

Schriftliche Kurzfassung des Vortrages „Slow Tourism und Pilgerboom – eine Einführung aus tourismuswissenschaftlicher Perspektive“ beim Fachkongress Kirche und Tourismus am 17.03.2015

Prof. Dr. Susanne Leder

Wir suchen antworten auf die Frage, warum Angebote im Bereich Slow Tourism und Pilgerreisen zunehmend im Markt sichtbar werden, ob sich hiermit ein neuer „Boom“ ankündigt und worin die Beweggründe liegen, dass diese Angebote nachgefragt werden.

Bei meinem Vortrag möchte ich versuchen, Sie auf eine Reise in die tourismuswissenschaftlichen Grundüberlegungen mitzunehmen, um darauf aufbauend Erklärungen für die genannte Angebotszunahme zu formulieren. Dabei gehe ich auf vier Agendapunkte ein, die hier noch einmal kurz umrissen werden sollen:

1. Slow Tourism und spirituelle Reisen „boomen“ – Beobachtungen auf der Angebotsseite

Aus meinen eigenen Forschungen meiner Dissertation im Jahr 2006 bin ich zu dem Ergebnis gekommen, dass es seit den 2000er-Jahren eine wachsende Zahl an mußeorientierten Angeboten gibt. In der heutigen Diskussion wird der Begriff „slow tourism“ verwendet, der aus meiner Sicht allerdings noch nicht alle Facetten dieser „neuen“ Angebotsformen umfasst. Dennoch sei hier im Folgenden gleichermaßen von slow tourism die Rede.

Teil der von mir untersuchten Mußeangebote waren auch Klosterurlaube, die den spirituellen Reisen zuzuordnen sind. Wie alle anderen mußeorientierten Angebote geht es hier nicht um oberflächliche Erholung, sondern die Reisenden sind auf der Suche nach innerer Ausgeglichenheit. Ein in Deutschland für dieses Thema bekannter Veranstalter ist SKR-Reisen, die z.B. als Erste in Deutschland Kosterreisen im Angebot hatten. Unter dem Slogan „Urlaub mit Sinn“ vermarkten sie ferner Meditationsreise, Kreativurlaube etc. Pilgerreisen finden sich ebenfalls auf der Veranstalterebene – z.B. beim Bayerischen Pilgerbüro und ähnlichen Veranstaltern. Aber auch jenseits der Veranstalterebene haben spirituelle Reisen als touristisches Angebot auch auf regionaler Ebene ihren Platz gefunden. Beispiele sind Angebote wie „Pilgern auf dem Jakobsweg“ der Pfalz oder der Meditationswanderweg in den Ammergauer Alpen. International ist in diesem Zusammenhang die Vereinigung „Klösterreich“ zu nennen – eine Kooperation zahlreicher Klöster in Österreich, die sich gemeinsam dem Tourismus geöffnet und interessante Angebote aufgelegt haben. In Deutschland spielt das Thema ebenfalls eine landesweite Rolle, was sich

darin zeigt, dass die Deutsche Zentrale für Tourismus eigens ein touristisches Landesthema „Spirituelles Reisen“ auf ihren Internetseiten ausgeschrieben hat. (Belege für alle Beispiele liefern die Präsentationsfolien).

Ein aktuelles regionales Beispiel für den erfolgreichen Umgang mit dem Thema spirituelles Reisen ist das Projekt „Wege zum Leben“ der Region Südwestfalen. Hier wurde eine Veranstaltungsreihe initiiert, die sich großen Zuspruchs erfreut: der Spirituelle Sommer. Die Projektleiterin Frau Susanne Falk berichtet im Rahmen eines Workshops auf dem Fachkongress über die Einzelheiten.

2. Urlaub als Gegenwelt zum Alltag - Ein Blick in die Tourismuswissenschaft

Um der Frage näher zu kommen, was denn Spiritualität mit Tourismus zu tun hat, soll ein Blick in die Theorie des Tourismus geworfen werden. Dazu zunächst die Definition:

“Tourismus umfasst die Aktivitäten von Personen, die an Orten außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten”

(UNWTO 1993)

Tourismus kann in diesem Zusammenhang als Gegenwelt zum Alltag betrachtet werden und aus meiner Sicht dienen Reisen auch dazu, einen Ausgleich zum Alltag zu finden. Wer im Alltag wenig erlebt und eine monotone Arbeit verrichtet, will vielleicht eher einen aufregenden, abenteuerlichen Urlaub verbringen. Wer hingegen im Alltag stark beansprucht ist und psychischen wie physischen Belastungen ausgesetzt ist, möchte vielleicht eher Ruhe und Ausgleich finden. Da Urlaub als „Testphase“ fern ab der Fremdbestimmung des Alltags zu verstehen ist, können (neue) Verhaltensweisen ausprobiert werden. „Kloster auf Zeit“ kann insofern ein Test sein, ob und wie ich mit Ruhe klarkommen kann. Ein Meditationsseminar im Urlaub kann mir einen Eindruck vermitteln, ob mir diese Techniken zur Beruhigung dienen etc.

