

JAHRBUCH FÜR FREMDENVERKEHR

Organ des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München

Herausgeber: Prof. Dr. Dr. h. c. Karl Rößle · Prof. Dr. Bernhard Pfister

Schriftleiter: Priv. Doz. Dr. Dr. Bernhard Hartmann

4. JAHRGANG

Heft 2

Sommerhalbjahr 1956

Sonderdruck

Soziologische Kategorien im Fremdenverkehr

von Prof. Dr. A. Günther, Innsbruck

Es mag für die Absicht, in die sehr große Mannigfaltigkeit der im Fremdenverkehr zutage tretenden Gesichtspunkte Ordnung zu bringen, sinnvoll erscheinen, nicht in erster Linie von den Menschen selbst — als Individuen —, sondern von den soziologisch erprobten Maßstäben auszugehen. Gelingt das auch nur einigermaßen, so steht zu hoffen, daß etwas wie ein soziologisches System des Fremdenverkehrs entstehen werde. Als Ordnungsmaßstäbe sollen uns die folgenden dienen:¹⁾

1. Kontakte,
2. Beziehungen,
3. Verhältnisse,
4. Gruppen,
5. Massen,
6. Soziale Gebilde; Gemeinschaften; Quasi-Organismen.

Dem Kenner der soziologischen wissenschaftlichen Literatur wird deutlich geworden sein, daß diesen Unterscheidungen vor allem die Theorie L. v. Wieses zugrundeliegt. Allerdings mit Ausnahme von Punkt 6, wo eine mögliche „organizistische“ Auffassung hereinspielt. Mancher wird hierbei an O. Spann denken. Umfassende Beschäftigung mit Fragen der angewandten Soziologie hat den Verfasser dazu geführt, daß er die Möglichkeit, ja Zweckmäßigkeit eines Wechsels der soziologischen Ausgangspunkte für gegeben erachtet. Ob allerdings auch für den Fremdenverkehr ein solcher Wechsel geboten ist, soll hier nicht theoretisch erörtert, sondern aus den zugrundeliegenden Tatsächlichkeiten der Praxis heraus entwickelt werden. Sicher würde diese gewinnen, wenn sie eine — nicht für alle, aber doch für sehr viele Sachverhalte des Fremdenverkehrs gültige und beweiskräftige — Theorie als Unterlage gewinnen würde; damit Theorie aber nicht zweck- und sinnentfremdet gerät, bedarf sie der dauernden Verbindung mit der Praxis und der Kontrolle durch diese. Fallweise wird im folgenden auch Anleihe bei anderen soziologischen Systemen genommen werden.

1. Kontakte

Kontakte mögen als „flüchtige Berührungen“ gelten. Sie begegnen in ungezählten Fällen, sind und bleiben vielfach dem Zufall überantwortet, werden sehr oft erst dann erkannt, wenn sich aus ihnen „Beziehungen“ — unter denen wir also schon etwas dauerhafteres verstehen —, ja Verhältnisse, Gruppen, Massen, Gemeinschaften gestaltet haben. Ein Kontakt mag im Lesen einer Fremdenverkehrswerbung, im Sehen eines Films, in einer Zeitungsnotiz, in einer flüchtigen Begegnung gegeben sein: Immer wird sein Wesen darin bestehen, daß aus einer Anregung heraus ein Mensch zu einem

¹⁾ Die Aufgabe war, des Verfassers Aufsatz: „Fremdenverkehr — soziologisch gesehen“, in dieser Zeitschrift 2. Jhg., Heft 2, S. 1—16, systematisch weiter zu entwickeln.

bestimmten Sichverhalten, schließlich vielleicht zu einer bestimmten Handlungsweise veranlaßt wird.

Daß hier ein Thema der Fremdenverkehrswerbung angeschlagen wird, leuchtet ein. In der Tat beruht diese zu einem sehr erheblichen Teil darin, erste Kontakte zwischen denen, die Dienste anbieten und denen, welche sie entgegennehmen, zu vermitteln. Nicht alle Rufe, welche die Werbung hinaus-schickt, erreichen Ohr oder Auge derer, auf welche sie berechnet sind. Viele aber tun es. Ein gar nicht geringer Teil der Aussendungen, wie und mit welchen Mitteln diese immer vorsichgehen, muß deshalb technisch vor allem der Begründung von Kontakten gewidmet sein. Sehr viel Kunstschaffen wird in deren Dienst gestellt. Ein anderer Teil der Werbung wird mehr auf unmittelbare Dauerwirkung abgestellt sein, oder aber — und dies besonders häufig —, es handelt sich um Summierung und Steigerung der Kontakte. Ohne Wiederholung wird das meist nicht abgehen, und damit mag für Manchen eine Grenze künstlerischen Schaffens gegeben sein; denn der echte Künstler wird sich dazu nicht gern hergeben. Mischung zwischen dem Neuen und der Wiederholung mag sich oft empfehlen. Werbung ist heute wohl überhaupt ein Mischtypus, bei dem neben der Wiederholung die Abwechslung eine Rolle spielt. Ihre wissenschaftliche Verdeutlichung, die hier nicht beabsichtigt ist, hat schon manche soziologische Komponente in sich aufgenommen, kann aber noch mehr Soziologie vertragen.

Wie auch sonst ist es der „homo ludens“, der im Fremdenverkehr eine so überragende Stellung inne hat, auf den der Kontakt in eigenartiger Weise einwirkt oder auch nicht einwirkt. Indem sich der Mensch einer irgendwie spielerischen oder doch an Spiel gemahnenden, manchmal auch verspielten Haltung überläßt, ist er gewiß anders berührbar und entzündbar, als wenn er seine Berufspflichten erfüllt oder sonstwie den spielerischen Akzent vermissen läßt. In ihrer Mehrzahl werden die Menschen, wenn sie nicht „tierisch ernst“ ihr Leben führen, leichter beeinflussbar sein; viele von ihnen werden auch einer größeren Menge von Kontakten sich als zugänglich erweisen. Diese Kontakte konkurrieren unter sich, der eine schlägt den anderen tot, jedenfalls so lange, bis dieser, irgendwie neu gestärkt, wieder zum Leben erwacht. Wir werden an dieser Stelle ein weiteres der Soziologie bekanntes Problem berühren, eben das der Konkurrenz, die mitnichten nur in der Wirtschaft, sondern in der Gesellschaft überhaupt dominiert. Der Wettbewerb beschränkt sich freilich keineswegs nur auf die Kontakte; er spielt praktisch dieselbe Rolle bei den später zu behandelnden Beziehungen, Verhältnissen, Gruppen, sozialen Gebilden wie Gemeinschaften usw. Aber wir treffen auf die Konkurrenz — aus der ja alles weitere hervorgeht — hier bei den Kontakten an erster Stelle, und so mag diesem Sonderthema das eine und andere Wort gewidmet sein.

Man erinnere sich doch nur ans tägliche Leben, vor allem in Gestalt des eigenen Erlebens. Ein Geschäft glückte; ein Gelegenheitsverdienst trat unerwartet in Erscheinung; Gratifikationen kommen Arbeitnehmern zu, usw. Der Einzelne, dem so Möglichkeiten eröffnet werden, und das Paar, ob nun schon ehelich gebunden oder noch frei, sie reagieren nicht gleich auf die unter sich konkurrierenden Kontakte. Selbstverständlich reagieren Mann

und Frau ungleich und das allein schon bewirkt eine Unermeßlichkeit, aber auch Unübersichtlichkeit der Art, wie auf Kontakte hin gehandelt wird. Wir werden es bestimmt unterlassen, hierbei Werturteile aufzustellen oder auch nur allgemeine Regeln abzuleiten. Das wäre eher Aufgabe der Psychologen. Meinungsforschung ist hier zuhause. Ebenso wenig kommt es uns zu, eine Liste der unter sich konkurrierenden Kontakte aufzumachen. Nur dies: Der Fremdenverkehr hat es mit anderen Nebenbuhlern zu tun, wenn es sich um Eliten (die früher einmal wichtiger waren) oder Massen handelt. Dazu werden wir uns später noch äußern. In aller Regel aber wird er um jenen Anteil am Einkommen (seltener am Vermögen) mit seinen Konkurrenten zu kämpfen haben, den man als „frei“, d. h. nicht der Befriedigung eines, enger oder weiter gefaßten Existenzminimums dienlich bezeichnet. Ist in einer Wirtschaftsverfassung, die sozial ausgelastet ist und der Vollbeschäftigung zuneigt, der Massenkonsum sehr gehoben; hat Arbeitszeitverkürzung und Urlaubsgewährung in dem wirtschaftlich vertretbaren Maße stattgefunden; kommt das Angebot von Möglichkeiten, sein Geld loszuwerden und seine Muße sinngemäß auszufüllen, der gesteigerten Nachfrage bereitwillig und tatkräftig entgegen: dann hat auch der Fremdenverkehr eine ganz andere Existenzberechtigung als in noch nicht lang zurückliegenden Zeiten, in denen alles anders gelegen hatte.

Mit der Konkurrenz ist der Markt untrennbar verbunden. Auch er ist bekanntlich nicht nur eine Erscheinung der Wirtschaft — übrigens auch nicht jeder Wirtschaft —, sondern, wie auch der Wettbewerb, des gesellschaftlichen Lebens schlechthin; überall da zuhause, wo sich Angebot und Nachfrage gegenüberstehen. Wie seine Konkurrenten, so hat auch der Fremdenverkehr danach zu streben, marktgängige Ware zu liefern. Also Konkurrenz der Interessenten des Fremdenverkehrs nicht nur unter sich; er kann schon scharf genug sein. Sondern Konkurrenz mit allen anderen Möglichkeiten, Geld für nicht gebundene Zwecke auszugeben, Wettbewerb zwischen den unendlich zahlreichen und stets variierenden „Chancen“ (wie Max Weber sich ausdrücken würde), Menschen zu beeinflussen und zu einem bestimmten Verhalten zu veranlassen. Wobei für die Soziologie im Kontakt und im Sichverhalten die wissenschaftlichen Kern- und Zielpunkte liegen, während die Psychologie vor allem berufen ist, die im Menschen selbst zwischen Kontakt und Sichverhalten vorsichgehenden Prozesse klarzulegen.

