



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

"Souvenir, Schmuckstück, Staubfänger"

Eine Untersuchung zum Phänomen Urlaubsmitbringsel
unter besonderer Berücksichtigung der Funktion

Verfasserin

Alexandra Kral

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 308 394

Studienrichtung lt. Studienblatt: Volkskunde (Ethnologia Europaea)

Betreuer: o. Univ.-Prof. Dr. Konrad Köstlin

Danksagung

Ich bedanke mich allen voran bei o. Univ.-Prof. Dr. Konrad Köstlin, der trotz längerer Absenzen seiner Studentin die Geduld aufbrachte, die Fertigstellung der vorliegenden Arbeit zu erwarten und darüber hinaus mit seinen Anregungen wertvolle Hilfestellung leistete.

Großer Dank gebührt meinen Interviewpartnerinnen, die mir in unseren Gesprächen Einblick in ihr Reiseverhalten und ihren ganz persönlichen Umgang mit ihren Urlaubsmitsbringseln gewährten.

Dank auch allen, die je mit mir auf Reisen waren: meiner Familie für das gemeinsame Entdecken von vielen außergewöhnlich schönen wie spannenden Flecken dieser Erde und speziell meinen Eltern für die Weitervererbung des Fernwehens, sowie allen ReisegefährtnInnen für das kollektive Ausleben unserer Leidenschaften.

Und ein riesiges Dankeschön an alle, die trotz mancher Widrigkeiten an mich und den Abschluss dieser Diplomarbeit glaubten und mir dies je nach Bedarf durch gutes Zureden, strenge Worte oder das zur Verfügungstellen von Klausurräumlichkeiten vermitteln konnten.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Persönlicher Zugang	5
2. Fachliche Relevanz	7
3. Fragestellung	11
4. Methodik: Qualitative Forschung	13
5. Befragung	20
5.1. Auswahl der Befragten	20
5.2. Kommentierter Leitfaden	22
5.3. Notizen zur Gesprächssituation	25
6. Urlaub	27
6.1. Urlaubsziele	27
6.2. Ansprüche und Erwartungen	28
6.3. Finanzielle Aspekte	30
7. Urlaubsmitbringsel der Befragten	33
7.1. Vielfalt	33
7.1.1. Nutzbares	34
7.1.2. Dekoratives	35
7.1.3. Vorlieben und Ideen	36
7.2. Massensouvenirs	36
8. Auswahlmotive bei UrlaubsmitbringseIn	38
8.1. Bedürfnis nach UrlaubsmitbringseIn	38
8.2. Auswahlmotive	40
8.2.1. Optik	40
8.2.2. Nutzen	41
8.2.3. Authentizität	41
8.2.4. Käuferlebnis	45
8.2.5. Sammelerlebnis	49
8.2.6. Urlaubsstimmung	51
8.2.7. Erinnerungen	56
9. Aufbewahrung von UrlaubsmitbringseIn	59
9.1. Sichtbares	60
9.2. Verstautes	62
9.3. Trennung	63
9.3.1. Lieblingsstücke	65
9.4. Urlaubsbilder	66

10. Funktionen von Mitbringseln	69
10.1. Erinnerungsträger	70
10.1.1. Gegenstandsbezogene Erinnerung: Theorie	70
10.1.2. Erinnerungsanlässe	74
10.1.3. Nutzung von Urlaubsmitbringseln als Erinnerungsträger	76
10.2. Dekoration	80
10.3. Verwendung	81
10.4. Soziale Funktion	83
10.5. Urlaubsbilder als Erinnerungsträger	84
10.5.1. Bilder als Erinnerungsträger: Theorie	84
10.5.2. Nutzung von Urlaubsbildern als Erinnerungsträger	86
10.5.3. Soziale Funktion von Urlaubsbildern	88
11. Massensouvenirs	90
11.1. Eigenschaften von Massensouvenirs	90
11.2. Funktionen von Massensouvenirs	93
11.3. Einstellung der Befragten zu Massensouvenirs	96
12. Zusammenfassung der Ergebnisse	99
 Quellen- und Literaturverzeichnis	 103
 Anhang: Kurzbiografien der Befragten	 111

1. Persönlicher Zugang

Souvenirs – wer kennt sie nicht, die meist kleinen, manchmal auch größeren Dinge, die aus dem Urlaub, von einer Reise mit nach Hause gebracht werden. Souvenirs – (an)greifbar gemachte Erinnerungen, die durch ihren Anblick längst vergangene, in ihnen gespeicherte Momente in die Gegenwart holen, die dazu einladen, die Gedanken schweifen zu lassen und Abstand zum Alltag zu gewinnen. Souvenirs – Massenware, Kitsch, made in Fernost.

Souvenirs sind ein Phänomen. Viele, wenn nicht die meisten Menschen in unserem Kulturkreis nehmen sich gerne das eine oder andere Objekt aus dem Urlaub mit. Dennoch haftet dem Begriff Souvenir häufig ein schaler Beigeschmack des Billigen, Minderwertigen, Unauthentischen an. Vor dem geistigen Auge erscheinen Miniaturen des Eiffelturms, mit kolorierten Aufnahmen bedruckte Teller und dergleichen mehr. Dabei ist die Bandbreite dessen, was alles zum Mitbringsel wird, enorm: Vom Kieselstein über ein Busticket bis hin zu wertvoller Handwerkskunst reichen die Objekte, die im eigenen Zuhause ihren neuen Platz finden.

Auch ich zähle mich prinzipiell zu jenen, die für sich in Anspruch nehmen, dem angeblichen Massengeschmack, der durch das Angebot in sogenannten Souvenirläden bedient werden soll, nicht zu verfallen. Auf der Rückreise befinden sich in meinem Gepäck zwar immer Dinge, die ich auf der Hinreise noch nicht tragen musste, es handelt sich aber nur in Ausnahmefällen um in einschlägigen Geschäften dargebotene Waren. Der Besuch in *giftshops* – so am Reiseziel vorhanden - ist für mich dennoch fixer Urlaubsbestandteil. In früheren Jahren war es schlichtweg ein Eintauchen in ein faszinierendes Kuriositätenkabinett, für dessen zur Schau getragene Ernsthaftigkeit mir ebenso jegliches Verständnis fehlte wie für jene, die dort einkaufen. Irgendwann rückten die KundInnen von Souvenirgeschäften in meinen Fokus, ich versuchte mir vorzustellen, wo die erstandenen Objekte wohl später landen und welchen Stellenwert sie im Leben ihrer BesitzerInnen einnehmen würden.

Eine erster, wesentlicher innerer Schritt in Richtung der vorliegenden Untersuchung wurde gemacht, als ich den kritischen Blick, den ich so lange auf andere geworfen hatte, auf mich selbst richtete und versuchte für mich zu beantworten, was mir für andere nicht gelingen konnte: Aufgrund welcher Kriterien fälle *ich* meine Entscheidung bei der Auswahl meiner Mitbringsel? Wo bewahre ich diese zu Hause auf? Welche Rolle spielen die einzelnen Objekte für mich? Und nicht zu vergessen: Warum nehme ich mir überhaupt Dinge von meinen Reisen mit? Vor allem die Selbstverständlichkeit zu hinterfragen, die den Umgang mit Mitbringseln bestimmt und zu einem gewissen Grad auch heute, nach der eingehenden Beschäftigung mit diesem Thema, noch prägt, gestaltete die Suche nach Antworten schwieriger als zunächst angenommen.

Das Interesse an fachspezifischer Literatur zum Thema war jedenfalls geweckt, die ersten Recherchen erfolgten - das Ergebnis war erstaunlich: So wird zwar in etlichen Texten der Kauf von Mitbringseln diskutiert, im dort Beschriebenen konnte ich mich allerdings nur selten

wiederfinden. Immer wieder begegnete mir ein erstaunlich einheitliches, gewissermaßen sogar klischeehaftes Bild von Reisenden („den Touristen“), die sich beim Souvenirkauf ohne ernsthaft nachzudenken mit dem erstbesten Ramschartikel zufriedengeben, bevor sie zur nächsten Sehenswürdigkeit weiterhetzen. Die offenbar völlig unreflektiert, vielleicht sogar anhand eines „hilfreichen“ Tipps für Mitnehmenswertes aus einem Reiseführer ausgewählten Mitbringsel erhalten dann – so der Tenor – Ehrenplätze im Heim der Zurückgekehrten und erinnern fortan und v.a. dauerhaft an den verbrachten Urlaub. Ich möchte gar nicht in Abrede stellen, dass es nicht wenige Menschen geben mag, auf die dieses Verhalten tatsächlich zutrifft. Erstaunlich scheint mir vielmehr die Tatsache, dass ein zweifellos ebenso existierender Umgang mit Mitbringseln jenseits des meist üblichen Angebots demgegenüber vergleichsweise wenig Erwähnung findet. Nicht nur die Art und Weise, wie und wo Reisende ihre Mitbringsel auswählen, sondern auch deren weiteres „Schicksal“ ist variantenreicher als mancherorts beschrieben.

Ein erstes gezieltes Umhören in meinem Umfeld zeigte, dass etliche nicht nur ein weitestgehend ähnliches Kauf- und Sammelverhalten an den Tag legen, indem sie sich ihre Mitbringsel lieber „selbst aussuchen“ als auf als solche angebotene Waren zurückzugreifen, sondern auch – wie ich – nur die wenigsten Dinge an besonderen Plätzen aufbewahren. Auch andere freuen sich, wenn sie in einer verstaubten Schachtel Fotos von lange zurückliegenden Reisen oder einen anderen längst in Vergessenheit geratenen Schatz finden. Auch andere hängen – vereinfacht formuliert – teils mehr an der selbst gefundenen Muschel als an dem landestypischen Kupferkännchen. Auch andere können sich zum Teil nicht an die Herkunft einzelner Objekte erinnern bzw. besitzen Dinge, mit denen sie zwar nichts mehr anfangen können, die sie aber trotzdem nicht weggeben wollen. Welche Funktionen erfüllen also Mitbringsel, gleich welcher Art? Inwieweit sind sie tatsächlich Erinnerungsträger? Was hat es also mit dem Phänomen „Souvenir“ auf sich? Das Thema für meine Abschlussarbeit war gefunden.

2. Fachliche Relevanz

Souvenirs sind, wenn es nach dem lateinischen Wortursprung geht, in erster Linie Erinnerungsträger. Damit sind sie an sich prädestiniert für eine Thematisierung durch die Europäische Ethnologie, die sich ja umfangreich mit dem (individuellen) Erinnern beschäftigt, wenngleich die Aufmerksamkeit über weite Strecken dem mündlichen oder schriftlichen Erzählen vorbehalten blieb.¹ Objekte wie Urlaubsmitbringsel dagegen, auch wenn sie für Außenstehende entgegen einer verbreiteten Annahme nicht immer selbsterklärend sind und daher einer zugehörigen Geschichte bedürfen, wurden dagegen nicht selten mit kritischen Verweisen auf einen eher unreflektierten Umgang mit ihnen seitens ihrer KäuferInnen abgehandelt. Eine Erklärung dafür könnte aus einer Feststellung Bendix' abzuleiten sein, die konstatiert, dass es lange „schwierig zu akzeptieren [blieb], daß auch der scheinbar unechte Folklorismus in ein soziales und kommunikatives Umfeld eingebettet“² ist – das dominierende Bild von an Authentizität nicht interessierten „Touristas vulgaris“³ überdeckt zusätzlich allzu oft, dass es auch anders gesinnte Reisende und dementsprechend auch andere, vielschichtigere Objekte gibt.

Von Reisenden wird heute geradezu erwartet, dass sie mit Mitbringseln nach Hause zu kommen – „You can't go on holiday and not take home a souvenir!“⁴ – oder zumindest eigene Fotos machen. „Andenken“ gehören dazu. In Lifestyle-Magazinen zeigen erfolgreiche Frauen ihren von besonderen Objekten geschmückten Schreibtisch⁵, Broschüren und Zeitschriften raten zur Ermöglichung eines entspannteren Schaffens alljährlich zum Drapieren von Souvenirs am Arbeitsplatz.⁶ Die „Nebenwirkungen eines Urlaubs“⁷ werden zum Teil des Alltags. Da es sich bei Souvenirs also um ein weit verbreitetes Phänomen handelt, besteht wohl keine Gefahr, sich bei der Beschäftigung mit ihnen in Belanglosigkeiten zu verlieren⁸ (auch wenn sich, wie in Folge zu lesen sein wird, wie so oft die Handelnden der Bedeutung ihres Tuns kaum bewusst sind), im Gegenteil: Die Volkskunde als „Wissenschaft von den Selbstverständlichkeiten“⁹ sollte sich auch hier der Vielzahl an Spielweisen widmen.

Mitbringsel sind untrennbar mit dem Reisen, mit dem Urlaubmachen andernorts verknüpft – ein Feld, dem sich WissenschaftlerInnen aus diversesten Fachgebieten seit längerem eingehend widmen. Bereits so frühe Aufzeichnungen wie das Gilgamesch-Epos zeugen von der Bedeutung des Reisens für den Einzelnen auf der Suche nach dem Kern des Lebens.¹⁰ Das Reisen, wie wir es heute kennen, begann sich im 18. und 19. Jahrhundert zu entwickeln, als

¹ vgl. Götz, Irene: „Vergiß nicht ... sei fleißig, Du weißt .. werde ein Mann!“ S.271

² Bendix, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. S.69

³ zit. nach Franklin, Adrian and Mike Crang: The trouble with tourism and travel theory?

