeiten (Hennig, 1999:72-94). Eine Urlaubsreise bildet in vieler Hinsicht einen starken Kontrast zum "normalen" Leben; doch, so meint Hennig, kann das Alltagsleben auch "unterwegs mit seinen Zwängen und Regeln imitiert werden" (Hennig, 1999:45). Ich bin davon überzeugt, daß der Alltag sich gar nicht abschütteln läßt, sondern auch den Urlaub ganz entscheidend prägt.²³ Was aber nicht bedeutet, daß Tourismus (oder Reisen allgemeiner) nicht trotzdem als Gegenwelt dienen kann. Tourismustheorien sind sich in diesem Punkt einig: Urlaub entfaltet sich als Gegenentwurf zum Alltag. Der englische Soziologe John Urry bringt die These auf den Punkt: "Tourismus resultiert aus einer elementaren binären Unterscheidung von Gewöhnlichem/Alltäglichem und Außergewöhnlichem" (Urry zit. nach Hennig, 1997:35). Diese Ausgangsposition schon, prägt die gegenseitige Wahrnehmung und erschwert, abgesehen von allen sozialen und kulturellen Unterschieden, das Gelingen von Interaktion.²⁴ Für die Bereisten ist der touristische Kontakt Alltag, für die Reisenden ist er Teil der kostbarsten Tage des Jahres. Freizeit erfährt eine höhere Bewertung als Arbeitszeit, auch das wirkt sich auf die Beziehung zwischen arbeitenden und urlaubenden Menschen aus. Die Aktionsräume in denen TouristInnen und Bevölkerung handeln unterscheiden sich (Vester, 1997: 76).

LEBENSRAUM ZILLERTAL

Nahezu alle der Interviewees definieren sich selbst auch über das Zillertal.²⁵ Sie schätzen sich glücklich, in derartiger Umgebung zu leben, dieses Bewußtsein entwickeln sie unter anderem über den Kontakt zu TouristInnen und das Vorhandensein von Tourismus allgemein. "Wenn ich so in das Tal hineinfahre, dann weiß ich, warum so viele Leute zu uns kommen. Es ist schon ein schöner Fleck", sagt Hannes S. (Int. 4), und Waltraud M. weiß die Qualitäten des Lebens dort zu schätzen, wenn sie an die Konstitution ihrer Gäste denkt: "Sie sagen schon, bei ihnen, also in der Stadt, da sieht man halt, und das ist auch wahr - alle sind krank, etwas haben sie alle. Ja, irgend etwas haben sie schon, das macht schon etwas aus, und Luft haben wir halt doch eine gute" (Int. 5). Die zwei

²³ Deshalb glaube ich auch nicht, daß die Touristenrolle eine totale ist und alle anderen Rollen zurücktreten - etwa Beruf, sozialer Status, Nationalität, auch Alter oder Geschlecht (Hennig, 1999:51). Ich denke, daß Faktoren wie diese im Zusammenhang von Reise und Urlaub eventuell sogar an Gewicht und Bedeutung gewinnen, da ihnen der ansonsten selbstverständliche, gewohnte Rahmen fehlt.

²⁴ Heute sind die sozialen Unterschiede minimiert, aber immer noch spürbar; nicht so sehr im materiellen Bereich, denn hinsichtlich Bildungsstand und gesellschaftlicher Position. Das Prestige touristischer Berufe ist wie erwähnt zudem nicht besonders hoch, viele der Arbeiten in diesem Bereich gelten als unqualifiziert und minderwertig; eine Bedienungssituation kippt leicht zum hierarchischen Verhältnis. Auf der anderen Seite haben die Bereisten es mittlerweile zu einem Wohlstand gebracht, der den der Reisenden oft übersteigt - auch das bringt Schwierigkeiten mit sich.

²⁵ Zur Konstruktion regionaler kultureller Identität und deren Funktionen siehe die Aufsätze im Band "Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen kultureller Identität", vor allem den Beitrag des Herausgebers Rolf Lindner (1994:201-231) sowie die Arbeit von Sanja Kalapoš (Kalapoš, 2000).