Bisher haben wir im Grunde nicht den Fremdenverkehr in seiner Gesamtheit ins Auge gefaßt, sondern nur jenen, freilich alle anderen Spielarten an Bedeutung weit hinter sich lassenden Teil des Fremdenverkehrs, der sich in der Konsum-, nicht in der Produktionssphäre abwickelt. Wo diese gegeben ist oder doch vorherrscht, da liegt alles einfacher: die Reisekosten des großen und kleinen Geschäftsreisenden sind nicht Bestandteile seines „freien“ Einkommens, sondern Produktionskosten wie andere Berufsausgaben auch. Ob eigene oder fremde Produktionskosten, mag im Einzelfall strittig sein. Es soll ja wohl auch Gelegenheiten geben, wo Beruf und Vergnügen sich vermischen, wo man von Spesen auch außerberuflich lebt, vielleicht gut lebt. Aber auf solche, sich im Fremdenverkehr nicht selten überschneidende Erscheinungen kann es uns nicht allzusehr ankommen. Ausgaben für „Erho-

lung“ werden im besonderen Fall eher als Produktionskosten denn als Vergnügungsausgaben erscheinen (Managerkrankheit). Je mehr sich ein echtes ökonomisches Moment vordrängt, um so eher wird die Zahl der Kontakte, um wieder zu ihnen zurückzukehren, sich verringern. Gewiß, Heilstätten sind massenhaft vorhanden. Eine Heilstätte aber wird bestimmt aufgesucht werden, Kontakte wesensfremder Art haben hier keine Chance mehr. Wird, vorwiegend für wissenschaftliche Zwecke, ein Kongreßort gesucht, so mögen auch persönliche Berührungen, die dieser oder jener Kongreßteilnehmer mit diesem oder jenem Ort hatte, in den vorhergehenden Vorstandssitzungen erwähnt und gegenseitig abgewogen werden. Indem aber unter allen Umständen eine Stadt oder (heute mit Vorliebe) ein mondänes Bad zum Kongreßort gewählt wird, scheiden Anregungen, die für den reinen Vergnügungsverkehr maßgeblich sind, aus. Es sei denn, der Zweck der Veranstaltung sei, was vorkommt, keineswegs von vornherein ein ausschließlich beruflicher, wirtschaftlicher, politischer gewesen. Darf hier eine kleine persönliche Erinnerung eingeflochten werden? Ein großer wissenschaftlicher Verein suchte einen geeigneten Platz für seine Versammlung. Viele Vorschläge waren gemacht worden. Da ließ sich einer der besten „Köpfe“ der hier einschlägigen Wissenschaft mit den kühlen Worten vernehmen: Alle sachlichen Gründe sprächen für diesen oder jenen Ort. Er habe aber persönliche Gründe, einen anderen zu wünschen. Er drang damit durch. Nicht immer wird das Kind so deutlich beim Namen genannt werden, wie es in jenem Fall zutraf.

Indes, die Grenzfälle ziehen nicht unser Augenmerk auf sich, sie sind mehr für belletristische als theoretische Beurteilung wichtig, was übrigens gar keine Rangminderung bedeutet, sondern nur erwähnt wird, um unsere Aufgabe abzugrenzen. Diese wendet sich nun weiterhin zu den:

2. Beziehungen

Bei ihnen handelt es sich, schon dem Wortsinne nach, um etwas, was eine gewisse Dauer hat. Nicht immer sind sie — ja meist nicht — von sehr langer, gar ewiger Dauer. Und sich auf „Beziehungen“ berufen erweckt nicht stets Glaubwürdigkeit. Aber der Sinn des Wortes ist doch solide genug, um es zu ermöglichen, daß Vertragsabschlüsse von Beziehungen abhängig gemacht werden, von „Treu und Glauben“ in Zusammenhang mit ihnen gesprochen wird. Für den Fremdenverkehr sind sie schlechthin unentbehrlich; er ist dem Persönlichen verhaftet, kann nicht, wie das in anderen Geschäftszweigen häufig ist, die Beziehung in jedem Fall durch feste Rechtsverhältnisse ersetzen, unterliegt Wandlungen — nur an das Wetter braucht gedacht zu werden —, die gewisse, wenschon manchmal nur kurzatmige Konstanten neben unzähligen Variablen schätzen lassen.

In der Natur des Fremdenverkehrs liegt es, daß meist eine geringere Zahl von Anbietenden einer sehr viel größeren von Nachfragenden gegenübersteht. Schon die internationale Ausrichtung des Fremdenverkehrs veranlaßt, ja zwingt ihn dazu, auch seine Beziehungen international zu gestalten. Nur selten wird ein großes Hotel sich ausschließlich auf deutsche, italienische, englische, usw. Gäste einrichten wollen. Gewiß greift auch im Fremdenverkehr manchmal die Spezialisierung um sich, öfter erhält sie sich dort, wo sie

auch früher schon bekannt gewesen war. Beispiel könnten die Alpenvereins-
hütten sein. Aber der viel häufigere Fall ist doch der, daß die Beziehungen
gewissermaßen anonym sind. Dem trägt auch die Werbung Rechnung, wenn
sie sich zumeist an einen völlig offenen und unbekanntem Kreis möglicher
Interessenten wendet. Wir glauben aus dem Gesagten folgern zu dürfen, daß
die „Beziehungsabhängigkeit“ des Fremdenverkehrs sehr groß, vielleicht die
größte unter allen Erwerbszweigen ist. Daraus darf man die Berechtigung
ableiten, zu fragen, ob denn die Soziologie etwas aus eigenem über Beziehun-
gen aussagen könne.

Das ist aber in überaus großem Maße der Fall! Gibt es doch in unserer
Wissenschaft Auffassungen, für welche die Beziehung geradezu im Mittel-
punkt der gesamten einschlägigen Forschung steht. Somit ist anzunehmen,
daß auch in systematischer Absicht aus dem Thema etwas herauszuholen ist.

„Zwischenmenschlich“ nennt L. v. Wiese die für ihn ausschließlich wichti-
gen Beziehungen: also nur solche, die zwischen Menschen spielen, sollen in
Betracht gezogen werden. Damit ist nun freilich schon ausgesagt, daß es auch
Beziehungen anderer Art gäbe und geben müsse. Solche etwa zwischen
Menschen und Sachen. Wenig oder garnicht wird es uns dagegen auf Be-
ziehungen zwischen Sachen und Sachen ankommen. Solche spielen eine Rolle
in der Technik, aber man wird das, was damit gemeint sein kann, anders
ausdrücken; wird etwa von funktionellen Abhängigkeiten sprechen, wird mit
Causa und Telos operieren. Synchronisierung kann dann einschlagen. So
sehr nun das Technische auch im Fremdenverkehr wichtig ist, so wenig hat
es doch unmittelbare Beziehung zur Soziologie. Mittelbar liegt selbstver-
ständlich auch hier ein häufiger Zusammenhang vor: Moderner Komfort ist
nur durch technische Leistung realisierbar, und er entscheidet gleichzeitig
über das Wohl und Wehe unzähliger Fremdenverkehrsunternehmen.
Aber das Gehen mit der Zeit und ihren Anforderungen ist nicht nur Gesetz
für den Fremdenverkehr, sondern kaum weniger für unendlich viele andere
Erwerbszweige. Ein Spezifikum des Fremdenverkehrs, das soziologisch zu
erfassen wäre, scheint hierbei nicht gegeben zu sein.

Wichtig bleibt die Beziehung zwischen Mensch und Sache. Sie wurde
bereits in dem erwähnten früheren Aufsatz des Verfassers in dieser Zeit-
schrift²⁾ gestreift. Geht man wiederum von leicht nachprüfbareren Tatbestän-
den der Praxis aus, so stößt man auf Erlebnisse, die jeder Reisende schon
gehabt hat: etwa darauf, daß ihm die Menschen, die er am erwählten Frem-
denplatz vorfinden wird, gänzlich unbekannt sind. Infolgedessen interessiert
er sich zunächst nicht für sie, es werden keine „zwischenmenschlichen“ Be-
ziehungen vorausgesetzt. Soll man deshalb von fehlenden Beziehungen über-
haupt sprechen? Was war es dann, das die Wahl eben dieses Platzes ver-
anlaßte? Die Gegend kann es gewesen sein, ebenso aber auch die bekannt
gute Qualität der dortigen Beherbergungsgewerbe. Sprechen wir alsdann
etwa von „Attraktionen“, so klingt dies Wort kaum überzeugender als „Be-
ziehungen“. Der Sinn ist derselbe oder kommt sich doch sehr nahe.

Nun ist die „Gegend“, jedenfalls in der großen Mehrzahl der Fälle, heute
nicht mehr reines Naturprodukt, gewissermaßen jungfräuliche Erde. Mensch-