⁴ o.A.: <<http://www2.bbc.co.uk/holiday/souvenirs/>>

⁵ vgl. etwa Koschitz, Rhonda: Mein neuer Lifestyle im Büro. S.128-132

⁶ vgl. etwa Braun, Eva: Den Urlaub in den Alltag retten. S.13

⁷ o.A.: <<http://home.t-online.de/home/harald.werk/ostsee1.htm>>

⁸ vgl. dazu Korff, Gottfried: Bemerkungen zur öffentlichen Erinnerungskultur. S.163f., bzw. Mohrmann, Ruth-E.: Dingliche Erinnerungskultur im privaten Bereich. S.211, sowie Habermas, Tillmann: Geliebte Objekte. S.288

⁹ Köstlin, Konrad: Alltagskultur. S.3

¹⁰ vgl. Opaschowski, Horst W.: Tourismusforschung. S.36f.

Angehörige der Oberschicht sprich Adel und Bürgertum zur „Grand Tour“ aufbrachen, mit viel bestaunten exotischen Objekten zurückkehrten und damit sogenannte Wunderkammern einrichteten.¹¹ Der Begriff „Tourist“ wurde erstmals um 1800 in England geprägt, in Grimms Wörterbuch fand er einige Jahrzehnte später als jemand, „der zu seinem Vergnügen, ohne festes Ziel, zu längerem Aufenthalt sich in fremde Länder begibt, meist mit dem Nebensinn des reichen, vornehmen, unabhängigen Mannes“¹² Eingang. Für breitere Gesellschaftsschichten wurde das Reisen um seiner selbst Willen einhergehend mit der Entdeckung der Freizeit interessant¹³, ebenfalls in den 1950er Jahren setzte das nicht zuletzt von der dahinter stehenden Industrie propagierte hobbymäßige Fotografieren oder „Knipsen“ ein.¹⁴

Heute ist ein Urlaub fernab vom eigenen Zuhause für viele ein fixer, wiederkehrender Bestandteil des Lebens und damit einhergehend ein enormer Wirtschaftsfaktor, neben Transport- und Beherbergungswesen kann auch die Souvenir-Industrie mit enormen Umsätzen aufwarten. Von den ursprünglich vorherrschenden Motivationen zu reisen hat sich der Tourismus dabei teils weit entfernt: Die individuellen Schwerpunkte sprich Erwartungen, die in diese spezielle Zeit des Jahres gesetzt werden, sind wie die AkteurInnen vielfältiger geworden, Bildung und Horizontenerweiterung sind keine exklusiven Motive mehr. Was seine Entwicklung als Bildungsreise begann, wurde vielerorts zur Sight-Seeing-Tour, wobei Sehenswürdigkeiten manchmal gar als „Sehens-Notwendigkeit“¹⁵ gehandelt werden, oder aber zum reinen Badeurlaub reduziert¹⁶. Dementsprechend wurde und wird „der Tourist geradezu zum Feindbild des wahren Weges zum Verständnis kultureller Authentizität stilisiert“¹⁷, weswegen manche Reisende sich selbst auch nie als TouristIn bezeichnen würden. Hier scheint zunehmend eine sprachliche Differenzierung zwischen TouristInnen und Reisenden stattzufinden, da letzteres nach höheren Ansprüchen - wie eben Bildung - klingt.¹⁸ (Anm.: In der vorliegenden Arbeit wird nur an ausgewiesenen Stellen eine allfällige Differenzierung vorgenommen.) Dennoch ist es nicht zulässig, alle, die im Urlaub keine horizontenerweiternden Taten setzen, als gleichermaßen unreflektiert zu betrachten.

Was auch immer jedoch die Erwartungen an einen gelungenen Urlaub sein mögen, die grundlegenden Motivationen eine Reise anzutreten sind durchaus ähnlich: An erster Stelle zu nennen ist hier der Fluchtgedanke, das Bedürfnis, dem Alltagstrott und seinen meist nicht selbstauferlegten Zwängen zumindest eine Zeit lang zu entkommen. Dieser Wunsch steckt gewissermaßen schon im Wortursprung: „urloup“ bezeichnete in höfischer Sprache die Erlaubnis wegzugehen.¹⁹ Das Gewohnte wird dabei in seiner Bedeutung herabgestuft, während die Ferne mit ihren Verheißungen an Attraktivität gewinnt.²⁰ Am fremden Ort angelangt, ist

¹¹ vgl. Wax, Johann: Warum reisen wir eigentlich? S.72f.

¹² zit. nach Opaschowski, Horst W.: a.a.O., S.13

¹³ vgl. Köstlin, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. S.14

¹⁴ vgl. Schwarz, Uli: Andenken und Photographie – Zeichen im Alltag. S.81

¹⁵ Wax, Johann: a.a.O., S.75

¹⁶ vgl. Roser, Sebastian: Alternatives Reisen – Alternativen zum Reisen – Alternativen im Reisen. S.226

¹⁷ Bendix, Regina: a.a.O., S.62

¹⁸ vgl. dazu auch ebda., S.60

¹⁹ vgl. Opaschowski, Horst W.: a.a.O., S.14f.

²⁰ vgl. Armanski, Gerhard: Die kostbarsten Tage des Jahres. S.34

häufig ein Annehmen einer eigenen Urlaubsidealität zu beobachten - auch wenn diese wiederum in einem typisierten Verhalten resultiert²¹, schafft sie doch Erleichterung. Nicht zuletzt die Suche nach Selbstbestätigung im Sinne einer Selbstvergewisserung, die im Alltagsleben oft mangels entsprechender Möglichkeiten dazu erfolglos bleibt, führt dazu, dass die Erfüllung der „Forderung nach gesteigerter Lebensqualität“²² in der freien Zeit und v.a. örtlich losgelöst vom Alltag erwartet wird. Ein damit zusammen hängender Aspekt ist die in der heutigen modernisierten und technisierten Zeit schwierig(er) beizubehaltende Authentizität²³, die für sich selbst wieder gefunden werden soll: Die von Marquard festgestellte „weltweite Uniformierung der Lebenswelten“ verlangt hier nach einem „Gegengewicht“²⁴. Ein Aufenthalt fern der alltäglichen Umgebung, der neue Eindrücke und Erfahrungen schenkt, quasi in eine „andere Realität“ eintauchen lässt, führt letztlich – idealerweise - zurück zum Ich: „Ohne das Andere gibt es kein Eigenes.“²⁵

Reisen kann vieles. Es ist „Fluchthelfer, Problemlöser, Kräfte- und Energiespender, Lebenshilfe und Glücksbringer“²⁶, es ist „Re-Kreation“, die „Schöpfung von neuer Lebenskraft, von neuem Lebensinhalt“²⁷, die „mindestfällige Entschädigung“²⁸ für alles, was im Alltag ertragen werden muss. Folglich liegt es nahe, die gemachten (positiven) Erfahrungen in irgendeiner Form festhalten zu wollen. Zusätzlich zu den im Gedächtnis gespeicherten Eindrücken bedarf es offenbar gegenständlicher Erinnerungsstützen, die als Beleg für das Erlebte dienen sollen. Die mitgebrachten Objekte liefern somit den Nachweis, dass „Aufwand und Erfolg [der Reise, Anm.] in einem rechten Verhältnis zueinander“²⁹ stehen.

Eine mögliche Erklärung für das Bedürfnis nach dingfest gemachter Erinnerung liegt in der heutigen Konsum- und Wegwerfgesellschaft begründet, die als Gegentendenz die Entstehung einer „Aufhebe- und Sammlergesellschaft“ mit sich zu bringen scheint: „Wir sammeln uns selbst.“³⁰ Eine gewisse Rolle mag auch der im sozialen Umfeld erlernte Umgang mit der eigenen Geschichte, mit Erinnerungsstücken spielen.³¹ In jedem Fall dürfte mit dem Mitnehmen von bestimmten Objekten eine größtenteils unbewusste Angst vor dem Verblässen von Erinnerungen einhergehen, wenngleich das Vorhandensein dieser Dinge in Wahrheit keine Gewähr vor dem Vergessen bietet. Da sie jedoch aufgrund ihrer Herkunft und der speziellen Geschichte, die sie mit ihren BesitzerInnen verbindet, für diese höchst authentisch sind, scheinen sie vor einem Ende als bedeutungsloser Staubfänger bewahrt.

²¹ vgl. dazu auch Gyr, Ueli: Nicht immer lustig. S.293

²² Köstlin, Konrad: Reisefieber - Massentourismus. S.12

²³ vgl. Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.47

²⁴ Köstlin, Konrad: Alltagskultur. S.11

²⁵ Tebbe, Krista: Das über das Andere angeeignete Eigene. S.60

²⁶ Krippendorf, Jost: Die Ferienmenschen. S.52

²⁷ ebda., S.50

²⁸ Armanski, Gerhard: a.a.O., S.130

²⁹ Wax, Johann: a.a.O., S.73

³⁰ Köstlin, Konrad: Der Dinge neuer Sinn im Museum. S.228

³¹ vgl. Kuntz, Andreas: Objektbestimmte Ritualisierungen. S.224

Da zu jedem beliebigen Gegenstand eine Beziehung aufgebaut werden kann, eignet sich im Grunde alles als Erinnerungsträger.³² Dennoch dominieren in diversen Artikeln zum Thema Reisen und Urlaub Objekte als Mitbringsel, die gemeinhin als minderwertige Massenware oder Kitsch in Verruf stehen wie etwa Miniaturen bekannter lokaler Bauwerke. Das entsprechende Angebot vor Ort, das durchaus zu Recht als „gnadenlose Kanonisierung der Kulturgüter der Menschheit“³³ betrachtet werden kann, stößt bei den dort beschriebenen „Touristen“ allem Anschein nach auf großen Anklang. Kaum Erwähnung findet in diesem Zusammenhang hingegen, dass Konsum auch als gestalterischer und somit reflektierter Akt stattfinden kann.³⁴ Vergleichsweise wenig thematisiert werden demgegenüber auch Mitbringsel der anderen Art, wie Muscheln, Fahrkarten oder Nahrungsmittel aus dem örtlichen Supermarkt. Ebenfalls kaum Berücksichtigung fand schließlich lange die Frage, inwieweit letztendlich einzelne Objekte ihre zuge dachte Rolle als Erinnerungsträger erfüllen, sie also den Namen „Souvenir“ im eigentlichen Wortsinn zu Recht tragen – ein nach wie vor ergiebiges Forschungsfeld für die Europäische Ethnologie.

³² vgl. dazu auch Köstlin, Konrad: Souvenirs im Lebensmuseum. S.202

³³ Bien, Helmut M.: Musealisierung der Alltagskultur. S.11

³⁴ vgl. Köstlin, Konrad: Alltagskultur. S.15f.

3. Fragestellung

Das Spektrum jener Gegenstände, die von Reisenden respektive UrlauberInnen mit nach Hause mitgenommen werden, umfasst weit mehr als die „typischen“ Objekte, die beim Stichwort „Souvenir“ meist als erstes in den Sinn kommen, also jene, die in die Warengruppe „billig produzierte Massenware mit Kitschfaktor“ fallen. Muscheln, Kieselsteine, Kleidungsstücke, kulinarische Spezialitäten, Kunsthandwerk, Gebrauchsgegenstände, Flugtickets oder übrig gebliebenes Kleingeld, um nur einige exemplarische Dinge zu nennen: Sprichwörtlich alles kann – von logistischen Hürden abgesehen - von einem Ort an einen anderen transferiert werden. Mitbringsel werden nicht nur gekauft, sei es im Souvenirgeschäft oder anderswo, sie werden gefunden, aufgesammelt oder auch „mitgehen gelassen“.³⁵

All diesen Objekten gemeinsam ist, dass ihre BesitzerInnen sie ausgewählt, zu ihnen eine Beziehung aufgebaut und sie mit Bedeutung aufgeladen haben. Zu etwas Besonderem machen sie ihre spezielle Herkunft, die Art, wie sie erstanden oder gefunden wurden und die damit verbundenen Erfahrungen. Die in diesem Kontext mit ideellem Wert aufgefüllten Gegenstände werden in diesem Sinne Symbole für einen erstrebenswerten, tatsächlich erlebten, „echten“ Zustand, der ohne sie zu einem späteren Zeitpunkt nicht mehr greifbar wäre.³⁶

An eine Urlaubsreise werden vor Antritt bewusste wie unbewusste Erwartungen gestellt, in den zugehörigen Mitbringsele manifestiert sich gewissermaßen deren Erfüllung, ebenso wie sie Vorlieben und Prioritäten offenbaren. Nach der Rückkehr in das eigene Zuhause werden die gesammelten Eindrücke verarbeitet, die Erinnerungen sind aufgrund der zeitlichen Nähe zum Urlaub noch lebendig, die diversen Mitbringsel finden ihren Platz im alltäglichen Umfeld. Als „Belegstücke des gelebten Lebens“³⁷ nehmen sie zunehmend ihre zugeordnete Rolle als Erinnerungsträger ein, die die längst vergangene „schöne Zeit“ immer wieder aufs Neue aufleben lassen – soweit die Theorie.