3. Gesellschaftliche Trends als Motivgeber – Erklärungen zum Nachfragewandel

Der Tourismus wird beeinflusst durch verschiedene Bereiche wie Wirtschaft, Politik, Ökologie und Gesellschaft. Im Rahmen des heutigen Vortragsthemas spielt eine Betrachtung der Gesellschaft und deren Einfluss auf den Tourismus eine Rolle. Im Rahmen meiner Forschungen bin ich insbesondere folgenden Fragen nachgegangen: Welche gesellschaftlichen Veränderungen wirken sich auf den Tourismus aus? Welche Wirkung haben Zeit, Freizeit und Alltagsbedingungen auf touristische Bedürfnisse?

Dabei haben sich folgende zusammengefasste Aussagen ergeben:

Defizite in der „Überflusgesellschaft“

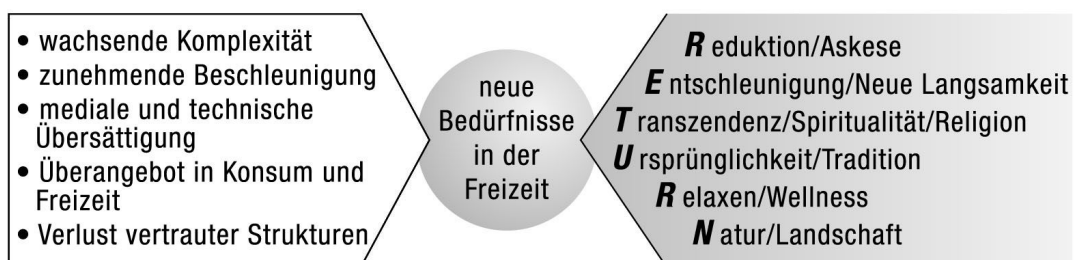
- Wachsende **Zeitnot** („immer mehr, immer schneller“)
- Wachsende **Komplexität** (menschlicher Organismus versus technische Innovationsgeschwindigkeit)
- **Verlust vertrauter Strukturen** (Individualisierung der Gesellschaft)

Diese Themen werden durch Umfragen (z.B. Forsa-Institut) empirisch bestätigt. Ferner finden diese Themen seit geraumer Zeit Niederschlag in der (populären) Presse wie Focus, Zeit, Stern etc. Hier finden sich zahlreiche Beiträge zum Thema Burn-Out, Zeit als Stressfaktor, seelische Belastungen etc. Neuerdings zeigt sich in der Presse bereits eine „Gegenbewegung“ durch neue Zeitschriften wie Hapinez, Happy Way, Herzstück oder flow, die sich thematisch ganz darauf ausrichten, den Menschen bei der Suche nach mehr Ruhe und Gelassenheit zu helfen. Über die Seriosität und die Erfolgsaussichten, gesellschaftliche Defizite durch (bunte) Zeitschriften auszugleichen, mag man sicher streiten.

Vor diesem Hintergrund wird jedoch deutlich, dass es keinesfalls verwunderlich ist, dass immer mehr mußeorientierte Angebote – oder Angebote des slow tourism und spirituelle Angebote – auf den Markt drängen und dort auch ihre Abnehmer finden.

4. Vom Erlebnisurlaub zur „Reise zum Ich?“ – Fazit und Ausblick

Die im Rahmen meines Vortrages genannten Thesen und Beispiele lassen sich verdichten zum RETURN-Modell (Leder, 2006):



Die auf der linken Seite aufgeführten gesellschaftlichen Einflüsse stoßen neue Bedürfnisse in der Freizeit an. Diesen können die im Wort RETURN zusammengestellten Zukunftsthemen des Tourismus entgegen. Die Themen **Reduktion/Askese**, **Entschleunigung/Neue Langsamkeit**, **Transzendenz/Spiritualität/Religion**, **Ursprünglichkeit/Tradition**, **Relaxen/Wellness** und **Natur/Landschaft** werden zukünftig eine immer wichtigere Rolle für touristische Anbieter und Nachfrager spielen.