²⁾ Günther, a. a. O., S. 3

liche Einwirkung, Arbeit und Kapital, haben sich durch längere oder kürzere
Zeit hinzugefunden, oft grundlegende Veränderungen veranlaßt, — Arbeit
und Kapital aber haben Menschen zu ihren Funktionären. So mag in man-
cher Hinsicht die Beziehung Mensch—Sache mittelbar zur „zwischenmensch-
lichen“ Beziehung werden. In dem Maße, in dem dieser Vorgang einsetzt,
treten privatwirtschaftliche und privatrechtliche Umstände mehr und mehr
in den Vordergrund. Kosten verursachende Faktoren, eben Arbeit und Ka-
pital, sind notwendig geworden, um einem gegebenen Platze seine spezifische
Eignung, Fremde an sich zu fesseln, entweder überhaupt erst zu geben oder
doch solche Eignung wesentlich zu steigern. Nun ist auch der Grund und
Boden selbst zum kostenden Faktor geworden, neben dem Kapitalzins und
dem Arbeitslohn erscheint die Grundrente. Würde man alle Sachgüter, die
der Platz aufweist, rein rechnerisch, ihrem Tauschwert entsprechend auf-
fassen, so würde sich die Beziehung Mensch—Sache in der Tat in zwischen-
menschliche Beziehungen auflösen lassen: solche zwischen Produzenten und
Konsumenten, zwischen den Eigentümern, Arbeitern, Angestellten, Leih-
kapitalisten und sonstigen Interessenten des Fremdenverkehrs auf der einen
Seite, den Fremden auf der anderen, die uns schon im Bild der „homines
ludentes“ entgegengetreten sind. Solche Auflösung der Fremdenverkehrs-
beziehungen in abstrakte Rechnungen, in betriebswirtschaftliche Kalküle
oder auch statistische Reihen, ist zweifellos notwendig, wird auch heute
von speziell geschulten Fachkräften mit Erfolg vorangetrieben. Der Soziologe
braucht deshalb aber nicht zu resignieren. Ihm verbleibt das Quale, wo
Betriebswirtschaft und Statistik das Quantum betonen, und es ist kaum eine
Frage, daß die Fremdenverkehrsforschung beides: Quale und Quantum, unter
anderem Gesichtspunkt: Gebrauchs- und Tauschwert, zu berücksichtigen hat.
Dann aber tritt wieder die „Sache“ als solche in den Vordergrund, nicht nach
ihrem Geldwert oder ihren Gestehungskosten, auch nicht nach der von der
Statistik erfaßten Zahl der Einheiten beurteilt, sondern um ihrer selbst, d. h.
um der Eigenschaften willen, von denen „Beziehungen“ zum Gast erwartet
werden können. Wir beschließen den Umweg, den wir machten und machen
mußten, wollten wir die alleinige Geltung „zwischenmenschlicher“ Beziehun-
gen in Zweifel ziehen. Natürlich schließt dies nicht aus, daß wir den „zwi-
schenmenschlichen“ Beziehungen besondere Aufmerksamkeit schulden. Was
dazu gehört, braucht wohl nicht breit ausgeführt zu werden. Doch scheint es
vorteilhaft, die Charakteristik eines großen Teils aller Fremden als dem
Geschlecht des homo ludens zugehörig im Gedächtnis zu behalten. Davon
müssen alle Beziehungen irgendwie gefärbt werden. Damit hängt auch zu-
sammen, daß es sich in der größeren Zahl der Fälle um verhältnismäßig
kurz- oder nicht sehr langlebige Beziehungen handeln wird. Beziehungen
dieser Art werden sich immer von solchen unterscheiden, für welche die
Gewähr längerer Dauer gegeben ist.

Will man ein Schema möglicher Beziehungen im Fremdenverkehr auf-
stellen, so kann dies entweder aus theoretisch-soziologischer Sicht, oder un-
mittelbar aus den Tatsachen des Fremdenverkehrs heraus geschehen. Im
ersten Fall wird man die Terminologie L. v. Wiese's heranziehen, der ja seine
Soziologie ausdrücklich als Lehre von den zwischenmenschlichen Beziehungen
und den aus diesen hervorgehenden Gebilden bezeichnet. Hiernach wären

vor allem die A- und B-Beziehungen zu unterscheiden, d. h. jene der Anziehung und der Abstoßung. Wir glauben doch den Erwartungen der Leser noch mehr zu entsprechen, wenn wir einen Griff ins Leben selbst, in unserem Fall also die Praxis des Fremdenverkehrs tun. Die Beschränkung auf das soziologisch Wichtige und Erfassbare bleibt natürlich bestehen.

Immer wird uns der schon geläufige „homo ludens“ begegnen. Dabei erinnern wir uns an manches zum Thema „Kontakte“ Gesagte: Wir wissen aus Erfahrung — nicht erst die Soziologie braucht uns das zu lehren —, daß Beziehungen aus Kontakten folgen, jedenfalls in der Regel. Eine gewisse Ausnahme von dieser Regel wäre vielleicht da vorhanden, wo Tradition eine große Rolle spielt. Auch im Fremdenverkehr besteht solche, obwohl sie heute schon etwas zurückgedrängt sein mag. Tradition schließt Beziehungen bereits in sich ein; von Kontakten wäre höchstens insofern die Rede, als solche in der ersten Berührung eines Menschen mit einem traditionellen Wert in Erscheinung treten.

Bevor Fremdenverkehr anläuft, sind Beziehungen bereits vorauszusetzen. Sie spielen in all den Maßnahmen, welche erforderlich sind, um etwas wie den „Geist des Fremdenverkehrs“, wenn man so sagen darf, entstehen zu lassen. Freilich ist dieser „Geist“ heute in den meisten Fällen schon vorgegeben. Denn er ist potentiell ja überall vorhanden, wo einstweilen auch nur geringe Möglichkeiten des Fremdenverkehrs gegeben sind. Damit sie realisiert werden können, bedarf es aber jener vorauszusetzenden Beziehungen: Gleichgesinnte, d. h. vor allem — nicht nur! — Gleichinteressierte schließen sich für diejenigen Vorkehrungen zum Fremdenverkehr, die von den Einzelnen nicht bewältigt werden können, zusammen. Zweckgemeinschaften für solche Kollektivangelegenheiten — wir kommen auf sie zurück — entstehen. Die Gemeinden nehmen sich ihrer an. Behörden werden eingeschaltet. Man wird in vielen Fällen von einem fast grundsätzlichen Wechsel in den Beziehungen, welche vordem das kommunale und nachbarliche Leben bestimmt haben, sprechen müssen. Das wird kaum ohne Reibungen abgehen, manchmal sind es mehr trennende, auseinanderstrebende Beziehungen (die B-Beziehungen Wiese's), welche gegenüber den zusammenführenden (den A-Beziehungen) überwiegen. Nicht alle Insassen eines Dorfes werden vom Fremdenstrom gleichmäßig befruchtet, das große Hotel steht anders (freilich nicht immer besser) da als das kleine. Abhängigkeits-Beziehungen können neu entstehen: so zwischen Villeninhabern und Hotels, welche bei nicht hinreichend eigner Bettenzahl Fremde an jene verteilen. Daß Konkurrenz auf der ganzen Linie wirksam wird, liegt schon im Sinn der Darlegungen, die wir den Kontakten widmeten. Kartellabreden sind möglich, aber auch etwas wie „vertikale Konzentration“, Konzern- und selbst Trustbildung unterläuft. Der Fremdenverkehr wird so ein Spiegelbild der allgemeinen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verhältnisse sein, immer auf die besondere Note des Fremdenverkehrs abgestellt.

Dem, was so am Beherbergungsort erfolgt, gehen Beziehungen zur Seite — überkreuzen sich auch wohl —, die innerhalb der Masse der Nachfragenden gegeben sind. Meist werden sie weniger hart aufeinander stoßen: denn 1. sind die meisten dieser Nachfragenden unter sich kaum oder doch nur flüchtig

bekannt, und 2. handelt es sich, wenn wir unserem „roten Faden“ auch hierbei folgen wollen, um homines ludentes. Nicht produktionale, sondern konsumtive Interessen entscheiden. Nun nehme man die Beziehungen, wie sie eben flüchtig skizziert wurden, zusammen, und man wird auf eine fast verwirrende Mannigfaltigkeit der im Fremdenverkehr insgesamt obwaltenden Zusammenhänge, die in Beziehungen auflösbar sind, stoßen.

Einen Fall für sich stellen hierbei die auf Grundlage gesellschaftlichen Zusammenschlusses vor sich gehenden Reisen und Aufenthalte Fremder dar. Vieles hat sich gegenüber dem früheren Zustand geändert. Vor allem bei den Gastgebern und sonstigen Fremdenverkehrsinteressenten. Der Zustand reiner und offener Konkurrenz ist gewiß nicht beseitigt, aber doch eingengt. Hotels, die feste Abschlüsse mit Reiseunternehmungen getätigt haben, scheiden aus ihm wenigstens großteils aus. Etwas wie das Monopol, mindestens aber das Oligopol, ist im Werden. Die offensichtlichen Vorteile, welche der Abschluß fester und längerdauernder Verträge zwischen Reisegesellschaften und Gastwirten für beide Teile mit sich bringt, legen es nahe, daß am Fremdenverkehrsort mehr noch als zuvor Usancen hinsichtlich der in Frage stehenden Preise entstehen. Sie sind nicht immer bindend, aber indirekt verpflichtend. Und das ist in der Regel wirksamer! Auf der anderen Seite ist neben die einzelnen Fremden als homines ludentes eine Organisation getreten, die, will sie bestehen, sich selbstverständlich gesunde wirtschaftliche Grundlagen setzen muß. Homines oeconomici werden dazu erfordert, entscheidende Angelegenheiten des Fremdenverkehrs werden jetzt auf *beiden* Seiten zwischen solchen geregelt! In gewissem Sinne ist der homo ludens nun zum Objekt geworden, während er früher Subjekt war. Daß damit eine gewisse Oekonomisierung und, in ihrem Gefolge, Bürokratisierung eintritt, ist kaum vermeidbar. Das Vergnügen verliert etwas von der früheren subjektiven Note, ein Spiel bleibt, aber es ist normalisiert. Damit ist oft Verbilligung gegeben. Dieselbe örtliche Musikkapelle, welche sich vordem in zahlreichen Einzelvorführungen vor Gruppen von Paaren und sonstigem Publikum verzetteln mußte, macht nun alles in Massendarbietungen ab. Das einzelne Pärchen braucht dabei nicht zu verlieren, es stellt auch im großen Theater-, Film- oder Konzertsaal für sich eine geschlossene Einheit dar, vielleicht wird es inmitten anderer Sichfreuender recht glücklich sein. Dennoch hat sich ein einschneidender Wechsel vollzogen, wenn wir etwa das Bild, wie es uns ein Meister wie Defregger gemalt hat, vergegenwärtigen: Das junge Paar und vor ihm der Zither- oder Mandolinenspieler. Schließlich kann man dem Gedränge auch ausweichen. Solche Fälle von Sichabsondern, Sichvereinzeln sind nicht selten, wennschon sie seltener geworden sein mögen.

Wir fühlen keinen Auftrag, die ganze Breite möglicher Beziehungen im Fremdenverkehr selbst zu durchmessen. Der Leser mag mit etwas Phantasie nachhelfen. Er kann das tun, ohne sich stets einer soziologischen Auffassung zu unterwerfen, wir ziehen es sogar vor, wenn man nicht immer gleich (wie es heute beliebt ist) ein Ding „soziologisch“ abstempelt! Das soziologische Interesse sehr weiter Kreise in Ehren: dennoch ist ein wenig Zurückhaltung im Geratewohlgebrauch von Worten und Begriffen, denen heute die Mode entgegentrifft, nicht fehl am Platze.