Unter dem Begriff „Souvenir“ werden verbreitet Gegenstände verstanden, denen das Unechte deutlich anzusehen ist, die aber gezielt als Erinnerungsstütze produziert und zu diesem Zweck angeboten werden. Dabei schwingt die (angebliche) Anspruchslosigkeit von Reisenden mit, „die mit ihren offensichtlichen inauthentischen Erfahrungen [und Mitbringsele, Anm.] zufrieden sind“³⁸, der „typische Tourist“ steckt in der „Rolle eines stark außergeleiteten, letztlich erlebnisunfähigen Konfektionskonsumenten“³⁹ fest. Was dabei jedoch oft unberücksichtigt bleibt, ist die nicht unwahrscheinliche Möglichkeit, dass auch diese UrlauberInnen zusätzlich Dinge mit nach Hause nehmen, die *nicht* als vorgefertigte Dutzendware angeboten werden - ganz abgesehen von jenen vermutlich ebenfalls nicht nur spärlich gesäten Reisenden, die von Objekten dieser Art gänzlich Abstand nehmen. Außer Zweifel steht jedenfalls, dass ein Großteil

³⁵ vgl. dazu Schwarz, Uli: a.a.O., S.97ff.

³⁶ vgl. dazu Bendix, Regina: a.a.O., S.59

³⁷ Köstlin, Konrad: Souvenir. S.111

³⁸ Bendix, Regina: a.a.O., S.60

³⁹ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.41

aller UrlauberInnen sich das eine oder andere Objekt mit nach Hause nimmt, das (auch) zumindest potenziell Erinnerung stiftet.

Um einen umfassenden Überblick über die vermutete enorme Bandbreite an mitgebrachten Objekten und somit die Grundlage der weiteren Analysen zu erlangen, werden eingangs die in den Gesprächen erwähnten Dinge beschrieben und kategorisiert. Im Fokus stehen die herangezogenen Kriterien bei der Auswahl der Mitbringsel, weiters wird die subjektive Bedeutung des Urlaubs für die Gewährspersonen studiert. Augenmerk wird auch auf den jeweiligen Verwahrungsort der Objekte gelegt, um allfällige Zusammenhänge zwischen der Platzierung von einzelnen Gegenständen und deren Funktion erkennen zu können. Die Urlaubsmitbringenseln zugeordnete Rolle als Erinnerungsträger stellt den Kern der vorliegenden Arbeit dar, wobei analysiert wird, inwieweit einzelne Mitbringsel diese Aufgabe tatsächlich erfüllen und somit zum „wahren Souvenir“ werden - der komplexe Aspekt der Dechiffrierung von Mitbringenseln im privaten wie im öffentlichen Bereich wurde bislang vergleichsweise wenig untersucht.⁴⁰ Zusätzlich werden hier allfällige weitere Funktionen wie Gebrauch oder Dekoration aufgezeigt.

Ziel der Untersuchung ist nicht nur eine umfassende Darstellung der Erkenntnisse aus den qualitativen Interviews, die den Ergebnissen der Literaturrecherche gegenübergestellt werden. Zentral ist die Frage, zu welcher Art von Mitbringenseln die tiefsten Beziehungen aufgebaut werden respektive welche Dinge sich besonders als Erinnerungsträger eignen.

Hypothetisch angenommen wird, dass Objekte, die *nicht* aus dem Angebot vorgefertigter Massenware in Souvenirgeschäften stammen, eine speziellere Bedeutung für das Individuum haben und folglich auch in stärkerem Ausmaß Eindrücke zu konservieren vermögen, sie also in stärkerem Ausmaß und v.a. dauerhafter Erinnerungen evozieren können als herkömmliche Souvenirs.

⁴⁰ vgl. ebda., S.50

4. Methodik: Qualitative Forschung⁴¹

Jede Forschungsarbeit muss - je nach Thema, Zweck und Anspruch - diversen wissenschaftlichen Kriterien genügen, um als ernstzunehmend zu gelten. Dementsprechend zahlreich sind die theoretischen Modelle, an denen sich Forschende orientieren können. Im Zentrum steht dabei stets die laufende Kontrolle der einzelnen unternommenen Schritte, um die Wissenschaftlichkeit der jeweiligen Studie zu gewährleisten. Gerade bei nicht-quantitativen Untersuchungen darf diese Kontrolle aber nicht als kompromisslose Regelgeleitetheit missinterpretiert werden, da dadurch ein wesentliches qualitatives Charakteristikum - jenes der Offenheit - außer Kraft gesetzt werden würde: Nur wer sich die Möglichkeit offen hält, während des Studienverlaufs (begründete) Adaptionen an der Fragestellung oder Vorgehensweise vorzunehmen, kann sicherstellen, dass die Untersuchung gegenstandsadäquat erfolgt und das Ergebnis somit aussagekräftig ist.

Mayring formulierte fünf Grundsätze des qualitativen Denkens: *Subjektbezogenheit*, *Deskription*, *Interpretation*, *alltägliche Umgebung* und *Verallgemeinerung* sind jene Schlagworte, anhand derer in Folge einerseits die wichtigsten qualitativen Kriterien zusammenfassend beschrieben und andererseits aufgezeigt wird, wie diese in der vorliegenden Arbeit Niederschlag finden.

Subjektbezogenheit

Die Subjektbezogenheit lässt sich grob in drei Teilbereiche gliedern, nämlich in *Problemorientierung*, *Historizität* und *Ganzheitlichkeit*.

Unter *Problemorientierung* ist zu verstehen, dass sich der Forschungsinhalt nicht global über ein Thema erstreckt, sondern vielmehr konkrete Fragestellungen bzw. Fragenkomplexe beleuchtet und analysiert werden. Dies ist insofern naheliegend, als qualitative Studien - dem Namen entsprechend - keinen quantitativen Ansprüchen genügen sollen (zumindest nicht vorrangig), sondern durch sie etwa die (schwieriger messbaren) Beweggründe oder Motivationen der ProbandInnen hinsichtlich bestimmter Handlungsweisen untersucht werden. Im konkreten Fall ging es also nicht darum, das Phänomen Mitbringsel in seiner Gesamtheit zu untersuchen, sondern vielmehr darum herauszufinden, welchen Bezug die Befragten zu einzelnen Dingen, die sie von diversen Urlaubsorten mitnehmen, haben bzw. aufbauen und inwieweit diese Mitbringsel in Folge als Erinnerungsträger („Souvenirs“) fungieren.

Historizität bezieht sich auf die Tatsache, dass sich Sachverhalte im Lauf der Zeit verändern können, sprich dass Studien zu ein und demselben Thema zu unterschiedlichen Zeiten andere Ergebnisse hervorbringen, obwohl die Befragten dieselben sind. Bei qualitativen Studien ist der zeitliche Aspekt sehr wesentlich und wurde auch bei der vorliegenden Untersuchung in

⁴¹ vgl. Mayring, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung.

mehreren Interviews von den Gesprächspartnerinnen selbst offen angesprochen. Wäre die Umfrage also vor einigen Jahren mit denselben Personen durchgeführt worden, wäre das Ergebnis tatsächlich ein völlig anderes, da die Auswahl von und der Umgang mit Reisemitbringern mit persönlichen Entwicklungen verbunden und somit Änderungen unterworfen ist. Da die Befragung außerdem zu einem Zeitpunkt stattfand, als Digitalkameras noch bei weitem nicht so verbreitet waren wie dies schon wenige Jahre später der Fall war (2002), würden sich heute bei einigen Probandinnen die Praktiken in Sachen Urlaubsfotografie wohl grundlegend verändert haben.

Das Kriterium der *Ganzheitlichkeit* schließlich deutet auf die Komplexität der Inhalte von qualitativen Studien und selbstverständlich auf jene der im Mittelpunkt stehenden Subjekte hin. Anders als bei rein statistischen Erhebungen sind hier die befragten Menschen selbst der Ausgangspunkt von allem, sie sind die ExpertInnen, die zur Sprache kommen (müssen). Erst der sprachliche (mündliche) Zugang ermöglicht es ihnen, frei auf Fragen zu antworten und eigene Bezüge herzustellen. Bei den Interviews muss dabei – auch im Sinne der Problemorientierung – darauf geachtet werden, nicht zu allgemein formulierte Antworten zu erhalten, da die Verbindlichkeit der Aussagen und somit der Studienergebnisse darunter leiden würde. Offene Fragen bedeuten zwar einen größeren Aufwand bei allen folgenden Schritten (Aufbereitung, Analyse, usw.), gewährleisten aber dafür eine Fülle an Informationen und Kontexten, die für eine eingehende Interpretation unerlässlich sind. Da Dinge immer mit den Menschen, die sie – wie auch immer – (be)nutzen, zu tun haben und von diesen erst ihre Legitimation erhalten, waren in diesem Fall persönliche Gespräche die einzige Möglichkeit festzustellen, wie eben jene Bedeutungsstrukturen geartet sind – wer sieht schon einem Kieselstein an, welche vielfältigen Erinnerungen an ihn geknüpft sind? Für die vorliegende Studie wurden daher ausführliche persönliche Interviews mit neun Frauen geführt, wobei die Strukturierung der Gespräche lediglich anhand eines Leitfadens erfolgte, der sicher stellen sollte, dass alle relevanten Punkte angesprochen werden (siehe dazu 5.2. *Kommentierter Leitfaden*). Wie bei allen Untersuchungen ist das von den Befragten zum Ausdruck Gebrachte aber nur ein Teil eines größeren Ganzen, das als solches nicht in Worte zu fassen ist, was im weiteren Verlauf der Studie berücksichtigt werden muss. Es kommt auch immer wieder vor, dass Menschen erst durch entsprechende Fragen beginnen, über manches bis dahin Selbstverständliche nachzudenken – dies war während der Befragungen immer wieder der Fall.

Deskription

Das zweite von Mayring formulierte Kriterium qualitativer Studien zielt auf eine umfassende Deskription ab, und zwar sowohl des Untersuchungsgegenstandes selbst als auch der jeweiligen gesetzten Schritte. Eine detaillierte Beschreibung des zu untersuchenden Fragenkomplexes dient v.a. dazu, das Themengebiet klar abzugrenzen: Wer eher schwammig

formuliert und dementsprechend unspezifische methodische Schritte folgen lässt, muss sich den Vorwurf gefallen lassen, lediglich „gekonntere Aushorchung“⁴² betrieben zu haben.

Es wurde bereits angemerkt, dass bei qualitativen Studien stets Subjekte im Mittelpunkt stehen, dementsprechend wird auch hier Bezug auf einige Einzelfälle genommen - die Beschreibung des Auswahlverfahrens bzw. die Begründung für die Zusammensetzung der Stichprobe ist in *5.1. Auswahl der Befragten* nachzulesen. Zentral waren bei den Gesprächen die Art der bislang mitgebrachten Dinge, deren Nutzen bzw. Verwendung und deren (potenzielle) Funktion als Erinnerungsträger.

Die Deskription wie auch die argumentative Begründung der gewählten Methode dient vorrangig der Nachvollziehbarkeit der einzelnen im Lauf der Studie getätigten Schritte sowie der letztlich daraus resultierenden Ergebnisse. Zusätzlich ermöglicht sie es Forschenden zu überprüfen, ob jeweils tatsächlich gegenstandsadäquat gehandelt wurde. Ein wesentliches Merkmal qualitativer Untersuchungen ist es, auch nach Beginn des Forschungsprozesses notwendige Adaptionen zuzulassen und somit auf neue Entwicklungen und/oder Erkenntnisse flexibel zu reagieren. Das bedeutet eine Loslösung von zu streng theoriegeleitetem Vorgehen, um dem Forschungsgegenstand sowohl in Hinblick auf Theorie und Methode als auch gegebenenfalls auf die Hypothese gerecht zu werden. Mayring geht soweit festzustellen, dass das Aufstellen von deduktiven Hypothesen „völlig weltfremd“ sei, in der Realität würden forschungsleitende Fragestellungen immer induktiv erstellt - wenn auch meist „insgeheim“⁴³. Wenn man davon ausgeht, dass erste Überlegungen zu Problemstellungen oder untersuchenswerten Themen häufig aufgrund von konkreten Situationen angestellt werden (wie auch in *1. Persönlicher Zugang* beschrieben), ist ihm zumindest im Grundgedanken durchaus rechtzugeben.

Unerlässlich ist bei Umfragen dieser Art generell die größtmögliche Offenheit sowohl dem Untersuchungsgegenstand als auch den befragten Personen selbst gegenüber: Nur auf diese Weise kann sichergestellt werden, dass Inhalte und Bezüge in ihrer Komplexität weitestgehend erfasst werden. Da Forschen auch immer ein Lernprozess sein sollte, wäre es nicht zuletzt aus diesem Grund alles andere als sinnvoll, sich mit vorgefassten Meinungen und Erwartungshaltungen ans Werk zu machen, ohne neuen Erkenntnissen gegenüber aufgeschlossen zu sein.

Interviews offen und umfassend zu führen ist eine Sache, die dabei gewonnenen Daten für die spätere Analyse aufzubereiten eine andere - alle Sorgfalt bei den Gesprächen ist vergeblich, wenn bei deren Nutzbarmachung, also der Verschriftlichung nicht sauber und gründlich gearbeitet wird. Da die Transkripte die Grundlage für alle weiteren Schritte bilden, müssen hier alle relevanten (das Thema betreffende) Aussagen der Befragten und v.a. auch sämtliche

⁴² ebda., S.123

⁴³ ebda., S.23f.

