Dokumentation zum Workshop

Fairness zeigen!

Reisediashows als Mittler für sozialverträglichen Tourismus

im Rahmen der Vortragsbörse der Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V. 25. April 2008 Braunfels



Dokumentation zum Workshop

Fairness zeigen!

Reisediashows als Mittler für sozialverträglichen Tourismus

im Rahmen der Vortragsbörse der Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V. 25. April 2008 Braunfels





© Silke Krause

6 Inhalt

3 Vorwort

Silke Krause

12 **Zur Einführung: Das Medium "Reisediashows"** Silke Krause

Teil 1 - Tourismus

24 Sozialverträgliches Reisen

Ina Kubitza

32 Reisen – Fernweh – Fremde erleben

Ina Kubitza

Teil 2 - Reisediashows

38 Abenteuer – Reisende – Erzähler

Ramona Ritter-Weilguni

48 Sozialverträglicher Tourismus beginnt mit der

Sprache

Dr. Kundri Böhmer-Bauer

60 Reisen als Form der Auseinandersetzung mit

anderen Lebensverhältnissen

Jürgen Pöhlitz

68 Reisediashows als Medium für soziale und

 $umwelt relevante\ Themen-geht\ das?$

Markus Mauthe

Fairness zeig	igen!	7 8	Fairness zeigen!

76	Multimedia-Reportagen und Spendenreisen
----	---

Dr. Dirk Rohrbach

80 Bilder, Musik, Stimme

Volker Rapp

Teil 3 - Anhang

92 Präsentation "Fairness zeigen! Fotografie als Medium für sozialverträglichen Tourismus"

Astrid Winkler

100 Quo Vadis? Diskussionsergebnisse des Workshops auf der GBV-Vortragsbörse 2008

Silke Krause

- 103 Über GATE e.V.
- 104 Über respect
- 105 Die Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V.

Markus Mauthe und Michael Martin

- 108 Autorenübersicht
- 115 **Impressum**

Vorwort

Reisediashows sind im deutschsprachigen Raum eine weit verbreitete Möglichkeit, eigene Reiseerfahrungen öffentlich zu präsentieren. Aufgrund der großen Beliebtheit der Vorträge – oft werden Säle mit mehreren Hundert Zuschauern gefüllt – darf die Breitenwirksamkeit der präsentierten Inhalte nicht unterschätzt werden. Die Vortragenden sind für die Zuschauer aufgrund ihrer Erfahrungen besonders glaubwürdig; sie gelten als Experten und verfügen über eine stark meinungsbildende Funktion für das Publikum.

Die Organisation GATE – Netzwerk, Tourismus, Kultur e.V., Veranstalter und Herausgeber dieser Publikation, und deren Kooperationspartner respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung nahmen dieses Thema auf, um die Vortragenden und auch die Veranstalter von Reisediashows zu sensibilisieren und zu erreichen, dass diese ihre Verantwortung zukünftig verstärkt erkennen und nutzen.



An einer Hauswand in Berlin | © Silke Krause

Neben schönen Fotos, untermalt mit Musik und Erzählungen von abenteuerlichen Reisen, sollen auch kritische Themen im Sinne der

Nachhaltigkeit im Rahmen von Reisediashows angesprochen werden, um auf ökologische, ökonomische und sozio-kulturelle Probleme in den bereisten Ländern hinzuweisen. Da ein großer Teil der Zuschauer den Besuch von Reisediashows auch zur eigenen Urlaubsplanung nutzt, ist ein besonderer Schwerpunkt auf nachhaltigen Tourismus naheliegend.



Formentor, Mallorca | © Silke Krause

Besonders im Bereich der Fotografie gibt es in sozio-kultureller Hinsicht eine Vielzahl von Fettnäpfchen, in die der Reisende stapfen kann. Es ist wichtig, sich den respektvollen Umgang mit der besuchten Kultur zu Eigen zu machen und zu thematisieren. Aufgrund dessen haben wir hier den Schwerpunkt für einen Workshop gelegt, der im Rahmen der 15. Internationalen Vortragsbörse für Diareferenten und Vortragsveranstalter stattfand, die von der Gesellschaft für Bild und Vortrag (GBV) e.V. veranstaltet wird. Die Präsentation des Workshops von Astrid Winkler ist im Anhang dieser Publikation veröffentlicht.

Innerhalb dieser Broschüre kommen sowohl Vertreter aus dem Touris-

musbereich als auch Vortragsreferenten zu Wort. So werden einleitend sozialverträglicher Tourismus, die Fremde und das Abenteuer thematisiert, woraufhin – hauptsächlich in Form von Praxisbeispielen – Möglichkeiten vorgestellt werden, wie und inwieweit Nachhaltigkeit und sozialverträglicher Tourismus innerhalb von Reisediashows angesprochen werden können.

So vielfältig der Hintergrund der Autoren ist, so unterschiedlich und kontrovers sind auch die Artikel. Diese Diversität zeigt sich auch auf unterschiedlichen Ebenen in der Sprache, die GATE als Herausgeber unverändert belassen hat, da diese einen bedeutenden Teil des zur Diskussion gestellten Themas darstellt. Bezüglich der Gender-Schreibweise verwendet ein Großteil der Autoren aufgrund der angenehmeren Lesbarkeit die männliche Schreibweise, wobei selbstverständlich die Frauen gleichermaßen gemeint und angesprochen sind.

Ich wünsche mir, dass diese Publikation mit ihren verschiedenen Ansätzen eine weiterführende Diskussion und einen interdisziplinären Austausch entfacht. Denn einiges wird bereits getan – nichtsdestotrotz bleibt noch viel Handlungsbedarf.

An dieser Stelle möchte ich im Namen von GATE allen Unterstützern dieses Projektes herzlich danken: So haben der Evangelische Entwicklungsdienst (EED), das Unternehmen Globetrotter Ausrüstung und die Gesellschaft für Bild und Vortrag (GBV) e.V. dieses Projekt finanziell gefördert und damit erst ermöglicht.

Silke Krause

Projektleiterin Mitglied des Vorstands von GATE – Netzwerk, Tourismus, Kultur e.V.

12 Fairness zeigen!

Zur Einführung: Das Medium "Reisediashows"

Silke Krause | Ethnologin - GATE e.V.

Eine Broschüre zu Reisediashows¹ wirft die Frage auf, was dieses Medium eigentlich ausmacht: In welchem Rahmen finden Reisediashows statt, und wer geht warum dorthin? Bevor innerhalb der nachfolgenden Artikel vor allem inhaltliche Einzelaspekte diskutiert werden, soll an dieser Stelle kurz der allgemeine Rahmen von Reisediashows in Form einer Bestandsaufnahme skizziert werden. Dabei stütze ich mich auf zwei Diplomarbeiten, die dieses Thema aus ethnologischer Perspektive behandeln. So analysiert Matthias Haydn in seiner Arbeit "Bilderwelten - Weltbilder. Eine Untersuchung öffentlicher Reisediavorträge an der Universität Wien" von 1998 in eher quantitativer Weise die Inhalte und Kernaspekte der Diashows, während Ramona Ritter-Weilguni innerhalb ihrer Diplomarbeit "Abenteuer – Multivision – Narration. Die rezente Lebenswelt professioneller Reise-Diareferenten. Eine ethnologische Untersuchung" von 2004 ihre persönlichen, als Assistentin eines Vortragenden erworbenen Erfahrungen bei der Erstellung einer Diashow von der Reise bis zur Vorführung beschreibt und einfließen lässt. Zudem behandelt sie über die Universität Wien hinaus die gesamte, deutschsprachige Szene.

Hier soll auf die laufende Grundsatzdiskussion "Dia oder Beamer?" verzichtet werden. Die thematisierten Diashows beinhalten auch Shows, die digitale Bilder projizieren.

Inhalte

"In öffentlichen Diavorträgen übernimmt der Vortragende die Rolle eines Fremdenführers. Solche werden benötigt, damit sie die Fremde erklären. Sie stellen aber auch eine Art Beschützer dar. Denn jemand, der von etwas Bescheid weiß, kann sich kaum in Gefahr bringen" (Haydn 1998: 44).

Zu den inhaltlichen Prioritäten hat Matthias Haydn 13 Vortragende an der Universität Wien befragt (1998: 37f.).

Beliebte Themen:

- landschaftliche Schönheit (alle)
- Vorstellung der Menschen eines Landes (12 x genannt)
- Reise nachempfindbar machen (¾)
- unterhaltsamen Abend bieten (3/4)
- kulturelle Leistungen eines Gebietes (1/3)
- Tiere und Pflanzen (1/3)

Als höchst relevantes Thema für Diashows muss das Abenteuer hinzugefügt werden, dem an späterer Stelle dieser Broschüre noch ein Artikel gewidmet ist:

"Wir leben von den Träumen, die sich das Publikum macht. Wir sind die Stellvertreter und nehmen die Abenteuer für sie wahr, die sie selbst nie machen werden" (Vororth, zitiert in Haydn 1998: 28).

Unbeliebte Themen (persönliche Stellungnahme notwendig):

- historische Entwicklungen (wichtig f
 ür zwei Vortragende)
- politische Situation (wichtig f
 ür zwei Vortragende)
- Gefahren und Chancen des Tourismus (wichtig für zwei Vortragende)
- Armut
- Vorstellen des bereisten Gebietes als mögliches touristisches Zielgebiet (negative Beurteilung des Tourismus)

Auch wenn die Menschen eines Landes von den Vortragenden als wichtiges Thema genannt wurden, spielen diese in der Praxis häufig eine sehr geringe Rolle, was aber auch vom Reisegebiet abhängig ist:

"Je entfernter, bzw. je schwerer erreichbar ein Reisegebiet ist, desto mehr stehen die Menschen dieses bereisten Gebietes im Vordergrund" (Haydn 1998: 63).

Unterstützt werden die Texte und fotografischen Inhalte von Diashows meist durch Musik und Geräusche, um das Reisegebiet auch akustisch erlebbar zu machen und um Emotionen beim Besucher zu wecken. Insofern erklärt sich auch der in dieser Broschüre verwendete Begriff der "Reisediashows" im Gegensatz zu "Reisediavorträgen": Der Unterhaltungscharakter steht bei professionellen Diashows im Mittelpunkt, während andere Diavorträge den Informationsgewinn über die bereisten Gebiete in den Vordergrund stellen oder Diavorträge als Möglichkeit genutzt werden, Kunden für einen Reiseveranstalter zu gewinnen. In letzterem Fall wird der Inhalt ergänzt durch Angaben zum Reisestil, den bisherigen Gruppen (Zusammensetzung, Alter, Interessen) und zu organisatorischen und praktischen Fragen einer Reise. Bei Diavorträgen, die von Reiseveranstaltern organisiert werden, zeigt sich der direkte Zusammenhang zum Tourismus am deutlichsten.

Insgesamt richten sich die Themen notwendigerweise nach der Nachfrage, und diese verändert sich je nach politischen Gegebenheiten und dem Reisetrend – gut "bereisbare" Gebiete sind am Markt erfolgreicher. Die Reiseinformation ist für die Besucher auch bei professionellen Shows ein wichtiger Aspekt, denn ein Großteil der Zuschauer möchte das vorgestellte Gebiet einmal selbst besuchen – hier ergibt sich eine Diskrepanz zwischen den Wünschen der Vortragenden, die Tourismus nicht gern ansprechen, und denen der Besucher. Nach Haydn wird die konkrete Reiseinformation deshalb

durch die Vermittlung von "Faszination" ersetzt. (Ritter-Weilguni 2004: 106; Haydn 1998: 24, 29, 38)

Unterstützt wird die Vermittlung der Inhalte durch eine ausgeklügelte Bild- und Tontechnik, der Multivision, die aus dem Zusammenspiel von fantastischen Bildern auf Riesenleinwänden, der Hintergrundmusik und den Erzählungen des Vortragenden – oft live vor dem Publikum – eine Performance bilden.

Ritter-Weilguni (2004: 93, 103ff.) teilt die Diashows in Kategorien ein, die in Mischformen auftauchen und jeweils ein unterschiedliches Publikum ansprechen:

- Abenteuer (persönliche Reise als Thema; individuelle Reiseform; Präsenz des Produzenten)
- Reise
- Themen
- Länder/Städte (inklusive touristischer Sehenswürdigkeiten eher bei Amateuren anzutreffen)

Präsentationsform:

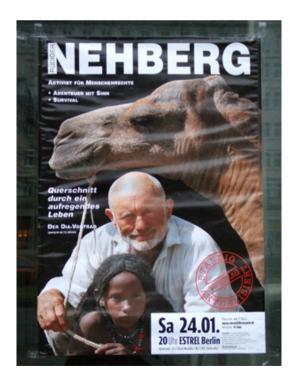
- Portrait
- * Reportage (kompetente Informationen, für Laien verständlich aufbereitet in Anlehnung an Fernsehdokumentationen)
- persönliche Geschichte

Vortragende

Grundsätzlich sollen hier die professionellen Diashowreferenten, die mit den Vorträgen ihren Lebensunterhalt verdienen und bisweilen große Säle mit mehreren Hundert Zuschauern füllen, von den Tourismusexperten wie Reiseleitern unterschieden werden, die als "Amateure" nur gelegentlich ihre Reisen in Form von Vorträgen vorstellen.

Die Vortragenden sind fast ausschließlich Männer. Sie bereisen das vorgestellte Gebiet meist ca. 6-8 Wochen, wobei diese Dauer zum Teil auch auf drei Wochen verkürzt oder auf mehrere Monate verlängert wird – was dann auch werbewirksam kommunizierbar ist. Der berufliche Hintergrund von Diashowreferenten ist sehr unterschiedlich; Ritter-Weilguni bezeichnet sie zusammenfassend als "Berufstouristen" (Ritter-Weilguni 2004: 100, 103ff.).

Der Vortragende an sich ist für einige Besucher ein entscheidendes Kriterium für den Besuch von Diashows (Haydn 1998: 28) – so wirbt Rüdiger Nehberg auf seinem aktuellen Plakat mit seinem Namen und nicht mit einem Thema oder einer Region. Hier steht die abenteuerliche Vita an sich im Vordergrund.



Berlin | © Silke Krause

Reisediashows bilden eine saisonale Branche, die sich etwa von Ende September bis Ende April erstreckt. Neben Selbstveranstaltern – den Vortragsreferenten – buchen auch Fremdveranstalter die Shows und zeigen diese in Sälen der Universitäten, auf Open Air-Events, auf speziellen Festivals oder beispielsweise in der örtlichen Volkshochschule. In Wien ist das Auditorium Maximum der Universität der hauptsächliche Veranstaltungsort, so dass anzunehmen ist, dass das Gefühl der Wissenschaftlichkeit der Vorträge ein wichtiger Besuchsgrund ist (Ritter-Weilguni 2004: 136f.; ein weiteres Beispiel hierfür ist die Urania in Berlin). Damit mag auch der Expertenstatus einhergehen, der Vortragsreferenten vom Publikum zugestanden wird und auf dessen Verantwortung diese Broschüre explizit hinweist.



Hamburg | © Silke Krause

Publikum

Das Publikum von Diashows ist sehr gemischt; nach Haydn (1998: 26) besuchen Menschen jeden Alters und Geschlechts die Shows. Haydn verneint die Vermutung, dass die Reisediashows aus finanziellen Gründen als Ersatz für eigene Reisen dient, da es eher so scheint, als kämen die Besucher aus "geordneten Verhältnissen". Diesen Eindruck kann ich aus eigenen Beobachtungen bestätigen, allerdings fehlt hier eine wissenschaftliche Datenbasis.

Marketing

Wer kennt sie nicht, die Ankündigungsplakate von Diashows, die an Hauswänden, Bauzäunen etc. plakatiert und im Stadtbild präsent sind? Diese sind noch immer die wichtigste Informationsquelle für potentielle Besucher. Die Fotos locken mit bereits beim Besucher verankerten Bildern. Eine weitere Möglichkeit ist besonders in eher unbekannten Gebieten die Produktion einer Gegenwelt, z.B. über die Darstellung der lokalen Bevölkerung im Stil "Arm aber glücklich" (Haydn 1998: 41f.).

Durch die Auswahl der Sponsoren, die besonders die Plakate mitfinanzieren und die häufig aus der Tourismuswirtschaft kommen, zeigt sich der Zusammenhang zwischen Diashows und Tourismus, wobei aber nach Ritter-Weilguni (2004: 5) noch ein Großteil der Tourismusindustrie die multiplikatorische Wirkung von Reisediashows als Werbeträger ignoriert.

Innerhalb der Szene werden die Möglichkeiten weiterer Werbemedien von Vortragenden kaum genutzt (Ritter-Weilguni 2004: 148 f.)

Nach dieser knappen Übersicht soll abschließend ein persönlicher Bericht diese thematische Einführung ergänzen. Im Winter 2006/2007 haben Studentinnen und Studenten für respect etwa zehn Reisediavorträge besucht und ihre Eindrücke zusammengefasst:

"Die Reiseroute bildet den roten Faden, der sich durch die gesamte Präsentation zieht. Immer wieder werden Landkarten zur Orientierung eingeblendet. Überraschend ist dabei meistens, welche großen Distanzen in verhältnismäßig kurzer Zeit zurückgelegt werden. Es wird vermittelt, dass es möglich ist, ein Land innerhalb von drei Wochen kennen zu lernen. Die tatsächlichen Informationen beschränken sich hauptsächlich auf Landschaft und Tiere, manchmal auch auf Architektur. Die Kultur des jeweiligen Landes wird häufig auf Folklore reduziert. Schmuck, Tanz und Musik stehen dabei im Vordergrund – diese Talente "liegen den Einheimischen im Blut".

Tipps zur Reisedestination betreffen häufig Aussagen über jene Orte, an denen die größten Sensationen und die wenigsten Touristen (!) angetroffen werden können. Je unberührter und je "ursprünglicher" die Menschen sind, die dort leben, umso besser. Man fühlt sich dann wie ein Entdecker und freut sich über die als naiv dargestellte Gastfreundschaft der Einheimischen – sie haben ja noch keine schlechten Erfahrungen mit Touristen gemacht. Zu diesen "schlechten" Touristen zählt der Vortragende sich und die Zuseher natürlich nicht. Idealerweise mietet man sich einen "edlen Wilden" als Reiseführer, der einem dann exklusiv die besten und noch geheimen Plätze zeigt. Ziel ist es, jene Plätze zu finden, die noch nicht vom Massentourismus belagert werden. Das Phänomen Massentourismus als solches wird jedoch nicht hinterfragt.

Häufig kommt es dazu, dass man sich über bestimmte Gegebenheiten amüsiert. Gelacht wird über Probleme der Reisenden mit dem Klima, dem Essen und dem Lebensstandard (Hygiene/Infrastruktur). Häufig finden sich auch Bilder von technischen Geräten, wie Fernsehern in einer fremden Umgebung. Es führt zu Gelächter, wenn z.B. eine Gruppe von Menschen in einer verfallenen Hütte fernsieht, oder wenn ein Kind bei der Feldarbeit aus einer Coladose trinkt. DIE immer wiederkehrenden Standardbilder jeder Diashow sind überladene

Kleinbusse, die bereits auf den Felgen fahren oder ein Panne haben.