Wir folgen unserem Programm, werden dabei aber selbst etwas Zurückhaltung üben müssen. Denn manches, was unter soziologischer Sicht interessant sein mag, läßt sich, fast nach Belieben, an diesen oder jenen Ort unserer Darlegung verfrachten. Beziehungen hingen mit Kontakten zusammen. Verhältnisse, von denen nunmehr zu sprechen sein wird, mit Kontakten wie mit Beziehungen. Es ist nicht von ungefähr, daß wir sie so klar wie möglich zu scheiden suchen. Aber das geschieht nicht ohne Mühe und wohl nicht immer mit Erfolg.

3. Verhältnisse

Man wird von solchen nur sprechen, wenn eine gewisse Dauer gewährleistet ist oder wenigstens vermutet werden kann. Über die Zeitdauer als solche ist etwas Allgemeines kaum auszumachen.

Verhältnisse sind zunächst soziologische Zustände; ob sie auch solche rechtlichen Charakters werden, ist Tatfrage. Im Fremdenverkehr wird das Soziologische eher wichtiger sein als das Juristische. Dabei gibt es Unterschiede: der Anbieter im Fremdenverkehr muß, will er seinen Aufgaben obliegen, Rechtsverhältnisse begründen: mit seinen Arbeitnehmern, seinen Lieferanten und wohl auch dritten Personen. Den Kunden — seinen Gästen — gegenüber überwiegen Verhältnisse ohne festen Rechtscharakter. Vorausbestellte Zimmer können wieder abbestellt werden, Wetter, persönliche Umstände, Liebhabereien sind nicht auszuschalten. Halten wir doch immer fest: der Gast ist als homo ludens viel mehr von Launen, Zufälligkeiten, konkurrierenden Einflüssen abhängig als der Gastwirt als homo oeconomicus. Sicher kann das Fremdenverkehrspublikum noch manche Erziehung brauchen, aber mit einer gewissen Willkür wird immer zu rechnen sein. Ob Männer oder Frauen dem Spieltrieb mehr anfällig sind, kann unentschieden bleiben. Der Spieltrieb selbst aber ist zu eng mit dem Fremdenverkehr verknüpft, als daß er aus ihm wegzudenken wäre.

Unter diesen Umständen wird den Gastwirten und sonstigen Fremdenverkehrsinteressenten daran liegen, die „Verhältnisse“ zu stabilisieren, auch ohne Zuhilfenahme von Rechtsätzen. Werbung, von der erste Kontakte und hernach noch mannigfache Beziehungen ausgehen, wird für solche Stabilisierung nicht ganz im gleichen Maße in Betracht kommen. Wichtiger sind für sie schon die alten Tugenden, die man von je beim Gastgeber suchte und oft bei ihm findet. Im allgemeinen wird es hierbei nicht genügen, den rechtlichen Verpflichtungen zu genügen. Das kann ja wohl als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Bleiben wir beim Gastgeber, indem sinngemäß Ähnliches bei anderen Interessenten des Fremdenverkehrs angenommen werden darf. Ein Dauerpublikum zu haben, wird in der Regel — Ausnahmen gibt es — erstrebt werden. Kann man mit der Wiederkehr des Gastes durch möglichst lange Zeit rechnen, so bedeutet das bessere Kalkulationen. Den immer kostenden Rechtsverhältnissen und -verpflichtungen werden dann einigermaßen zuverlässige, wenschon nicht juristisch gleich gesicherte Gegebenheiten gegenüberstehen. Aufzuzählen, was in diesem Sinn zur Stabilisierung der Lage beitragen kann, werden wir uns und dem sachkundigen Leser ersparen. Man wird dabei nicht vergessen, daß das, was zur Dauerhaftigkeit

der Verhältnisse im Fremdenverkehr beitragen kann, dem Wandel unterliegt. „Gemütlichkeit“, ein Wort das auf den Lippen zu schweben scheint, ist heute nicht mehr ganz so wichtig wie es im Zeichen der Postkutsche und der frühen Eisenbahn war, aber es ist auch nicht gleichgültig. Komfort, Darbietung von Sportgelegenheiten drängt sich nach vorne. Der homo ludens ist ja nicht nur Konsument im althergebrachten Sinn, nicht mehr nur an gutem Essen, Trinken und Schlafen interessiert. Sein Konsum umschließt auch Betätigungen, die einen gewissen produktiven Einschlag haben. Dies selbstverständlich beim sportlichen professionel, aber auch beim Amateur, sei es auch nur in dem Sinn, daß ihm der Sport einen schon rein-körperlich wichtigen Ausgleich für seine so oft mechanisierte Berufstätigkeit bietet.

Eine kaum geahnte Möglichkeit, Dauerverhältnisse und damit Stabilisierung des Fremdenverkehrs zu erreichen, bietet dessen Entwicklung zu der schon erwähnten Gesellschaftsreise. Zwar wird eine solche wechselndes Publikum an die Stätten, mit denen ein Vertrag geschlossen wurde, heranbringen. Dafür aber besteht zwischen den Reisearrangeuren und den Gastwirten in der Regel eine dauernde Verbindung, also ein geschäftliches Verhältnis und sogar (denn es werden ja Verträge geschlossen) ein Rechtsverhältnis, wenn man sich über eine bestimmte Reise mit bestimmten Gästen, zu bestimmten Terminen und auf bestimmte Dauer einig wurde. Aber mit dem Vertragsabschluß anlässlich einer bestimmten Reise ist das Interesse der diese unternehmenden Gesellschaft am Reisepublikum nicht erschöpft. Vielmehr, man wünscht sich — und erlangt auch oft — Teilnehmer von Jahr zu Jahr, Abonnenten, möchte man beinahe sagen, kann sich hierbei aber nicht auf ein Recht, das ja erst zustande kommen soll, sondern nur auf Anwartschaften beziehen. Ein Verhältnis im Sinn des Soziologen gilt es zu begründen und zu sichern.

Dabei wird einiges darauf ankommen, daß man den Charakter des Reiseverkehrs im Sinn des homo ludens nicht mehr als notwendig verkümmern läßt. Dazu gehört, daß dem Reiseteilnehmer so viel individuelle Freiheit als immer möglich gewährt, daß er nicht mit Besichtigung von Sehenswürdigkeiten überbürdet oder sonst ermüdet wird. Ihm abzunehmen, was das Reise-Spiel für den einzelnen zur Last macht — dies zumal in fremden Ländern —, soll doch nur zu dem Zwecke erfolgen, jenes Spiel möglichst leicht und risikolos zu gestalten. Anders ist die Situation natürlich, wenn die Reise etwa geschäftlichen, repräsentativen oder wissenschaftlich-künstlerischen Zwecken dient. In jedem Fall bedeutet die Gesellschaftsreise das Eindringen verstärkter juristischer Bindungen in Verhältnisse, die nach wie vor ihrer Natur nach die soziologische Note vorkehren. Diese auszuschöpfen, wäre einer „Soziologie der Gesellschaftsreise“ wohl möglich.

Der so vielen spürbare Reiz der im Fremdenverkehr in Erscheinung tretenden Verhältnisse liegt gewiß nicht zuletzt darin, daß diese oft das Gegenstück zu denen sein werden, die man zu Hause gelassen hat. Der bekannte, jedem Exemplar des Baedekers vorangestellte und von so wenigen befolgte Spruch des Philander v. Sittewald aus dem Jahre 1650 schließt mit den Worten: „Und lasse heim die Sorgen“. Die Verhältnisse zu Hause sind in der Tat selten ganz ohne Sorgen denkbar, der Alltag bringt sie auch da mit sich,

wo sie nicht schon zu Dauerzuständen geworden sind. Ihnen zu entgehen, wenn schon nur für Zeit, dafür in Verhältnissen unterzutauchen, in denen der homo ludens unbeschwert sich selbst leben kann, dies ist sicher ein wichtiges Reisemotiv. Im Zeichen der Wohnungsnot, die für manche oft unerträgliche Spannungen birgt, kommt dem Fremdenverkehr offenbar eine besondere Aufgabe zu. Wahrscheinlich gibt es nur wenig, was im gleichen Maße Abwechslung, Entspannung, Erholung — auch, wie man bemerkt hat, von sich selbst — verspricht, wie eben das Fernsein von den gewohnten Verhältnissen, zu denen vor allem das Berufsleben rechnet. Wir fühlen uns bestärkt in der früher aufgestellten Vermutung, daß Beziehungen wie auch Verhältnisse nicht nur als solche zwischen Menschen wirksam sind. Selbstverständlich spielen sie eine ganz große Rolle, aber entscheidend ist doch wohl die durch das Reisen bewirkte Ortsveränderung, das dadurch hervorgerufene Verhältnis zu einer neuen, ungewohnten Natur, allerdings einschließlich der Menschen, denen man in ihr, ob sie nun Stadt oder Land ist, begegnet. Was den Umgang mit diesen anlangt, so wird mancher Reisende gern an die Umstände zurückdenken, die ihn, in rechnender, kalkulierender, eine fremde Sprache radebrechender Weise, im Verkehr mit Kutschern, Führern, Gastwirten, Kellnern usw. sahen. Mancher wird solche „zwischenmenschliche“ Verhältnisse auch gar nicht missen wollen. Welche Rolle spielten sie doch in Goethes Italienischer Reise! Und es kann nicht ausgeschlossen werden, daß, wer sich so erinnert, nicht immer eine ungeteilte Freude als Teilnehmer an einer Gesellschaftsreise, die ihm solche Mühen, aber auch Freuden abnimmt, empfinden würde. Wer diese dennoch vorzieht, wählt statt jener zwischenmenschlichen Verhältnisse das reine Verhältnis zur Natur, oder aber das des Zuschauers (etwa im Gewühl einer fremden Stadt).

4. Gruppen

Es sei dankbar der glänzenden Ausführungen über die „Gruppe“ in Georg Simmels „Soziologie“ gedacht! — Zwischen dem „Verhältnis“ und der „Gruppe“ bestehen offensichtlich sehr enge Zusammenhänge. Fast möchte man sagen, es handle sich um ein und dieselbe Sache, geschieden nur aus dem Gesichtswinkel, unter dem sie betrachtet wird. Im einen Fall (Verhältnis) denkt man an die einzelnen Menschen, zwischen denen etwas vor sich geht, im andern (Gruppe) tritt dieser menschliche Zusammenhang als solcher, als eine (wennschon nicht immer dauernde) Einheit in Erscheinung. Aus beiden Lesarten werden ungleiche Folgerungen entwickelt werden können. Das führt dazu, die Gruppen für sich gesondert zu betrachten. Überwiegend also ein methodisches Hilfsmittel, geschaffen, um die möglichen soziologischen Sachverhalte auf breiter Grundlage entwickeln zu können.