Kontexte klar ersichtlich sein, was besonders bei Zusammenfassungen, also nicht wortgetreuen Protokollen beachtet werden muss. Da es bei den hierfür geführten Interviews zum überwiegenden Teil nicht auf den genauen Wortlaut, sondern vielmehr auf subjektive Einstellungen und spontane Assoziationen ankam, beschränkt sich deren Verschriftlichung auf immer noch umfangreiche Niederschriften im erweiterten Stichwortformat, wobei aber keine einzige Aussage gänzlich unberücksichtigt blieb. Nur so konnte ohne wiederholtes Abspielen der Tonband-Aufzeichnungen sichergestellt werden, dass etwa bestimmte Punkte trotz dezidierter Fragen danach tatsächlich nicht relevant für einzelne Befragte sind und daher nicht näher besprochen wurden.

Bei der Reduzierung des Erhobenen auf die Transkriptform ist es jedenfalls unbedingt notwendig, besonderes Augenmerk auf all jene Elemente zu legen, die bereits im Gesprächsleitfaden als „hypothetisch bedeutsam“⁴⁴ angeführt worden sind. Ist sichergestellt, dass in allen Interviews dieselben Themen angesprochen wurden (einer teilweisen Standardisierung der Fragestellung entsprechend), erleichtert das auch die weitere Auswertung in den wichtigsten Kategorien wesentlich. Den zu analysierenden Teilbereichen werden in Folge sämtliche jeweils relevanten Aussagen der Befragten zugeordnet, wobei aber der Kontext, in dem diese getätigt wurden, wie bereits angemerkt bei allen weiteren Schritten der Studie niemals völlig außer acht gelassen werden darf. Die einzelnen Kategorien sind im übrigen immer abstrakter als das in ihnen geordnete und beschriebene Material selbst (wie auch die erhobenen Daten immer nur eine „Abstraktion spezifischer Wirklichkeiten“⁴⁵ darstellen) - der Bezug zum Subjekt muss daher immer in irgendeiner Form erhalten bleiben, damit allfällige Schlussfolgerungen auch tatsächlich für die Interviewten gültig sein können.

Die in dieser Studie vorliegenden und besprochenen Kategorien und Aspekte, deren Ausprägung durch das Erheben von Antworten auf bestimmte Fragenkomplexe messbar gemacht wurden, standen weitestgehend bereits vor Durchführung der Interviews fest. Bei der Analyse der Aussagen stellte sich jedoch heraus, dass Massensouvenirs bei den meisten Befragten in vergleichsweise kleiner Zahl vorhanden sind, was zu einer zusätzlichen bzw. teilweise veränderten Schwerpunktsetzung Anlass gab: Einerseits werden nun sogenannte Massensouvenirs v.a. in Hinblick auf deren Rolle als Symbol der Abgrenzung gegenüber anderen Reisenden untersucht, andererseits wird nun der Moment des Erwerbs (des Kaufs, des Sammelns) stärker als ursprünglich beabsichtigt betont, da dies aufgrund mehrerer Aussagen von Interviewpartnerinnen angebracht, ja, notwendig erschien.

Bei qualitativen Studien immer mit im Mittelpunkt stehen sollten schlussendlich noch die *Validität* bzw. die *Reliabilität*, also die Versicherung, dass tatsächlich das zu Untersuchende erfasst wurde bzw. die Gewährleistung einer genauen (kontrollierten) Vorgehensweise.

⁴⁴ ebda., S.50

⁴⁵ Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. S.24

Interpretation

In qualitativen Interviews erhobene Daten bedürfen nach einer gründlichen Analyse einer besonders sorgfältigen Interpretation. Da das zu bewertende Material in einer Interaktion zwischen zwei Subjekten (BefragteR und FragendeR) entsteht, ist dieser Umstand immer zu berücksichtigen - eine „neutrale“ Interpretation existiert nicht. Um wissenschaftlichen Kriterien zu entsprechen, muss daher u.a. immer das eigene Vorverständnis offengelegt werden, um gewonnene Erkenntnisse nachvollziehbar zu machen. Eingangs wurde bereits dargelegt, worin sich der persönliche Zugang zum vorliegenden Thema begründet, nämlich in jahrelanger (Selbst-)Beobachtung des Umstands, dass auf Reisen mit großer Begeisterung alles mögliche gekauft oder gesammelt wird, diese Dinge allerdings zu Hause mitunter rasch an Bedeutung verlieren - was offenbar niemanden davon abhält, im nächsten Urlaub erneut so zu handeln. Es werden also wieder Objekte mitgenommen, von denen zum Teil schon vor Ort klar ist, dass sie eigentlich niemand brauchen kann. Ausgehend davon stellte sich eines Tages die Frage, ob diese „Souvenirs“ (zumindest im allgemeinen Sprachgebrauch werden diese Gegenstände immer wieder so genannt) ihren Namen zu Recht tragen.

Laut Mayring ist es bei qualitativen Studien zulässig, eigene Erfahrungen mit dem Untersuchungsgegenstand miteinzubeziehen, sofern diese als solche gekennzeichnet sind. Auf diese Weise laufen Forschende auch nicht Gefahr, Objektivität vorzuspiegeln, wo diese gar nicht gegeben ist. Da Objektivität per se in zwischenmenschlichen Zusammenhängen, aber auch im Wechselspiel zwischen Mensch und Gegenstand nicht gegeben sein kann, kommt hier der qualitative Zugang, in dem das Subjekt seinen dezidierten, aber auch definierten Platz hat, naturgemäß sehr entgegen.

Neben dieser sogenannten Introspektion ist es im Zuge der Interpretation auch stets notwendig, die Ganzheitlichkeit der Fragestellung und somit der Kontexte, in denen einzelne Aussagen getätigt wurden, im Auge zu behalten, da isolierte Daten nur wenige bzw. unter Umständen auch falsche Rückschlüsse zulassen. Um eine Auswertung zu ermöglichen, ist es zwar unerlässlich, die Daten zeitweilig zu trennen, am Ende muss aber wieder ein Gesamtkontext bzw. ein Bezug zu den einzelnen befragten Subjekten hergestellt werden.

„Natürliches“ Umfeld

Der qualitative Anspruch, Daten nur in einem „natürlichen Umfeld“ zu erheben, zielt v.a. auf Feldforschung - im Gegensatz zu Laboruntersuchungen - ab, die das Beobachten der Subjekte bzw. deren Verhaltensweisen miteinbezieht. Es wäre zwar äußerst reizvoll gewesen, Probandinnen an einem fremden Ort zu suchen und sie etwa vor einem Souvenirgeschäft oder am Strand beim Steinesammeln zu ihren Motivationen zu befragen, dagegen sprachen aber nicht nur organisatorische Gründe: Da es ja nicht zuletzt um die potenzielle Erinnerungsfunktion von schon länger im Besitz der Befragten befindlichen Gegenständen ging, hätte es wenig Sinn gemacht, Personen zu befragen, die gerade das Urlaubsfeeling genießen und weit weg vom

Alltags(er)leben sind. Soeben erstandene Dinge würden so zweifellos noch mehr als sonst im Vordergrund stehen bzw. eine andere Bedeutung haben als jene eines potenziellen Erinnerungsträgers, während Mitbringsel von länger zurückliegenden Reisen vergleichsweise wenig präsent wären. Außerdem wäre auf diese Weise nur ein spezielles, dem jeweiligen Ort entsprechendes Publikum zur Verfügung gestanden, was dem Aufzeigen einer de facto vorhandenen großen Bandbreite an Variationen von vornherein im Wege gestanden wäre.

Vielmehr wurden alle neun Gesprächspartnerinnen zu Hause besucht und interviewt, also an jenem Ort, wo sie die (meisten) für diese Untersuchung relevanten Dinge aufbewahren. Angemerkt sei hierzu, dass die Fülle der vorhandenen Objekte für sich bereits das Resultat einer Selektion zwischen Unabkömmlichem und Verzichtbarem darstellt. Durch die Befragung in der vertrauten Umgebung, wo gegenstandsbezogene Erinnerung hauptsächlich passiert bzw. passieren kann, konnten die besprochenen Gegenstände bei Bedarf ohne größere Umstände gezeigt werden, wovon auch durchwegs ohne äußeren Anstoß Gebrauch gemacht wurde.

Verallgemeinerbarkeit

Die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse ist bei qualitativen Studien aufgrund der meist sehr geringen Stichprobengröße nur bedingt möglich bzw. zulässig. Da es sich bei den erhobenen, analysierten und interpretierten Daten um untrennbar an die jeweilige befragte Person oder Personengruppe gebundene Aussagen handelt, muss eine allfällige Verallgemeinerung schrittweise und argumentativ untermauert erfolgen. Laut Mayring gibt es im qualitativen Denken keine allgemeingültigen Gesetze, sondern nur „kontextgebundene Regelmäßigkeiten“⁴⁶, die auch als solche ausgewiesen werden müssen. Erschwerend kommt hinzu, dass theoretische Vorannahmen häufig über das hinausgehen, was tatsächlich gemessen bzw. festgestellt werden kann.⁴⁷

Für die vorliegende Untersuchung kann keinerlei Anspruch auf Allgemeingültigkeit erhoben werden, was allein schon daran ersichtlich ist, dass nur Frauen befragt wurden. Außerdem dürften Menschen, die sich gerne sprich bevorzugt sogenannte Massensouvenirs kaufen, hier mit hoher Wahrscheinlichkeit deutlich unterrepräsentiert sein – wenn auch in dieser Deutlichkeit trotz Vorerhebung etwas überraschend. Mit ausschlaggebend für diesen Umstand ist vermutlich der letztlich überdurchschnittliche Bildungsgrad der Gewährspersonen. Jene, die sich noch nie selbst gefundene Gegenstände respektive Dinge, die *nicht* bereits als Souvenir angeboten wurden, also etwa Steine oder Eintrittskarten mitgenommen haben, waren im Kreise der Gewährspersonen bewusst nicht vertreten, da allfällige Unterschiede im Zugang zu den einzelnen Objekten herausgearbeitet werden sollten. Da es immer vom einzelnen Menschen abhängt, was er oder sie aus welchem Grund auch immer tut oder nicht tut, können die Aussagen der neun Befragten in dieser Konstellation unmöglich auf alle anderen Reisenden

⁴⁶ Mayring, Philipp: a.a.O., S.24

⁴⁷ vgl. Atteslander, Peter: a.a.O., S.25

zutreffen. Eine gewisse Tendenz für einen nicht zu geringen Teil der Reisenden generell lässt sich allerdings mit Sicherheit dennoch daraus ablesen.

5. Befragung

5.1. Auswahl der Befragten

Jedes produzierte Souvenir hat seine Zielgruppe. Zwar werden viele Dinge nicht deklariert zur geschlechterspezifischen Nutzung angeboten, dennoch gibt es zweifellos Unterschiede im Kaufverhalten. Um die signifikantesten Unterschiede im Umgang mit Mitbringseln zwischen Frauen und Männern herauszuarbeiten, bedarf es im Idealfall einer repräsentativen, ausreichend großen Stichprobe, die aussagekräftige und verallgemeinerbare Ergebnisse liefert. Das Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es jedoch, Parallelen und Unterschiede innerhalb einer Personengruppe mit auf den ersten Blick ähnlichen Verhaltensmustern zu erarbeiten, weshalb die zu führenden Interviews in die Tiefe gehen und Aufschluss über Präferenzen, Motivationen und vieles mehr bieten mussten.

Der Hintergrund für die Auswahl von Frauen als Gewährspersonen ist mit teils nach wie vor verankerten Rollenbildern zu erklären. Garatwa und Schlager verweisen etwa auf eine gelebte „Tradition der geschlechtsspezifischen Art des Erinnerns und der Urlaubsaufarbeitung“⁴⁸, die die Anschaffung und „Verwaltung“ von Erinnerungsgegenständen durch Frauen zur Folge hat. Auch eigene Beobachtungen über viele Jahre ergaben ein entsprechendes Bild, wonach Frauen – zumindest im privaten Bereich – wesentlich stärker mit Erinnerungsarbeit im weitesten Sinn befasst sind als Männer. In Souvenirläden zeigten sich Frauen oft interessierter als ihre Begleiter, an Stränden sind männliche Muschelsucher eher die Ausnahme. In den Gesprächen im Rahmen der Vorerhebung verstärkte sich dieser Eindruck – teilweise sind Frauen sogar für die Mitbringsel aller Mitreisenden „zuständig“ - und sollte sich in den eigentlichen Interviews nochmals bestätigen.

Es ist zwar anzunehmen, dass sich die hier besprochenen geschlechterspezifischen Zuschreibungen wie auch in anderen Bereichen des täglichen Lebens allmählich aufweichen, warum Männer aber scheinbar generell weniger „Bedarf“ an der Mitnahme von Objekten von einem Urlaubsort haben respektive ob dies allein mit Rollenbildern zu erklären ist, kann im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nicht beantwortet werden. Da hier die Zusammenhänge zwischen Auswahl, Bedeutung und Funktion der Mitbringsel analysiert werden sollen, lag die Konzentration auf weibliche Befragte also nahe.

Um sicherzustellen, dass alle Befragten tatsächlich Ähnlichkeiten im Hinblick auf Reisegewohnheiten und das Mitnehmen von Objekten aufweisen, wurde eine kurze Vorerhebung via Email (nach dem „Schneeball-Prinzip“) und Telefon durchgeführt. Allen neun letztlich ausgewählten Gesprächspartnerinnen gemeinsam ist, dass sie gelegentlich im Ausland urlaube und von ihren Aufenthalten auch (!) Dinge nach Hause bringen, die nicht nur aus Souvenirläden stammen. (Dass sich im Lauf der Interviews herausstellen sollte, dass dies sogar auf die überwiegende Mehrzahl der Objekte zutrifft, war überraschend, lässt aber interessante

⁴⁸ Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: Mitbringsel im Lebensmuseum. S.134

Schlussfolgerungen zu.) Da eines der Kernziele dieser Studie das Aufzeigen der schon im Vorfeld antizipierten Fülle von MitbringseIn ist, durften die Respondentinnen sich aber auch nicht zu ähnlich sein (sie sind einander auch nicht bekannt), folglich wurde auf eine möglichst weitgehende Streuung der bevorzugten Urlaubsziele sowie der allgemeinen Lebensumstände – wie Alter oder Familienstand - geachtet.