Alles ist beschwerlich, aber die Einheimischen sind trotzdem glücklich. Man sieht lachende Kinder in verschmutzter und schlechter Kleidung. Sogar hungernde Kinder lachen in die Kamera – am Rande wird angemerkt, dass sie dafür einen Dollar verlangt haben. Mitleid ist die Reaktion der Zuseher. Teilweise wird die Armut auch romantisiert. Die strukturellen Probleme oder gar der Einfluss der Touristen auf diese Situation bleiben meist unerwähnt. Wenn Probleme thematisiert werden, dann in Form von statistischen Angaben, wie Analphabetisierungsraten, Lebenserwartung und Kindersterblichkeit.

Besonders auf den **Plakaten** wird sehr stark mit Klischeebildern gearbeitet. So steht bspw. der Buschmann für ein ganzes Land. Die Titel der jeweiligen Diashows lassen häufig auf die Art der Präsentation schließen. In der jeweiligen Formulierung stehen meist die Reisenden als Konsumenten im Vordergrund. Einige Beispiele, die verdeutlichen, dass meistens der Fokus auf dem Abenteuer der Reisenden und weniger auf der sensiblen Betrachtung von Land und Bevölkerung liegt::

"Mit dem Rad von ... nach ..."

"Am Ende der Welt"

"Die erste ... Durchquerung"

"Safari"

"Abenteuer Seidenstraße"

"Alaska – 10 Huskys und ich"

"Abgefahren – 16 Jahre Weltreise"

"Traumstraße Australiens"

"Indien – ein Jahr durch eine fremde Welt"

"Mit dem Pinzi durch Rumänien"

"Faszination Wüste"

"Mit dem Rad nach China"

Fairness zeigen! 21

Vermittelt wird das Abenteuer. Dieses verlangt großen Mut, in der Vorstellung der Zuseher selbst ist so eine Reise kaum durchführbar."

Literatur

Haydn, Matthias (1998): Bilderwelten – Weltbilder. Eine Untersuchung öffentlicher Reisediavorträge an der Universität Wien. Diplomarbeit, Wien.

Ritter-Weilguni, Ramona (2004): Abenteuer – Multivision – Narration. Die rezente Lebenswelt professioneller Reise-Diareferenten. Eine ethnologische Untersuchung. Diplomarbeit, Wien.

22 Das Medium "Reisediashows"

Teil 1



Initiationsplatz in Songho, Dogonland (Mali) | © Silke Krause

Tourismus –

Sozialverträgliches Reisen

Ina Kubitza | Ethnologin – GATE e.V.

24

Der Tourismus ist einer der am stärksten wachsenden Wirtschaftszweige weltweit. Tourismus ist vor allem eine Erscheinung der westlichen Industrieländer. Die Masse der Urlauber sucht in den schönsten Wochen des Jahres Entspannung und Erlebnisse, die im Alltag oft zu kurz kommen. Dabei geht der Trend zu immer häufigeren, immer kürzeren und immer weiteren Reisen, wobei auch der Luxus nicht fehlen darf. Die Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft nehmen entsprechend zu. Schon in den 1970er Jahren wurden erste Stimmen laut, die auf die verheerenden Auswirkungen des Massentourismus aufmerksam machten. Die ökologischen Schäden durch den Bau von riesigen Hotelanlagen, Wasserknappheit und Müllberge waren kaum noch zu ignorieren. Krippendorf bezeichnete den Tourismus angesichts der ökologischen Folgen des Wintertourismus in den Alpen als "Landschaftsfresser". Jungk machte in den 1980er Jahren seine Idee des "Sanften Reisens" populär. In der weiteren Entwicklung gab es immer mehr Arbeitsgruppen, die sich mit den negativen Folgen der touristischen Erschließung befassten und nach Alternativen suchten. Sie alle machten deutlich, dass der Tourismus keine "weiße Industrie" ist, wie gern von den Reiseveranstaltern behauptet wurde. In Bezug auf die Entwicklungsländer wurde Tourismus als eine moderne Form des Imperialismus bezeichnet. Doch die Forderung nach dem völligen Verzicht auf Urlaubsreisen und den Ferien auf Balkonien verhallten ohne große Beachtung und sind auch nicht realistisch. Hans Magnus Enzensberger hebt hervor, dass der moderne Tourismus einen ähnlichen Prozess wie die Industrialisierung durchläuft und eben den gleichen Kennzeichen der Normung, Montage und Serienfertigung unterworfen ist. Diesem Prozess der Vereinheitlichung stehen andere globale Bemühungen zur Erhaltung

der Vielfalt auf unserem Planeten gegenüber. Als Beispiel sollen hier die UN-Konventionen über die biologische und kulturelle Vielfalt angeführt sein.

In den 1990er Jahren rückte dann auch die Situation der Menschen in den bereisten Gebieten in den Vordergrund, was sich auch auf der Konferenz der UNO für Umwelt und Entwicklung 1992 und in der Agenda 21 niederschlug. Die Forderung nach sozialverträglichen Formen des Tourismus ist ein Teilaspekt von nachhaltiger Entwicklung im Allgemeinen. Der Begriff der Nachhaltigkeit ist heute in aller Munde und fehlt in keinem Bericht und keiner Erklärung von offiziellen Stellen. Die Idee einer nachhaltigen Entwicklung wurde zum ersten Mal explizit im Bericht der UN-Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (UNCED) im Jahr 1987 erwähnt. Danach ist eine Entwicklung dann nachhaltig, wenn sie die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt, ohne die Möglichkeiten der künftigen Generationen einzuschränken. Das bedeutet zum einen, sparsam mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen, und zum anderen keine unumkehrbaren Tatsachen zu schaffen. Die Grundidee bestand also darin, viele Zukünfte offen zu halten. Die World Tourism Organization (UNWTO) konkretisierte diese Idee in Bezug auf den Tourismus und definiert Tourismus als nachhaltig, wenn die Ressourcen so genutzt werden, dass ökonomische, soziale und ästhetische Bedürfnisse befriedigt und gleichzeitig kulturelle Integrität, wesentliche ökologische Prozesse, die biologische Artenvielfalt und lebenswichtige Systeme erhalten bleiben.

Nachhaltige Entwicklung beruht auf drei Säulen: sie ist langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich machbar und sozial gerecht. Doch was im Einzelnen darunter zu verstehen ist, müssen die betroffenen Menschen vor Ort selbst entscheiden. In der Diskussion um Nachhaltigkeit geht es um bestimmte Werte und deren Bedeutung in einer Region in einer bestimmten Situation. Diese Werte können nicht allein nach wissenschaftlichen Kriterien festgelegt werden. Es handelt sich

vielmehr um normative Entscheidungen der jeweiligen Individuen oder Gruppen. Deshalb ist es müßig, einen festen Kriterienkatalog aufstellen zu wollen, nach dem der Grad von Nachhaltigkeit eindeutig bewertet werden kann. Besonders für kulturelle Aspekte lassen sich keine "objektiven" Zielindikatoren festlegen. Vielmehr muss Nachhaltigkeit als ein dynamischer Aushandlungsprozess verstanden werden.

Eine einseitige Betrachtung der negativen Folgen beruht auf nicht pauschal haltbaren Annahmen, wie z.B. der romantischen Vorstellung von isolierten, homogenen Gemeinschaften. Vielfach wird der Verlust der kulturellen Identität beklagt. Ursprünglich intakte Gesellschaften würden durch den Tourismus bedroht und gewachsene soziale und kulturelle Strukturen zerstört. Die zur Schau gestellte Kultur verkomme zur leeren Folklore. Hier ist anzumerken, dass es wohl kaum je eine Gesellschaft gegeben hat, die völlig isoliert von ihren Nachbarn und äußeren Einflüssen war. Und in einer Gemeinschaft gibt es auch immer Spannungen. Diese können sich natürlich durch die touristische Entwicklung verschärfen. Doch ist wohl niemals der Tourismus allein Ursache dieser Konflikte. Bei der Aufzählung der negativen Folgen des Tourismus wird auch oft übersehen, dass die globalen Medien einen weit größeren Einfluss auf den Kulturwandel in vielen Regionen der Erde haben als der Tourismus. Die Bilder aus der westlichen Welt wecken in fernen Ländern die Sehnsucht nach der Ferne, in ihrem Fall eben die westlichen Länder.

Der Tourismus kann aber auch positive Wirkungen haben. Hier spielt natürlich in erster Linie die wirtschaftliche Bedeutung eine Rolle. Durch den Tourismus entstehen direkt und indirekt neue Arbeitsplätze. Er übernimmt auch eine wichtige Funktion als Devisenbringer. Um aber wirklich eine positive Entwicklung für die einheimische Bevölkerung zu bringen, muss diese in die Planung mit einbezogen und an der Wirtschaft beteiligt werden. Neben dem wirtschaftlichen Gewinn kommt es auch oft zu einer (Wieder-)Belebung der eigenen Kultur. Die

Wertschätzung durch andere, in diesem Fall der Touristen, fördert das Selbstbewusstsein und die Auseinandersetzung mit den fremden Touristen stärkt das Gefühl der eigenen Identität.

Ob die Menschen die Folgen des Tourismus als positiv oder negativ erleben, entzieht sich einer pauschalen Beurteilung. Eine Analyse muss die Vielschichtigkeit berücksichtigen und dabei die verschiedenen Sichtweisen aller Beteiligten aufzeigen. Dazu bedarf es einer aufmerksamen und detaillierten Betrachtung der konkreten Situation vor Ort. Deshalb ist das Anliegen nicht eine Kritik am Tourismus an sich. Eine Möglichkeit, die negativen Auswirkungen des Tourismus zu mildern oder zu kompensieren, ist das Angebot vielfältiger touristischer Angebote. Es gibt keine Form des Tourismus, die an sich besser ist als andere. Massentourismus wie auch die verschiedenen alternativen und Nischenangebote haben ihre Vor- und Nachteile.

Es gibt zwei strategische Ansätze für die Umsetzung von nachhaltigen Tourismuskonzepten: Die erste beruht auf der Entwicklung alternativer Angebote. Mit dieser Strategie lassen sich neue Ideen in kleinen Projekten leichter umsetzen. Jedoch sind solche Angebote keine Alternative für die breiten Massen und deshalb wenig breitenwirksam. Sie können jedoch als Vorreiter für Veränderungen im Massentourismus eine wichtige Rolle spielen. Der andere Ansatz setzt gleich darauf, das touristische Massenangebot nachhaltiger zu gestalten. Allerdings stoßen hier viele Ideen auf die Grenzen ihrer Machbarkeit im großen Stile. Um wirklich massenwirksam zu sein, müssen die Botschaften die breiten Massen ansprechen und auch erreichen. Allein durch die Verhöhnung und die demonstrative Distanzierung zu den "Bermuda-Touristen" ist noch gar nichts erreicht.

Der Trendforscher Matthias Horx bezeichnet ein ökologisch korrektes Verhalten heute als "moralischen Imperativ". Er reicht von akribischer Mülltrennung über die obligatorische Angst vor Umweltgiften bis zum

völligen Verzicht auf Flugreisen. Dieser moralische Aspekt der Ökologiebewegung macht eine pragmatische Herangehensweise oft schwierig. Die Tourismuskritik darf sich nicht in ideologischen Schlachten erschöpfen. Vielmehr sind hier pragmatische Analysen gefragt, die Gefahren und Potentiale erkennen und in konkrete Handlungsfelder umwandeln können. Es geht vor allem darum, die Reisenden für die Auswirkungen des Tourismus und ihres eigenen Tuns zu sensibilisieren. Dies beinhaltet zum einen, die innere Haltung der Reisenden zu ändern, eine Haltung weg vom reinen Konsumdenken hin zu einem Bewusstsein, zu Gast in einem fremden Land zu sein. Auch bei den Reiseveranstaltern wächst das Bewusstsein für die eigene Unternehmensverantwortung. Immer mehr Veranstalter prüfen die von ihnen angebotenen Reisen, ob sie umwelt- und sozialverträglich sind. Der öffentliche Druck mag als ein Motiv dafür gelten. Aber ein weiterer wichtiger Punkt bei der Umsetzung nachhaltiger Konzepte ist sicherlich auch die positive Wirkung auf das Image des eigenen Unternehmens und der Tourismusbranche insgesamt.

Zum anderen können ihnen auch ganz praktische Tipps für ihr Verhalten im Urlaubsgebiet an die Hand gegeben werden, mit denen sie den Menschen mit Respekt begegnen können. Denn vielfach beruht ein unpassendes Verhalten der Touristen weniger auf bösem Willen als vielmehr auf Unkenntnis der lokalen Verhältnisse und Gepflogenheiten. Eine besondere Rolle spielt der Reiseleiter. Er ist derjenige, der als Bindeglied zwischen den Reisenden und dem Gastland fungiert. Ein verantwortungsbewusster Reiseleiter kümmert sich nicht nur um die organisatorischen Dinge und das Wohlergehen der Reiseteilnehmer. Er informiert auch über die Besonderheiten des Gastlandes und macht auf bestimmte Dinge aufmerksam und kann hilfreiche Verhaltenstipps geben. So kann er z.B. darauf hinweisen, sparsam mit Wasser umzugehen oder dazu ermuntern, bei lokalen

Fairness zeigen! 29

Händlern einzukaufen oder einheimische Restaurants zu besuchen und lokale Verkehrsmittel zu benutzen. ■



"Interdit aux femmes – für Frauen verboten", Palaverplatz in Djiguibombo, Dogonland (Mali) | © Silke Krause

Literatur

Enzensberger, Hans Magnus (1995): Normung-Montage-Serienfertigung. In: Prahl, Hans-Werner und Albrecht Steinecke (Hg.): Tourismus. Arbeitstexte für den Unterricht. Stuttgart.

Henning, Christoph (1997): Jenseits des Alltags. Theorien des Tourismus. In: Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung. Köln, S. 35-53.

Krippendorf, Jost (1975): Die Landschaftsfresser. Tourismus und Erholungslandschaft – Verderben oder Segen? Bern, Stuttgart.

30 Sozialverträgliches Reisen

Jungk, Robert (1980): Wieviel Touristen pro Hektar Strand? Plädoyer für "Sanftes Reisen". In: GEO Magazin, Heft 10, S. 154-156.

Horx, Matthias (1993): Trendbuch 1. Düsseldorf.

Opaschowski, Host W. (2001): Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert. Hamburg.

32 Fairness zeigen!

Reisen – Fernweh – Fremde erleben

Ina Kubitza | Ethnologin – GATE e.V.

"Nie wieder werden uns die Reisen, Zaubertruhen voll traumhafter Versprechen, ihre Schätze unberührt enthüllen. Eine wuchernde, überreizte Zivilisation stört für immer die Stille der Meere. Eine Gärung von zweifelhaftem Geruch verdirbt die Düfte der Tropen und die Frische der Lebewesen, tötet unsere Wünsche und verurteilt uns dazu, halb verfaulte Erinnerungen zu sammeln."

- der Ethnologe Claude Lévi-Strauss in "Traurige Tropen" -

Exotische Vorstellungen und die Sehnsucht nach der Fremde waren schon immer ein Motiv, um sich in ferne Länder zu begeben. Ethnologen stellen eine besondere Gruppe dar, die von Berufs wegen in die Ferne ziehen. Ein wichtiges Anliegen von Anfang an war, die letzten von der Zivilisation noch weitgehend unberührten Naturvölker und ihre Kulturen zu erforschen. Neben der Erweiterung des eigenen Erfahrungshorizontes fungiert die Auseinandersetzung mit dem Fremden auch als Methode der Selbsterkenntnis. Was und wie ich etwas als fremd erlebe, hängt von meiner eigenen Person und Identität ab. Durch die erlebten Unterschiede kommt es zu einer verstärkten Wahrnehmung der eigenen Identität. Ein anschauliches Beispiel, das sicherlich schon viele auf Reisen an sich selbst beobachtet haben: Unterwegs, wenn vieles anders und ungewohnt ist, merken wir erst, wie deutsch wir wirklich sind. Da mögen wir uns vor der Reise noch so entspannt ausgemalt haben, wie ruhig wir uns dem Rhythmus der Gelassenheit auf einer tropischen Insel hingeben werden, wenn die Restaurantbedienung nach zehn Minuten immer noch nicht bei uns ist, um uns nach unseren Wünschen zu fragen, werden wir ungeduldig. Das Gleiche gilt natürlich auch für den Fremden. Wenn sich Tou-

risten und Einheimische begegnen, treffen eigentlich drei Kulturen aufeinander: die Kultur des Reisenden, die einheimische Kultur und die Urlaubskultur. Daraus ergibt sich die ziemlich verworrene Situation, dass sich beide Seiten fremd sind und das auch noch auf eine unterschiedliche Art und Weise. Und in dieser Konstellation sollen die Aufeinandertreffenden gegenseitiges Verständnis für den anderen entwickeln? Selbst bei bestem Willen auf beiden Seiten ist dies ein ziemlich schwieriges Unterfangen, und allzu oft enden solche Begegnungen mit Unverständnis und Kopfschütteln.

Obwohl Reisen und Tourismus gemeinhin als ein Weg angesehen werden, der zum interkulturellen Verständnis beiträgt, ist doch die klassische Urlaubssituation eine künstliche Begegnung, die eher einem Geschäftsverhältnis gleicht. Außerdem ist der Zeitraum einer Urlaubsreise meist viel zu kurz, um wirklich tiefere Beziehungen zu den Einheimischen aufzubauen und sich mehr als nur oberflächlich mit ihrer Lebenssituation zu beschäftigen. Eine Reise kann also vielmehr nur einen Anreiz darstellen, sich mit einer anderen Kultur zu beschäftigen. Ein realistischeres Ziel für eine Urlaubsreise ist wohl eher eine Sensibilisierung für die Situation im Gastland als wirkliches Verständnis.

Doch geht es uns wirklich darum, die Fremde so zu sehen und kennen zu lernen, wie sie ist? Oder wollen wir nicht doch unsere eigenen Bilder im Kopf bestätigt wissen und sie erleben? MacCannell stellt in seinen Überlegungen zu dieser Frage seine These auf, dass Reisen und Urlaub mit dem Besuch einer Theatervorstellung gleichzusetzen sind. Die tatsächlichen Bewohner dienen hier bestenfalls als Statisten und die exotische Landschaft als Kulisse, um das entsprechende Urlaubsgefühl zu erzeugen. Die meisten Besucher eines Theaters wollen sich in die Welt des Schauspiels entführen lassen, mit seinen bunten Kostümen und dramatischen Handlungen. Sie wollen in eine andere Welt abtauchen. Hier würde niemand auf den Gedanken kom-

en, die Besucher dafür zu verurteilen. Inszenierte Reiseerlebnisse sind eigentlich nichts anderes als eine große Inszenierung, in der der Tourist der Regisseur seiner eigenen Reise ist, der je nach Belieben und Geschmack die Kulissen und Schauspieler bzw. Statisten auswählt. Und doch haben viele Touristen ein ungutes Gefühl, wenn eine Folkloregruppe für sie einen angeblich traditionellen Tanz aufführt, den sie vielleicht nach den Wünschen und Vorstellungen der zahlenden Touristen entworfen haben. Sind sie nicht doch auch deshalb hierher gekommen, um die Exotik authentisch zu erleben?