Vor allem wird es auf diese Weise gelingen, bestimmte unendlich häufig wiederkehrende zwischenmenschliche Beziehungen quantitativ zu rubrizieren. Es ist zumal die *Paar-Gruppe*, die uns, als ursprünglich und natürlich gegeben, beschäftigen wird. Ob und inwieweit die vergrößerte Gruppe, die Dreier-, Vierer- und weiter wachsende Gruppe hierbei nur eine Modifikation der Zweier-Gruppe, oder aber etwas von dieser auch qualitativ Verschiedenes darstellt? Die Vermutung spricht für das Letztgenannte. Zwischen

Quantität und Qualität bestehen überdies sehr enge Beziehungen, die Hegel treffend mit dem Satze ausdrückte: „Quantität schlägt in Qualität um.“

Solch theoretische Überlegungen lassen sich sehr konkret veranschaulichen, wenn wir eine dem Fremdenverkehr und speziell der Bergtouristik geläufige Tatsache heranziehen. Verf. darf zu diesem Zweck eine Stelle aus seiner „Alpenländischen Gesellschaft“³⁾, entsprechend gekürzt, heranziehen. Dort hieß es (S. 21) „... Der Alleingänger klebt am überhängenden Felsen, sucht Griffe für Hand und Fuß. Kein Ruf erreicht Dritte, kein Seil vermittelt das ‚Paarverhältnis‘ ... Bereits aber das durchs Seil verbundene Paar (oder die Dreier- oder Vierergruppe, die sich dem Seil verbindet) realisiert wesentliche soziologische Bedingungen ...“

Der Bergsteiger wird in diesen wenigen Worten manche von ihm gemachte Erfahrung bestätigt finden. Er wird sie mit seinen eigenen Worten darstellen, braucht keineswegs Soziologe zu sein, um den Sachverhalt — vielleicht besser als der Soziologe von Fach — richtig zu deuten. Aber diese nach Zahl der mitwirkenden Individuen abgestufte, vom Paare ausgehende und in eine nicht begrenzte Menschenmenge vorstoßende Charakteristik der Gruppe ist selbstverständlich weit über Touristik und Fremdenverkehr hinaus gültig. Es liegt auch nicht so, daß die „Gruppe“ da endigt, wo die „Masse“ beginnt. Diese, von der wir hernach handeln, kann wohl im Einzelfall mit der Gruppe identisch sein, aber das, was die Soziologie in diesen Begriff hineinlegt, ist doch ganz besonderer Art. Nationen, Staaten, Religionssysteme, sprachliche Gemeinschaften können ebensowohl als Gruppen wie als Massen begriffen werden. Einstweilen sollen uns nur jene Gesichtspunkte befassen, die der Gruppe eigen sind, und selbstverständlich auch nur, soweit der Fremdenverkehr an ihnen Interesse hat.

Sprechen wir in diesem Sinn zuerst vom *Paar*. Wir sind gewohnt, das, was Mann und Frau verbindet, unter diesem Namen zu begreifen. Fast der gesamte Fremdenverkehr wird irgendwie auf ihn abgestellt sein. Das geht z. B. schon daraus hervor, daß das Zweibettzimmer in der Hotellerie ganz entschieden vorherrscht. Dem Gastgeber ist es erwünscht, weil dabei Raum, Bedienung und manche Nebenkosten gespart werden, dem Fremdenpublikum kommt es entgegen, weil das paarweise Reisen aus sehr naheliegenden Gründen heute, wenn nicht der Regelfall, so doch eine populäre Tatsache ist.

Das war wohl nicht immer so. Die Menschen, welche in der Frühzeit des Fremdenverkehrs reisten, sind meist nur gelegentlich der „Hochzeitsreise“ paarweise aufgetreten. In der großen Mehrzahl der Fälle hatte die Frau hernach keine Zeit mehr dafür, die — gegenüber heute ja weit größere — Kinderzahl hielt sie daheim zurück. Ging man aber in die „Sommerfrische“, dann trat die Familie in Erscheinung. Reisen, die ja damals zumeist Berufs- oder Geschäftsreisen waren, machte der Mann fast immer allein oder mit Freunden zusammen. — Das reisende Paar im heutigen Sinn war noch seltener. — Wie häufig begegnet man heute auch Mädchen und Frauen, die sich zu zweit für eine Reise zusammengefunden haben!

³⁾ „Die alpenländische Gesellschaft als sozialer und politischer, wirtschaftlicher und kultureller Lebenskreis“, Jena 1930.

Es wird wohl zutreffen, daß auch der wirtschaftliche Wert, den das Paar je nach seiner Legitimität für den Fremdenverkehr hat, ungleich beurteilt wird. Denn die Ausgaben dürften variieren. Herrscht, was heute recht häufig zutrifft und den strengen Moralisten in etwa beruhigen könnte, die „getrennte Kasse“ vor, dann ergeben sich neue Aspekte. Der weibliche Teil wird in solchem Fall eher zu sparen geneigt sein, zusätzliche Ausgaben des männlichen Teils werden nicht immer ausbleiben, sich aber in Grenzen bewegen. Da auf diesem Gebiet die Statistik noch wenig gearbeitet haben dürfte, fehlen Maßstäbe. Keineswegs aber wird man übersehen, daß heute, wo so viele Mädchen und Frauen berufstätig, jung, ein wenig neugierig und weltaufgeschlossen sind, Einkommensquellen für den Fremdenverkehr ganz neu eröffnet werden.

Soweit es sich um Ehepaare handelt, die ihre Kinder zu Hause zurücklassen müssen, möchte man die Paar-Gruppe um ein weiteres Familienmitglied, nämlich die „Oma“, erweitert denken. Eine Dreiergruppe ergäbe sich daraus; falls der „Opa“ sich als nötig erweisen sollte, auch eine Vierergruppe. Für den Fremdenverkehr, der auf die reisefreudige Jugend Wert legen muß, ist das durchaus nicht gleichgültig!

Besonders steht es wieder um die sich als Reisegesellschaft darstellende Gruppe. Soweit sie, was die Regel ist, unter Führung steht, ergibt sich ein Ausschnitt aus dem größeren, dem nächsten Abschnitt vorbehaltenen Komplex: Masse und Führer. — Eigner Augenschein läßt vermuten, daß das „Paar“ in der Reisegesellschaft keine dominierende Stellung einnimmt. Diese wird sich in sehr vielen Fällen aus Einzelnen, welche, einem gewissen Herdentrieb folgend, den größeren Kreis aufsuchen, zusammensetzen. Die Frauen überwiegen dabei sehr stark, ältere Leute sind verhältnismäßig häufig anzutreffen. — Nicht unbeachtlich erscheint die Art des Reisens, vor allem, ob motorisiert oder per Bahn. Camping gibt der paarweisen Touristik eine besondere, gern erlebte Rolle.

Von diesen Fällen bis zu jenen, wo große, gewaltige, überaus zahlreiche und entsprechend mächtige Gruppen auftreten, ist theoretisch kein ganz so weiter Schritt zu tun, wie er angesichts der ungleichen Zahlenverhältnisse geboten erscheint. Die Soziologie muß ihr Koordinatensystem jedem möglichen Fall anzupassen suchen und hat es schon mit Erfolg getan.

Das „Kleine“ und „Große“ muß übereinstimmenden Regeln unterworfen werden können. Fernrohr und Mikroskop dürfen sich nicht widersprechen. Das liegt ähnlich wie in den Naturwissenschaften, wo das unendlich Große und das unendlich Kleine zwar mit verschiedenen, jeweils angepaßten Methoden untersucht, nicht aber als grundsätzlich verschieden oder gar gegensätzlich vermutet wird.

Es gibt keinen, wie immer gearteten Menschenzusammenhang, der nicht als „Gruppe“ — wenn man will „soziale Gruppe“ — gekennzeichnet werden kann. Wir benötigen einen so allgemeinen, farblosen Begriff, wenn wir mehr konkrete Bezeichnungen wie Volk, Nation, Staat, Rasse, Religionsgemeinschaft, Sprachgemeinschaft, Klasse, Stand, usw., vermeiden wollen. Vermeiden deshalb, weil solche Ausdrücke immer schon auf einen bestimmten, vorgegebenen Inhalt abgestellt sind und weil ihre wahllose Verwendung

zu Mißverständnissen Anlaß gibt. Gruppe im soziologischen Sinn setzt also nicht Homogenität der in ihr zusammengefaßten Menschen voraus, vielmehr werden sich diese nach sehr vielen Gesichtspunkten voneinander unterscheiden — einige besonders wichtige Gesichtspunkte wurden eben erwähnt. Daß die Größe einer Gruppe nicht entscheidend ist, wissen wir, darin liegt ein Unterschied gegenüber der Masse.

Im Fremdenverkehr gibt es zahlreiche Gruppen; will sagen, wir unterscheiden die an ihm beteiligten Menschen nach bestimmten Merkmalen, von denen keines für sich allein ausreicht, diese Menschen eindeutig zu charakterisieren. Diese Differenzen schließen aber auch nicht aus, die Summe der am Fremdenverkehr Interessierten wiederum als „Gruppe“ aufzufassen. Sie zerfällt in jedem Fall in zwei größere Untergruppen: 1. die Beherberger und alle übrigen, welche irgendwelche Leistungen an die Fremden bereithalten, und 2. diese selbst.