Interviewpartnerinnen, die nicht als Zillertalerinnen geboren sind, deklarieren sich beide nicht als solche, obwohl sie schon mehrere Jahrzehnte im Tal leben. Frau Maria T. fühlt sich dort zu Hause, wo ihr beruflicher Erfolg möglich ist: "Ja, also - als Zillertaler? - Ja, das ist eine schwierige Frage. Ja, also [lacht] dort, wo man die Existenz hat und wo man gerne ist, dort ist man eigentlich daheim, nicht? Schon - ich muß schon sagen, daß wir jetzt dazugehören" (Int. 8). Und Jan K. ist mittlerweile nach Zypern ausgewandert.

Für alle, mit denen ich sprach, bringt die infrastrukturelle Erschlossenheit der Region große Vorteile mit sich. Im November, jenem 'Ruhemonat' ("tote Zeit" genannt!), in dem sich nur wenige TouristInnen im Tal aufhalten, daher viele Betriebe geschlossen sind und das Freizeitangebot beschränkt ist, sei erst zu bemerken, wie sehr auch die Einheimischen die touristische Infrastruktur nützten. Folgender Gesprächsauszug belegt dies und weist auch darauf hin, daß der November, als Rest der ehemaligen Zwischensaison, nicht vorbehaltlos genossen werden kann.

"Speziell dann hast du ja nicht die Möglichkeiten die Freizeitaktivitäten zu betreiben, wie du sie sonst hast. Weil viele Sachen zu haben, speziell am Abend. Im Herbst ist ja total tote Hose. Aber gut, irgendwann ist einmal Pause und Ruhezeit. [...] Ist klar, wenn du Tennisspieler bist, das Tenniscenter hat zu im Herbst oder Squash-Plätze - mußt du im Herbst etwas anderes tun. Oder beim Ausgehen ist auch ein Unterschied. Und sonst ist es nicht so ruhig, weil sie oft beim Umbauen sind. Also ruhige Zeit kann man doch nicht sagen" (Int. 1).

Neben der ausgebauten Infrastruktur des Tales, die lediglich auf den Freizeitbereich bezogen wird, erwähnen mehrere, daß sie über die Landschaftspflege die seit einigen Jahren betrieben wird froh sind. Aus einer Gletscher Höhle, zum Beispiel, die 1993 noch als Mülldeponie des nebenan liegenden Selbstbedienungs-Restaurants diente, ist eine "prima Höhle"²⁶ geworden - zudem eine touristisch verwertbare.

Im 1991 in Tirol erlassenen Tourismusgesetz wird die Aufgabe der lokalen Fremdenverkehrsverbände mit "Wahrung, Förderung und Vertretung der örtlichen Belange des Tourismus" umrissen, doch dies solle "unter Bedachtnahme auf seine sozialen, kulturellen, ethischen und ökologischen Auswirkungen" geschehen (Gesetzesnovelle zit. nach Kramer, 1997:198). Das Gesetz verpflichtete alle Tiroler Fremdenverkehrsorte, ein Leitbild für die künftige Entwicklung zu erstellen. Von der führenden Tourismusgemeinde des Tales, Mayrhofen, wurde daraufhin ein Beratungsunternehmen beauftragt. Obwohl anfänglich interessierte MayrhofnerInnen in das Projekt eingebunden waren, stand ein Marketing-Konzept für das gesamte Tal unter dem Namen des Beratungsunternehmens am Ende des Prozesses. In einem Zwischenbericht veröffentlichten die Berater Ergebnisse ihrer Vorstudien. Zu den herausragenden Schwächen der Destination zählten sie eine gefährdete Tourismusgesinnung und die im Abnehmen begriffene herzliche Gastfreundschaft (Kohl & Partner, 1993:1). Damit hat die menschliche Dimension nicht wirklich

²⁶ Als Beispiel für den Landschaftsschutz, der durch den Tourismus erst als nötig erachtet wird, wurde ich mehrmals auf diese Höhle hingewiesen. Die Einweihung (!) der Höhle fand im August 1994 statt (Int. 3).