Maskentanz in Tireli, Dogonland (Mali) | © Silke Krause

Hier klaffen offenbar zwei unvereinbare Vorstellungen auseinander. Auf der einen Seite fahren wir oft sehr weit weg, um die Fremde kennen zu lernen und zu erleben. Auf der anderen Seite fühlen wir uns oft unbehaglich, wenn die Fremde zu fremd wird oder einfach nicht unseren Vorstellungen entspricht. Dies ist ganz gewiss nicht erst ein Phänomen des modernen Tourismus. Dieser Zwiespalt hat auch

schon in früheren Zeiten seinen Ausdruck in sehr bildhaften Vor- und Darstellungen von fremden Menschen gefunden. Auf der einen Seite waren "die Anderen" immer ein Anlass zur Besorgnis. Selbst für die von uns heute so geschätzten antiken Griechen waren alle Nicht-Griechen Barbaren. Dieses Unbehagen gegenüber Fremden ist ganz tief in unserer Gefühlswelt verankert. Da hilft oft auch keine Hochkultur. Doch waren die anderen auch immer ein geeignetes Bild für Wunschvorstellungen, die es in der eigenen Gesellschaft nicht gibt oder abhanden gekommen sind. Der Genfer Philosoph und Pädagoge Jean Jacques Rousseau beschrieb solch eine Sehnsucht in seinem Bild des "Edlen Wilden". Dieses Konzept spiegelt die Vorstellung des Menschen wider, der von Natur aus gut und unverdorben sei. Erst durch die Zivilisation würden Missgunst, Habgier und andere Untugenden um sich greifen. Damit kritisierte Rousseau ganz klar die europäischen Gesellschaften seiner Zeit und wandte sich vor allem gegen die Kolonialisierung der restlichen Welt. Auch Claude Levv-Strauss, einer der bedeutendsten Ethnologen des 20. Jahrhunderts, beschrieb seine Enttäuschung darüber, dass es keine in diesem Idealzustand lebenden Gesellschaften mehr gibt. In seinem Reisetagebuch "Traurige Tropen" zog er eine ernüchternde Bilanz des Einflusses der westlichen Zivilisation auf die indianischen Ureinwohner Brasiliens, stellvertretend für alle Urvölker. Dahinter steht das romantische Verlangen nach früher, nach der ländlichen Idylle, nach unberührten Orten "fernab der Zivilisation".

Auch heute noch ziehen uns Versprechen nach einer heilen Welt weg von zu Hause. Letztendlich entspringt dieses Verlangen dem Wunsch, frei zu sein, frei von den Zwängen und Entscheidungen unseres Alltags. Diese Sehnsucht wird es wohl immer geben, und die Bilder aus weiter Ferne werden weiterhin locken. Doch sollten wir uns dessen bewusst sein, dass diese Bilder zum großen Teil unseren Wünschen und Sehnsüchten entsprechen und nicht unbedingt viel mit dem Land unserer Träume gemeinsam haben müssen. Wenn wir das

im Kopf behalten, können wir uns auch für das Land und seine Bewohner öffnen, in dem wir für einige Zeit zu Gast sind.

Literatur

36

Henning, Christoph (1997): Jenseits des Alltags. Theorien des Tourismus. In: Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung. Köln, S. 35-53.

Lévy-Strauss, Claude (1978): Traurige Tropen, Frankfurt am Main.

MacCannell, Dean (1973): Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings. In: American Journal of Sociology, Jg. 79, Heft 3, S. 589-603.

Romeiß-Stracke, Felizitas (1998): Traum-Urlaub und Urlaubs-Traum. In: Dies.: Tourismus – gegen den Strich gebürstet. Essays. München, Wien, S. 38-51.

Rousseau, Jean Jacques (2004): Abhandlung über den Ursprung und die Grundlagen der Ungleichheit unter den Menschen. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 33, Heft 5, S. 354-374.

Fairness zeigen! 37 38 Fairness zeigen!

Teil 2



Bolivien | © Nicole Häusler

Reisediashows –

ABENTEUER – REISENDE – ERZÄHLER

Persönliche Reflexion in Anlehnung an meine ethnologische Untersuchung zum Thema "Abenteuer – Multivision – Narration". Die rezente Lebenswelt professioneller Reise-Diareferenten

oder: Anregung zur Diskussion

Ramona Ritter-Weilguni I Ethnologin, Vortrags-(Mit)Produzentin

Ich möchte einen kurzen Artikel schreiben zum Thema – wie anlegen? – viel Interessantes, gut Recherchiertes, Wissenschaftliches, den Themenkomplex Ergänzendes wird in dieser Broschüre bereits zitiert – am Besten einfach ein paar persönliche Gedanken, zu umfassend ist die Gesamtheit "Abenteuer".

Büroglashaus – ich schaue aus dem Fenster im 21. Stock – ein Hubschrauber in Augenhöhe erinnert mich blitzartig an das prägende Datum 11. September – ob damals auch eine Frau aus dem Fenster gesehen hat und an "Abenteuer" dachte? Unter mir die Alte Donau ist zugefroren. Mein Blick fällt auf einen einzelnen Eisläufer, der früh am Morgen seine Runden dreht – kalkulierbar, sicher. Letzten Sonntag sind am Neusiedlersee 16 Menschen im Eis eingebrochen, ein Mann konnte nicht mehr gefunden werden – Familienausflug, der See ein Steppensee, das Wasser teilweise nur hüfthoch – Inkompetenz? Schicksal? Wohl nicht als Abenteuer bezeichnet.

Was bietet die Definition im Netz an – Abenteuer: adventura = Ereignis, das auf einen zukommen wird, sich ereignet – risikoreiche

Unternehmung oder auch ein Erlebnis, das sich (meist) stark vom Alltag abhebt, unterscheidet – ein Verlassen des gewohnten Umfeldes und des sozialen Netzwerkes, um etwas (Riskantes) zu unternehmen, bei dem der Ausgang ungewiss ist. Ein Abenteuer ist auch ein Bericht, eine Schilderung desselben. Diese kann sich auf wahre Begebenheiten oder auf Fiktion beziehen, wie zum Beispiel die Odyssee oder

Schilderungen über Ritter und Heldentaten des Mittelalters.

Das wären doch schon einige Zutaten. Trotzdem, der Begriff bleibt vielschichtig, schwer fassbar. Welche Assoziationen bieten sich nun an: Herausforderung, Überraschung, Heldenhaftes, Grenzerfahrungen erleben, Mut, Probleme bewältigen bzw. Prüfungen bestehen, Träumen und Fantasien nachgehen, Neues entdecken, Anstrengung, Gefahren, Fremdes, etc., etc.

Nun gut, es gibt sicher mehrere Möglichkeiten, Erfahrungen dieser Art zu provozieren – eine davon ist wohl das Reisen. Heinrichs schreibt in seinem Essay von den geheimen Wundern des Reisens, der Attraktivität der Ferne und des Unbekannten, jenem unerklärbaren Rest. weshalb man Mühen und Strapazen auf sich nimmt. Man wäre dauernd aus dem Lot und mit nichts so beschäftigt wie mit der Korrektur, dem Ausgleichen der Missverhältnisse. Da man als Reisender ganz offensichtlich Herr seines Schicksals ist, erfährt man viel prägnanter die eigenen Grenzen und Schwächen, das Nicht-Heldenhafte. Alles was wir erleben, meint er, könnten wir, in der Struktur, auch erleben ohne zu reisen, denn wie sollte etwas in uns eindringen. was nicht virtuell in uns ist, was nicht vorbereitet da ist. Trotzdem können wir uns nicht von Beginn an auf solche Selbstbegrenzung zurückziehen. Am Anfang steht - praktisch oder metaphorisch - das Reisen, die ausfüllende Bewegung, das Ausstrecken aller Fühler, das Erproben der Sinne. Und auch der oftmals zitierte Christoph Hennig schreibt in seiner Reisekulturstudie, dass neue Umgebungen jene emotionale Erregung verschaffen sollen, die im Alltagsleben fehlt. Die

Suche nach den verlorenen Affekten treibe uns in die Ferne. Gerade die Natur würde dabei meist zum Bereich starker, im Alltag kaum noch erfahrener Emotionen. Unbestimmte Sehnsüchte, diffuse Erotik, Gefahr und Todesnähe, Angst, seelische Harmonie – die Natur gibt Gefühlen Raum, die im gewöhnlichen Leben begrenzt und beschränkt sind. Im Extremfall setzen Reisende dabei sogar Gesundheit und Leben aufs Spiel.



Bosnien | © Ramona Ritter-Weilguni

Die Gegenwörter zu "Abenteuer" lauten: Alltag, Belanglosigkeit, Routine, etc.

Wir, die wir uns mehr oder weniger der Vortragswelt verschrieben haben, finden im Reisen den Ausgleich. Die Vortragswelt ist der Alltag – die Zeit des Reisens ist das Besondere. Es gibt eine zentrale Dualität in unserer Lebenswelt – ein Oszillieren zwischen Sicherheit und Unsicherheit, zwischen gesellschaftlich Vertrautem, der sozialen Ordnung und der Anziehungskraft abenteuerlicher Exotik. Soziale Ordnung und persönliche Identität hätten ein doppeltes Gesicht, meint

Fairness zeigen!

Hennig, sie stabilisieren zwar die Individuen, belasten sie aber zugleich. Einerseits verbürgen sie Sicherheit, gleichzeitig aber üben die sozialen Normen Druck aus. Menschen würden immer mit einem Teil ihres Wesens aus den Grenzen des Ichs und der Sozialordnung hinausstreben. Reisen – wie Spiele und Feste – hätten schon immer der Entlastung vom Druck des Sozialen gedient. Das klingt in diesem Fall etwas ambivalent, da auch berufliche Verwertbarkeit inkludiert ist und es sich nicht nur um reines Heraustreten aus dem Alltag und Befreiung von Zwecken handelt. Doch sämtliche Entdeckungs- und Forschungsreisen waren zugleich auch immer Abenteuer gewesen und der heimliche Wunsch, die Sehnsucht, sich den großen Reisenden wie Sven Hedin oder Livingston anzunähern – wenn auch der Zeit entsprechend in abgeschwächter Form – hinterlässt ein "Auf den Spuren von…" in so mancher Vortragsproduktion.

Wann ist nun ein Abenteuer ein Abenteuer? Welchen Anspruch, welche Extreme verlangt ein Abenteuer? Wie gefährlich hat es zu sein – für wen? Wann? Wie erkenne ich die Grenzen, wann überschreite ich – meine – Fremde? Was ist fremd? Wer wird geopfert – in wessen Verantwortung? Ist Abenteuer eine eigene Einstellung zum Leben oder eine krampfhafte Suche nach dem Besonderen? Eine Kompensation im psychologischen Terminus? Geht es ums Spüren? Sich selber – besser – überhaupt? Affinität zur Sucht? Was heißt kalkulierbar und warum ist Iglu bauen ein Extremabenteuer?

Viele Fragen – Teilwahrheiten – und persönlich?

Ich befragte dazu einige Kollegen in meiner wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Abenteuer-Reisevortragsgenre¹ – dazu folgend ein paar Antworten:

"... was auch immer Abenteuer heißen mag, ist sehr subjektiv zu sehen. Was für den einen ein Abenteuer ist, ist für den anderen noch lange keines. Es gibt Situationen oder Bereiche, in die man bei einer Reise vordringt, die nicht mehr so leicht kalkulierbar sind und man nicht genau weiß, wie es ausgeht – Situationen einfach, wo es in großem Maß auf Eigenverantwortung ankommt und die man selber bewältigen muss."

Ein anderer meint, dass seine Shows keine Länderportraits, sondern immer mit Abenteuer verbunden sind, wenngleich auch für ihn das Wort Abenteuer sehr ambivalent besetzt ist. Auf der einen Seite, meint er, klingt es fantastisch, und es wäre auch ein guter Aufhänger – ein Modewort halt, mit dem er aufgewachsen ist. Auf der anderen Seite hat es auch etwas Abschreckendes, höre sich reißerisch an, und wenn es wo steht, dann müsse das auch etwas Besonderes sein. Abenteuer stehe für etwas Abnormes, nicht Alltägliches, etwas, was nicht jeder machen kann oder möchte. Die eigentlichen Abenteurer wären die gewesen, die früher mit schlechter Ausrüstung, keinen Karten und keinem Hightech-Material unterwegs gewesen sind. Er selber sieht sich nur als Nachahmer, der glücklich darüber ist, ein wenig davon nachzuerleben.

Eine Dritter bezeichnete die so genannte Exotik wie auch das Abenteuer als wichtig, wenngleich der Referent ebenfalls in Frage stellt, was immer Abenteuer ist. Es sei relativ und für jeden etwas anderes. Für ihn bedeute Abenteuer in erster Linie etwas Fremdes erleben, etwas Neues, etwas, das er nicht kenne und das schon beim Essen anfängt. Abenteuer ist für ihn nicht gleichbedeutend mit gefährlich, wie es in der Werbung meist verwendet und hineininterpretiert wird. Eine Trekkingtour in Nepal ist auch nur eine Wanderung in den Bergen und für ihn gleich gefährlich wie etwa in den Alpen – doch für Nepal würde sie als Abenteuer verkauft.

Diese Aussagen klingen sehr reflektiert. Wirft man jedoch einen Blick auf diverse Homepages, Vortrags-Folder und sonstige Werbeplattfor-

Die Kategorisierung diente lediglich zur Verdeutlichung eines bestimmten Reiseund Präsentationsmodus.

men der Szene, überschlagen sich selbst die Superlative. Es kann gar nicht genug abenteuerlich, außergewöhnlich und vor allem extrem sein. Die einsamsten Wüsten werden aufs Extremste befahren oder begangen, die höchsten Berge extremst erklettert, die wildesten, kältesten Flüsse noch wilder durchquert, und selbst Reisen an Orte und Plätze des modernen "beinahe"-Massentourismus wie etwa Machu Picchu geraten zu Abenteuern. Der Stil setzt sich fort auf der Präsentationsebene - so sind auch Fotografie, Text und Projektion atemberaubend, außergewöhnlich, einzigartig.

Provokant könnte ich hier die in meiner wissenschaftlichen Arbeit schon gestellte Frage einfließen lassen, it's a man's world - warum? Frauen reisten schon immer, oftmals sehr extrem, und sie erlebten ebenfalls Abenteuerliches. Doch bis heute fehlt weitestgehend eine gleichwertige Präsenz in Sachen Abenteuer-Schau. Ich behalte meine Interpretation erstmal für mich, rege lieber zur Diskussion an. Mein persönlicher Abenteuerzugang ist nicht der extremste und ich halte mich da eher an J.W. Goethe der meinte:

"Das ist das Angenehme auf Reisen, daß auch das Gewöhnliche durch Neuheit und Überraschung das Ansehen eines Abenteuers gewinnt."

Mein Elixier heißt Exotismus und den finde ich überall, ob in Bosnien, im hohen Norden Kanadas oder im kleinen Weiher "ums Eck". Aber gut, die Betonung der Reise-Originalität gehört - laut Hennig - seit ieher zu den Konstanten der europäischen Kulturgeschichte, und wer werbetechnisch mithalten, d.h. vor allem sein Projekt auch verkaufen will, der gerät schon mal ins Abenteuer-Dilemma. Aus der heutigen Werbelandschaft ist das Wort Abenteuer kaum wegzudenken wenn es darum geht, etwas Außergewöhnliches in Verbindung mit Gefahr, Mut, Heldentum, Ungewissheit etc. zu suggerieren. Doch nicht nur das, deutlich offenbart die Internet-Plattform "Google" den inflationären Gebrauch dieses Modewortes. Seltsames findet man da – Abenteuer

Wissen, Abenteuer Auto, Abenteuer Management, Abenteuer Feminismus, Abenteuer Leben, Abenteuer Biosphärenpark, Abenteuer Wirklichkeit, sexuelle Abenteuer jedweder Art von Partnerbörse bis Hardcore, das größte Abenteuer-Erlebnisportal, das 600 Erlebnisse anbietet von Canyoning, Rafting, Survival-Training, Mutproben, Jumpout, Paintball, bis Hochseilgarten, Freifall, inklusive Adrenalin. Es gibt Abenteuer-Filmfestivals, Abenteuerparks, Abenteuergeschenke und sogar das "Abenteuer Menschlichkeit" als Werbespruch einer anerkannten Hilfsorganisation – ich wünsche, der Ausgang ist hier wenigstens nicht ungewiss.

Die wirtschaftliche und soziale Entwicklung ermöglichte zwei wesentliche Tendenzen in der Gesellschaft: die zur Individualisierung und die zur Pluralisierung. Mit der Verbesserung der Einkommen und der Vergrößerung des Freizeitanteils entstand ein Wertewandel in der Gesellschaft, von der heute auch als "Erlebnisgesellschaft" gesprochen wird, meint Mundt. Dies bezieht sich auf unsere (europäische) und ähnliche Gesellschaftsformen, die sehr stark von Gefühlskontrolle gekennzeichnet sind. Affektive Spontaneität ist ein unberechenbarer Störfaktor, der mit den vielfältigen Verknüpfungen und einer präzisen Zeitplanung nicht vereinbar ist. Der Mensch ist gezwungen, sein emotionales Leben zu "managen". Auch wenn das moderne Reisen die Exklusivität weitgehend verloren hat, basiert es laut Istler letztendlich genauso auf allen Sehnsüchten und Trieben. Dämpfung der Gefühle bedeutet Langeweile und diese wiederum treibt auf die Suche nach den verlorenen Affekten – sei es auf Reisen, in Extremsportarten oder Ähnlichem. Seeßlen sieht im "Helden" eine Sache von Nachfrage und Angebot, und alle Helden auf dieser Welt seien insofern miteinander verwandt, da sie mehr in die Sprache eintreten als in die Welt. Die Stärke des Abenteuer-Reisevortrags liegt darin, dass die Geschichte, in der der Reisende die Hauptrolle spielt, die Nacherzählung einer neuen Realität ist, die nur durch die Reise entstehen konnte. So gesehen könnte man generell das "Reisen schon als darstellende

Kunst" bezeichnen. Ein wenig Held nun, möchte er persönlich seine imaginären, kunstvoll gestalteten Geschichten erzählen, von der Vielfalt auf dieser Welt und wie er ihr begegnet ist in seinen Abenteuern. Seine Ideologie ist es, die Menschen zu sensibilisieren, aufmerksam zu machen, spannend zu unterhalten oder gar ein Gesamtkunstwerk anzubieten. Was er aber eigentlich nicht will ist, die Masse dazu anzuregen, seinen Spuren zu folgen - Sightseeing zu produzieren. Gern abseits der ausgetretenen Pfade unterwegs, ist jeder Reisediashow-Produzent primär Tourist im Sinne von Mundts Differenzierung, welche die Rückkehr des Reisenden zum Ausgangspunkt mit einbezieht. Ich selbst betrachte uns als Abenteurer auf Zeit, Wohnung, Bankkonto, Beziehungen bleiben. Sehnsüchte, Fantasien und Bedürfnisse, die das Wort Abenteuer evoziert, bilden die Gegenwelt zum Alltag. Reisen ist ein Teil unserer gewählten Wirklichkeit, die wir geschickt noch ein wenig hinauszögern können im Schock der Heimkehr, von Greverus als Schock der eigenen Kultur bezeichnet, angesiedelt in der Erfahrung nach der Fremde, wenn diese in ihrer geographischen und temporären Verortung verlassen wurde. Immer wieder machen wir uns auf den Weg, um das Abenteuer zu suchen. doch das ist nur eine Seite, die kalkulierte ...