5.2. Kommentierter Leitfaden

Bei qualitativen, weitgehend unstrukturierten Interviews, die um ein vorher festgelegtes Thema kreisen und möglichst auch zu dessen Kern vordringen sollen, besteht immer die Gefahr, dass von einzelnen Interviewten manche Bereiche – bewusst oder unbewusst - nicht angesprochen werden und die befragende Person dies im Eifer des Gesprächs übersieht. Sollen im Rahmen der Auswertung Vergleiche zwischen den verschiedenen Aussagen zu einem relevanten Aspekt angestellt werden, ist daher die Erstellung eines Leitfadens unumgänglich.

Um einen Überblick über alle angesprochenen, als potenziell bedeutsam erachteten Aspekte der für diese Studie geführten Gespräche zu geben, werden hier die einzelnen Punkte des verwendeten Leitfadens - jeweils kurz kommentiert - vorgestellt.

Definition von „Urlaub“

Das Verständnis von „Urlaub“ der Interviewpartnerinnen, also ihre generellen Erwartungen, Wunschvorstellungen und Ansprüche, stellten den Einstieg in die Gespräche dar.

Art des Reisens

Die Frage nach bevorzugten Reisezielen, Transportarten und Unterkünften sowie Reisebegleitungen sollte einen ersten allgemeinen Einblick in die Vorlieben der einzelnen Befragten gewähren. Auch die Planung von Urlaubsreisen bzw. etwaige fixe, für die Befragten zum „erfolgreichen“ Reisen gehörende Aktivitäten waren Thema zu Beginn der Befragungen.

Selbstbild im Urlaub

In Bezug auf die Funktion einer Urlaubsreise als „Auszeit vom Alltag“ und hier v.a. auf die Frage, woran sich die einzelnen Befragten am liebsten erinnern, stand die Selbstwahrnehmung zu Urlaubszeiten im Mittelpunkt.

Finanzen

Die für die vorliegende Studie relevanten finanziellen Aspekte des Reisens waren einerseits der budgetäre Rahmen, der den Gesprächspartnerinnen zur Verfügung steht, andererseits das individuelle Verhältnis zum Geldausgeben im Urlaub. Ebenfalls von Interesse war hier die Frage, wofür - abgesehen von Fixkosten wie Transport und Unterbringung - Geld ausgegeben wird, besonders in Hinblick auf Souvenirkäufe.

Mitbringsel

Einen zentralen Punkt der Interviews bildeten konkrete, von den verschiedensten Reisen der Befragten mitgebrachte Dinge, wobei die Vielzahl und v.a. die Vielfalt an Objekten erhoben werden sollte.

Massensouvenirs

An der Frage, was die Gesprächspartnerinnen unter Massenware verstehen bzw. wie sie dazu stehen, interessierte vorrangig, ob sie diesen Begriff mit Kitsch o.ä. gleichsetzen bzw. wo die Grenzen zu anderen Mitbringsele gezogen werden.

Erwerb von Mitbringsele

Bezugnehmend auf die ursprüngliche Hypothese, dass als solchen gekauften Souvenirs weniger persönliche Bedeutung zugestanden wird als selbst gefundenen, auf „alternative“ Weise ausgewählten Mitbringsele, war die Art und Weise relevant, wie die Befragten zu den einzelnen besprochenen Gegenständen gekommen waren. Im Fokus standen hier Kauf- bzw. Sammelerlebnisse.

Lebensmittel

Abgesehen von dinglichen Mitbringsele wurde erhoben, wie wichtig die Erfahrung des Fremden durch den Genuss von Lebensmitteln und Getränken vor Ort ist bzw. ob kulinarische Spezialitäten mitgebracht werden und in Folge als Souvenirs gelten.

Aufbewahrung

Wo die mitgebrachten Dinge letztendlich aufbewahrt werden, ob sie also etwa offen präsentiert oder in Schachteln verstaut werden, ist v.a. in Zusammenhang mit ihrer potenziellen Funktion als Erinnerungsträger von Bedeutung.

Funktion der Mitbringsele

Dem Thema dieser Studie entsprechend nahm die (tatsächliche) Funktion der genannten Mitbringsele breiten Raum ein: Werden also etwa Gebrauchsgegenstände wirklich verwendet, sind oder vielmehr bleiben bestimmte Dinge etwas Besonderes bzw. fungieren rein dekorative Dinge als Erinnerungsträger?

Verhältnis zu Mitbringsele

Neben etwaigen vorhandenen Lieblingsstücken (und einer Begründung für deren Sonderstatus) interessierte hier, ob den Befragten generell Kriterien wie Herkunft oder Authentizität bei der Auswahl von Mitbringsele wichtig sind.

Wahrnehmung

Ein in Bezugnahme auf die potenziell erinnerungsstiftende Funktion von Gegenständen wesentlicher Punkt war die Wahrnehmung von Mitbringsele nach längerer Zeit, also die Frage, ob etwa Dinge unter Umständen so sehr in den Alltag integriert werden, dass ihre spezielle Geschichte in den Hintergrund rückt.

Erinnerungen

Da „Souvenirs“ dem Namen nach Erinnerungsträger sind bzw. sein sollen, war einer der zentralen Aspekte der Gespräche jener, ob Erinnerung tatsächlich gegenstandsbezogen funktioniert. Interessant war folglich, wann welche Erinnerungen auftauchen und in welcher Form dies geschieht.

Wegwerfen

Da Erinnerungen in der Regel mit der Zeit verblassen, stellt sich die Frage, ob bezugslos gewordene Dinge dennoch weiter aufbewahrt oder ob sie früher oder später weggegeben werden. In diesem Zusammenhang sollte in Erfahrung gebracht werden, nach welchen Kriterien gegebenenfalls aussortiert wird.

Fotos und Dias

Gesondert und aufgrund der von den Befragten zum Ausdruck gebrachten Wichtigkeit vergleichsweise ausführlich behandelt wurde das Fotografieren im Urlaub. Neben der Frage, was bevorzugt abgelichtet wird, war auch hier die Eignung bzw. Nutzung von Fotos als erinnerungsstiftende Objekte wesentlich.

Veränderungen im Reise- bzw. Kaufverhalten

Die Gesprächspartnerinnen wurden gebeten zu reflektieren, ob sie an sich selbst Veränderungen im Vergleich zu früheren Jahren beobachten können, was ihre generellen Urlaubsgewohnheiten und v.a. den Erwerb, das Mitnehmen von Dingen von einem Urlaubsort betrifft.

Mitbringsel für andere

Nur am Rande besprochen wurden Gegenstände, die nicht für die Befragten selbst bestimmt sind, sondern anderen mitgebracht werden.

Negative Erinnerungen

Da die meisten besprochenen Dinge bzw. Episoden erwartungsgemäß positiv geschildert wurden, wurde schließlich dezidiert nach etwaigen negativen Erfahrungen gefragt, die sich in Gegenständen widerspiegeln könnten.

5.3. Notizen zur Gesprächssituation

„Ist das nicht alles sehr banal?“ Mehr als eine Gesprächspartnerin äußerte während oder nach dem Interview Bedenken, dass ihre Aussagen sprich Verhaltensweisen im Umgang mit Mitbringseln nicht ergiebig genug im Sinne einer Verwertbarkeit für die vorliegende Arbeit sein könnten. Allein die Tatsache, dass jede von ihnen von diversen Urlaubsreisen Dinge nach Hause schafft, und dies durchwegs mit großer Liebe zum Objekt, sich also alle in die Vielzahl an Reisenden fügen, die ebenso handeln, beantwortet die Frage an sich zur Genüge. Sich Mitbringsel - welcher Art auch immer - mitzunehmen ist für viele ein wesentlicher Bestandteil einer Urlaubsreise und alleine deswegen in jedem Fall einer näheren ethnologischen Betrachtung wert.

Dennoch ist es bemerkenswert, dass eine als rundum positiv erlebte Handlung so wenig Beachtung seitens der Handelnden selbst findet, zumindest was die Öffentlichmachung besagter Handlung betrifft. Dies mag damit zu tun haben, dass Souvenirs im Sprachgebrauch häufig mit klassischen, massenhaft hergestellten Objekten gleichgesetzt werden. Zumindest die im Rahmen dieser Untersuchung Befragten lehnen Mitbringsel dieser Kategorie zum Teil recht entschieden ab (obwohl alle durchaus auch entsprechende Objekt besitzen). Das „autonome“ Aussuchen von Dingen, also die bewusste Wahl von nicht als Souvenirs angebotenen Gegenständen (wie z.B. Steinen), wird offenbar nicht unbedingt als bedeutsam angesehen. Ein Grund dafür dürfte auch sein, dass diese Dinge v.a. der eigenen Erbauung dienen und weniger als Prestigeobjekt taugen (sollen) - jedenfalls bei den meisten der befragten Personen.

Abgesehen von den angeführten mitschwingenden Zweifeln war jedoch durchwegs der Eindruck vorherrschend, mit der Befragung ein Themengebiet anzusprechen, das den Interviewten in irgendeiner, wenn auch nicht immer bewussten Form wichtig ist. Das lässt sich nicht zuletzt aus der Begeisterung schließen, die immer wieder in den Gesprächen aufkam, wenn etwa durch ein Stichwort Erinnerungen wach wurden und spontan eine mehr oder weniger detaillierte Anekdote zu einem Gegenstand erzählt wurde. Auch das wiederholte Aufflackern von Fernweh kann als Beleg für die Relevanz - zumindest des Themas Urlaub, somit aber auch indirekt der Mitbringsel - im Leben der Befragten gedeutet werden.

Die generelle Erzählbereitschaft der Interviewpartnerinnen war durchwegs groß (die Gespräche dauerten zwischen eineinhalb und drei Stunden), was nicht zuletzt daran liegen dürfte, dass die Befragten den Inhalt des Gesprächs mit positiven Assoziationen wie Reisen, Freizeit oder auch neuen Erfahrungen verbanden. Ein weiterer Faktor für die ausnahmslos lockere Atmosphäre während der Interviews ist selbstverständlich der Umstand, dass über Urlaubsmitbringsel zwar offenbar nicht häufig gesprochen wird, dass es sich aber um alles andere als ein Tabuthema handelt. Gespräche, in denen gelacht wird und in denen angenehme Erinnerungen auftauchen, sind vergleichsweise einfach zu führen.

Zur entspannten Stimmung trug sicherlich auch bei, dass alle Interviews im jeweils eigenen Zuhause geführt und somit Gegenstände, die im Gesprächsverlauf genannt wurden, spontan gezeigt und mit Erklärungen versehen werden konnten, was den Befragten merklich Freude bereitete. Dadurch wurde rasch jede möglicherweise vorhandene Hemmschwelle der ungewohnten Interviewsituation gegenüber überwunden. Dass die Gespräche mit einem Tonband aufgezeichnet wurden, war nie weiter störend, es mussten lediglich manche Erzählungen kurz unterbrochen werden, um die Kassette im Aufnahmegerät umzudrehen. Der Enthusiasmus der Gesprächspartnerinnen verhinderte aber ausnahmslos das Stocken ihrer Ausführungen.

6. Urlaub

Eine der zentralen Besonderheiten von Mitbringsele ist der spezielle Kontext, dem sie entstammen: Sie wurden in jeder Hinsicht fern des Alltags in einer „anderen Realität“ entdeckt und korrespondieren auf mehr oder weniger subtile Weise mit den subjektiven Vorlieben ihrer neuen BesitzerInnen. Da im Urlaub bewusst den eigenen Prioritäten Rechnung getragen wird - was im alltäglichen Leben oft zu kurz kommt - und diese sich in den Objekten widerspiegeln, soll hier die vielfältige Bedeutung des Verreisens für die Befragten thematisiert werden. Berücksichtigt werden dabei Aspekte der Auswahl der Urlaubsziele, Ansprüche und Erwartungen an eine gelungene Reise sowie der Einfluss finanzieller Möglichkeiten – letzterer auch in Hinblick auf die Kaufentscheidung für Mitbringsele.

Eingangs sei an dieser Stelle festgehalten, dass mit „Urlaub“ generell ein Zeitraum benannt wird, der durch gesetzlich geregelte temporäre Freistellung vom Berufsleben bei fortlaufender Bezahlung gekennzeichnet ist. Im Sprachgebrauch besteht dabei ein Unterschied, ob diese Zeit lediglich nicht am Arbeitsplatz verbracht wird („frei haben“, „Freizeit“), oder ob man währenddessen den Aufenthaltsort wechselt, also verreist. Für die vorliegende Studie ist - dem Thema entsprechend - nur jener Aspekt relevant, der sich auf die kurzfristige geographische Verlagerung des Lebensmittelpunkts bezieht. Urlaube im Inland werden hier nicht berücksichtigt, da aus dem eigenen Land höchstwahrscheinlich eher keine - oder zumindest nur wenige - Andenken mitgebracht werden (was aber durchaus eine Untersuchung wert wäre). Was hier in Folge als „Urlaub“ bezeichnet wird, steht synonym für alle Arten des Verreisens ins Ausland, unabhängig davon, ob die Befragten durch verschiedene Gegenden und Länder reisen oder sich an einem Ort niederlassen. Das Wort „reisen“ impliziert zwar Bewegung, wird hier aber - im Sinne von „Urlaubsreise“ - auch bei stationären Aufenthalten verwendet.