Eingang in die Fremdenverkehrspolitik gefunden, soziokulturelle Problematik wird nur dann beachtet, wenn sie das Funktionieren des lokalen Tourismus zu gefährden droht. Im Grunde ein Beleg dafür, daß Tourismuspolitik, wie Dieter Kramer kritisiert, außerhalb des Marketings nicht stattfindet (Kramer, 1997:13). Nicht weiter verwunderlich, daß beim Großteil der Bemühungen (landschaftspflegerische Maßnahmen, Verkehrsberuhigung, Ortsleitbild etc.) letztlich nicht die Erhaltung oder Schaffung lebenswerten Raumes im Vordergrund steht, sondern Gewährleistung der Verkäuflichkeit. Als vermarktbar scheitert das Schutzgebiet "Ruhezone Zillertaler Hauptkamm" und gigantisch dimensionierte Open-Air-Konzerte volkstümlicher Musikgruppen (etwa das alljährliche 'Heimspiel' der "Schürzenjäger", das viele Tausende Fans anlockt) vereinbar, sind jedenfalls parallel anzutreffen.

ZUSAMMENGEFASST

Angeregt von einer Studie Lidija Nikocevics über das Leben in istrischen am Meer gelegenen Touristenorten (Nikocevic, 1994:209-220), versuchte ich, in einer ganz anderen Region (das heißt geographisch anders, geprägt durch eine andere Tourismusgeschichte und andere strukturelle und touristische Rahmenbedingungen) herauszufinden, wie die Bevölkerung dort mit dem Tourismus, vielmehr mit und von den TouristInnen lebt. Zu diesem Zweck recherchierte ich mittels Interviews subjektive Versionen vom Leben in einer Tourismusregion und wertet diese als 'Protophilosophien' aus. Dabei stellte sich heraus, daß etwa die Beziehungen zwischen Reisenden und Bereisten, wie sie in Interviews von sogenannten Einheimischen präsentiert werden, im Tiroler Alpenland nicht wesentlich anders charakterisiert werden als an der Küste Istriens. Auch was die - hier freilich nur bruchstückhaften - Zillertaler Selbstbilder angeht, überwiegen die Gemeinsamkeiten mit jenen der in Moscenicka Draga Befragten bei weitem die Unterschiede. In beiden Environments jedenfalls fungiert Tourismus ein "konstitutives Kulturelement" (Nikocevic, 1994:220).

LITERATUR

BOURDIEU, Pierre (1990): Die biographische Illusion, *Bios* 3/1, S. 75-81.

DRESSEL, Gert (1996): *Historische Anthropologie. Eine Einführung*, Böhlau, Wien.

FRITZ, Christian (1996): *Betriebsnachfolge im Tourismus*, Wifl, Wien.

GOFFMAN, Erving (1991): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, Piper, München (4).

HALLER, Reinhard (1994): Tourismus kann krank machen - die andere Seite des Fremdenverkehrs, *Kultur. Zeitschrift für Kultur und Gesellschaft* 9/5, S. 8-10.

HENNIG, Christoph (1999): *Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur*, Suhrkamp, Frankfurt/Main, (1. izd. 1997.).

JEGGLE, Utz und KORFF, Gottfried (1974): Zur Entwicklung des Zillertaler Regionalcharakters. Ein Beitrag zur Kulturökonomie, *Zeitschrift für Volkskunde*, 70, S. 39-57.

JOHLER, Reinhard (1994): Resistance through Rituals: Eine Lokalstudie zum Tourismus im Kleinen Walsertal/Vorarlberg, in: Pöttler, Burkhard und Ulrike Kammerhofer-Aggermann (Hg.), *Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg* (= Buchreihe der Österr. Zeitschrift für Volkskunde, NS 12), Wien, S. 239-258.

KALAPOŠ, Sanja (2000): *Region, Ethnizität und Musik: Identitätskonstruktion in Istrien*. Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades an der Geisteswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien, Beč, IEF rkp 1719.

KNOLL, Alfred (1992): *Diese Arbeit macht krank. Der Versuch einer "epidemiologischen Untersuchung" im Hotel- und Gastgewerbe*, Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes, Wien.

KOHL & Partner Tourismusberatungs Ges. mbH (1993): *Marketing-Konzept Zillertal. Zwischenergebnisse. Präsentation 14. 12. 1993*.

KRAMER, Dieter (1997): *Aus der Region - für die Region. Konzepte für einen Tourismus mit menschlichem Maß*, Deuticke, Wien und München.

LANGREITER, Nikola (1995): *Alpdruck. Zur Konstruktion einer Region in Reiseführern am Beispiel des Zillertals*, Diplomarbeit, Wien.