Weihnacht 2004, Krabi Beach (Thailand) – entspannter Kletter- und Beach-Urlaub mit großem Chillfaktor, wir hatten kein Abenteuer geplant – bis die Welle kam ...

... manchmal findet das Abenteuer eben uns.

Abenteuer = Ereignis, das auf einen zukommen wird – ein Erlebnis, das sich stark vom Alltag abhebt, unterscheidet – bei dem der Ausgang ungewiss ist. ■

Literatur

Goethe, Johann Wolfgang von: Italienische Reise. Quelle: http://gutenberg.spiegel.de/?id=5&xid=877&kapitel=33&cHash=0f2b0e42272# gb found, Abruf vom 24.01.2009).

Greverus, Ina-Maria (1994): Interview. In: Svoboda, Angelika: Das Fremde Sehen? Ethnologische Untersuchungen zu Struktur und Perioden der symbolischen Rekonstruktion fremder Lebenswelten. Diplomarbeit, Wien.

Heinrichs, Hans-Jürgen (1993): Die geheimen Wunder des Reisens. Graz, Wien.

Heinrichs, Hans-Jürgen (1994): Interview. In: Svoboda, Angelika: Das Fremde Sehen? Ethnologische Untersuchungen zu Struktur und Perioden der symbolischen Rekonstruktion fremder Lebenswelten. Diplomarbeit, Wien.

Hennig, Christoph (1999): Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt am Main.

Istler, Ernst (1992): Reisen ist Landnahme. In: Obrecht, Andreas J.; Prinz, Mario; Svoboda, Angelika (Hg.): Kultur des Reisens. Notizen, Berichte, Reflexionen. Wien.

Mundt, Jörn W. (1998): Einführung in den Tourismus. München, Wien.

Ritter-Weilguni, Ramona (2004): Abenteuer – Multivision – Narration. Die rezente Lebenswelt professioneller Reise-Diareferenten. Eine ethnologische Untersuchung. Diplomarbeit, Wien.

Seeßlen, Georg (2002): Heldenzeichen (Erste Blicke). In: Wespennest 129: Helden. Neue Helden, S. 30-35.

Svoboda, Angelika (1994): Das Fremde Sehen? Ethnologische Untersuchungen zu Struktur und Perioden der symbolischen Rekonstruktion fremder Lebenswelten. Diplomarbeit, Wien.

Svoboda, Angelika (1992): ... um aus dem Schatten zu tauchen ... Fragmente über das Reisen zu meinen und anderen Orten. In: Obrecht, Andreas J.; Prinz, Mario; Svoboda, Angelika (Hg.): Kultur des Reisens. Notizen, Berichte, Reflexionen. Wien.

Internet:

Google, Wikipedia

Fairness zeigen!

Sozialverträglicher Tourismus beginnt mit der Sprache

48

Anmerkungen zu Reisediashows von Tourismusfachleuten und TouristInnen

Dr. Kundri Böhmer-Bauer | Ethnologin, Interkulturelle Trainerin, Dozentin

Tourismusfachleute und TouristInnen als Referierende

Etliche Reiseveranstalter, Reisebüros, Fremdenverkehrsämter und Fluglinien organisieren in regelmäßigen Abständen Veranstaltungen, bei denen Kunden bzw. potentielle Kunden durch Reisediashows¹ zum Konsumieren – sprich Reisen – animiert werden sollen. Ziel der Events ist es, den Tourismus in den beworbenen Ländern anzukurbeln, um dadurch den Umsatz – im besten Fall aller weltweit an der Reise beteiligten Geschäftsleute – zu erhöhen bzw. den Gewinn zu steigern. Laut Auskunft von MarketingspezialistInnen eines Reiseveranstalters sind die Kriterien für die Auswahl eines Bildervortrags in erster Linie perfekte Fotos, und die ReferentIn "soll reden können"; um die ZuschauerInnen anzusprechen, ist die Erzeugung von Stimmungen und Emotionen gewünscht.

Einen Großteil der ReferentInnen bei Tourismusveranstaltungen stellen dabei nicht ProfirednerInnen, sondern FirmenmitarbeiterInnen – wie z.B. ProduktmanagerInnen, ReiseleiterInnen und zufriedene

Der Begriff "Reisediashow" wird im Folgenden gleichbedeutend verwenddet mit Reisevorträgen bzw. Vorträgen und umfasst auch digitale Präsentationen.

KundInnen.² Dahinter stecken nicht nur Kostengründe, sondern auch

die Ansicht, dass Firmenangehörige die touristische Leistung am besten transportieren können und KundInnen am glaubwürdigsten seien. Obwohl die Sicht von beiden Gruppen in der Regel ausschließlich touristisch geprägt ist und sich die Vorträge nur auf einen oder mehrere Kurzaufenthalte stützen, umweht die ReferentInnen der ExpertInnenstatus. Das ist nicht weiter zu beanstanden, solange die Vortragenden das interessierte Publikum über eine spezifische Reiseroute und die Anforderungen, welche die jeweilige Tour stellt, ohne Wertung informieren. Problematisch wird es allerdings, wenn sich Tourismusfachleute³ nur auf Grund von Reiseerfahrung als KulturexpertInnen betrachten, eigene Vorurteile und Stereotypen unreflektiert an ZuhörerInnen weitergeben und damit bestehende Klischees verfestigen, was leider in vielen Fällen der Fall ist.4

Selbst in Firmen, in denen Sozialverträglichkeit groß geschrieben wird, sind die Inhalte bei vielen Vorträgen oft weit davon entfernt. Stellvertretend für andere möchte ich zuerst auf einen Vortrag über Kamerun hinweisen, in dem sich Vorurteile und Rassismus in einem außergewöhnlichen Maß ballten, weshalb er sich gut als Exempel eignet. Die Referentin, Produktmanagerin und ihres Zeichens "Afrikaexpertin", sprach z.B. von "authentischem Afrika", bei ihrer Meinung nach besonders kuriosen Begebenheiten wie Schreibfehlern auf Schildern von "so ist Afrika" oder von "streng riechenden Pygmäen", die "Animisten" seien. Obwohl es genügend kamerunische Künstler gibt, war der Vortrag abschnittsweise mit kenianischer Musik hinterlegt.

Umgang mit Worten und Begrifflichkeiten

Die von der erwähnten Referentin getroffenen Aussagen spiegeln weder Kamerun noch den afrikanischen Kontinent wider, sondern ausschließlich ihr eigenes Afrikabild, das sie durch Bildauswahl, Bildausschnitte. Text und Musik an die Zuhörer transportierte. Arndt und Hornscheidt (2004: 60-67) entlarven Pauschalisierungen und undifferenzierte Vorstellungen von Afrika als häufig anzutreffendes Charakteristikum rassistischer Denkmuster. In Afrika leben auf einer Fläche von 30.3 Millionen km² 924 Millionen Menschen in 53 Staaten mit sehr unterschiedlichen Kulturen und sprechen über 2.000 Sprachen - nicht Dialekte! Bilder und Texte dieser und anderer ReferentInnen entsprechen demnach nicht der Realität, sondern sind Illusionen und Ergebnisse einer aktiven Auswahl, bei der die Fotografierenden in doppelter Weise – nämlich im Reiseland beim Akt des Fotografierens wie auch am Schreibtisch bei der Zusammenstellung der Bilder für den Vortrag - selektieren, strukturieren und formen. Nicht nur die Bilder werden ausgewählt, sondern auch die Weise, wie sie präsentiert und erläutert werden (vgl. dazu Albers und James 1988: 136-137).

Was nicht nur im erwähnten Vortrag, sondern auch in vielen anderen, die sich nicht auf Afrika beziehen, als "authentisch" beschworen wurde und wird, sind in der Regel Konstrukte von Tourismusfachleuten und TouristInnen, die mangels Wissen suggerieren, dass innerhalb der beschriebenen Kulturen kein Wandel stattgefunden hat. Trifft Cohens (1988: 376) Aussage zu, dass eine Kultur von Außenstehenden umso eher als authentisch wahrgenommen wird, je fremder sie dem Betrachter erscheint, findet sich hier ein erneuter Hinweis auf die

Im vorliegenden Text geht es ausschließlich um öffentliche Vorträge von Tourismusfachleuten und TouristInnen. Profivorträge und Vorträge für den Hausgebrauch sind nicht berücksichtigt.

Mit "Tourismusfachleuten" sind in diesem Beitrag AbsolventInnen sämtlicher Sparten klassischer Tourismusausbildungen gemeint, Reiseverkehrskaufleute ebenso wie TourismusfachwirtInnen und BetriebswissenschaftlerInnen.

Die Ausführungen stützen sich auf ca. 50 Reisevorträge, welche die Autorin als Moderatorin bei touristischen Großveranstaltungen verfolgen konnte.

51

Wissenslücken der Referentlnnen, die dieses Wort gebrauchen.⁵

Nicht nur Afrika, sondern auch viele andere Regionen der Welt werden in Reisediashows als wild und ursprünglich im Gegensatz zur europäischen Kultur dargestellt, was der häufig in Reisevorträgen fallende Satz "dann kamen wir zurück in die Zivilisation" belegt, und zwar unabhängig davon, ob vorher Dörfer besucht wurden, deren BewohnerInnen mit dieser Aussage als unzivilisiert gebrandmarkt werden. Hinsichtlich der Konstruktion von Afrika als naturhaft schreiben Arndt und Hornscheidt (2004: 48):

"Afrika wird damit eine Minderwertigkeit gegenüber der kulturellen Höherentwicklung der Weißen westlichen Kolonisator/inn/en zugeschrieben, die für sich in Anspruch nehmen, Inbegriff von Kultur und Zivilisation zu sein. Letztere ist das aus Weißer westlicher Sicht als erstrebenswert definierte Ziel. "6

Auch hinter den häufig zu hörenden Bezeichnungen "Entwicklungsland" oder "Dritte Welt" verbirgt sich ein hierarchisches Denken bzw. eine hierarchische Werteskala, welche die Sicht der deutschen Referentlnnen spiegelt und einen Zustand schildert, der für sie nicht akzeptabel ist und verändert werden muss (vgl. Boussoulas 2004a; Machnik 2004). Dasselbe gilt für die ebenso häufig fallenden Begriffe "Naturreligionen" oder "Naturvölker", denen als Pendants "Kulturreligionen" und "Kulturvölker" entsprechen (vgl. Kaiser 2004a; dies. 2004b), zu welchen sich unausgesprochen die Referierenden rechnen.

Kaum ein Vortrag von Tourismusfachleuten oder TouristInnen verzichtet auf die Erwähnung der freundlichen und fröhlichen Bevölkerung, von manchen noch auf die Spitze getrieben durch die anschließende Erläuterung, die Menschen seien zwar arm, "aber glücklicher als wir",

weshalb sich die Frage aufdrängt, warum die ReferentInnen noch nicht Beruf und Wohnsitz gewechselt haben. Was Brauen (2002: 142) über die Darstellung der TibeterInnen in der Reiseliteratur des 20. Jahrhunderts schreibt, trifft auch auf deren Darstellung in manchen Reisevorträgen zu:

"So haben sich die Tibeter ... des 20. Jahrhunderts zu Übermenschen entwickelt, sieht man von wenigen negativen Schilderungen über in Tibet anzutreffende Räuber ab. Sie sind eines der fröhlichsten und glücklichsten Völker der Erde, lachen und sind immer höflich. Kaum ein Wort wird über die unmenschlichen Strafen verloren, über die Rivalitäten zwischen den einzelnen religiösen Schulen, die Auswüchse des theokratischen Systems. die sozialen Ungerechtigkeiten, die geringe Bildung der meisten Tibeter und Tibeterinnen, die exorzistischen Riten, die oftmals sehr weltlichen Zielen dienten. Kurz: Man erzeugt ein Bild, das auch eine moderne amerikanische Marketingagentur im Auftrag für Tibet hätte aufbauen können, meint Alex C. McKay in seiner Analyse über die britische Konstruktion eines Tibetbildes."

Sämtliche Länderbilder, die in Vorträgen vermittelt werden, sagen sehr viel mehr über Sehnsüchte, Bedürfnisse, Begierden, Hoffnungen und Träume der ReferentInnen und Ihrer Gesellschaft aus als über die dargestellten Länder und deren BewohnerInnen.

"Der Traum offenbart viel über die Träumenden" (Brauen 2002: 146).

Streichen sollten Referierende auch Begriffe wie "Pygmäen" oder "Animismus", Wörter, deren Bedeutungen Tourismusfachleuten und TouristInnen in der Regel unbekannt sind. Bezog sich der Begriff Pygmäen ursprünglich auf ein fabelhaftes Zwergvolk – pygmaios stammt aus dem Griechischen und bedeutet "eine Faust lang", wurde er im kolonialen Kontext für Menschen unterschiedlichster Kulturen benutzt. Die Begriffe werden gebraucht, um die vermeintliche Exotik und Steinzeitlichkeit (ein Begriff, der z.B. in Reisekatalogen und -vorträgen in Bezug auf Papua Neuguinea gerne angewendet wird) zu belegen (Boussoulas 2004b). Ähnliche Unkenntnis kommt bei der Verwendung

Zur Authentizität im Tourismus vgl. auch Bertram 1995: 92.

Vgl. zum Begriff Zivilisation auch Hornscheidt 2004: 219–223.

des Wortes Animismus zutage, der pauschal fast alle Religionen ehemaliger Kolonien zum "Anderen" und "Fremden" stilisiert und eine nicht vorhandene Homogenität suggeriert (Ayeh, Bauer, Petrow 2004). Er stammt aus dem 19. Jahrhundert, einer Zeit, in der evolutionistisch denkende Wissenschaftler eine Stufenfolge der Religionen erstellen wollten und Animismus als Vorstufe zur Religion galt (Thiel 1984: 21-23). In der Fachwelt wird der Begriff wegen seiner Verschwommenheit seit Jahrzehnten nicht mehr verwendet. Laien verstehen darunter ein Sammelsurium von Phänomenen, deren einzige Gemeinsamkeit darin besteht, dass sie nicht zum Buddhismus, Hinduismus, Judentum, Christentum oder Islam gerechnet werden.

Aussagen zum Akt des Fotografierens – Bilder heimlich und kostenlos?

Nicht nur aus ethischen Gesichtspunkten⁷ ist es fragwürdig, wenn Vortragende – zu denen auch die erwähnte Kamerunreferentin zählt – sich vor Publikum damit brüsten, heimlich Fotos gemacht zu haben, die ihnen vorher von einer Person verweigert wurden. Der Ruf der Referierenden ist damit ebenso gefährdet wie das Image des jeweiligen Veranstalters. So bat und bittet z.B. das Unternehmen, für das die Kamerunreferentin tätig war, in den Reiseunterlagen seine Kunden unter dem Aspekt der Sozialverträglichkeit, nur mit Einverständnis der lokalen Bevölkerung Menschen zu fotografieren.

Schurian-Bremecker (2002: 182) vergleicht das Verhalten fotografierender TouristInnen⁸ mit dem der Kolonialisten in früheren Jahrhunderten:

Es geht hier nicht nur um das Recht am Bild, auch aus religiösen Gründen oder aus Angst vor Seelenverlust können Menschen ein Bild verweigern.

"Man bemächtigt sich der einheimischen Menschen. Tiere und Landschaften, indem sie auf die Weise abgelichtet werden, die den eigenen Wünschen und Vorstellungen entspricht. Mit dieser Trophäe kehrt man in die Heimat zurück. Stolz kann das so Eingefangene gesichtet, geordnet, präsentiert und auf ewig aufbewahrt werden."

Fotografie sieht Schurian-Bremecker (2002: 182) als aggressiven Akt und stellt eine Verbindung zur Jagd her:

"Man »schießt« Fotos, fertigt »Schnappschüsse« an, betreibt eine »Fotojagd« ... Zuhause werden die »Jagdtrophäen« nicht mehr an die Wand gehängt, sondern mittels Diaprojektor an diese projiziert. Der Prestigegewinn bleibt der gleiche. Jäger fragen das Wild, welches sie »abschießen« nicht um Erlaubnis."

Während Schurian-Bremecker davon ausgeht, dass Fotografierende bewusst die Verletzung von Persönlichkeitsrechten anderer Menschen in Kauf nehmen, musste ich in Gesprächen feststellen, dass Rechte anderer für manche ReferentInnen überhaupt kein Thema waren, was den Vergleich zwischen TouristInnen und KolonialistInnen zusätzlich untermauert. Auf eine weitere Verbindung dieser beiden Gruppen weisen die im Tourismus als positive Attribute verwendeten Begriffe "kolonial" oder "Kolonialzeit" hin. Sie dienen der Beschreibung von Hotels und Hotelausstattung, Gebäuden oder Städten und werden als Verkaufsargument eingesetzt. Den Präsentierenden, die diese Begriffe verwenden, ist nicht klar, dass sie damit eine Zeit verherrlichen, in denen die BewohnerInnen der beschriebenen Länder entrechtet und unterdrückt waren.

Nicht geteilt wird hier die Ansicht etlicher Vortragenden, für Fotos kein Geld zu geben. So schreibt selbst Jürgen Pöhlitz in seinem Beitrag in diesem Band auf Seite 65:

Wer als Touristln gezählt wird, variiert. Häufig werden von der lokalen Bevölkerung auch ReiseleiterInnen, ProfifotografInnen, EntwicklungshelferInnen und EthnologInnen dazu gezählt (siehe z.B. Neudorfer 2007: 86).

"Wenn der Wunsch nach Bezahlung aufkommt, nehme ich in aller Regel Abstand. Nach einer Photoreportage unterstützen wir entweder das Projekt, die NRO, den Leiter einer Schule oder den Dorfältesten. Niemals aber Einzelpersonen oder gar Kinder direkt. Sonst erziehen wir die Protagonisten unserer Reportagen zu bettelnden Menschen. Und das kann nicht im Sinne von uns allen sein."

Ines Refenner (2003) zeigt am Beispiel von Frauen in Cuzco, dass für manche Menschen die einzige Möglichkeit am finanziellen Segen des Tourismus teilzuhaben darin besteht, sich gegen Geld fotografieren zu lassen. Wenn TouristInnen für ein Bild zahlen, entlohnen sie für eine Dienstleistung, wie es auch in ihren Herkunftsländern üblich ist. Deutsche Fotomodelle arbeiten auch nicht kostenlos. Zudem sollte nicht per se angenommen werden, dass der Dorfälteste - im Übrigen ein Individuum – nur auf Grund seiner Stellung das Geld für das Kollektiv ausgibt anstatt für sich und seine Verwandtschaft. Es besteht jedenfalls weder Veranlassung von "bettelnden Menschen" zu reden, noch von "erziehen", ein Wort, das voraussetzt, dass der Erzieher etwas besser weiß. Auch der Hinweis "Und das kann nicht im Sinne von uns allen sein" lässt im Unklaren, wer damit gemeint ist, die lokale Bevölkerung, die Geld für eine individuelle Dienstleitung möchte, jedenfalls nicht. Auch hier bestimmen also Europäer - ähnlich wie in der Kolonialzeit -, was für Menschen anderer Kulturen gut ist, anstatt deren Entscheidungen und Wünsche nach individueller Entlohnung zu respektieren.