Zu 1. Es genügt heute nicht, einfach von der Gruppe der Dorfbewohner als leistender Gruppe auszugehen. Sehen wir davon ab, daß keineswegs immer ein Dorf als örtliches Fremdenverkehrsziel in Betracht kommt, denken wir aber an das, was ein Dorf normalerweise ist⁴⁾ oder, genauer gesagt, war, bevor es Sommer- und Winterfrische, Standort für Sport aller Art und Schauplatz für typische Fremdenverkehrserscheinungen wurde. Wer kennt nicht Dörfer dieser Art? Wer weiß nicht, daß sich mit dem Fremdenverkehr Strukturwandlungen vollzogen haben, die manchen Wert dörflichen Lebens in Frage stellten? Die die in ihm einmal lebendige Hierarchie, eine auf angemessene, manchmal autarkienahe Arbeitsteilung und Tradition abgestellte Wirtschaftsverfassung verwischten? Die das Verhältnis der Dörfler unter sich beeinflussten, Machtverhältnisse änderten, nachbarliche Beziehungen störten, Berufe verschwinden, andere neu auftauchen ließen? — Der Romantiker mag vieles davon beklagen, der Soziologe wird bemüht sein, die Erscheinungen objektiv zu beurteilen und die zahlreichen Pluspunkte des Fremdenverkehrs zu würdigen. Ihm scheint die dörfliche Gruppe nur in verhältnismäßig wenigen extremen Fällen in ihrem Kern gestört worden zu sein, auf der anderen Seite hat sie Impulse zu gesteigerter Tätigkeit erfahren und muß eben nun zeigen, ob sie innerlich stark genug ist, um das Neue des Fremdenverkehrs in sich aufzunehmen, ohne das wirklich gute Alte preiszugeben. In ihrer Substanz braucht die Gruppe nicht unbedingt gefährdet sein. Gegen beliebige Zuwanderung kann sie sich abschirmen (hat es auch, und manchmal — den Ostflüchtlingen gegenüber — in eher übersteigertem Maße getan). Auch mag man fragen, ob Abwanderung arbeitsloser, vor allem jugendlicher Menschen nicht gefährlicher sei, denen der Fremdenverkehr, und manchmal er allein, Brot zu verschaffen vermag. Auch Industrialisierung des Dorfes würde dessen gruppenmäßige Eindeutigkeit eher noch mehr stören als es der Fremdenverkehr tut. All diese Fragen sind, oft von Dorf und Dorf verschieden, schwer unter einen gemeinsamen Nenner zu bringen. Die Soziologie (Soziographie) wird in vielen Fällen, zusammen mit der immer unentbehrlichen Statistik, die Unterlagen für dörfliche

⁴⁾ Zu vergleichen etwa des Verfassers Beitrag „Dorf und Stadt“ in den Abhandlungen des 14. Internationalen Soziologenkongresses, Rom 1950.

Sozial-, Bevölkerungs- und Wirtschaftspolitik sammeln, ihre Aufgabe ist es, typische Zustände als solche zu beschreiben und die allgemeinen Maßstäbe bereitzustellen, mittels derer historische und zeitgenössische Vergleiche erst beweiskräftig werden. Es ist hier nicht möglich, auf die innerhalb des Dorfes wesentlichen Gruppen als solche einzugehen; ob man nun an die ursprünglich vorhandenen oder an die durch den Fremdenverkehr neu geschaffenen oder umgebildeten Teilgruppen (z. B. Berufsgruppen) denkt.

Zu 2. Gegenüber der verhältnismäßigen Geschlossenheit der Anbietergruppen im Fremdenverkehr ist jene der Nachfragenden weit weniger übersichtlich, weit stärker gemischt und deshalb soziologisch — zumal bei beschränktem Raum — nicht leicht zu bestimmen. In jedem Fall halten wir an der uns nun schon geläufigen Auffassung fest, daß es sich bei dieser Gruppe um eine solche handelt, in der der homo ludens dominiert. Da es der spielerischen Neigungen ungezählte gibt und viele dieser Neigungen auch im Fremdenverkehr auf ihre Rechnung kommen, würde ein Katalog der homines ludentes zwar möglich sein, nicht aber dem systematischen Zweck, dem unsere Darstellung dient, gerecht werden. Innerhalb eines aufzustellenden Systems sollen doch gerade die, welche als Praktiker aus unmittelbarem Erleben zu dessen Auffüllung berufen sind, noch Arbeitsmöglichkeiten finden. Sehen wir deshalb davon ab, Gesichtspunkte, die bereits unser früherer Aufsatz in dieser Zeitschrift „Fremdenverkehr — soziologisch gesehen“ erwähnte, zu wiederholen. Es war darauf hingewiesen worden, wie sich berufliche, soziale, Bildungsgruppen der Fremden mit solchen am Fremdenverkehrsorte treffen, auseinandersetzen, sich gegenseitig kennen lernen, bereichern, jedenfalls durch Vergleich ihrer Situation gewinnen. Auch das in jenem Artikel etwas breiter dargestellte Gebiet der öffentlichen Meinung im Fremdenverkehr werden wir hier nicht mehr berühren. Beachtlich war vielleicht, was dort über das „Sichkreuzen sozialer Kreise“ (Simmel) im Fremdenverkehr verlautete, wobei „sozialer Kreis“ und „soziale Gruppe“ sich weitgehend decken. —

Dagegen soll von derjenigen Gruppe gesprochen werden, die als sogenannte „Klasse“, nicht nur größten Anteil an der einschlägigen soziologischen Literatur hat, sondern auch in der Praxis wichtig erscheint. Wer von „Klasse“ spricht, hat nun freilich keine beliebige Verfügung über dies Wort mehr. Es ist vor allem durch die Theorie von Karl Marx und die Praxis der Klassengegensätze festgelegt.

Wie stellt sich der Fremdenverkehr zur „Klasse“? Räumen wir ohne weiteres ein, daß sie und ihre Ideologie auch in der westlichen, sogenannten kapitalistischen Welt nicht beseitigt ist. Mindestens gibt es Rückstände aus älterer Zeit, die noch irgendwie an den Klassengegensatz gemahnen; und manches ist in einer Zeit, welche größte wirtschaftliche Erfolge mit nicht ganz gleichmäßigen sozialen auf ihr Konto bucht, neu hinzugekommen, was auf noch nicht beseitigte Unterschiede, ja Gegensätze und Kämpfe zwischen klassenmäßigen Gruppen schließen läßt. Im großen ganzen wird man nun sagen dürfen, daß der Fremdenverkehr zu solchen Auseinandersetzungen nicht nur nichts beiträgt, sondern weit eher als geeignet gelten muß, klassenausgleichend zu wirken.

Gibt es nicht aber noch — und vielleicht heute mehr als früher — einen Gegensatz der Geldbörsen, aus denen Fremde ihre Bedürfnisse (und manchmal mehr als nur „Bedürfnisse“) befriedigen? Und kommt dem nicht das Beherbergungsland weit entgegen, mit Staffelung der Preise, erlesenen Darbietungen in Hotels und Restaurants, kurz gesagt: mit der Bereitwilligkeit, dem, der mehr hat und anschafft, auch mehr abzunehmen? (Wobei allerdings die Preise für Speise und Trank oft weit weniger variieren als die Güte der Gaststätten.) Das sei alles zugegeben, dennoch aber wird von einer grundsätzlichen *Nivellierung* in den meisten Angelegenheiten des Fremdenverkehrs zu sprechen sein. Die *Masse* macht es — darauf kommen wir noch zu sprechen. Es gibt so hundertfältige Beispiele für den soziologischen Prozeß, der eben als „Nivellierung“ bezeichnet wurde, daß es fast unnötig scheint, auf ihn im einzelnen einzugehen. Aber es ist eine Nivellierung nach oben. War das Auto einmal Symbol für die „Klasse“ seiner Inhaber, so wissen wir, daß das heute durchaus nicht mehr zutrifft. Die erste Eisenbahn-„Klasse“ wird mehr und mehr aufgegeben, weil für sie nicht genug Nachfrage mehr besteht. In der Hotellerie sind die früheren Kennzeichen als 1., 2. oder darunter bleibende Klasse auch im Schwinden. Andere, weniger anspruchsvolle, aber das, was geboten wird, besser kennzeichnende Attribute sind im Vordringen. In den Herkunftsländern der Fremden aber haben sich auch manche Relikterscheinungen älterer — nicht immer besserer — Zeit verflüchtigt. Wir denken an die Vereinheitlichung der Beamtengesetze, des Arbeitsrechts, der Sozialversicherung und vieles andere mehr. Die Schicht des Mittelstandes — der nie eigentlich eine „Klasse“ war (obschon er in anderen Sprachen so bezeichnet wird) — hat sich in ungeahntem Maße verbreitert, einkommensmäßig gehören ihr heute sehr große und wachsende Teile des früheren sog. „Proletariats“ an. Vieles hat hierzu die „soziale Marktwirtschaft“ beigetragen. Gewiß, wir vergessen die großen Schichten, vor allem der Rentner aller Art, nicht, die einstweilen noch allzu wenig von den modernen Errungenschaften befruchtet worden sind. Immerhin werden ihre Probleme heute ernstlich gesehen.

Aber das Hauptverdienst an der Liquidierung des alten Klassenstandpunkts, der notwendigerweise eine kämpferische Atmosphäre geschaffen hatte, kommt einer Erscheinung zu, die wir in engstem Zusammenhang mit unserem Thema, dem Fremdenverkehr, finden, dem *Sport*. Nicht zum erstenmal stoßen wir auf ihn, aber nun treffen wir auf seine soziologisch wohl am meisten interessante Note. Wollen wir uns, statt ihn auf breiter Grundlage zu würdigen, des Augenscheins bedienen, den jeder, der den Blick nicht verschließt, selbst gewinnen wird.

Vielleicht ist der Sport, seiner Natur nach, das am meisten „demokratische“ Element, das man sich denken kann. Auch außerhalb des Fremdenverkehrs wirksam, gehört er doch diesem aus wahrer Wahlverwandtschaft zu. Hat er doch mit ihm gemein, daß beide, Fremdenverkehr und Sport, den Menschen als homo ludens ansprechen. Und wenn es zu Hause im allgemeinen nur die oft knappe Zeit ist, die für den Sport von der Berufsarbeit und den wirtschaftlichen Sorgen abgespaltet werden kann, so ist für den, der in der Fremde beides hinter sich läßt, keine Hemmung mehr gegeben, will

er sich sportlich ausleben. Meist hat er überdies den Fremdenverkehrsplatz eben unter dem Gesichtspunkt des Sports aufgesucht; und dieser Platz nützt die ihm so gegebene einmalige Gelegenheit, indem er Sportgelegenheiten, zu denen sein Raum an sich schon prädestiniert ist, erweitert und verbessert, da aber, wo solche räumliche Gunst noch nicht gegeben ist, sie durch Kunst schafft und erhält.