6.1. Urlaubsziele

Sämtliche Befragten verbrachten bereits Urlaube im Ausland - dies war eines der wichtigsten Auswahlkriterien bei der Suche nach geeigneten Interviewpartnerinnen. Die Anzahl der Auslandsreisen ist recht unterschiedlich, eine Frau war bis zum Zeitpunkt der Befragung zweimal außerhalb Österreichs auf Urlaub, die meisten anderen deutlich öfter. Die Häufigkeit dieser Reisen ist dabei nicht vorrangig vom Alter abhängig, v.a. finanzielle Aspekte und persönliche Vorlieben haben hier wesentlich größeren Einfluss. Zum Teil sind es auch berufliche Gebundenheiten, die sich auf die Urlaubsplanung bzw. -häufigkeit (negativ) auswirken.

Acht der neun Befragten verreisen zumindest hin und wieder individuell, organisieren also ihren Urlaub in jeder Hinsicht (überwiegend) selbst. Einige haben zusätzlich Erfahrungen mit Pauschalreisen (Transport und Unterkunft vorab als Paket), eine Person machte bisher ausschließlich all-inclusive-Urlaube, plante aber zum Befragungszeitpunkt einen Individualurlaub. Pauschalreisen, zu denen hier auch sogenannte Gruppenreisen zählen,

werden gerne bei last-minute-Angeboten, aber auch bei andernfalls übermäßigem Organisationsaufwand wie für Rundreisen, um einen ersten Eindruck von einem Land zu bekommen oder bei Reisen zu touristisch wenig erschlossenen Zielen gebucht.

Die Urlaubsziele der Gesprächspartnerinnen könnten kaum unterschiedlicher sein, zumindest was die - deklariertmaßen - präferierten Regionen betrifft: Osteuropas Flair, die Faszination endloser Wüsten, südländisches Lebensgefühl, pulsierende Metropolen oder die Weiten Nordamerikas - sie alle üben auf die jeweilige Befragte unwiderstehlichen Reiz aus. Die meisten konzentrieren sich aber nicht auf bestimmte Länder, sondern sind durchaus offen für neue Eindrücke, die sie auch bewusst suchen.

Die Entscheidung, wohin die Reise gehen soll, wird auf sehr konträre Art und Weise gefällt: Für manche müssen „nur“ bestimmte Grundvoraussetzungen gegeben sein, wie etwa sommerlich-mediterranes Klima, andere haben Ziele, die sie immer schon einmal sehen bzw. erleben wollten. Jene, die in früheren Jahren auch per Interrail reisten, überließen es damals teils überhaupt dem Zufall, wo sie landen würden - heute trifft diese bewusste Ziellosigkeit aber auf keine der Befragten mehr zu. Generell zählt für manche mehr das Neue auf Reisen, während für andere die Gewissheit, nicht enttäuscht zu werden, wichtiger ist. Die Abstimmung mit der jeweiligen Urlaubsbegleitung ist ebenfalls ein bedeutender Faktor.

Während der Gespräche fiel bei allen Interviewten eine Veränderung der Urlaubsvorlieben im Laufe der Jahre auf, was u.a. finanzielle Gründe hat. Vor allem die Mütter unter den Befragten tauschten die klassischen Mittelmeerurlaube mit Strand und Meer, die offenbar in erster Linie wegen der noch mitreisenden jüngeren Kinder so gestaltet wurden, später durchwegs gegen ausgedehnte Reisen in andere Gefilde bzw. teils auch gegen Kultur- und Bildungsreisen - sowohl privater als auch organisierter Natur - ein, und zwar unabhängig von allfälligen beruflichen Hintergründen. Dass diese Neuorientierung für Frauen bzw. Familien mit Kindern allgemein gültig sein könnte, ist damit selbstverständlich keineswegs gesagt.

Neben dem jeweiligen Lebenspartner, der jeweiligen Lebenspartnerin bzw. anderen Familienangehörigen sind es vorwiegend Freunde und Freundinnen, die als bevorzugte Mitreisende gelten. Bei Familien mit Kindern sind diese in deren ersten Lebensjahren quasi immer mit dabei. Unter den Befragten finden sich aber auch Frauen, die zumindest hin und wieder gerne alleine verreisen.

6.2. Ansprüche und Erwartungen

Wer auf Urlaub fährt, tut dies kaum aus purer Langeweile. Mit dem Wegfahren, mit dem Wechsel des Aufenthaltsortes sind Erwartungen und Sehnsüchte verknüpft, deren Erfüllung bzw. Befriedigung in den meisten Fällen über eine „gelungene“ Reise entscheidet.

Ausnahmslos von allen Befragten wurde auf die Frage, was „Urlaub“ für sie bedeute, jeweils als erstes der räumliche Aspekt angesprochen: Wegzufahren, um dem Alltag - sowohl zu Hause als auch im Berufsleben - zu entkommen oder zumindest einige Zeit Distanz dazu zu gewinnen, scheint allgemein von oberster Priorität zu sein. Ebenso von Gewicht ist für die meisten, nicht nur Abstand zu gewinnen, sondern einen bewussten Kontrapunkt zum Üblichen zu setzen, sowohl was das Handeln als auch das Denken betrifft.

Zeit zu haben ist ein weiterer unbestritten wichtiger Faktor - Körper, Geist und Seele regenerieren sich in stressärmeren Lebensphasen. Die meisten Befragten gaben an, dass Erholung eine zentrale Rolle im Urlaub spielt, wobei auf höchst unterschiedliche Weise versucht wird, einen entspannten Zustand zu erreichen. So werden etwa gezielt Gegenden ausgesucht, in denen die äußeren Gegebenheiten die Erholung unterstützen: Manche suchen die Wärme in südlicheren Gefilden, andere die Kühle des Nordens, eine Gesprächspartnerin lässt sich gerne „zwischen durch“ in einem Kurort verwöhnen, eine andere zieht es in quirlige Städte, während eine dritte sich nach der Stille der Wüste sehnt. Das Zelebrieren der Langsamkeit, das Einsetzen der Sinne und somit auch das bewusste Zeitnehmen für angenehme Dinge - sei es für einen Café-Besuch, für ausgedehntes Shoppen oder für eine Besichtigung - sind bei allen wesentliche genannte Ausprägungen der Erholungssuche.

Auch gezielter körperlicher Ausgleich steht für manche (mit) im Vordergrund, v.a. das Bewegen in der freien Natur: Wandern, Strandspaziergänge und Besichtigungen haben einen großen Erholungswert. Einzelne Interviewpartnerinnen meinten gar, dass sie nichts (kulturell) Neues aufnehmen könnten und wollten, bevor nicht auch für den Körper gesorgt sei. Ebenfalls in vollen Zügen genossen wird die Loslösung vom „beruflich erzwungenen Fremdrhythmus“⁴⁹: Den Tag nach eigenen (zeitlichen) Wünschen planen zu können, hat einen hohen Stellenwert. In welcher Form auch immer, dem Bedürfnis nach körperlichem Wohlbefinden wird zum Teil sehr bewusst nachgekommen: Wenn man entspannt ist, steigt die Lebensqualität.

Einzelne Befragte bereisen im Urlaub immer wieder karge, stille Landschaften, in denen sie - im Gegensatz zur reizüberfluteten Alltagswelt - völlig „abschalten“ können. Andere legen besonders auf zwischenmenschliche Erlebnisse großen Wert, unabhängig davon, ob es sich um die eigene Begleitung oder Kontakte mit anderen Reisenden oder Einheimischen im jeweiligen Urlaubsland handelt. Mehrere Interviewpartnerinnen kamen auf die qualitativ hochwertige Zeit zu sprechen, die die Reisenden miteinander verbringen können, aber auch auf Erlebnisse, die von außergewöhnlicher, für ÖsterreicherInnen teils ungewohnter, weil wahrer Gastfreundschaft zeugen.

Für fast alle Befragten zählt auch das Kennenlernen von anderen Kulturen im weitesten Sinn zu den Fixpunkten einer Urlaubsreise. Während einige bewusst immer neue Ziele auswählen, um verschiedenste Landschaften, Traditionen usw. erleben zu können, genießen andere die schon

⁴⁹ Frau K., Interview vom 22. September 2002

bekannten Vorzüge anderer Lebensweisen im bereits früher besuchten Urlaubsland. Den meisten ist es dabei eigenen Angaben zufolge wichtig, hinter die allenfalls vorhandene touristische Fassade zu blicken und sich nicht mit klischeehaften Inszenierungen zufrieden zu geben. Es gibt aber unter den interviewten Frauen auch einzelne, die sich ganz bewusst mit zwinkerndem Auge der schönen Scheinwelt hingeben. Als hilfreich für das Erleben von anderen Orten und Kulturen erweist sich bei manchen eine genaue Urlaubsplanung, sprich eine gezielte Auseinandersetzung mit dem zu Erwartenden, während andere lieber alles auf sich zukommen lassen, um spontan(er) auf Ereignisse reagieren zu können. Einige wiederum bereiten sich nur überblicksmäßig vor und entscheiden erst vor Ort nach Lust und Laune, was ihnen letztendlich wirklich wichtig ist.

Zu den Ansprüchen, die an die Urlaubszeit gestellt werden, gehört letztlich nicht nur das (teilweise passive) Sammeln neuer Eindrücke, sondern auch die Möglichkeit, bevorzugte Aktivitäten nach Lust und Laune und v.a. mit genügend Zeit ausüben zu können. Häufig genannt wurden von den Gesprächspartnerinnen - je nach Reiseziel - längere Spaziergänge, Wanderungen oder Tierbeobachtungen, aber auch ausgedehnte Einkaufstouren und Besichtigungen. Alle Befragten erholen sich im Urlaub wesentlich lieber aktiv, ein „typischer“ Strandurlaub ohne jegliche darüber hinaus gehende Aktivität scheint hingegen eher eine Horrorvision zu sein statt für Entspannung zu stehen. (Anm.: In dieser Hinsicht stellen die Befragten mit Sicherheit *kein* repräsentatives Abbild aller UrlauberInnen dar.)

Der Vollständigkeit halber sei angemerkt, dass alle interviewten Frauen den diversen hier genannten Aspekten Positives abgewinnen können und somit diese und vieles mehr in einer Reise zu vereinen versuchen. Die isolierte Aufzählung einzelner Schwerpunkte dient lediglich der Veranschaulichung der Vielfalt von Ansprüchen, die an eine Urlaubsreise gestellt werden können.

6.3. Finanzielle Aspekte

Reisen entspannt bzw. bildet nicht nur, es kostet auch. Wieviel für den ersehnten Tapetenwechsel veranschlagt werden muss, hängt von diversen Faktoren ab: Die Art des Reisens, die Reisedauer, die jeweiligen Zielländer und natürlich die Ansprüche an das Leben im Urlaub sind dabei am ausschlaggebendsten. Dementsprechend variiert das zu veranschlagende Budget teils beträchtlich, ob es zur Verfügung steht, liegt an den finanziellen Möglichkeiten der Reisenden. Wegen (theoretischen) Geldmangels ganz auf Reisen zu verzichten, scheint aber - zumindest bei den für die vorliegende Studie befragten, gerne ins Ausland fahrenden Frauen - keine Alternative zu sein. Wegzufahren gehört einfach dazu, notfalls werden Einschränkungen in Kauf genommen.

Abgelegene Regionen in fernen Ländern anzusteuern ist naturgemäß teurer als einen Campingurlaub am Mittelmeer zu verbringen. Die immer wieder beworbenen Billigdestinationen klingen zwar teils verlockend, sprechen aber viele Reisende aus diversesten Gründen nicht an.

Wer sich etwas abseits der üblichen Pfade umsehen will, muss sich entweder vergleichsweise kostenintensiven kommerziellen Veranstaltern anschließen oder aber ein zum Teil erhebliches Maß an Eigenorganisation aufbringen. Auch dies ist wiederum eine Frage der persönlichen Ansprüche und Vorlieben.

Bei den Befragungen zeigte sich, dass das zur Verfügung stehende Budget zwar offensichtlich nur begrenzten Einfluss auf die Entscheidung hat, ob eine Auslandsreise angestrebt wird oder nicht, auf die Auswahl des Urlaubsziels kann es sich hingegen sehr wohl auswirken. Besonders Frauen mit zeitweilig geringerem Einkommen erklärten dezidiert, dass ein knappes Budget ihre Urlaubspläne beeinflusse. Dasselbe gilt für all jene, die in den Gesprächen auf ihre Schul-, Lehr- oder Studienzeit zurückblickten, wobei es auch hier Unterschiede im Umgang mit finanziellen Ressourcen gab: Nur eine Befragte verzichtete gänzlich auf Auslandsreisen, eine andere konnte sich nur dank diverser Jobs einen Urlaub leisten, eine dritte passte die Qualität ihrer Reisen - v.a. Transport und Unterkunft - ihren budgetären Möglichkeiten an. Da heute alle Gesprächspartnerinnen in irgendeiner Form berufstätig sind, können und wollen sich alle zumindest hin und wieder eine Reise in ein anderes Land gönnen.