Darstellung von Projekten in Reisediashows

Kritisch betrachtet werden sollten auch die Darstellungen von Sozialund Umweltprojekten in Reisevorträgen. Natürlich ist es sinnvoll, Projekte vor Ort zu unterstützen – ob Schulprojekte, Aufforstung, Bau von Sanitäranlagen usw. –, wie es zahlreiche Unternehmen der Tourismusbranche auf Wunsch der lokalen Bevölkerung hin tun. Auch von diesen zu berichten ist legitim. Problematisch wird es erst dann, wenn Touristiker und TouristInnen ausschließlich als HelferInnen und die Bevölkerung in den Ländern einseitig als HilfsempfängerInnen dargestellt werden. Ebenso wie bei offizieller Entwicklungshilfe werden hier das Land und seine BewohnerInnen als entwicklungsbedürftig hingestellt – immer gemessen am Standard der Tourismusfachleute und TouristInnen. Zudem können Projekte als Rechtfertigung dienen, Reiseziele aufzusuchen ohne weiter zu hinterfragen, welche Auswirkungen der Tourismus hat.

Verantwortung von Unternehmen und Präsentierenden

Wer sich im Tourismus als verantwortungsbewusstes Unternehmen mit sozialverträglichen Produkten verkauft, muss sich auch an den angebotenen Reisevorträgen messen lassen. Nicht zuletzt für das eigene Firmenimage und aus Sicht des Qualitätsmanagements sollte es selbstverständlich sein, die Vorträge vorab zu testen und auf rassistische und/oder neokoloniale Darstellungsmuster hin zu überprüfen. Anhaltspunkte zu problematischen Darstellungsmustern ebenso wie zu sozialverträglichen Darstellungsmöglichkeiten sind in der in diesem Band abgedruckten PowerPoint-Präsentation von Astrid Winkler nachzulesen, weshalb hier nicht erneut darauf eingegangen werden soll. Empfehlenswert wäre es, die von Winkler erarbeiteten Kriterien als Leitfaden an Referierende zu verteilen, aber auch Antirassismusschulung speziell für Tourismusfachleute sind angebracht.

Ebenso wie bei den Unternehmen, die Vorträge präsentieren, liegt die Verantwortung bei den Präsentierenden. Auch hier sei auf den Beitrag von Astrid Winkler in diesem Band hingewiesen. Ergänzend dazu sollten sich Vortragende folgende Fragen stellen:

Will ich nur durch Fotografie bzw. die Qualität meiner Bilder beeindrucken oder auch Wissen weitergeben?

- Habe ich das nötige Wissen oder muss ich mich erst kundig machen?
- Informiere ich sachlich oder transportiere ich eigene Vorurteile?
- Was ist das Ziel meiner Darstellung?
- Welches Länderimage transportieren meine Bilder, entspricht es wirklich den Gegebenheiten?
- Sind die Bilder im Einverständnis mit den Fotografierten entstanden?
- Betone ich Unterschiede oder Gemeinsamkeiten?
- Kenne ich die Bedeutung der Wörter, die ich verwende?
- Sagt der Vortrag mehr über mich oder über das Land aus?
- Was hat die Bevölkerung des Landes, über das ich den Vortrag halte, davon?
- Trägt mein Vortrag zum Verständnis des Landes und seiner BewohnerInnen bei?
- Passt der Vortrag zum Image des Veranstalters?
- Bereitet er TouristInnen auf das Land vor und hilft, mögliche Konflikte zu vermeiden?

Fazit

Viele der in diesem Aufsatz aufgezeigten Probleme gründen in der nahezu ausschließlich wirtschaftlich ausgerichteten Ausbildung von Tourismusfachleuten (bzw. im mangelnden kulturellen Wissen von TouristInnen), die nach der Lehre bzw. dem Studium als VerkäuferInnen bzw. BetriebswirtschaftlerInnen eingesetzt werden. Tiefe kulturelle Kenntnisse sind nicht vorhanden, weshalb echtes Verständnis für die BewohnerInnen der bereisten Länder und Ihrer Kulturen fehlt. Sozialverträglicher Tourismus bedeutet nicht nur angemessene Bezahlung bzw. Wertschätzung aller am Tourismus beteiligten AkteurInnen und Respekt vor anderen Kulturen. Sozialverträglicher Tourismus bedeutet, die Menschen in den bereisten Regionen und ihre Kulturen als ebenso zeitgemäß – sonst gäbe es sie nicht mehr – und

wandelbar wie die eigene zu sehen und darzustellen. Es kann nicht sein, dass sie in Reisediashows als "Exoten" nur für wirtschaftliche Bedürfnisse und zum Erhalt eigener Traumvorstellungen herangezogen werden. Wertschätzung, Respekt und Sozialverträglichkeit beginnen mit der Sprache, denn "im Anfang war das Wort" (Johannes 1,1). ■

Literatur

58

Albers, Patricia C.; James, William R. (1988): Travel Photography. A Methodological Approach. In: Annals of Tourism Research, Jg. 15, S. 134–158.

Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.) (2004): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster.

Ayeh, Sabine; Bauer, Marlene; Petrow, Kathrin (2004): Animismus. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 76–78.

Backes, Martina; Goethe, Tina; Günther, Stephan; Magg, Rosaly (Hg.) (2002): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur. Freiburg.

Bertram, Jutta (1995): "Arm, aber glücklich …" Wahrnehmungsmuster im Ferntourismus und ihr Beitrag zum (Miß-)Verstehen der Fremde(n). Münster.

Boussoulas, Andriana (2004a): Entwicklungsland. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 120–123.

 Dies. (2004b): Pygmäe. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 194– 196.

Brauen, Martin (2002): Traumwelt Tibet. Westliche Trugbilder. In: Backes, Martina; Goethe, Tina; Günther, Stephan; Magg, Rosaly (Hg.): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur. Freiburg, S. 133–148.

Cohen, Erik (1988): Authenticity and Commoditization. In: Annals of Tourism Research, Jg. 15, S. 371–386.

Fairness zeigen!

Hornscheidt, Antje (2004): Zivilisation. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 219–223.

59

Kaiser, Ulrike (2004a): Naturreligion. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 176–179.

 Dies. (2004b): Naturvölker. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 180– 183.

Machnik, Katharine (2004): Dritte Welt. In: Arndt, Susan; Hornscheidt, Antje (Hg.): Afrika und die deutsche Sprache. Ein kritisches Nachschlagewerk. Münster, S. 107–111.

Neudorfer, Corinne (2007): Meet the Akha – help the Akha? Minderheiten, Tourismus und Entwicklung in Laos. Bielefeld.

Refenner, Ines (2003): Fotomodels in den Anden. Tourismus und weibliche Identität. München.

Schurian-Bremecker, Christiane (2002): Der Mann mit dem Stiefel. Fotografie und touristisches Verhalten. In: Backes, Martina; Goethe, Tina; Günther, Stephan; Magg, Rosaly (Hg.): Im Handgepäck Rassismus. Beiträge zu Tourismus und Kultur. Freiburg, S. 175–190.

Thiel, Josef Franz (1984): Religionsethnologie. Berlin.

Winkler, Astrid (2008): Fotografie als Medium für sozialverträglichen Tourismus. PowerPoint-Präsentation. respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung. Wien.

Reisen als Form der Auseinandersetzung mit anderen Lebensverhältnissen

Fotografie als journalistisches Werkzeug, um den Blick des Publikums auf den Alltag der Menschen zu richten

Jürgen Pöhlitz | Fotojournalist & AV-Produzent

Das Medium Reisediashow hat seine Wurzeln in den 1970er und 80er Jahren, als sich zu Zeiten des deutschen Wirtschaftsaufschwungs der internationale Tourismus zu einer Massenbewegung entwickelte.

Viele Autoren in der Diashowszene sahen sich damals als Entdecker und Pioniere und bedienten die geltenden Klischees vom Edlen Wilden, von folkloristischen Kulturgütern oder den (noch) unentdeckten Urlaubs-Paradiesen. Sie sahen sich als Mittler zwischen den Welten und produzierten ihre Diashows mit der Intention, beim Publikum Fernweh und Reiselust zu wecken.

Das Credo solcher Größen in der Branche wie z.B. Helfried Weyer war: "alles Negative weglassen", und der Autor würde mit einem begeisterten Publikum belohnt werden. Diese Phase der Präsentation von "touristischen Scheinwelten" hat das Image der Reisediashows lange Zeit geprägt.

Inzwischen hat sich bei einem großen Teil des Publikums die Erwartungshaltung verändert. Die Sensibilisierungen durch TV-Beiträge, Printmedien oder durch eigene Reiseerfahrungen für Themen wie

Menschenrechte, Politik, Soziales, Ökologie etc. haben ein erweitertes Problembewusstsein in unserer Gesellschaft geschaffen. Diese Entwicklung fördert bei vielen Zuschauern den Anspruch, auch hinter die Kulissen der Reiseländer blicken zu wollen.



Straßenjunge in Kathmandu beim Müllsammeln auf einer Deponie am Ufer des Vishnumati Rivers | © Jürgen Pöhlitz

Landeskundliche und journalistische Elemente müssen sich in einer Diashow nicht ausschließen, sondern werden diese – bei ausgewogener Dosierung – bereichern. Die Vermarktung z.B. eines rein entwicklungspolitisch orientierten Vortrags mag schwierig sein und nur geringe Zuschauerzahlen anziehen. Insofern ist die Einbeziehung von positiv besetzten Themen wie Kultur, Menschen, Ethnologie, Natur, Geografie, Tierwelt oder Religion geboten. Nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen für den Autor, sondern natürlich auch, weil diese Merkmale unabdingbar zum Charakter eines jeden Landes gehören.

Je nach Vortragsthema kann sich der Autor einer abwechslungsreichen Dramaturgie bedienen und beide Elemente verknüpfen. Ich möchte dies exemplarisch an unserer Arbeitsweise aufzeigen.

Getreu dem Motto "weniger ist mehr" konzentrieren wir uns auf nur zwei Themen: Nepal - Jenseits von Shangri-La und Myanmar - Glänzendes Land ohne Gloria. Beide Diashows sind Langzeitprojekte, zu denen wir Partnerschaften mit Nichtregierungsorganisationen (NRO) geschlossen haben, die zu unseren journalistischen Inhalten passen. Kontakte, die wir seit 1992 aufgebaut haben, werden regelmäßig gepflegt.

So kooperieren wir mit dem Kinderhilfswerk terre des hommes, weil wir u.a. Straßenkinderprojekte in Kathmandu vorstellen. Außerdem widmen wir uns dem Thema Kinderarbeit in der Teppichindustrie und kooperieren mit Rugmark, einer NRO, die auf diesem Gebiet sehr erfolgreich tätig ist. Dadurch können wir den Zuschauern auch die Möglichkeit aufzeigen, wie sie durch den Kauf gelabelter Teppiche etwas zur Linderung des Problems beitragen können. Beide NRO haben eine Vertretung in Deutschland und sind mit ihren Logos auf unseren Werbemitteln präsent. Vor jeder Reise erhalten wir Empfehlungsschreiben, die uns vor Ort Türen und Tore öffnen.

Für die journalistischen Recherchen begleitet mich in Kathmandu z.B. ein englischsprachiger ranghoher Rugmark-Mitarbeiter, der durch zertifizierte Teppichfabriken oder Reha-Zentren für befreite Teppichkinder führt. Die so gewonnenen Informationen sind seriös und fundiert und die Photos entstehen mit dem gebotenen Respekt für die betroffenen Menschen.



Teppichknüpferin in einem von Rugmark zertifizierten Betrieb in Kathmandu während einer Kontrolle; die Arbeitsbedingungen sind dort für nepalische Verhältnisse vorbildlich | © Jürgen Pöhlitz

Im Myanmar-Vortrag kooperieren wir mit der Gesellschaft für bedrohte Völker zum Thema ethnische Minderheitenproblematik, mit verschiedenen Umweltorganisationen in Sachen Raubbau an den Teakwäldern und gelegentlich mit Amnesty International in Bezug auf die Menschenrechtssituation. Aufgrund der prekären politischen Lage haben diese Organisationen zwar keine Vertretungen in Myanmar, aber bei unseren Präsentationen in den verschiedenen deutschen Städten gibt es bundesweit Netzwerke mit aktiven Gruppen. Diese binden wir, wenn möglich und gewünscht, in unsere Veranstaltungen im Vorfeld durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und während der Veranstaltung durch deren Infostände ein.

Die Dramaturgie von beiden Vorträgen ist gekennzeichnet durch den steten Wechsel von den positiven und den problembehafteten Aspekten des Landes. Häufig bekommen wir die Rückmeldung, dass dies sehr ehrliche Vorträge seien und (endlich) beide Seiten der Länder ausgewogen beleuchtet würden. Immer wieder sprechen uns Zuschauer an, nur zum Vortrag gekommen zu sein, weil sie das *terre des hommes* oder *GfbV*-Logo auf unserem Plakat gesehen haben. Sie wollten sich "die klassischen Schöneweltdiashows nicht mehr antun".

Eine Zuschauerin hat nach unserem Nepal-Vortrag in Heidelberg ihr Leben geändert. Sie kündigte Job und Wohnung und ging für Jahre nach Kathmandu, um dort ein Projekt für Straßenkinder zu gründen.

Abschließend noch eine Betrachtung für den Umgang mit der Kamera. Ein wichtiges Kriterium für das würdevolle Fotografieren von Menschen in schwierigen Lebenslagen ist der Faktor Zeit. Zeit zu haben, erst einmal in einem Land mit fremder Kultur auch im Geiste anzukommen. Zeit zu haben, ein paar Worte der Landessprache zu lernen. Zeit zu haben, sich erst einmal ohne Kamera den Menschen anzunähern und sich mit ihnen vertraut zu machen. Zeit zu haben, um auf manche Motive auch verzichten zu können. Zeit zu haben, die Kamera im Rucksack zu lassen und zu warten, ob oder wann Fotografieren überhaupt angebracht ist.

Manchmal kommt bei den Menschen von ganz allein der Wunsch auf, fotografiert werden zu wollen. Diese Bilder sind für den Fotografen meist besonderes wertvoll. Nicht gleich das erste, wenn noch vor der Kamera posiert wird. Aber vielleicht die folgenden, wenn sich die Situation entspannt hat und wir nur noch wenig Beachtung ernten. Wenn die Porträtierten ein Bild von sich haben möchten schicken wir es ihnen nach unserer Heimkehr als Print. Noch besser ist natürlich, für solche Fälle eine Polaroid-Sofortbildkamera dabei zu haben.

In jeder Kultur der Welt kann ein Fotograf auch ohne Sprachkenntnisse sein Gegenüber mit einer einfachen Geste um Erlaubnis fragen:

den Zeigefinger auf die Kamera richten und einen fragenden Blick zur Person. Zeigt sich die Person ablehnend, haben wir dies zu respektieren. Zumal in manchen Kulturen z.B. geglaubt wird, ein Foto könne die Seele eines Menschen rauben.



Karen-Frau in einem Flüchtlingscamp auf thailändischer Seite, vertrieben von der burmesischen Regierungsarmee | © Jürgen Pöhlitz

Wenn der Wunsch nach Bezahlung aufkommt, nehme ich in aller Regel Abstand. Nach einer Fotoreportage unterstützen wir entweder das Projekt, die NRO, den Leiter einer Schule oder den Dorfältesten. Niemals aber Einzelpersonen oder gar Kinder direkt. Sonst erziehen wir die Protagonisten unserer Reportagen zu bettelnden Menschen. Und das kann nicht im Sinne von uns allen sein.

Für meine Frau Sonja und mich ist jede Reise – trotz oder gerade wegen der Kontraste – eine Horizonterweiterung. Wir sind dankbar,

dass wir uns in den sogenannten Entwicklungsländern jedes Mal weiterentwickeln durften. Mit den Bildern die wir von dort mitnehmen versuchen wir, in unserer Kultur eine Brücke zu bauen und Sensibilität zu schaffen für die Faszination wie auch die Schwierigkeiten dieser Länder.

Auseinandersetzung mit anderen Lebensverhältnissen

Reisediashows als Medium für soziale und umweltrelevante Themen – geht das?

Markus Mauthe | Fotograf

Es ist vordergründig keine allzu leichte Aufgabe für einen Referenten von Reisediashows, sozial- und umweltrelevante Themen in seine Arbeit zu integrieren. Man befindet sich auf einem hart umkämpften Markt, der bedingt durch die Konkurrenz anderer Medien und schwerer werdender Werbebedingungen eher kleiner als größer wird. Die Referenten werden also zuerst einmal schauen, dass sie sich mit ihrer Arbeit so positionieren, dass sie genügend Einkommen generieren, um über die Runden zu kommen. Wenn man sich die Medienlandschaft anschaut, ob im Kino, im Fernsehen oder auf der Bühne, dann sind es in der Regel nicht die hochgeistigen Kulturthemen, die die Massen mobilisieren, sondern eher leichte Kost, die Menschen unterhält und nicht all zu sehr anstrengt. Übertragen auf das Medium Reisediavorträge wollen die Besucher in erster Linie Inhalte sehen. die sie selbst im eigenen Urlaub nacherleben können, was zur Folge hat, dass die hundertste Reiseroute durch Norwegen oft besser besucht ist als ein einzelner spannender Vortrag z.B. über Kamtschatka.

Doch in einer sich rasant ändernden Realität – in Zeiten des Klimawandels, wo soziale und ökologische Probleme immer stärker in das Bewusstsein der Menschen rücken – ist meiner Meinung nach ein "weiter so" gerade auch in unserer Branche absolut nicht akzeptabel. Die Vermarktung einer heilen Welt, die in keinster Weise mehr heile ist, wäre in diesen Zeiten grob fahrlässig und entspricht überhaupt

nicht dem Verantwortungsbewusstsein, dem wir als Privilegierte, die das Unterwegssein zum Lebensinhalt haben, nachkommen sollten. Neue Wege sind gefragt wie wir es schaffen, Menschen in einer medienüberfluteten Gesellschaft zu motivieren, überhaupt noch Vorträge zu besuchen. Wir müssen sie mit spannenden Geschichten begeistern und gleichzeitig ein reales Bild der von uns geschilderten Themen liefern, ohne den Besucher allzu sehr zu verschrecken.

Als Geschichtenerzähler sind wir in einer prekären Position. Wohl jeder, der gerne reist, hat eine besondere emotionale Bindung zu den von ihm bereisten Kulturen und Landschaften. Indem wir unsere Erlebnisse und Fotos einem breiten Publikum vortragen, bringen wir Informationen unters Volk, die verschiedenste Wirkungen haben können, je nachdem wie wir sie präsentieren. Dabei brauchen wir uns nichts vormachen. Auch wenn wir unser Thema noch so sehr in ökoder soziale Botschaften verpacken, ein Geheimtipp ist sehr schnell Mainstream, wenn nur genug Menschen davon erfahren und ihr ganz natürliches Recht in Anspruch nehmen, diesen beschriebenen Ort auch zu besuchen.