Die Olympiaspiele, die wir kürzlich wieder erlebten, zeigen in der Tat, daß fast alles Klassenmäßige und demgemäß auch alle Möglichkeit zu Klassenkämpfen aus dem großen Sport ausgeschlossen ist. Indem dieser selbst seine eigene, ausgesprochen kämpferische Note hat, überwand er den Klassenkampf. Jugend, die er trägt — die aber auch ihn trägt — ist ganz allgemein dem sportlichen Wettkampf mehr aufgeschlossen als dem Klassenkampf. Nur dies: wir sehen Russen und andere Angehörige von Oststaaten in der sportlichen Konkurrenz mit jenen des Westens nicht nur geduldet, sondern angerufen, mittätig, in vielen Fällen erleben wir sie als Sieger. Könnte man nicht beinahe zugespitzt sagen: Diese, aus Ländern mit sehr betont marxistischer Weltanschauung stammenden und in diese Länder zurückkehrenden Sportler demonstrieren, unbewußt natürlich, gegen Klassengegensatz und Klassenkampf? Ihre persönliche Leistung, nicht die eines Kollektivs, sicherte ihnen Goldmedaillen. Gewiß mögen sie nicht selten durch die öffentliche Meinung ihrer Heimatländer, die dem Sport erschlossen ist, bevorzugt werden; staatliche Förderung wird ihnen oft zuteil geworden sein, jedenfalls waren sie freigestellt von anderen Verpflichtungen. Dies Zugeständnis hindert uns aber nicht, die These: Sport gegen Klassenkampf auszusprechen. Mit dem Klassenkampf aber fällt auch die als „Klasse“ bezeichnete Gruppe, andere Gruppen treten an deren Stelle. Wenn internationale Solidarität überhaupt möglich ist — darüber haben wir nicht zu befinden —, dann ist der Weg über den internationalen Sport einer der leichtesten gangbaren. Er führt aber mit Notwendigkeit aus dem Ghetto einer sich nach außen abschließenden Heimat heraus, der Fremdenverkehr ist oft sein Pionier. Was wir über ein Nachbargebiet der Klasse, den „Stand“, sagen könnten, bleibt an Bedeutung gegenüber dem zuletzt Gesagten zurück. Daß aber ein Standesdünkel, wie er sich noch manchmal erhalten hat, keine Realität mehr bedeutet, darf unterstellt werden. Schon indem Berufsstände an die Stelle der früheren Geburtsstände getreten sind, sollte dies deutlich werden. Liebe zum Beruf und Treue gegen ihn bleiben davon unberührt. Wir trennen uns von dieser Problematik, die mehr der allgemeinen Sozialpolitik als einer Soziologie des Fremdenverkehrs angehört.

5. Massen

Die Statistik, die dem Leser dieser Zeitschrift vertrauter sein wird als die Soziologie, ist die primäre Wissenschaft von den Massen. Für sie sind Massen im allgemeinen abstrakte Gebilde; die Summe der Geborenen oder Verstorbenen eines Landes kann man sich nicht konkret, Fall an Fall gereiht, vorstellen. Mehr konkret wird der Soziologe die Masse meinen. Soweit ein Blick reicht und ein Ohr hört (gegebenenfalls künstlich verstärkt), wird

Masse in diesem Sinn unmittelbar deutlich. Darüber hinaus verliert sie sich allerdings auch für den Soziologen in abstrakte Ferne. Aber er wird versuchen, das, was er über weniger große, noch übersehbare Massen in Erfahrung gebracht hat, für die Beurteilung des Masseproblems als solchen zu verwerten.

Für den Fremdenverkehr kommen vor allem mäßig große, noch durchaus empirisch greifbare Massen in Frage. Nehmen wir Menschen, die, von der Bundesbahn verfrachtet, den erstrebten Zielen im Gebirge, am Meer oder sonstwo zusteuern. Es ist eine Masse, keine Gruppe! Denn von innerem Zusammenhang, von einer Einheit ist nicht die Rede, lediglich um summierte Einzelne handelt es sich, von denen jeder selbständig den Entschluß gefaßt hat, sich der Bahn anzuvertrauen, von denen viele auch verschiedene Abgangs- und Zielpunkte haben, die nichts anderes zeitweilig vereinigt als der Wunsch, irgendeinen ihnen erwünschten Punkt zu erreichen. (Wir lassen hier den Fall der Gesellschaftsreise unberücksichtigt). Von Gruppen würde man schon eher sprechen, wollten wir die, welche gemeinsam den Zug an einer Station verlassen, ins Auge fassen.

Welchen Zweck hat nun die Einführung des Massebegriffs in die Soziologie, wo doch die Statistik darüber mehr aussagen kann? Man könnte auf die so häufige Kooperation zwischen beiden Wissenschaften (Georg v. Mayr!) hinweisen, etwa darauf, daß die das Quantum, das Meßbare allein berücksichtigende Statistik es gerne hinnehmen wird, wenn der Soziologe auch das Quale, die Beschaffenheit, betrachtet. Für ihn gibt es aber auch arteigene Probleme der Masse, die ihm der Statistiker im allgemeinen bereitwillig überlassen wird. Es ist uns allen geläufig, daß der einzelne Mensch sich innerhalb einer Masse anders benimmt als da, wo er sich selbst überlassen bleibt. Im Fall der Panik hat man das festgestellt. Die Masse hat, immer soziologisch gesehen, wohl mehr gemein mit den Beziehungen und Verhältnissen, von denen wir früher sprachen, als mit der Gruppe. Auch die von einer Panik erfaßte Masse zeigt Einzelne am Werk, nicht sie ist es, die Schwächere zu Boden wirft und zertrampelt, sondern die stärkeren und rücksichtsloseren Individuen tun das. Von einer Gruppe wäre zu erwarten, daß sie — bzw. ihre Mitglieder — sich anders verhielte.

Fremdenverkehr ist auf Massen abgestellt. Schon in der Werbung kommt das zum Ausdruck, die sich an eine unbekannte (oder doch nicht genau bekannte), gewissermaßen anonyme Zahl von Menschen wendet. Gibt es wohl schon Statistiken darüber, wie sich Treffer und Nietten in der Fremdenverkehrswerbung zueinander verhalten? Sie wäre um so mehr aufschlußreich, wenn es gelänge, auch die Ursachen, aus denen Nietten und Treffer hervorgehen, kennen zu lernen. Die Anonymität der Masse verliert sich, wenn zwischen einzelnen Gastgebern und einzelnen Fremden Beziehungen, zuletzt Vertragsabschlüsse, entstehen. Für manche Fälle freilich bleibt die Masse bestehen. Etwa, wenn an einem größeren Fremdenverkehrsplatz außerhalb der Beherbergungsstätten Darbietungen geboten werden sollen.

Ein von der Literatur viel beachtetes Sonderproblem der Masse ist ihr Verhältnis (besser das Verhältnis der in ihr Zusammengeschlossenen) zu führenden Persönlichkeiten. Man spricht dann schlechthin von „Masse und

Führer“. Was hiermit gemeint ist, kann auch im Fremdenverkehr eine gewisse Rolle spielen.

Nun wird es meist nicht so liegen, daß die Masse ihren Führer wählt. Dazu fehlen ihr die Organe, die man eher bei der organisierten Gruppe voraussetzen wird. Vielleicht kommt man dem Sachverhalt näher, wenn man statt vom „Führer“ vom „Wortführer“ spricht. Daß das gesprochene Wort, weit mehr als das geschriebene oder gedruckte, die Menschen anspricht, zuerst Kontakte, dann Beziehungen und Verhältnisse, schließlich Gruppen schafft und so die Masse gliedert, können wir aus geschichtlichen Beispielen als gesichert annehmen. — Im Fremdenverkehr wird es sich nicht unähnlich verhalten. Jemand, der sich die Gaben dafür mit Recht oder Unrecht zutraut, ergreift in einer gegebenen Massensituation das Wort, um Wünsche oder Beschwerden vorzubringen, Vorschläge zu machen usw. Die beiden Geschlechter werden sich hierbei ungleich verhalten. Frauen und Mädchen werden zunächst innerhalb der Paar-Gruppe, von der wir sprachen, den Führerappell weiter geben, der in anderen Gruppen diskutiert und schließlich — manchmal, weil Besseres nicht sichtbar ist — befolgt wird. Manches liegt hier ähnlich wie in der Mode, zu welcher der Fremdenverkehr ja zahlreiche Beziehungen hat. Ist er doch selbst in gewissem Sinn Geschöpf der Mode, in diesem Fall einer begrüßenswerten und gut geleiteten Mode. Nicht von jeder wird man das sagen.

Wenig glücklich wird sich die Masse da ausnehmen, wo das, was sie charakterisiert: ihre zufällige Zusammensetzung, die Instinktlosigkeit (die wir freilich weniger in der Masse selbst als in den Menschen, aus denen sie sich zusammensetzt, sehen wollen) und die Disziplinlosigkeit (für die Gleiches gilt) Gefahren mit sich bringen kann. Sagen wir auf einer schwierigen Wanderung im Fels oder Eis. Man ging als Herdentier, das man war, den Fußstapfen oder Skispuren des Vormanns nach, der fälschlich als Führer angesehen wurde. Nicht wenig Unfälle sind so unterlaufen. Der Unterschied von „Masse“ und „Gruppe“ wird an diesem Fall deutlich. Sprechen wir noch kurz von der Masse in einem anderen Sinn. Daß der Fremdenverkehr sie nötig hat, wissen wir. Masse solcher, die während der oft kurzen Saison die ihnen dargebotenen Dienste in Anspruch nehmen. Masse aber auch solcher, welche, sei es eigener Erfahrung folgend, sei es durch geschickte Werbung veranlaßt, Jahr für Jahr denselben Penaten des Fremdenverkehrs zustreben. Im selben Sinn unterliegen einem „Gesetz der Masse“, über das F. v. Wieser geschrieben hat, das auch tatsächlich zu bestehen scheint, alle Einrichtungen, welche den Verkehr als Voraussetzung des Fremdenverkehrs frei machen. Ähnlich alle Beziehungen, die das Hotel oder den sonstigen Fremdenverkehrsinteressenten erst in die Lage versetzen, seine Dienste wirksam anbieten zu können. Wie viele Bestellungen müssen, oft aufs Geratewohl aufgegeben, wieviele sonstige Wirtschaftsbeziehungen angeknüpft werden, von denen gar manche ihren Zweck nicht erreichen werden. Hier ist es vor allem die Betriebswirtschaftslehre, welche, indem sie ihre eigne Vorstellung vom Meßbaren entwickelt, das Soll und Haben des Fremdenverkehrs klarlegt. Auch Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik beteiligen sich: der Beitrag des Fremdenverkehrs zur Aktivierung der Zahlungsbilanz schlägt hier

ein. Verfasser hat gewisse wirtschaftssoziologische Problem-Grenzgebiete zwischen Nationalökonomie und Soziologie in seinem früheren Beitrag in dieser Zeitschrift behandelt und möchte, um das Gegenwärtige nicht zu überladen, darauf verweisen dürfen.