Mit – zumindest im Vergleich zu früheren Jahren – besserem Einkommen, nicht zuletzt aber auch mit steigendem Alter verändern sich bei den meisten die Ansprüche an eine Urlaubsreise, Luxus im Sinne von teuren Hotelaufenthalten sucht aber keine der Befragten. Jene, die im Urlaub in der Lage und bereit dazu sind, „mehr“ Geld auszugeben, sei es für einen all-inclusive-Aufenthalt oder eine Reise in abgelegene Destinationen, „schlucken“ zwar teils angesichts der entstehenden Kosten, geben aber durchwegs an, diese - v.a. im Alltag, wo es als nicht so schmerzhaft empfunden wird - zu kompensieren: „Man muss im Kopf zustimmen, denn was macht das schon in ein paar Monaten aus“⁵⁰, wie es eine Gesprächspartnerin formulierte. Geld ausgeben ist also auch eine Sache von subjektiven Wertigkeiten.

Sparen im Urlaub scheint generell recht tabu zu sein: Es entstand zwar in keinem Interview der Eindruck, dass die jeweilige Befragte auf Reisen freizügigst Geld ausgibt, bewusst einschränken will sich jedoch keine. Die meisten legen kein besonderes Augenmerk auf ihre Ausgaben, haben aber zumindest ein Gefühl dafür, was leistbar ist und was nicht. Innerhalb des jeweiligen Rahmens lässt sich durchaus eine gewisse Freigebigkeit konstatieren: Das Geld sitzt im Urlaub lockerer. Woran das liegen könnte, brachte eine Interviewte stellvertretend für die meisten anderen auf den Punkt: „In einer entspannten Situation gibt man viel eher Geld aus.“⁵¹

Zeit zu haben und nicht unter Kaufzwang zu stehen ist offensichtlich eine überaus angenehme Begleiterscheinung im Urlaub. „Ich kaufe wesentlich lieber so ein, dass ich mich in die Dinge verliebe. [...] Kaufen müssen ist für mich ein Albtraum“⁵², erklärte eine Befragte. Eine andere stellte nüchtern fest: „Wenn ich arbeite, dann hab ich viel mehr Bezug dazu, wieviel ich dafür

⁵⁰ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

⁵¹ Frau K., Interview vom 22. September 2002

⁵² Frau S., Interview vom 14. April 2002

arbeiten muss, um etwas kaufen zu können, aber im Urlaub ist mir das eigentlich ziemlich egal, da denk ich mir: Wieso gehe ich überhaupt arbeiten?"⁵³

Wofür das zum Teil eigens während des Jahres Angesparte im Urlaub dann ausgegeben wird, ist naheliegenderweise bei allen Befragten weitestgehend gleich, neben den Fixkosten - Transport, Unterkunft und Verpflegung - wurden hier v.a. Eintritte, Ausflüge und Mitbringsel genannt. Letztere werden aus recht unterschiedlichen Motiven ausgewählt (wie in 8. *Auswahlmotive bei Urlaubsmitbringern* ausgeführt wird), Geld spielt jedoch in den meisten Fällen keine bestimmende Rolle. Größere Ausgaben, v.a. für exklusivere Dinge, werden - wenn überhaupt - ausnahmslos nach reiflicher Überlegung getätigt. Eingespart wird dann entweder an anderer Stelle im Urlaub selbst oder aber durch wesentlich leichter fallendes Verzicht auf diverse Annehmlichkeiten im Alltag wie etwa häufige Kaffeehausbesuche.

Eigens erwähnt werden müssen in diesem Zusammenhang noch die zum Teil sehr zahlreich geknipsten Urlaubsfotos als Kostenfaktor, auch wenn diese nur von wenigen Befragten spontan zum Budget gerechnet werden. An dieser Stelle wie auch in der gesamten vorliegenden Untersuchung nicht relevant sind Mitbringsel für andere, Daheimgebliebene.

⁵³ Frau K., Interview vom 22. September 2002

7. Urlaubsmitbringsel der Befragten

Dem mancherorts oft erstaunlich einseitig gezeichneten Bild von „den Touristen“, die in „Souvenirläden“ regelrecht einfallen um sich dort mit Mitbringsele einzudecken, stehen in der Realität doch differenziertere Vorgangsweisen gegenüber. Dies hat naheliegenderweise mit der Art der präferierten Objekte und damit zusammenhängend mit generellen Vorlieben der/des Einzelnen zu tun, im Falle der vorliegenden Untersuchung wurde bei der Auswahl der Probandinnen bewusst auch auf vom Klischee abweichende Verhaltensweisen geachtet. Auffallend in den Gesprächen war dennoch, dass der Begriff „Souvenir“ zum Teil recht negativ gefärbt ist, indem er mit Massenware oder minderwertigen, verfälschten (im Sinne von nicht authentischen) Produkten gleichgesetzt wird - einige der befragten Personen brachten dies recht deutlich zum Ausdruck. Die meisten von den betreffenden Befragten erworbenen Gegenstände werden konsequenterweise nicht als Souvenirs bezeichnet, sondern eher mit Bezeichnungen wie „Mitbringsel“ oder – spezifischer im Sinne einer gewünschten Funktion – „Andenken“ versehen - so überhaupt ein Sammelbegriff verwendet wird.

In der folgenden überblicksartigen Aufstellung der Bandbreite an in den Interviews thematisierten Objekten fehlt das Wort „Souvenir“ allerdings aus anderem Grund bewusst: Das Mitnehmen von Dingen aus einem Urlaubsland bedeutet nicht selbstredend, dass diese auch tatsächlich zu Erinnerungsträgern werden. Dieser für die vorliegende Studie zentrale Aspekt wird in 10. *Funktionen von Mitbringsele* eingehend beleuchtet.

7.1. Vielfalt

Dingen wird von Anfang an eine bestimmte Funktion zugeschrieben. Um die bemerkenswerte Vielfalt an in den Interviews erwähnten und teils näher besprochenen Mitbringsele überschaubarer darstellen zu können, werden diese in Kategorien unterteilt, die wohlgernekt unabhängig davon erstellt wurden, was mit den Gegenständen später tatsächlich passierte. Zweckmäßig erscheint daher eine Trennung in Gegenstände, die tatsächlich verwendet, also aktiv benützt werden können (hier „Nutzbares“ genannt), und Gegenstände, die ausschließlich dekorativen Charakter haben („Dekoratives“). Da von den Befragten dermaßen viele verschiedene Dinge genannt wurden, ist eine nochmalige Unterteilung möglich und auch angebracht: Gegenstände, die in einem wie auch immer gearteten Verwendungszusammenhang stehen, werden in Folge in den Kategorien „Bekleidung“, „Nahrungsmittel“ und „Gebrauchsgegenstände“ überblicksmäßig angeführt, bei den vorrangig dekorativen Mitbringsele werden aufgrund der zahlreichen entsprechenden Nennungen „Fundstücke aus der Natur“ sowie „Fotografien“ gesondert ausgewiesen. Ergänzend dazu werden abschließend drei Beispiele angeführt, die verdeutlichen, wie Eindrücke oder Erlebnisse während einer Reise dazu führen können, dass im Alltag neue Präferenzen erhalten bleiben bzw. Ideen umgesetzt werden und auf diese Weise selbst geschaffene Dinge zu Erinnerungsträgern mutieren bzw. vorher Ungeliebtes plötzlich positive Assoziationen weckt („Vorlieben und Ideen“).

Angesichts der durchaus komplexen Mehrfachfunktion, die Dinge aufweisen können, ist eine Aufsplittung in Kategorien, wie sie hier erfolgt ist, unter keinen Umständen als eindeutig zu betrachten. Es ist völlig klar, dass etwa zweckmäßige Gegenstände wie Messer durchaus auch dekorativ sein können. Umgekehrt steht bei manchen Lebensmitteln beim Kauf offenbar die optische Gestaltung der Verpackung im Vordergrund, während der Inhalt letztlich zweitrangig ist. Die hier vorgenommene Trennung ist somit nur eine von mehreren Möglichkeiten, die Vielzahl an Mitbringsele zu strukturieren.

Da die Erinnerungsfunktion von Gegenständen zum Zeitpunkt deren Erwerbs noch recht diffus ist - sie spielt entweder überhaupt keine Rolle, da sich die zugehörige Erinnerung ohnehin erst später entwickelt, oder aber sie schwingt nur latent bzw. vorausahnend mit - wird diese hier nicht als eigene Kategorie berücksichtigt. Keine einzige Interviewpartnerin gab an, etwas dezidiert ausschließlich bzw. vorrangig zur Erinnerung mitzunehmen, ausschlaggebender für die Auswahl von Dingen ist offenbar stets (auch) eine andere Funktion.

An dieser Stelle sei auch ausdrücklich festgehalten, dass das Nichtnennen von bestimmten Mitbringselektoren natürlich keinesfalls bedeuten muss, dass die jeweilige Befragte tatsächlich nichts derartiges mitnimmt. Man kann daher mit großer Wahrscheinlichkeit sagen, dass einige vorhandene Objekte im Rahmen der Interviews nicht erwähnt wurden. Das Aussparen von konkreten Gegenständen liegt wohl daran, dass die Befragten im Laufe der Jahre schlicht derart viele Dinge angesammelt haben, dass in einem zeitlich beschränkten Gespräch nicht alles Platz finden konnte. Da generell davon auszugehen ist, dass die letztendlich genannten Gegenstände eine speziellere Bedeutung haben (weil sie entweder etwas Besonderes darstellen oder auch einfach nur relativ neu sind), hier aber nicht über Vermutetes spekuliert werden soll, basieren die in den folgenden Kapiteln angestellten Beschreibungen und Analysen ausschließlich auf den in den Interviews besprochenen Mitbringsele.

7.1.1. Nutzbares

Die von den Befragten im Urlaub erworbene *Bekleidung* setzt sich zum überwiegenden Teil aus für den Alltag gedachten Stücken zusammen: T-Shirts, Pullover, Jeans oder Schuhe wurden von den meisten genannt. Regionaltypische Kleidung wie eine bestickte Bluse oder ein Strohhut wird, wenn überhaupt, eher als Mittel zum Zweck (Sonnenschutz) gekauft als für den späteren Gebrauch - ein als Hauskleid gedachter Kaftan bzw. ein standesgemäßer Stetson für Country-Festivals sind hier die Ausnahme. Zwei Frauen, die gerne auch in Städten urlauben, gaben an, im Ausland aus Geschmacksgründen generell sehr viel Gewand aller Art zu kaufen, v.a. Modelle oder Marken, die in Österreich nicht erhältlich sind.

An *Nahrungsmitteln* wurden in den meisten Gesprächen landestypische Spezialitäten wie Käse, geräucherter Fisch, Moltebeermarmelade aus Skandinavien, Süßigkeiten und Getränke genannt, wobei letztere nahezu ausnahmslos zu den Alkoholika zu zählen sind. Ausnahmen

gibt es auch hier, so wurde neben diversen höherprozentigen Erzeugnissen wie dänischem Akvavit, polnischem Wodka oder französischem bzw. griechischem Wein sowie Bier aus verschiedensten Ländern u.a. ein offenbar besonders gut schmeckender Orangensaft aus Kanada mitgebracht. Einige der Befragten kamen im Verlauf der Interviews auf Gewürze wie Oregano aus Griechenland oder Safran aus China zu sprechen, aber auch Fertigmahlzeiten in Dosen oder gar - wenn es die Umstände erlaubten – Joghurt und Tiefkühlprodukte wurden eingepackt. Nur zwei Gesprächspartnerinnen hatten bis dato offenbar keinerlei Bestrebungen, Lebensmittel zu importieren.

Unter *Gebrauchsgegenständen* sind - nomen est omen - alle Dinge zu verstehen, die eine bestimmte Gebrauchsfunktion, also nicht nur dekorative Zwecke haben. In diese Kategorie sind relativ viele der genannten Mitbringsel einzuordnen, das Spektrum ist dementsprechend groß: Von aus dem Flugzeug „mitgenommenem“ Besteck über Geschirr - v.a. Häferl und Gläser - bis zum exklusiven Topfuntersetzer reichen jene Gegenstände, die im Bereich Küche anzusiedeln sind. Auch ein spezieller Mixer für café frappé aus Griechenland wurde erwähnt. Typisch für den Urlaubsort sind diese Gegenstände nur teilweise, regional zuordenbar sind v.a. Messer aus Mittelamerika oder Alaska, kupferne Weinkännchen aus Griechenland oder aber Tonträger, Heilschlamm vom Toten Meer sowie (meist entwendete) Aschenbecher. Während Seifen und Duschgels aus diversen Hotels oder (gekauft) Polsterbezüge noch relativ problemlos im Gepäck zu verstauen sind oder ein neuer Rucksack einfach zum zusätzlichen Gepäckstück avanciert, bedarf es schon größerer logistischer Anstrengungen, einen Designer-Sessel nach Hause zu verfrachten. Relativ beliebt bei den meisten Befragten sind - zum Teil fremdsprachige - Bücher: Neben belletristischen Werken, Comics oder auch Fachliteratur zu den jeweiligen Interessensgebieten werden vorzugsweise Reiseführer, Bildbände und Kochbücher erstanden. Gerne gekauft werden weiters neben Schmuckstücken Kerzen und Kerzenständer, von denen einige der Interviewpartnerinnen eine regelrechte Sammlung besitzen dürften.