Ich selbst liebe die Natur und erfreue mich daran, wilde unverbrauchte Naturlandschaften mit der Kamera abzubilden, um sie dann einem möglichst breiten Publikum zu präsentieren. Jetzt bin ich mit mehreren Problemen konfrontiert. Zum einen ist es fast unmöglich, mit einem reinen Naturthema auf dem Markt kommerziell zu bestehen und zum anderen trage ich mit jeder Aufnahme dazu bei, den gezeigten Ort bekannter zu machen, was in der Regel dazu führt, dass dieser Ort sich verändert. Die Erfahrung zeigt, dass diese Veränderung meist nicht zum Positiven führt.

Ich habe jahrelang Vorträge über Länderporträts gehalten und wann immer es möglich war an den jeweiligen Abenden Prospekte von passenden Reiseveranstaltern verteilt. Doch wer mit offenen Augen

um die Welt reist, der muss doch sehen, dass hier etwas elementar schief läuft und die in den Prospekten angebotene Hochglanzoptik mit großen Teilen der Realität nichts mehr zu tun hat. Ein Dilemma, zumal ja auch Tourismus nicht nur Schaden anrichtet. In vielen Gebieten unserer Erde ist ein vernünftiger Ökotourismus der einzige Garant, dass Schutzgebiete eingerichtet werden und die Natur eine Chance zum Überleben bekommt. Das Geld der Touristen wird im besten Fall vor Ort investiert und kommt, wenn alles richtig läuft, der örtlichen Bevölkerung zu Gute, die die Besucher mit Lebensmitteln und Infrastruktur versorgt. Den richtigen Mittelweg zu finden zwischen Entertainment und Aufklärung ist die Aufgabe. Auf keinen Fall darf sich der Referent hinstellen und über den "bösen" Tourismus wettern. Solange er sich selbst auf die Reise macht, muss er dies auch jedem anderen Mitmenschen zugestehen. Nur die Art und Weise wie man unterwegs ist, hier kann er aktiv beeinflussen, indem er als Vortragender die richtigen Akzente setzt.

Die Sehnsucht der Menschen zurück zur Natur, nach Abenteuern, neuen Horizonten und fremden Kulturen wird es immer geben. Je stärker sich dieser Planet verändert, desto stärker werden diese Sehnsüchte werden. Der Reisevortrag kann diese Sehnsüchte in die richtige Richtung lenken. Kann Menschen für die Ferne begeistern und muss gleichzeitig Wege aufzeigen, wie diese Ferne für jedermann konsumierbar wird, ohne sie dabei zu zerstören.

Ein Patentrezept für die richtige Herangehensweise gibt es dafür sicherlich nicht. So individuell all die Biografien und Themenfelder der einzelnen Referenten sind, so vielfältig sind auch die Möglichkeiten. Ich selbst habe mir eine Strategie ausgesucht die es mir gestattet, meine Bedürfnisse zu befriedigen, nämlich nach wie vor zu Reisen und in den Genuss dieses schönen Planeten zu kommen und gleichzeitig einen Beitrag zu leisten, ein gewisses Maß an Umweltbildung und Aufklärung in diese Arbeit zu integrieren.

Für mich war klar dass, wenn ich meiner Arbeit mehr Tiefe geben möchte, ich Partner brauche, die genau in diesem Feld arbeiten und auch bekannt sind. Natur und Umweltprobleme liegen mir am Herzen, und die sind auf dem kommerziell ausgerichteten Markt schwer vermittelbar. Deshalb habe ich, nachdem ich das Thema Wald als mein Wunschprojekt für mich ausgesucht hatte, bei Greenpeace in Hamburg angerufen um nachzufragen, ob es nicht eine Möglichkeit einer Zusammenarbeit geben könnte. Im Laufe von vielen Monaten ist ein Vertrauensverhältnis entstanden und nachdem die Kampaigner gemerkt hatten, dass es mir ernst ist mit dem Umweltschutz, habe ich mir so langsam die Position erarbeitet, in der ich heute stecke. Ich bin zu einer Art Botschafter in Sachen Naturschutz geworden und zeige unter dem Banner von Greenpeace Vorträge zum Thema Wald, in denen ich die Vielfalt, Schönheit und Bedrohung dem Publikum präsentieren kann.

Ich kann innerhalb dieser Partnerschaft meiner Leidenschaft für die Fotografie wilder Natur nachkommen und gleichzeitig schwere Themen wie Übernutzung und Klimawandel ansprechen, ohne dabei Angst zu haben, mein Publikum zu verschrecken. Wer zu einem Vortrag von Greenpeace kommt weiß, dass er sich auch Dinge anhören muss, die vielleicht nicht so schön sind.

Aber auch hier kommt es auf die richtige Dosis an. Es ist heutzutage ein Leichtes, die Menschen mit Fakten zu bombardieren, die einem eigentlich jeden Lebensmut rauben und im Fatalismus versinken lassen. Das Thema Klimawandel und die Waldzerstörung böten mir da unendlich Ansatzpunkte. Dies kann und darf aber nicht der Sinn der Sache sein. Trotz aller pessimistischer Vorzeichen müssen wir die Leute motiviert nach Hause schicken. Nur wer sich für etwas begeistert ist auch bereit, sich für etwas einzusetzen. Deshalb zeige ich in meinen Vorträgen 80% der Zeit die Schönheiten der von mir bereisten Ökosysteme. Den Menschen muss klar sein, dass wir noch viel zu

verlieren haben, um das es sich zu kämpfen lohnt. In den kritischen Parts meiner Show versuche ich dann neben der schlichten Darstellung der Fehlentwicklungen auch immer die Zusammenhänge darzustellen, um den Besuchern klar zu machen, dass alles auf dieser Welt irgendwie zusammenhängt. Das bringt uns zu dem wohl wichtigsten Punkt im Rahmen des sozialen und umweltpolitischen Teiles unserer Arbeit - was können die Zuschauer aktiv tun, um Entwicklungen zu verbessern oder gar nicht erst entstehen zu lassen?

Hier besteht die Gefahr, dass man dem Zuschauer zuviel zumutet. Wenn man sich mit einer Thematik schon viel beschäftigt hat, ist man in der Lage, viele Dinge aufzunehmen. Man muss aber davon ausgehen, dass vieles, was man am Vortragsabend erzählt, für den Besucher neu ist. Wenn man jemanden mit zuviel Fakten überhäuft. kann es sein, dass am Schluss gar nichts mehr im Gedächtnis bleibt und deshalb auch die wichtigen Zusammenhänge nicht mehr verstanden werden können.

Drei Dinge sind mir wichtig, von denen ich hoffe, dass sie der Besucher nach meinem Vortrag behält: Ich möchte, dass er erkennt, auf was für einem grandiosen Planeten wir leben. Er soll verstehen, dass die Erde in der jetzigen Entwicklung Gefahr läuft, sich komplett zum Negativen zu verändern. Letztlich soll er motiviert sein, in seinem Lebenskreis aktiv zu werden, weil er versteht, dass sein persönliches Verhalten vielerlei Auswirkungen auf den Zustand unserer Lebensgrundlagen hat.

Mit den 80% schönen Fotos hoffe ich die Begeisterung zu erreichen. Es bedarf nur weniger Geschichten zum Thema Urwaldzerstörung, um klar zu machen, dass hier etwas schief läuft. Ich erkläre den direkten Zusammenhang, wie die Waldvernichtung den Klimawandel beeinflusst und bin sehr schnell in einem globalen Bild wo klar ist, dass man es nicht mit lokal begrenzten Problemen zu tun hat.

73

Reisediashows als Medium für soziale und umweltrelevante Themen

Um den Besucher nicht zu sehr zu überfordern, wähle ich drei bis vier wald- und klimarelevante Themen und wie der Besucher durch sein Verhalten aktiv werden kann. Dabei gehe ich auf die positive Wirkung von Produkten aus Recyclingmaterial ein, die Wald und Klima schonen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist der Fleischkonsum, der so viele Probleme auf dieser Welt schafft. Ein Aufruf weniger Fleisch zu essen muss gut erklärt sein, ist aber wichtig – betrifft der doch die Urwaldzerstörung gleichermaßen wie das Klimaproblem. Letztendlich ist meine abschließende Botschaft die des Energiesparens und der Umkehr, weg von Kohle und Öl – hin zu erneuerbaren Energien.

All dies muss plakativ und verständlich erklärt werden und eingebettet sein in ein ganzheitliches Weltbild, dass die Leute erkennen, dass es durchaus Alternativen aus der jetzigen Situation gibt. Nun bin ich weder Biologe noch sonst ein Fachmann in Klima oder Umweltfragen. Das bedeutet, dass es sein kann, dass der Eine oder Andere im Publikum mehr Fachwissen besitzt als man selbst. Wichtig ist, dass man mit Herzblut auftritt und mit Begeisterung zum Schutze dieses Planeten aufruft. Dann lassen sich die Menschen mitreißen und verzeihen auch mal den einen oder anderen kleinen Logikfehler, sollte man mal in Anlehnung an die Tagespolitik auf dünnes Eis geraten.

Mein Beispiel ist ein Weg von vielen möglichen. Schaut man sich die Szene an so sieht man, dass immer mehr Kollegen erkannt haben, dass wir eine Verantwortung besitzen. Viele engagieren sich in Hilfsprojekten in den von ihnen bereisten Gebieten oder gründen selbst welche, für die sie bei ihren Vorträgen Geld sammeln, um damit Schulen oder ähnliche soziale Einrichtungen zu bauen oder zu betreuen. Hilfe zur Selbsthilfe, es ist erstaunlich, mit wie wenig Mitteln man in anderen Erdteilen unheimlich viel bewegen kann.

Fantasie ist hier gefragt und Engagement. Man kann soviel tun – und so dieser Erde, die unserem Berufstand ein aufregendes und auch

privilegiertes Leben ermöglicht, etwas zurückgeben. In unser aller Interesse. ■

Multimedia-Reportagen und Spendenreisen

Ein Beispiel nachhaltiger Unterstützung von Hilfsprojekten

Dr. Dirk Rohrbach | Arzt, Journalist und Fotograf

"Hau Kola – Hallo Freund!" Leonard begrüßt die Besucher aus Deutschland am Flughafen von Denver in seiner Muttersprache Lakota. Der 69jährige ist ein Lakota-Sioux und Nachfahre des letzten Häuptlings, der während der Indianerkriege ermordet wurde. Chief Big Foot starb beim Massaker von Wounded Knee 1890, einem grausamen Gemetzel, bei dem 500 schwer bewaffnete Soldaten über 300 indianische Männer, Frauen und Kinder niederschossen. Kein anderes Ereignis in der Geschichte der Ureinwohner Amerikas hat tiefere Wunden hinterlassen. Es markiert das letzte Kapitel einer jahrhunderte langen Geschichte von Unterdrückung und Ausbeutung.

"Sie mögen uns getötet haben, aber unser Lakota Way of Life wird niemals sterben!" betont Leonard. Aber er weiß auch, dass der Kampf ums Überleben für die Lakota noch nicht zu Ende ist. Heute geht es vor allem um den Verlust der Identität der Urvölker. Traditionen und Kultur sind in den kargen Reservaten zwar noch lebendig, die Sprachen aber gehen zunehmend verloren. Über Generationen hinweg waren sie gesetzlich verboten, viele Ureinwohner haben sie deshalb nicht mehr lernen können. Man schätzt, dass die meisten der über 500 Sprachen, die früher in Nordamerika existierten, in den nächsten zehn bis zwanzig Jahren für immer aussterben werden. Nur ein paar wenige haben eine Chance, bewahrt zu werden.

77



Leonard Little Finger und sein Sohn John vor der Lakota Circle School in Oglala, SD. | © Dr. Dirk Rohrbach

"Mit unserer Sprache kommunizieren wir mit Gott und können mehr damit ausdrücken als in Englisch" weiß Leonard. Sein Traum: Eine kleine Sprachschule, in der schon die Kinder wieder behutsam an die Sprache ihrer Vorfahren heran geführt werden. Das Gebäude steht schon, finanziert mit Geldern aus Peter Maffays "Allianz für Kinder". Jetzt aber geht es um den Betrieb der Schule. Wenn der für ein bis zwei Jahre sicher gestellt ist, hat Leonard Little Finger gute Chancen auf staatliche Unterstützung. Ein langer, manchmal zäher Weg, auf dem der charismatische Lakota Hilfe von den Teilnehmern einer Spendenreise aus Deutschland bekommt. Das Konzept dieser Reisen stammt aus Großbritannien. Es geht um mehr als "sanften Tourismus". Jeder Teilnehmer verpflichtet sich, einen bestimmten Betrag für ein Hilfsprojekt zu spenden. Während der Reise lernen die Besucher

Land und Kultur kennen, gleichzeitig engagieren sich die Ureinwohner in Workshops und erhalten so ein zusätzliches Einkommen. Promotet werden die Reisen über die Homepage des Reiseveranstalters Travel Beyond aus Hamburg, der sich auf Spendenreisen spezialisiert hat. Auch das Reisemagazin Tours berichtet über die Reisen und lädt die Leser zur Teilnahme ein. Christian Bonk, Chefredakteur von Tours, entwickelte die Idee einer Reise nach Dakota, nachdem er die Dia-Vision "Der Letzte Häuptling" über Leonard Little Finger und den Überlebenskampf der Lakota-Sioux gesehen hatte.



Leonard Little Finger zeigt den 'Pionieren' der ersten Spendenreise nach Dakota im Sommer 2007 die kleine Sprachschule und Bilder seiner Angehörigen, die beim Massaker von Wounded Knee ums Leben kamen. |© Dr. Dirk Rohrbach

Soziales Engagement gehört ja mittlerweile quasi zum guten Ton in der Multimedia-Szene. Fast jeder Referent unterstützt ein Hilfsprojekt,

sammelt im Rahmen der Vorträge Geld oder berichtet über Missstände. Mit der Teilnahme an einer Spendenreise haben die Vortragsbesucher nun die Gelegenheit, sich selbst und unmittelbar ein Bild vor Ort zu machen. Fast alle Teilnehmer der ersten Reisen nach Dakota hatten sich nach einer Dia-Vision über die Sioux in eine Liste eingetragen und schließlich entschlossen, selbst aktiv zu werden. Zwei Wochen dauern die Trips, mit Leonard Little Finger und seinem Sohn John als Guides, die die kleinen Gruppen (10-15 Personen) durch ihr Land führen, ihre Geschichte erzählen und die kleine Sprachschule vorstellen. Eine intensive, bewegende Erfahrung für die Besucher aus Europa. Einige kommen auf eigene Faust später wieder, wollen weiter helfen. So sind Nachhaltigkeit und Glaubwürdigkeit der Hilfsprojekte gewährleistet.

"Toksa Ake! sagen wir zum Abschied, bis zum nächsten Mal. Denn wir werden uns wiedersehen" weiß Leonard. Und zwar schon im nächsten Jahr, wenn drei Reisen nach Dakota geplant sind.

Bilder, Musik, Stimme

Wie kann oder soll das Zusammenspiel der Medien genutzt werden, um kritische Themen effektiv weiter zu tragen?

Volker Rapp | Fotografie, Events, Musik

In einem Lichtbildvortrag sind zwei Sinne angesprochen: Auge und Ohr. Diese beiden Kanäle können die höchste Informationsdichte verarbeiten.

Während das Dia-Bild ein sehr statisches Element ist, kann der Referent sich selbst als bewegtes und bewegendes Element einbringen. Wie weit er das soll, und wie weit er das überhaupt kann, ohne an Glaubwürdigkeit zu verlieren, das hängt vom Kontext seines eigenen Vortrages ab.

Der Dia-Vortrag hat sich in den letzten 40 Jahren kaum verändert, doch die Empfänger sind mittlerweile durch die Medien, gerade durch das Fernsehen, sehr konditioniert worden. In den Nachrichten werden Beiträge mit Musik untermalt, Nachrichtenmoderatoren, gut zu beobachten in dem deutschen Medium "Tagesthemen", geben eigene Kommentare oder lesen die Meldungen in bestimmten Tonfällen ab. Unterschwellig werden ganz bestimmte Stimmungen erzeugt. Oberschwellig werden Informationen gefiltert, bewusst zusammengestellt oder auch weggelassen, um bei den Empfängern eine Wirkung, eine Meinung zu erzeugen. Einen objektiven Journalismus gibt es nicht mehr. Vielleicht gab es ihn nie.

Einen Absolutismus an einen Lichtbildvortrag anzulegen, ist sowohl illusorisch als auch als Hybris zu beurteilen.

Doch wie weit darf Mann gehen?

Ich habe die Großschreibung ganz bewusst gewählt, weil ich bei kaum einem Vortrag eines männlichen Alleinunterhalters sozialkritische Themen gesehen noch gehört habe. Die wenigen Referentinnen kommen dagegen sehr schnell zu dem Thema "Stellung der Frau in der jeweiligen Gesellschaft" oder ähnliches. Da fällt es auch kaum auf, dass dieses ernste Thema von einer Geschlechtsgenossin angesprochen wird. Bei einem Moderationstandem wird niemand den Wechsel zu so einem Thema übel nehmen, zumal, ein Beispiel, in der islamischen Welt Männer zu einigen Orten überhaupt keinen Zutritt haben. Hier spiegelt Machismos auch ein Defizit des Referenten wieder, den er, wenn er alleine seine Exkursionen macht, niemals ausbügeln kann ... Selbst wenn er die Informationen hätte, könnte er sie niemals glaubwürdig rüberbringen ...

Die meisten Gäste, die einen Vortag besuchen, wollen die Heile Welt, möchten ein Klischee. Dass es Elend auf der Welt gibt, ist vielen bekannt.

Ich habe bei einem Vortrag erst kürzlich beobachtet, wie weit das Verdrängen auch bei dem Kernthema des Vortragenden geht. Bruno Baumann scheiterte mit seinem Alleingang durch einen Teil der Wüste Gobi vor gut sieben Jahren. Dass er diese Unternehmung knapp überlebte und auch die folgende, ist mit seiner Anwesenheit auf der Bühne der schlagende Beweis. Doch er spielt eine Handvoll Bilder einer Leiche ein, die er unterwegs bei seinem zweiten Versuch findet. Niemals zeigt er Details, die Andeutung eines Haufens Stoffs in Menschengestalt, die offensichtlich trotz der dicken Kleidung erfroren ist, genügt, Bestürzung auszulösen, den Blick von der Leinwand zu lösen, ins Dunkel zu gucken. Die wenigen Bilder bringen die Besucher in die Realität zurück, warum sie letztendlich diese Wahnsinnsunternehmung angucken, eben wegen jener latenten Lebensgefahr.

Die sie aber letztendlich wegen der romantischen Dias über Sandberge ausblenden ... Im asiatischen Raum gibt es öffentliche Verbrennung auf so genannte Ghats, aber wozu sie dienen, wird meistens ausgespart, ganz zu schweigen von der Abbildung dieser Rituale ...

Ich habe bei meinen Aufnahmen von den Krematorien in Paschupatinath, Kathmandu, Nepal, mit Rammsteins "Feuer frei" unterlegt. Und tatsächlich kamen ein paar Besucher nach der Veranstaltung oder in dem abschließenden Diskussionsrahmen auf diese Passage. Sie fanden die Musik absolut unpassend.