LENK, Carsten (1996): Kultur als Text. Überlegungen zu einer Interpretationsfigur, in: Glaser, Renate und Matthias Luserke (Hg.), *Literaturwissenschaft - Kulturwissenschaft. Positionen, Themen, Perspektiven*, Westdeutscher Verlag, Opladen, S. 116-128.

LINDNER, Rolf (1994): Das Ethos der Region, in: Lindner, Rolf (Hg.), *Die Wiederkehr des Regionalen. Über neue Formen kultureller Identität*, Campus, Frankfurt und New York, S. 201-231.

LINDTNER, Barbara (Ltg.) (1995): *Kinder in Tourismusbetrieben* (= Bericht zur Lage der Kinder 1995), Katholische Jungeschar Österreichs, Wien.

LÖFFLER, Klara (1997): Von neuer und alter Herzlichkeit. Anmerkungen zur zeitgenössischen Tourismuswerbung, in: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (Hg.), *"Herzlich willkommen!" Rituale der Gastlichkeit* (= Salzburger Beiträge zur Volkskunde, 9), Salzburger Landesinstitut für Volkskunde, Salzburg, S. 205-214.

MAASE, Kaspar (1980): Zur Untersuchung kultureller Aspekte im Alltag der Lohnarbeiter, in: Haug, Wolfgang Fritz und Kaspar Maase (Hg.), *Materialistische Kulturtheorie und Alltagskultur*, Argument Verlag, Berlin, S. 137-151.

NIKOCEVIC, Lidija (1994): "Zimmer frei" - Das Leben mit und ohne Touristen. Über die Beziehungscharakteristika des Gastgebers gegenüber dem Touristen, in: Pöttler, Burkhard und Ulrike Kammerhofer-Aggermann (Hg.), *Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg* (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, NS 12), Wien, S. 209-220.

NOWOTNY, Helga (1989): *Eigenzeit. Entstehung und Strukturierung eines Zeitgefühls*, Suhrkamp, Frankfurt/M.

REISNER, Ulrike (2000): Tourismus. Hintergründe, Informationen, Fakten, *Echo*, 4, S. 75-79.

ROSENTHAL, Gabriele (1995): *Erlebte und erzählte Lebensgeschichte. Gestalt und Struktur biographischer Lebensbeschreibungen*, Campus, Frankfurt/Main und New York.

SCHÖNBERGER, Alwin (1994): *Alm-Rausch. Die Alltagstragödie hinter der Freizeitmaschinerie*. Ueberreuter, Wien.

SCHRUTKA-RECHTENSTAMM, Adelheid (1997): Vom Mythos Gastfreundschaft, in: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (Hg.), *„Herzlich willkommen!“ Rituale der Gastlichkeit* (= Salzburger Beiträge zur Volkskunde, 9), Salzburger Landesinstitut für Volkskunde, Salzburg, S. 47-56.

SCHRUTKA-RECHTENSTAMM, Adelheid (1997): Zur Entstehung und Bedeutung von Symbolen im Tourismus, in: Brednich, Rolf Wilhelm/Heinz Schmitt (Hg.), *Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur*, Waxmann, München und Berlin, S. 123-134.

TSCHURTSCHENTHALER, Paul (1993): Der Tourismus im Bundesland Tirol 1918-1990, in: Pelinka, Anton und Andreas Maislinger (Hg.), *Handbuch der neueren Geschichte Tirols. Bd. 2 Zeitgeschichte, Teil 2 Wirtschaft und Kultur*, Wagner, Innsbruck, S. 113-208.

VESTER, Heinz-Günter (1997): Tourismus im Licht soziologischer Theorien, *Voyage*, Schwerpunktthema: Warum reisen?, S. 67-85.

WILHELM, Markus (1994): Exzeß Massentourismus, *Foehn*, 11/19-20.