6. Soziale Gebilde; Gemeinschaften; Quasi-Organismen

Eine wichtige Richtung innerhalb der Soziologie schlägt vor, den Nachdruck nicht so sehr auf substantivische, als auf verbale Redewendungen zu legen. Alsdann umgeht sie den Begriff der „Gesellschaft“, der immer Zweifel aufwirft, durch „Vergesellschaftung“ oder auch „Gesellung“. Ohne es ausdrücklich zu sagen, machten wir öfters von dieser Übung Gebrauch, etwa in den von „Kontakten“ und „Beziehungen“ handelnden Abschnitten. In der Tat können Mißverständnisse so eher vermieden werden. Solche Mißverständnisse entstehen etwa da, wo der eine von „Gesellschaft“, der andere von „Gemeinschaft“ spricht. Durch Tönnies, einen der Altmeister der deutschen Soziologie, ist allerdings das, worin beide Begriffe und die mit ihnen gemeinten Sachverhalte sich unterscheiden, herausgestellt worden. Tönnies hat die Gesellschaft mehr äußerlich, vom „Kürwillen“ erfüllt, die Gemeinschaft mehr innerlich, vom „Wesenswillen“ getragen, aufgefaßt (von der Terminologie, die er hierzu verwendet, muß freilich hier abgesehen werden, sie würde manchem Praktiker ein wenig künstlich erscheinen). Immerhin werden viele ihm zustimmen. Andere soziale Gebilde liegen noch mehr im Streit. Es hat sich in weiten Kreisen die Auffassung gebildet, als ob vieles, was in „socium“ vor sich geht, nach Analogie der organischen Naturwissenschaft konstruiert werden könne. „Organismen“, die diese in unendlichen Abwandlungen kennt, würde es demgemäß auch da geben, wo Menschen sich zu besonders engen und durch Innerlichkeit charakterisierten Gebilden zusammenfinden. Als da sind Volk (weniger Staat), Familie, Sippe u.a.m. Dieser vor allem von Othmar Spann — der freilich viele Vorläufer hat — behaupteten „organischen“ (besser: „organizistischen“) Soziologie trat L. v. Wiese entgegen, der die Beziehungen zu „Beziehungsgebilden“ weiterentwickelt, ohne für sie den Rang von Organismen in Anspruch zu nehmen.

Diesem theoretischen Streit entnehmen wir für unser Thema, den Fremdenverkehr, nicht allzuviel; immerhin durfte darauf nicht ganz vergessen werden, sollte etwas wie eine Systematik der auf Fremdenverkehr eingestellten Soziologie gegeben werden. Wir schließen durchaus nicht aus, daß Beziehungen zwischen Einheimischen und Fremden Wärmegrade erreichen können, die es nahelegen, von „organischen“ oder wenigstens „quasi-organischen“ Verhältnissen zu sprechen. Natürlich werden solche nicht das am ehesten noch organische Gebilde, die Familie, erreichen, die ja biologisch begründet ist. In der Mehrzahl der Fälle wird das Verhältnis zwischen den Fremdenverkehrsteilnehmern kühler bleiben, und das kann auch seine Vorzüge haben. Reibungen werden im allgemeinen weniger schwer wiegen, wenn sie sich in einer aus Geschäft und Wohlwollen gemischten Atmosphäre ergeben, als in einer solchen, welche allzufrüh auf Intimität Anspruch erhebt. Sind doch auch längst nicht alle Familien von echtem Familiensinn erfüllt, sind doch Nachbarverhältnisse, die man noch als Symbole

„organischer“ Gemeinsamkeit anführen könnte, weit davon entfernt, die Menschen sich immer wirklich nahe zu bringen. Es gibt, schon Luther betonte es, gute und böse Nachbarn.

Das dem Deutschen so gut liegende Wort „Gemütlichkeit“ braucht nicht überfordert zu werden. Bekanntlich soll sie dort aufhören, wo das Geld, das Geschäft beginnt. Dies ist aber so sehr die Grundlage des Fremdenverkehrs, daß ohne es, ohne eine solide Rechts- und Wirtschaftsgrundlage, auch keine Gemütlichkeit möglich ist. Wer sie haben will, muß bereit sein, für sie Opfer zu bringen. Daß diese Opfer angemessen sind, ist Voraussetzung.

Tradition, in deren Gefolge zwischenmenschlichen Beziehungen im Fremdenverkehr wenigstens eine Ahnung von Gemeinschaft gegeben sein kann, ist, wo immer möglich, hoch zu halten. Aber die Mehrzahl der zwischen Einheimischen und Fremden entstehenden Zusammenhänge ist ihrer Natur nach kurzfristiger Art. Wahrnehmungen, die wir heute (mehr noch beim ausländischen als beim deutschen Publikum) machen, scheinen darauf schließen zu lassen, daß die erwähnte Kurzfristigkeit eher zu- als abnimmt. Mit der zunehmenden Zahl der Fremden wächst nicht immer die der Übernachtungen. Der Amerikaner will auf seinem Europatrip so viel als möglich (d. h. oft, so wenig als möglich) sehen und erleben. Noch wird unser Fremdenverkehr nicht von Amerika her bestimmt, aber auf sehr vielen Gebieten hat sich diese Einstellung auch bereits durchgesetzt.

Eine weitere Möglichkeit, dem Fremdenverkehr eine „quasi-organische“ Note abzugewinnen, liegt im Beitrag, den er zur Volkswirtschaft beisteuert. Man sagt etwa, er sei deren organisches Glied und setzt dabei voraus, daß die Volkswirtschaft selbst als ein organisches Ganzes betrachtet wird. Sind solche Auffassungen nur als Abkürzungen gemeint, dazu bestimmt, in anschaulicher Weise Zusammenhänge, die beobachtet werden und unter allen Umständen beachtbar sind, zu präzisieren, so besteht dagegen selbstverständlich kein Bedenken. Will man aber mehr damit sagen und tatsächlich das Wirtschaftliche „organistisch“ begreifen, dann ist mindestens Vorsicht zu üben. Eine Volkswirtschaft kann sich ja gewiß zu einem Grad entwickeln, der einer solchen Auffassung Rechnung zu tragen scheint: Worte wie Vollbeschäftigung und Produktivität liegen in dieser Richtung, lassen freilich auch, indem sie nicht immer mit einander übereinstimmen, Zweifel entstehen. Wie viele Volkswirtschaften bleiben aber — ähnlich wie es Familien oder Nachbarschaften tun — unendlich weit hinter solchen Höchstleistungen zurück. Will man nun dem Fremdenverkehr eines Landes einen „organischen“ Anteil an dessen Volkswirtschaft zuerkennen, dann wird man oft das Richtige meinen, ohne ihm stets den richtigen Namen zu geben. Sehr viele Gesichtspunkte würde es hier zu berücksichtigen geben: so die Preisentwicklung im Inland, so dessen Arbeitskapazität u. a. m. Es wird auch einen großen Unterschied bedingen, ob ein Fremdenverkehr im wesentlichen aus eigenem Leben kann, d. h. nur die zu Hause vorhandenen Kräfte und Möglichkeiten zu entwickeln braucht, oder ob, damit er gedeihe, große, die Handelsbilanz im voraus belastende Einfuhren und die Bevölkerungsbilanz beeindruckende Einwanderungen von Arbeitskräften erforderlich sind. Sollte sich der europäische Rahmen weiter spannen und mit gediegenem Inhalt füllen, dann

würden manche der hierher gehörigen Fragen leichter beantwortet werden. Der Fremdenverkehr ist ja so recht eine europäische Angelegenheit. Er hat wohl manche grundsätzliche Gegner, mehr noch Freunde, die nicht vorbehaltlos in jedes Lob, das ihm heute ganz überwiegend zuteil wird, einstimmen. Dies Lob hat andere Motive da, wo — wie in Tirol und allgemein in Österreich — die natürlichen Voraussetzungen für den Fremdenverkehr überaus günstig sind und dieser eine lebensnotwendige Funktion übt, andere da, wo, wie in Westdeutschland, der Fremdenverkehr bei all seiner Bedeutung mehr einen akzessorischen Charakter hat, wo aber eben deshalb sein Einfluß auf Preise und Arbeitskapazität in überseh- und kontrollierbaren Grenzen bleibt. In diesem Zusammenhang sei auch auf das älteste Fremdenverkehrsland, die Schweiz, verwiesen. Dort überschätzt man den blühenden Fremdenverkehr in Hinblick auf seinen Beitrag zur Zahlungsbilanz und allgemein zur Volkswirtschaft dennoch nicht. Seine Bedeutung bleibt wohl hinter Aus- und Einfuhr und industrieller Leistung zurück und die schweizer Landwirtschaft bleibt stets im Vordergrund. Kein Schweizer wird die Landwirtschaft etwa nur vom Fremdenverkehrsstandpunkt aus betrachten, ihre sozialen, kulturellen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen zu erhalten sind schon viele Opfer gebracht worden. Wohl ist man bereit, „Töchter“ und „Jünglinge“ zumal aus dem benachbarten Österreich an sich zu ziehen, und solche werden gewiß auch für den heimischen Fremdenverkehr eingesetzt, daneben aber scheint es, daß man sich die nötigen Arbeitsreserven für die eigne Landwirtschaft und Hauswirtschaft sichern will.

Wir beschließen diese Ausführungen, die manchem Leser schon zu weit abliegend erscheinen mögen. Ist diesem ein wenig Vorsicht gegenüber allzuefrühen und allzusehr verallgemeinernden Ausdrücken wie „Gemeinschaft“ und „Organismus“ nahegelegt worden, so ist der Zweck erreicht und die Systematik einer Soziologie des Fremdenverkehrs weist eine Lücke weniger auf. Den Bestrebungen, aus dem Fremdenverkehr das Mögliche herauszuholen und ihm ein Maximum von Tatkraft und gutem Willen zu widmen, soll durch theoretische Überlegungen überhaupt nicht entgegengewirkt werden. Im Gegenteil!