Eine Reaktion. Etwas, was hängen bleibt. Zwischen all dem Esoterik-Gedudel mal Hard Rock. Eine Möglichkeit, einfach die Sinne während des Vortrages wieder zu schärfen, zu fordern.

Man zeigt lieber Zeremonien von positiven Anlässen wie Prozessionen oder Hochzeiten.

Hier stellt sich die Frage, ob in der Geschichte der Dia-Shows sich diese homöopathische Darreichungsform etabliert hat oder ganz klar der Mut fehlt, in einer so gefestigten Form der Klischeebildung auch mal andere Dinge zu zeigen.

Eine Hälfte der klassischen Vortragssaison fällt in die Vorweihnachtszeit, eine Periode, in der bekanntlich viele Hilfsorganisationen ihre Runden machen. Der Referent tritt mit diesen Einrichtungen in einen Wettbewerb, weil das Portemonnaie der Kunden nicht teilbar ist. Dazu kommt die Stimmung der jeweiligen Person. Die eine gibt gerne, da kommt es auf eine gute Tat mehr oder weniger nicht an, die andere kann das Thema nicht mehr hören. Bei letzteren hat der Referent kaum eine Chance ...

Es gibt kein Land auf der Welt, wo es keine Not gibt. Um sie allerdings zu sehen, muss man in besiedelte Gebiete.

sie eher. In den Dörfern, Stätten befinden sich Infrastrukturen der schon erwähnten Hilfsorganisationen. Da stellt sich das Problem, wenn man zum Bespiel in einem SOS Kinderdorf fotografieren darf, dass diese Kinder Schuluniformen mit dem Emblem tragen. Hier macht man (un)freiwillig Werbung. Man kann die Organisation vorstellen, wenn sie bei dem Vortrag anwesend ist, da genügt ein Satz. Der Referent benötigt nur ein paar Fakten, um eine Überleitung zu bauen.



SOS Kinderdorf in Leh, Ladakh (Nordindien) | © Volker Rapp

Falls man sich nicht an so ein etabliertes Netzwerk binden möchte, auf dem Land gibt es Schulen. Ein Vorstellen des Schulsystems, die Chancen der Schüler, Unterrichtsmaterial, Durchschnittsalter des Landes (z.B. in Kambodscha sind die Hälfte aller Einwohner unter 18 Jahre alt, im Iran unter 25), all das stellt einen Teil der Wirklichkeit dar.



SOS Kinderdorf in Leh, Ladakh (Nordindien) | © Volker Rapp

und das ist das Kapital eines jeden Landes. Es kann auch die Grundlage für kommenden sozialen Unfrieden sein ... zum Beispiel zu wenig Arbeitsplätze, übersteigerte Erwartungshaltungen oder Gesellschaftsverweigerung wie "Generation Gummibärchen" in Japan ... Das setzt aber voraus, dass der Referent sich überhaupt mit dem Land beschäftigt hat. Zumindest was über die Visa-Beschaffung und ähnliches hinausgeht.

Ein anderer Schauplatz sind z.B. Apotheken. Medizinische Hilfs- und Anlaufpunkte. Die Bilder, die man dort sieht, sind einfach und klar. Nüchtern erklärt, ohne Musik, sprechen sie für sich. In Phnom Penh zum Bespiel gibt es für ein paar Stunden vor- und nachmittags Krankenhäuser, die Hilfesuchenden unentgeltlich ihre Dienste anbieten. Meistens sind es Mütter mit ihren Kindern, die Schlange stehen und außerhalb des Gebäudes eine Beratung bekommen ...

Behandlungen finden natürlich innen statt ...

Mit Phnom Penh, Hauptstadt von Kambodscha, werden sofort Kriege und Minen verbunden. Das vergrabene Erbe ist immer noch aktuell, denn jedes Jahr fallen 300 Menschen den versteckten Sprengkörpern zum Opfer. Soll man Minenopfer aus den Indochina-Kriegen zeigen?



"Angkor Wat", Siem Reap (Kambodscha) | © Volker Rapp

Ja, man kommt nicht an ihnen vorbei. Eben in Kambodscha zum Beispiel sitzen auf einer niedrigen Holzplattform in den Tempelanlagen des so genannten "Angkor Wat"-Areals Dutzende von Musikanten mit ihren Instrumenten. Sie fangen immer dann an zu spielen, wenn Kundschaft naht. Die Versehrten, nicht alle, die dort spielen, sitzen in der Regel so, dass man die Stümpfe ihrer Beine nicht sieht.

Abfilmen, Abfotografieren, alles erlaubt, noch besser gegen Spende in die nicht zu übersehenden Büchsen. Abkaufen ihrer selbstgebrannten oder gepressten CDs auch gerne gesehen. Eine Konversation zu führen ist sehr schwer, denn Fremdsprachen sind aufgrund der jüngsten Geschichte Kambodschas ein Problem. Zu viele Lehrer haben die Roten Khmer abgeschlachtet. Wer soll das junge Volk wie oben erwähnt unterrichten?



"Angkor Wat", Siem Reap (Kambodscha) | © Volker Rapp

Hier schließt sich ein Kreis. Da bedarf es sehr wenig. Ein ruhiges Vortragen ohne weitere Stilmittel reicht.

Es ist eine Idylle, ein Ambiente, das sich sehr gut auf Video einfangen lässt (die digitalen Medien machen eine Mischung aus Standbild und Film ja möglich), gleichzeitig mit Originalmusik untermalt.

Hier erhält man ein Musikstück, das an diese Szene erinnert. Wie ein guter Filmkomponist setzt er Themen zu bestimmten Szenen ein. Der Referent hat jetzt die Möglichkeit, dieses, es sollte ein prägnantes Stück sein, immer dann im Vortrag einzuspielen, wenn es der Kontext verlangt. Als Beispiel könnten einerseits Tafeln mit der Angabe von Minenfeldern dienen, oder anderseits gibt es in Siam Reap einen sehr bekannten Souvenirladen, der von einem Minenopfer für selbige betrieben wird ...



Beng Mealea, Siem Reap (Kambodscha) | © Volker Rapp

Da reichen einfache Aufnahmen von den Werkstätten, in denen Rollstühle stehen ... So zynisch das auch klingt, ein solches Foto, geschickt eingefangen, kann sogar einen ästhetischen Wert haben. Hier gibt Bildsprache viele Gestaltungsmöglichkeiten ...



Artisan d'Angkor, Siem Reap (Kambodscha) | © Volker Rapp

Die Glaubwürdigkeit bleibt gewahrt, unsägliche, westlich geprägte Soundtracks bleiben außen vor.

Auch hier vermisse ich als Musiker sehr oft den authentischen Soundtrack, zu oft hört man die unsäglichen, von Oliver Shanti¹ geprägten Ethno-Sülzen, oder der Referent ist immer noch in der Pionierzeit der Elektronischen Musik und Prime-Time der Dia-Shows verhaftet, den Siebzigern. Auch wenn man selbst Fan eines Jean-Michel Jarre ist, so sind seine Stücke schon zu oft abgedudelt und mit anderen Bildern besetzt ...

Dieses Musikgenre ist mittlerweile auch negativ besetzt. "Oliver Shanti und Friends", bürgerlich Ulrich Schulz, sitzt in Untersuchungshaft wegen Kindesmissbrauchs in über 300 Fällen.

Sicherlich gibt es überwiegend gute Auswahlen von den Referenten über Musikstücke, doch finde ich den Pool, aus dem geschöpft wird, arg begrenzt und damit überstrapaziert. Ein Vorstellen eines lokalen Musikers oder einer Gruppe und teilweises Verwenden seiner Werke könnte auch den Blick in andere Aspekte eines bereisten Landes bringen ...

Ich habe natürlich als Komponist den Vorteil, dass ich selbst meine gewünschte Stimmung in Musik fassen kann. Der überwiegende Teil der Referenten greift auf Musik aus der Konserve zurück. Das soll kein Wegweiser sein, hier eine "Best of" von Betroffenheits-Musiktiteln abzugeben, sondern der Versuch, den Referenten ein paar Anregungen zu geben.

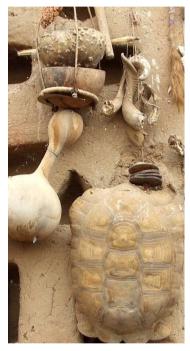
- Wählen Sie mehr Musiktitel aus als Sie benötigen. Etwa die dreifache Länge des Vortages sollte als Materialfundus dienen. Probieren Sie dann verschiedene Kombinationen aus. Nur wenn tatsächlich ein Musiktitel für eine Passage deswegen eingepasst werden soll, weil der Referent etwas damit verbindet, dann sollte er auch verwendet werden.
- Vermeiden Sie Musik mit gesungenen Wörtern, Stimme(n) ist/sind sehr wohl erlaubt. Man kann aus vielen bekannten Songs die Textpassagen heraus editieren. Ausweg hier sind zum Beispiel die Klassikadaptionen von Popsongs ...
- Arbeiten Sie Sie mit Versatzstücken. Z.B. das Intro von Bobby McFerrin "Don't worry, be happy", ca 15. Sekunden lang, hat einen so hohen Widererkennungswert, dass Sie das als Schleife benutzen können, und das bei Bildern, wo wir Westler immer wieder überrascht sind, wieso Menschen im Elend immer noch lächeln …
- Nutzen Sie das Stilmittel Pause in der Musik. Wenn der gesamte Vortrag ein Abdudeln eines Soundtracks ist, dann sollte an den wichtigen Stellen Stille sein.

- Wer den Mut aufbringt, akustische Experimente einzugehen, der kann sich atonaler Musik bedienen, zum Beispiel ein "einstimmendes Orchester".
- Auch für den Sprecher gilt Wittgenstein: "Worüber man nicht reden kann, sollte man schweigen." Die Kraft der Bilder einsetzen. Ohne, mit (Original)Ton oder Musik ...
- Nur kaputte Schuhe oder Badelatschen zu zeigen und zu sagen, "die Armen, aber diese Träger haben sich mir aufgedrängt, meine Rucksäcke zum Gipfel zu schleppen", reicht nicht. Was hat der Referent dagegen getan ... und das als kleine Anregungen in den Saal zu geben ("spenden Sie Schuhe, ich fahre nächste Woche wieder hin ...").

Meine Überleitung zu dem Verein "Braille ohne Grenzen", den Sabriye Tenberken gegründet hat und den ich unterstütze, ist einfach folgende: "Ein Lichtbildvortrag für diejenigen, die kein Augenlicht mehr haben". Auf den Studienreisen wird in der Regel mindestens eine karitative Einrichtung besucht, und es war ein Wunsch einer Mitreisenden, in Lhasa (Tibet) eben jene Blindenschule von Frau Tenberken zu besuchen. Das kommt bei meinem Vortrag über Nepal-Tibet zum Ende im Teil "Hier und Heute" ...

- Ein bewusstes Drücken auf die Tränendrüse mit einem Requiem stört meines Erachtens.
- Meine Erfahrung ist, wenn man die Stimme senkt, und anfängt, "meine Damen und Herren, kommen wir jetzt zu einem sehr ernsten Thema …", dann fällt bei vielen Leuten der Vorhang, sie vermuten am Ausgang eine Kollekte oder einen Klingelbeutel, und um den Kreis zu schließen, das ist ein gewisses Wagnis in der Weihnachtszeit.

Teil 3



Haus des Jägers, Sangha, Dogonland (Mali) | © Silke Krause

Anhang

Fairness zeigen! Fotografie als Medium für sozialverträglichen Tourismus

Präsentation – vorgestellt am 25.04.2008 im Rahmen der Vortragsbörse der Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V. in Braunfels

Astrid Winkler | respect - Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung



93

... aus dem respect-Leitbild

- Respect will Tourismus und Entwicklung global, komplex vernetzt und im Hinblick auf das Leben und die Lebensqualität aller Menschen in "einer" Welt betrachten.
- respect setzt sich für einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Tourismus ein.
- respect engagiert sich dabei weltweit für eine sozial-, kultur-, umwelt- und ökonomisch verträgliche sowie von den Bereisten selbst bestimmte touristische Entwicklung.
- respect möchte die Einstellungen und Verhaltensweisen sowohl von Freizeitausübenden und UrlauberInnen nachhaltig verändern als auch touristische Fachkräfte sowie ExpertInnen sensibilisieren.

Ziele:

Respekt vor fremden Kulturen Mehr soziale Gerechtigkeit Ökologische Verträglichkeit

Mitsprachemöglichkeiten der lokalen Bevölkerung



Sich ein Bild machen ...

Eindrücke von Diashows, besucht zw. 2005 und 2007 in Wien:

Narrative Schilderung der beiden BeobachterInnen



Wie es nicht sein sollte...



Respect hat zw. 2005-2007 zwölf Reise-Diavorträge besucht und auf wiederkehrenden Muster hin analysiert...



- Eurozentristische Sichtweise: präsentieren was die ZuseherInnen sehen wollen und bestärken die ZuseherInnen in ihrem Bild von einem Land.
- Unterhaltungswert steht im Vordergrund.
- Einladung zu "bislang unentdeckte Naturräume" aufsuchen.
- Massentourismus vs Individualtourismus.
- Umweltzerstörung ist "traurig und hässlich".
- Politische Situation eines Landes wird ausgeblendet.
- Verallgemeinerungen und Reproduktion von Schwarz-Weiß Bildern und Klischees.



95

It's a man's world...

Ein Großteil der Vortragenden sind Männer mit einer höheren fachspezifischen Ausbildung, wie Fotografen, Biologen etc. Vielen davon befassen sich jedoch hauptberuflich mit dem Reisen, d.h. sie schreiben auch Bücher, publizieren Kalender und arbeiten als Reiseleiter. Frauen nehmen nur einen sehr kleinen Anteil der Vortragenden ein; wenn überhaupt, dann präsentieren sie meist gemeinsam mit Männern.



Vortragende ...

- · ... sensibilisieren das Publikum:
- ... vermeiden stereotype Bilder und Verallgemeinerungen;
- ... reflektieren ihre Rolle als TouristIn;
- ... Stellen Natur und Umwelt als Lebensgrundlage für die Bevölkerung dar respektvoller Umgang;
- ... thematisieren Massentourismus & Individualtourismus und die jeweiligen Vor- und Nachteile;
- ... zeigen Möglichkeiten, wie sozial, ökologisch und ökonomisch verträglich im Land gereist werden kann;
- ...thematisieren zentrale Umweltfragen wie Wasserverbrauch, Müllentsorgung, Verkehrsmittel;
- ... thematisieren das politische System und seine Auswirkungen auf die Bevölkerung wie auch auf Touristen und deren Bewegungsfreiheit;



Südbild Datenbank -

www.suedbild.at http://suedbild.com/suedbild-cgi/topixx

Südbild ist eine online Bilddatenbank und enthält mehr als 6500 Fotografien aus rund 60 Ländern des Südens. Alle Aufnahmen wurden von Reisenden oder von lokalen FotografInnen gemacht. Anspruch: das Alltagsleben der Menschen klischeefrei und in seiner Vielfalt zu zeigen.

97



Dieter Glogowski -

http://www.dieter-glogowski.de/

Bekannt für differenzierte Darstellung. Sein letzter Vortrag wurde von zahlreiche Organisationen empfohlen. Beispiel: Respect -Presseaussendung vom 2. Jan. 2008:

respect empfiehlt.

Tibet – Flucht vom Dach der Welt Diashow und Buch von Dieter Glogowski

Der TV- und Fotojournalist Dieter Glogowski definiert mit einer Fotoreportage über aktuelle Veränderungen im tibetisch – chinesischen Spannungsfeld das Medium Diashow neu.

Kontroversen und Kritik entbrannte, als bekannt wurde, dass Dieter Glogowski die Geschichte der zwei "Flüchtlinge" mit minderjährigen Protagonisten nachgestellt, dies aber nicht offen gelegt hatte. Stellungnahmen dazu gibt es sowohl auf der Webseite von D. Glogowski wie auch auf iener des Verbandes GBV e.V.

Respektvolles Fotografieren und Darstellen ...

...sollte bei Bildgestaltung Rücksicht nehmen auf:

- Geschichten erzählen statt Einzel- oder Momenteindrücke vermitteln
- Menschen aktiv einbinden: SIE IHRE Geschichte erzählen lassen, mit Kamera etc.
- Auch Kinder haben das Recht auf Wahrung der Persönlichkeit (Armut, Nacktheit...)
- Begegnung auf Augenhöhe: Ungleichheit zwischen Betrachter/in und Betrachten/r einbauen und reflektieren
- Mann-Frau-Verhältnis/Rollenbilder thematisieren
- Lokale FotografInnen einbinden
- Kooperationen mit ExpertInnen z.B. von Entwicklungs-NGOs eingehen



Fairness zeigen! 99 100 Fairness zeigen!



Diskussion und Erfahrungsaustausch:

- Was erwartet sich das Publikum von Reisediavorträgen bzw. Wofür ist es aufgeschlossen?
- Ist Qualität tatsächlich schwerer 'verkäuflich' oder geht es um das 'wie'?
- Oder gilt: "Die Leute wollen nur schöne Bilder sehen"?
- Ist das Publikum f
 ür soziale bzw. Ökologische Themen ansprechbar über das Medium Diavortr
 äge?
- Gibt es bereits Qualitätsstandards? Wenn ja welche?
- Lassen sich solche Standards ausweiten (z.B. Gütesiegel des Verbandes)?
- Welche Rolle bei der Um- bzw. Durchsetzung von Qualitätsstandards können/sollten die VortragsveranstalterInnen spielen?
- "Sag mir, wo die Frauen sind…"?
- Sind Kooperationen mit lokalen PartnerInnen denkbar wie etwa Honorare für ,Bildsubjekte"?

Quo Vadis?

Diskussionsergebnisse des Workshops auf der GBV-Vortragsbörse 2008

Silke Krause | Ethnologin - GATE e.V.

An die Präsentation von Astrid Winkler (siehe vorherigen Beitrag) schloss sich mit den 20 Teilnehmern eine Diskussion an, dessen Hauptthemen ich hier kurz anreißen möchte.

Insgesamt wurde kritisiert, dass entgegen der Planung zeitgleich noch Kurzvorträge im großen Saal liefen, so dass im Workshop nur diejenigen Vortragenden zu finden waren, die sich ohnehin bereits mit kritischen Themen auseinander setzen. Es wurde angeregt, diesen Workshop bei anderer Gelegenheit im großen Rahmen anzubieten, der auch die anderen "zwingt", sich mit dieser Thematik auseinander zu setzen.

Fotomodelle

Eines der Hauptthemen in der Diskussion bezog sich auf die Frage, ob für Fotografien Gegenleistungen erbracht werden sollen. Hierzu wurde ja bereits innerhalb dieser Publikation Stellung bezogen. Während der Diskussion gab es verschiedene Meinungen:

- Es gibt Alternativen zu Geld, z.B. Fotos (Polaroids, Ausdruck über Thermodrucker), auch Fotos vom eigenen Zuhause; Kugelschreiber, Spiegel etc. wurden dabei als herablassend bezeichnet
- Wichtig sei es, zunächst Vertrauen herzustellen, daraus ergäben sich die schönsten Fotos

- Um die Absicht zunächst bekannt zu machen, solle man sich vorstellen (z.B. beim Bürgermeister)
- Ein Teilnehmer sprach sich gegen Geld aus und bemerkte, dass er stattdessen Projekte von Hilfsorganisationen unterstütze
- Relevanz vom Akt des Zurückgebens
- Auch für den Bereich der Tierfotografie wurde die Achtung der Würde des Tieres und der Respekt gefordert (Kontakt auch hier auf Augenhöhe)

Wo sind die Frauen?