IN ZILLERTAL TALKS ON LIFE IN A TOURIST REGION

Summary

In comparison with the research into life in a tourist resort at the Istrian coast, conducted by Lidija Nikočević (1994:209-220), the aim of my paper was to take a deeper look into how people live with tourism - or, rather, with and from tourists in the Alpine valley of Zillertal (Tyrol, Western Austria). At the first glance the two regions do not have a lot - if anything - in common. Not only being geographically different, they have different histories of tourism and their territories had both been coined by unlike structural frames. Zillertal is a classical vacation location in the Eastern Alps - there are skiing areas used during the intense winter seasons, while the traditional hiking and recreation tourism has been declining for years. Furthermore, the political, social and economic situation in the Croatian part of Istria at the time of Nikočević's research can hardly be compared with the area of my research. I carried out narrative interviews with eight inhabitants of the valley, all of them to some degree involved in tourism. In order to get the impression on how they manage their everyday lives, to find out how they deal with the tourist industry and how they incorporate tourism in their household of meanings, they themselves were taken as experts. Their "first-hand interpretations" served as a basis for further analyses, that also contained the critical consideration of the source. The "text of culture" was subjected to a historical anthropological reading. I aimed at, at least partial, reconstruct of the contexts and at tracing the formation of the structures of meaning. By doing so, by taking the closer look beyond the evident differences between the two holiday areas, I came across quite a few

analogies and similarities. People who earn their living by being part of the tourist industry at the seaside resort in Istria use very similar strategies and draw conclusions very much alike the interviewed Tyrolese. For example, the relationships between the tourists and locals, at least as they got represented by the informants, are characterised as being very constant. Another point that overwhelms the differences between the two regions in the Tyrolese construction of self-image, that corresponds with the results acquired in Moscenicka Draga by Lidija Nikočević. Tourism acts as the "constitutive element of culture" (Nikočević, 1994:220) in both of these environments.

Keywords: tourism / The Alps / Tyrol

U ZILLERTALU RAZGOVORI O ŽIVOTU U JEDNOJ TURISTIČKOJ REGIJI

Sažetak

Nakana je ovoga teksta da u usporedbi s istraživanjima života u turističkome mjestu na istarskoj obali Lidije Nikočević (1994:209-220) istraži kako ljudi žive s turizmom - ili bolje rečeno, s turistima i od njih - u alpskoj visoravni Zillertalu (Tirol, zapadna Austrija). Te dvije regije na prvi pogled imaju malo zajedničkoga, ako išta. Očite su zemljopisne različitosti, razlike u povijesti turizma, kao i različitosti u strukturalnim okvirima oblikovanja tih prostora. Zillertal je klasično odmarališno mjesto istočnih Alpa - to je prostor skijališta i intenzivnih zimskih turističkih sezona, dok je uobičajeni planinarski i rekreacijski turizam ostalih mjeseci tijekom posljednjih godina u opadanju. Nadalje, političke, društvene i gospodarske prilike hrvatskoga dijela Istre u vrijeme istraživanja Lidije Nikočević teško se mogu usporediti s prilikama ovoga istraživanja.

Tijekom istraživanja provedeni su tzv. narativni ili kvalitativni intervjui s osam stanovnika Zillertala, od kojih svi u većoj ili manjoj mjeri sudjeluju u turističkoj djelatnosti. U svrhu stvaranja dojma o njihovom *managementu svakodnevice*, upoznavanja njihova ophođenja s *industrijom putovanja* i načinima na koje inkorporiraju turizam u svoje *kućanstvo značenja*, kazivači su tretirani kao stručnjaci u svome području. Njihove "interpretacije iz prve ruke" služile su kao osnova daljne analize, pri čemu je provedena i kritika izvora, a "kulturni tekst" podvrgnut je povijesno-antropološkome čitanju, pri čemu je cilj bilo barem djelomično rekonstruirati kontekste i putove oblikovanja struktura značenja. Pri tom poblizem proučavanju druge strane očitih razlika ove dvije turističke regije autorica je naišla na mnogobrojne analogije i sličnosti. Ljudi koji žive od turizma u obalnim mjestima Istre koriste vrlo slične strategije i izvlače zaključke slične onima tirolskih kazivača. Primjerice, odnosi između turista i *domaćih*, barem prema riječima kazivača iz Zillertala, vrlo su slični. Također, konstrukcija slike o sebi ispitanih Tirolaca ima mnogo više sličnosti nego razlika sa slikom o sebi koju konstruiraju kazivači iz Mošćeničke Drage, s kojima je razgovarala Lidija Nikočević. I konačno, u obje sredine turizam djeluje kao "konstitutivni element kulture" (Nikočević 1994:220).

Prevela Sanja Kalapoš

Ključne riječi: turizam / Alpe / Tirol