Auf die konkrete Frage, warum denn so wenig Frauen als Vortragende arbeiten, wurde darauf hingewiesen, dass mehr Frauen durchaus sehr erwünscht wären. Ein Teilnehmer spricht in seinen Vorträgen im Wechsel mit seiner Frau, was beim Publikum sehr gut ankäme. Es gab folgende Spekulationen zu dieser Frage:

- Vielleicht fehlt vielen Frauen die notwendige Persönlichkeitsstruktur: rhetorische Fähigkeiten, Ellbogenmentalität, extreme Belastbarkeit, sprechen wollen, Mut, vor so vielen Leuten zu sprechen, in erster Linie kommerziell
- Es wurde zudem bemerkt, dass es auch mehr Fotografen g\u00e4be, was ggf. mit der langen Abwesenheit von zu Hause begr\u00fcndet werden k\u00f6nne
- Ggf. sei auch die komplizierte Technik, um die sich die Referenten selbst kümmern, für einige Frauen abschreckend

Gütesiegel

Als großes Problem wurde genannt, dass man es als Referent schwer hat, mit kritischen Themen bei Veranstaltern ernst genommen zu werden, ganz nach dem Motto von Helfried Weyer, dass man nichts Negatives in die Vorträge aufnehmen soll. Es geht hier um eine kommerzielle Branche, bei der der wirtschaftliche Vorteil nicht aus den Augen verloren werden darf.

Um das Publikum mit kritischen Themen anzusprechen, wurde die einzige Möglichkeit von den Teilnehmern des Workshops darin gesehen, ein Gütesiegel bzw. eine Zertifizierung zu schaffen, die von einer externen, international anerkannten Organisation (hier wurden GATE e.V. oder respect vorgeschlagen) erstellt und laufend überprüft sowie über Fachzeitschriften kommuniziert wird. Bisher gab es noch nie einen Wettbewerb oder Kriterien in Bezug auf kritische/soziale Inhalte. Ein solches Gütesiegel wäre einmalig und man könne es wirtschaftlich vermarkten.

Wie wichtig es ist, an diesem Punkt weiter zu arbeiten, zeigt der Hinweis eines Teilnehmers, dass 90% der Vortragenden ein solches Gütesiegel nicht verdient hätten.

Mittel- und langfristig scheint in der Ausarbeitung von Kriterien für ein Label bzw. Gütesiegel der Kernpunkt folgender Aktivitäten zu liegen, möchte man tatsächlich kritische Inhalte in Bezug auf Nachhaltigkeit (sowohl ökonomisch, ökologisch, sozio-kulturell und ggf. auch politisch) fest in Reisediashows implementieren.

Hier wünscht sich GATE e.V., zukünftig sowohl personelle als auch finanzielle Kapazitäten für diese Aufgabe akquirieren zu können. Bis dahin soll durch diese Publikation die Diskussion weitergeführt werden, um unserer Forderung "Fairness zeigen!" Gewicht zu verleihen und unter den Vortragenden und Veranstaltern ein Umdenken einzuleiten. Denn die Sensibilisierung für eine nachhaltige Entwicklung schützt am Ende die Welt, von deren Schönheit die Vortragenden leben.

Über GATE e.V.

GATE e.V. wurde 1995 unter dem Namen "Gemeinsamer Arbeitskreis Tourismus und Ethnologie (GATE) e.V." in Hamburg im Rahmen einer hauptsächlich studentischen Initiative als gemeinnütziger Verein gegründet, um sich für eine nachhaltige Tourismusentwicklung einzusetzen, welche in erster Linie auf soziokultureller Ebene anknüpft. Dazu unterstützen wir eine Etablierung der ethnologischen Sichtweise in der Tourismusindustrie. Um unsere Kernpunkte klarer zu kommunizieren, wurde der Verein 2007 in "GATE - Netzwerk, Tourismus, Kultur e.V." umbenannt.

Unsere derzeitigen Arbeitsschwerpunkte liegen in der Durchführung von Konferenzen, Workshops und Seminaren. Kooperationen bestanden bisher unter anderem mit dem Ethnologischen Museum Berlin, Hauser exkursionen, der University of Brighton, respect - Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung und dem Centrum für Internationale Studien Hamburg.

GATE e.V. ist seit dem Jahr 2000 Mitglied im Netzwerk DANTE (Die Arbeitsgemeinschaft für Nachhaltige Tourismusentwicklung). DANTE gehören 15 entwicklungs- und umweltpolitische Initiativen und Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an, die sich gemeinsam für einen sozial- und umweltverträglichen Tourismus einsetzen.

Zur Erweiterung des entwicklungspolitischen Dialoges trat GATE e.V. 2007 dem Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlag (BER) e.V. bei. BER ist das Netzwerk entwicklungspolitischer Initiativen, Vereine und Gruppen auf Berliner Landesebene und dient der gemeinsamen Koordination nach innen und zentralen Interessenvertretung nach außen.

Über respect

respect - Institut für Integrativen Tourismus & Entwicklung ist ein unabhängiger, nicht auf Gewinn ausgerichteter und international tätiger Verein, respect besteht seit über 10 Jahren und ist als Kompetenzzentrum für nachhaltigen Tourismus in Österreich und international anerkannt.

respect widmet sich dem Themenbereich des weltweiten Tourismus und seinen Auswirkungen auf Gesellschaft, Umwelt und Entwicklung. Schwerpunkte unserer Arbeit sind Information, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Forschung zu Themen der nachhaltigen Entwicklung im Tourismus. respect arbeitet mit öffentlichen Stellen im In- und Ausland zusammen. In Österreich kooperiert respect insbesondere mit der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit und setzt sich für einen verantwortungsvollen, fairen und nachhaltigen Tourismus ein.

respect engagiert sich für eine sozial, kulturell und ökologisch verträgliche Entwicklung des Tourismus. Wesentlich sind dabei die regionale Wertschöpfung und die Selbst- und Mitbestimmung der Menschen in den bereisten Ländern.

respect möchte erreichen, dass faires Reisen verstärkt nachgefragt und gelebt wird. Wir wollen die Einstellungen und Verhaltensweisen von TouristInnen und die touristische Angebotsentwicklung beeinflussen. Dazu arbeiten wir vor allem mit Medien und Multiplikatoren zusammen.

www.respect.at

Die Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V.

Markus Mauthe und Michael Martin

Die Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V. sieht sich als Berufsverband der Diareferenten. Ihr Ziel ist es, das Medium "Diavortrag" und die Zusammenarbeit zwischen den Referenten und Veranstaltern zu fördern. Dies gelingt durch regelmäßige Rundschreiben, die Herausgabe eines Katalogs, die Veranstaltung der Internationalen Vortragsbörse und durch jährliche Mitgliederversammlungen.

Die GBV besteht derzeit aus gut 50 Mitgliedern, die meisten sind Diareferenten, die das Medium "Diavortrag" zu ihrem Beruf gemacht haben. Die GBV begrüßt grundsätzlich die Aufnahme neuer Mitglieder. Sie werden vom Vorstand der GBV berufen. Die besten Chancen hat ein Referent, wenn er seine Arbeit in Form eines zehnminütigen Originalausschnitts eines seiner Vorträge auf der zweijährlich stattfindenden Internationalen Vortragsbörse oder auf der jährlich stattfindenden Mitgliederversammlung der GBV präsentiert. Außerdem sollte mindestens ein Vorstandsmitglied der GBV einen kompletten Vortrag des Referenten bei einer öffentlichen Aufführung gesehen haben. Nun kann der Vorstand über eine Mitgliedschaft entscheiden. Eine wichtige Rolle hierbei spielt auch, ob der Bewerber sich in kollegialer Art und Weise schon seit längerem in der Vortragsszene engagiert.

Auch wenn die Vortragsszene aus sehr unterschiedlichen Charakteren besteht, versuchen die Mitglieder unter dem Dach der GBV ihre verschiedenen Strömungen in grundsätzliche Qualitäts- und Wertevorstellungen zu vereinen, um dem Berufsbild eine positive Außendarstellung zu geben,

Eine besondere Stärke der live vorgetragenen Multivisionen – egal, ob sie digitale Bilder oder Originaldias verwenden – ist ihre Authentizität. Der Autor wendet sich live, zum Anfassen nahe und mit Augenkontakt unmittelbar an sein Publikum. Diese Authentizität der Berichterstattung und die daraus resultierende Glaubwürdigkeit der Aussage zusammen mit dem Vertrauensvorschuss des Publikums sind hohe Güter unseres Mediums, denen sich die GBV als Berufsverband eng verpflichtet fühlt.

In den letzten Jahren ist vermehrt über die Möglichkeit und den Sinn diskutiert worden, soziale und umweltpolitische Aspekte in die Vorträge zu integrieren. In der Satzung der GBV gibt es bisher keine Richtlinien, die sich mit diesen oder ähnlichen Themen beschäftigt und anhand derer sich entscheiden ließe, wann ein Mitglied gegen die Interessen des Verbandes verstößt. Solche Richtlinien sollen aber im Rahmen der Spielräume, die einem Berufsverband zur Verfügung stehen erarbeitet werden, um sie in die Vereinssatzung aufzunehmen.

www.gbv-diavortraege.de

Autorenübersicht

Böhmer-Bauer, Dr. Kundri



Dr. Kundri Böhmer-Bauer M.A. ist Ethnologin, interkulturelle Trainerin sowie Lehrbeauftragte an der Ludwig-Maximilians-Universität in München und an der Hochschule der Bundeswehr in München/Neubiberg. Sie hat in zahlreichen Ländern Afrikas und Asiens geforscht und mehr als 15jährige Erfahrung im Tourismus. Für Tourismusfachleute bietet sie nicht nur interkulturelle

Trainings an, sondern auch Schreibworkshops für Katalogtexte.

□ info@boehmer-bauer.de | www.boehmer-bauer.de

Krause, Silke



Silke Krause hat Ethnologie, Kunstgeschichte und Klassische Archäologie an der Freien Universität Berlin studiert und sich besonders innerhalb ihrer Abschlussarbeit "Mythos Timbuktu. Über Abenteuer und Reisen" mit Tourismus beschäftigt. Seit 2003 ist sie Mitglied bei GATE – Netzwerk, Tourismus, Kultur e.V., wo sie seit 2004 als Vorstandsmitglied (Kassenwartin) aktiv ist. Neben der Entwicklung und

Durchführung von Projekten bei GATE e.V. vertritt sie den Verein seit November 2008 im Vorstand des Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlags (BER) e.V., der Lobbyorganisation der entwicklungspolitisch tätigen NRO auf Landesebene. Hauptberuflich ist sie derzeit selbständig im Veranstaltungsmanagement, hauptsächlich im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit, tätig.

 $\ \ \Box \ \ krause@gate-tourismus.de \ \ | \ \ www.gate-tourismus.de$

Kubitza, Ina



Ina Kubitza studierte Ethnologie, Geografie und Politikwissenschaften in Berlin, Lund (Schweden) und Mainz. Interessengebiete sind Indianer Nordamerikas, speziell Wissenssysteme und Mensch-Umwelt-Beziehungen.

2006 Feldaufenthalt im Waswanipi Cree Model Forest in Quebec/Kanada, einem Pilotprojekt zur Entwicklung eines nachhaltigen Forstmanagements

unter der Leitung einer indianischen Gemeinde. Außerdem beschäftigt sie sich mit Tourismus als einer Möglichkeit für indigene Völker, sich eine wirtschaftliche Grundlage zu schaffen und dabei ihre kulturelle Eigenständigkeit zu stärken. Seit April 2008 Mitarbeit bei GATE e.V. im Rahmen des Workshops für Diashow-Referenten "Fairness zeigen!", seit September 2008 Masterstudiengang "Nachhaltiges Tourismusmanagement" an der Fachhochschule Eberswalde.

□ kubitza@gate-tourismus.de | www.gate-tourismus.de

Mauthe, Markus



Markus Mauthe (geb.1969) ist gelernter Fotograf und hat durch seine Liebe zur Natur von Anfang an den Bereich der Landschaftsfotografie für sich entdeckt. Seit vielen Jahren produziert er Diavorträge und präsentiert seine Fotografie auf Großleinwand. Mit hochwertigen Bildern zeigt er den Besuchern die Schönheiten dieser Welt und macht mit

einfühlsamen Texten auf die Notwendigkeit ihres Erhalts aufmerksam. Seit einigen Jahren arbeitet er schwerpunktmäßig für die Umweltschutzorganisation Greenpeace.

□ info@markus-mauthe.de | www.markus-mauthe.de

Martin, Michael



Michael Martin ist Diplom-Geograph und hat sich als Fotograf und Autor auf Wüsten spezialisiert. 1963 in München geboren, hat er bereits im Alter von siebzehn seine Leidenschaft für Wüsten entdeckt. Innerhalb von zwei Jahrzehnten unternahm er über 100 Reisen in die Wüsten der Erde, veröffentlichte hierzu 20 Bildbände und hielt über

1000 Diavorträge, unter anderem vor der Royal Geographical Society in London und auf der Weltklimakonferenz in Montreal.

☐ info@michael-martin.de | www.michael-martin.de

Pöhlitz, Jürgen

Jürgen Pöhlitz ist 1961 im schwäbischen Schorndorf geboren. Im Jahre 1985 infizierte er sich in Sri Lanka mit dem Fernreisevirus. Es folgten zahlreiche individuelle Rucksackreisen. Inspiration war damals wie heute die Erweiterung des persönlichen Horizontes, die Auseinandersetzung mit fremdartigen Lebensverhältnissen und das Eintauchen in die tropische Natur.

Seit Anfang der 90er Jahre setzt er sich mit dem Medium Fotografie als Autodidakt auseinander. Mehr als ein Jahr fotografierte und recherchierte er in den Ländern Nepal und Myanmar (Burma), über die er seit 1995 Dia-Multivisionsvorträge hält. Begleitet wird er auf seinen Reisen und bei der Gestaltung und Präsentation der Diashows von seiner Frau Sonja.

□ www.juergen-poehlitz.de

Ritter-Weilguni, Ramona



Jahrgang 1961, geboren in Wien, Alleinerzieherin einer mittlerweile erwachsenen Tochter – vom Ursprungsberuf her Kindergartenpädagogin, später LSB/Suchttherapeutin; war schon immer neugierig und interessiert an fremden Kulturen, Lebensformen und Weltbildern. Durch das späte Studium der Ethnologie, Kultur- und Sozialanthropologie

fand sie ihre Berufung, die der Sehnsucht nach der Ferne entgegenkam. Schwerpunkte des Studiums waren unter anderem der Themenkomplex "Visuelle Anthropologie" sowie Tourismus und Kunst. Ihre Prämissen sind: Beziehung – Bewegung – Kreativität. Eine Reise im Sommer 2002 durch den Norden Kanadas führte zur ersten gemeinsamen Multimediaproduktion mit dem renommierten Vortragsreferenten Hans Thurner. Weitere Multivisionen folgten.

□ ramona-weilguni@eunet.at

Rapp, Volker



Volker Rapp war 15 Jahre als Konzertveranstalter für elektronische Musik tätig, darunter gehörten die ersten Konzerte in der Wuppertaler Schwebebahn, bei Körperwelten etc. In den Räumen, in denen keine optischen Reize Geschichten erzählten (Rittersäle von Burgen, Sonnenfinsternis), kamen Dias zum Einsatz (größte Besucheranzahl bei

einem Konzert mit Dia-Unterstützung waren 8000, größtes Konzert überhaupt 12.000). Seine Reisediashows werden vor gemischt interessiertem Publikum aufgeführt. Rucksacktouristen als auch Kulturliebhaber durch Zusammenarbeiten mit Museen (im Rahmen z.B. der jeweiligen Tibetausstellungen mit dem Stadtmuseum Duis-

burg oder der Villa Hügel, Essen) finden bei seinen interaktiven Vorträgen immer einen Teil, weil sie sich diesen selbst auswählen.

☐ RappVolker@online.de

Rohrbach, Dr. Dirk



Eigentlich ist Dirk Rohrbach, geboren 1968 in Hanau, gelernter Mediziner, hat auch lange in einer orthopädischen Praxis gearbeitet und promoviert. Seine Leidenschaft aber gilt dem Reisen und Geschichten erzählen. So absolvierte er nach dem Medizinstudium ein Volontariat bei Deutschlands erfolgreichstem privaten Radiosender Antenne Bayern. 2000 wechselte er als Hörfunkmoderator zum Bayerischen Rundfunk

(Bayern3) und arbeitet heute auch als Sprecher für verschiedene TV-Produktionen. Außerdem schrieb er für die Wissenschafts-Redaktion der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und diverse Magazine.

Als Fotograf hat Dirk Rohrbach Dia-Reportagen über Reisen und Expeditionen in Amerika und Skandinavien produziert. Seit über zehn Jahren widmet er sich außerdem gemeinsam mit Peter Hinz-Rosin den Ureinwohnern Amerikas. In seiner neuen Dia-Vision AMERICANA erzählt er von dieser Reise und den skurrilen Begegnungen und Erlebnissen während einer Umrundung der USA mit dem Fahrrad. Dafür wurde er bei der 2. Long Distance Bikers Convention 2007 in Köln ausgezeichnet.

Dirk Rohrbach ist berufenes Mitglied der Gesellschaft für Bild und Vortrag (GBV).

□ www.weltgeschichten.com

Fairness zeigen! 113

114 Autorenübersicht

Winkler, Astrid

Soziologin, Trainerin (Code of Conduct, Anti-Diskriminierung). Aufgabenbereich bei respect: Verantwortliche für die internationale Kampagne gegen wirtschaftlichen und sexuellen Missbrauch von Kindern im Tourismus; Öffentlichkeitsarbeit und fach-journalistische Arbeit u.a. zu "Sexuelle Ausbeutung von Kindern" und "Code-of-Conduct".

□ astrid.winkler@respect.at | www.respect.at

Impressum

Fairness zeigen!

Reisediashows als Mittler für sozialverträglichen Tourismus

Dokumentation zum Workshop im Rahmen der Vortragsbörse der Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V. 25. April 2008 Braunfels

Berlin, Februar 2009



Herausgeber und Copyright: GATE – Netzwerk, Tourismus, Kultur e.V. kontakt@gate-tourismus.de www.gate-tourismus.de

Projektleitung, Ansprechpartnerin: Silke Krause krause@gate-tourismus.de

Redaktion und Lektorat: Silke Krause, Ina Kubitza

Layout: Silke Krause

In Kooperation mit:



respect – Institut für Integrativen Tourismus und Entwicklung www.respect.at

Gefördert durch:



Evangelischer Entwicklungsdienst www.eed.de



Globetrotter Ausrüstung www.globetrotter.de



Gesellschaft für Bild und Vortrag e.V. www.gbv-diavortraege.de