7.1.2. Dekoratives

Unter jenen von den Befragten mitgebrachten Gegenständen, die ausschließlich für dekorative Zwecke gefertigt wurden, befinden sich relativ wenige, die nicht zumindest weitestgehend als *landestypisch* einzustufen sind - zu erwähnen wären hier etwa von StraßenkünstlerInnen gefertigte Karikaturen, wie sie heute in den meisten Großstädten zu finden sind. Aufgrund der abgebildeten Motive eher zuordenbar sind Dinge wie Poster, Schnitzereien aus Holz oder Stein, handgeknüpfte Wandteppiche oder edel verzierte Instrumente, also Handwerkskunst im weitesten Sinn. Teller oder Schüsselchen, die aufgrund ihrer Machart nicht zum tatsächlichen Gebrauch geeignet sind, wurden ebenso von einigen Befragten genannt wie als solcher bezeichneter „Ramsch“ im allgemeinen, den man vielerorts auf Märkten oder in Geschäften findet, wie beispielsweise „kitschige Eulen“⁵⁴ aus Griechenland. Auch Rechnungen, Fahrkarten, Flugtickets, Mietautoverträge oder Münzen und Geldscheine haben offenbar nach Beendigung

⁵⁴ Frau H., Interview vom 23. April 2002

einer Reise für einige dekorativen Charakter, da sie weder weggeworfen noch - sofern bei letzteren möglich - auf späteren Reisen ausgegeben werden, sondern u.a. Fotoalben verzieren.

Großer Beliebtheit erfreuen sich *Fundstücke aus der Natur*, lediglich eine der befragten Frauen hatte offenbar noch nie derartige Mitbringsel im Reisegepäck. So im Urlaub Strände besucht werden, nehmen fast alle dort entdeckte Muscheln oder Schneckenhäuser mit nach Hause. Einige sammeln - u.a. in Wüstengebieten - verschiedenfarbigen Sand oder einfach(e) Steine. Außergewöhnlich geformte Holzstücke oder sorgfältig in Büchern gepresste Blüten und Blätter wurden ebenfalls vereinzelt genannt. Zwei Befragte versuchen sogar, aus Samen oder kleinen Ablegern (dezidiert von nicht geschützten Arten, wie betont wurde) eigene Pflanzen zu ziehen.

Urlaubsfotos zu machen ist für die meisten Gesprächspartnerinnen fixer Bestandteil des Reisens, nur zwei Frauen sind nicht immer mit einer Kamera unterwegs. Neben teilweise sehr zahlreichen *Fotografien* werden von vier Befragten zusätzlich Dia-Aufnahmen angefertigt, eine Frau hat neben einem Fotoapparat stets eine Videokamera dabei. Obwohl der Großteil der Befragten die Reisen also selbst dokumentiert, kaufen alle zumindest hie und da auch Ansichtskarten, die zum Teil spezielle Perspektiven zeigen oder künstlerisch gestaltet sind. (Es sei an dieser Stelle nochmals festgehalten, dass zum Zeitpunkt der Befragung noch keine der Frauen eine Digitalkamera zur Verfügung hatte.)

7.1.3. Vorlieben und Ideen

Obwohl diese Art von Mitbringseln nicht Thema der vorliegenden Studie ist, erscheinen – der Vollständigkeit halber - auch jene von einzelnen Gesprächspartnerinnen genannten neuen Ideen erwähnenswert, die zumindest eine Zeit lang direkte Auswirkungen auf das Leben nach dem Urlaub hatten. So fand etwa eine Befragte die Idee einer Frauenstadtführerin in Berlin dermaßen faszinierend, dass sie nach ihrer Rückkehr etwas Ähnliches für Wien initiierte.⁵⁵ Eine andere Frau lernte bei einer Gastgeberin in Alaska die Patchwork-Technik kennen und fertigt seither selbst Decken und ähnliche Textilien.⁵⁶ Auf diese Weise werden „Erinnerungsstücke“ zu einem späteren Zeitpunkt mit eigenen, nicht vom Urlaubsort stammenden Mitteln selbst gefertigt. Auch Geschmäcker verändern sich bisweilen durch Auslandsaufenthalte: Eine Gesprächspartnerin isst seit einem Aufenthalt in Griechenland liebend gerne Oliven, denen sie davor sehr ablehnend gegenübergestanden war.⁵⁷

7.2. Massensouvenirs

Abschließend sei hier festgehalten, dass fast alle Gesprächspartnerinnen von sich aus auf Veränderungen im Laufe der Jahre hinwiesen, was die Auswahl von Mitbringseln betrifft. Dekoratives in Form von „ortstypischen“ Tellern oder Vasen etwa wurde meist durch

⁵⁵ vgl. Frau S., Interview vom 14. April 2002

⁵⁶ vgl. Frau P., Interview vom 30. April 2002

⁵⁷ vgl. Frau K., Interview vom 22. September 2002

individuellere, scheinbar auch sorgfältiger ausgesuchte Stücke abgelöst. So stellte z.B. eine Befragte fest, dass sie irgendwann nicht mehr gewusst habe, wo sie all die angesammelten Keramikstücke unterbringen könnte, weswegen sie nach „Sinnvollerem“ Ausschau zu halten begonnen habe.⁵⁸ Bei einigen hat sich auch die Anzahl der mitgebrachten Dinge zugunsten deren Qualität verringert. Dass Reisende mit steigender Urlaubserfahrung generell kritischer bzw. anspruchsvoller werden, was die Auswahl aus den zur Verfügung stehenden Mitbringsel angeht, kann so jedoch nicht verallgemeinert werden.

Auffallend ist schließlich, dass „klassische“ Objekte, also solche mit eindeutigem Verweischarakter auf den jeweiligen Urlaubsort, bei den meisten Interviewpartnerinnen wenig beliebt sind (obwohl alle (noch) entsprechende Stücke besitzen), sie wurden von einigen Frauen sogar sehr abfällig kommentiert. So war von „Plastikzeug“ und „Klumpert“ die Rede, aber auch teils vom Unverständnis den Zuhausegebliebenen gegenüber, die sich genau solche Geschenke erwarteten. Gleichzeitig gefällt aber einigen - zum Teil denselben - Befragten eben jenes Kitschige: Eine Frau gab sogar an, großen Spaß daran zu haben, das Unauthentische zu durchschauen und dennoch „*natürlich* [zu] glauben, dass es echt ist“.⁵⁹

⁵⁸ vgl. Frau B., Interview vom 29. April 2002

⁵⁹ Frau H., Interview vom 23. April 2002

8. Auswahlmotive bei Urlaubsmitbringenseln

8.1. Bedürfnis nach Urlaubsmitbringenseln

Das Mitnehmen von Dingen aus dem jeweiligen Urlaubsland ist ein weit verbreitetes Phänomen, dem sich wohl nur wenige gänzlich entziehen können: „Du kannst gar nicht anders“⁶⁰, wie es eine Gesprächspartnerin formulierte. Durch die Bezeichnung „Souvenir“ für diese Objekte scheint die (Haupt-)Aufgabe dieser Gegenstände von vornherein festgelegt. Um keine Zweifel aufkommen zu lassen, welche Dinge besonders dazu geeignet sind, später Erinnerungen auszulösen, werden diese oft in eigenen Andenkenläden angeboten oder gar mit einer entsprechenden Aufschrift versehen („Souvenir de Paris“). Geht es also nach den Vorstellungen der „Andenkenindustrie“, erwerben Reisende an ihrem Urlaubsort einen als für diesen Zweck ideal angebotenen Gegenstand (oder noch besser: mehrere), um an diese(n) einen Gutteil ihrer Erinnerungen zu knüpfen. Nicht selten wird die Vorentscheidung, was als Erinnerungsträger besonders in Frage kommt, auch von touristischen Institutionen abgenommen. So führen etwa zahlreiche Reiseführer „typische“ und somit „geeignete“ Mitbringsel an und lenken auf diese Weise, mit welcher Absicht auch immer, die Aufmerksamkeit der UrlauberInnen auf diese Produkte. Im weitesten Sinne als Begründer dieser potenziell hilfreichen, gleichzeitig doch fragwürdigen Tradition gilt John Murray, der erstmals 1836 in einem Reiseführer das „Sternchensystem“ für besondere Sehenswürdigkeiten einführte.⁶¹

Es mutet bei kritischer Betrachtung ein wenig paradox an, dass v.a. industriell oder zumindest in großer Stückzahl produzierte Souvenirs - dem Namen nach - von vornherein Erinnerung beinhalten sollen bzw. diese nur mehr eingefüllt, also die äußere Hülle mit innerem Sinn behaftet werden muss. Diesem Angebot, sich kaum Gedanken über einen dafür geeigneten Gegenstand machen zu müssen, stehen vermutlich nicht nur einige der für diese Untersuchung Befragten skeptisch bis ablehnend gegenüber. Dennoch ist der Versuch, Erinnerungen an eine Reise festhalten zu wollen, auch in diversen recherchierten Artikeln das meistbeschriebene Motiv für die Mitnahme dieser Dinge. Einige AutorInnen sehen in der Konservierung von Eindrücken anscheinend sogar den einzig triftigen und somit erwähnenswerten Beweggrund, der das Mitbringsel als Gegenstand an sich in den Hintergrund drängt. Nur selten schwingt in Artikeln auch die nicht genau erklärbare Faszination dieser Objekte mit:

„Mit rationalen Überlegungen ist dem Souvenir nicht beizukommen. Auch wenn man noch so viele vergleichbare Dinge zu Hause hat, man kauft es dennoch. Ein Souvenir ist nicht zum Gebrauch bestimmt. Man kauft es auch nicht, um es vorzuzeigen. Letztendlich kaufe ich ja nicht nur ein Löffelchen, ich kaufe mit dem Löffelchen die nichtalltäglichen Erlebnisse der vergangenen Tage oder Wochen. In einem Souvenir scheinen Erinnerungen festgeschmolzen, die ohne diesen Gegenstand in Gefahr sein könnten, verloren zu gehen.“⁶²

⁶⁰ Frau B., Interview vom 29. April 2002

⁶¹ vgl. Wax, Johann: a.a.O., S.75

⁶² Schütz-Pazzini, Petra in: Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. S.150 (Glossar) sowie <http://www.univie.ac.at/iffroec/museologie/glossar/Glossar%20S.html>

Warum es offenbar eines Gegenstandes bedarf, um Erinnerungen abrufen zu können, erklärt Gyr mit der oft nur kurzen Zeitspanne, die Reisenden vor Ort zur Verfügung steht, um Erlebtes zu verarbeiten: „Das Problem des Touristen ist es, das was er sieht, hört, riecht und allenfalls abtastet, zu erfassen, zu fixieren und verstehend zu ordnen, in kurzer Zeit individuell zu deuten.“⁶³ Das Festhalten der authentischen Begegnung mit dem Fremden/Anderen, sei es auf Bildern oder in Form von Gegenständen ist demnach eine logische Konsequenz: Man (be)schafft sich selbst die notwendigen Gedächtnisstützen. Die Handlichkeit der meisten Gegenstände bietet laut Lévi-Strauss einen weiteren Vorteil: „In der Verkleinerung erscheint die Totalität des Objekts weniger furchterregend“.⁶⁴ Habermas wiederum gehört zu jenen, die der Überzeugung Ausdruck geben, dass Objekte durchaus gezielt zu Erinnerungszwecken gesammelt werden⁶⁵, wobei anzumerken ist, dass er nicht dezidiert von Reise-Mitbringseln spricht.⁶⁶ In den Befragungen stellte sich jedoch heraus, dass dieser Aspekt den „Sammelnden“ vor Ort meist nicht vordergründig bewusst ist. Vielmehr ist die (spätere) Funktion eines Gegenstandes als Erinnerungsträger lediglich ein Motiv unter mehreren für dessen Erwerb bzw. schwingen dabei verschiedenste Prioritäten mit, die durchaus beachtenswert scheinen.

Das allen anderen Auswahlgründen immer zugrunde liegende Motiv für den Kauf bzw. das Mitnehmen von Dingen ist selbstverständlich das subjektive Ästhetikempfinden der Reisenden - die Gegenstände müssen gefallen. Sie verfügen aber nicht nur über eine optische Beschaffenheit, sie bieten durch (wahlweise) taktile, akustische, olfaktorische oder gustatorische Eigenschaften auch „spezifische körperliche Objekt- und Selbsterfahrungen“⁶⁷. Die durch sie ausgelösten Impulse sprechen auf einer unbewussten Ebene an, „irgendetwas in uns liest Objekte quer, nämlich auf ihre Liebheit und ihren sex appeal hin“⁶⁸.

Letztlich müssen die Gegenstände interessieren. Habermas definiert Interesse als „motivationale Spannung zwischen Organismus und Objekt“ und schließt daraus, dass „interessierende, motivierende Dinge wichtig für das Selbstgefühl“⁶⁹ sind. Generell lässt sich nach James über die Rolle der Beschaffenheit von Dingen folgendes sagen:

„Objekteigenschaften, die das intensivste Wirklichkeitsgefühl erregen, sind solche, die auffallen, die die Sinne stimulieren, zu Reaktionen anstacheln, Interesse und starke emotionale Reaktionen hervorrufen, sowie diejenigen, die über die formalen Eigenschaften der Einfachheit, Permanenz, Einheitlichkeit und Eigenständigkeit verfügen.“⁷⁰

⁶³ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.46

⁶⁴ zit. nach Ludewig, Ulli: Die Schneekugel. S.9

⁶⁵ vgl. Habermas, Tillmann: Geliebte Objekte. S.292

⁶⁶ Anm.: Habermas bezieht sich nicht auf Urlaubsmitbringsel, sondern allgemein auf „persönliche Objekte“. Unter persönlichen Objekten versteht er „geschätzte oder umhagte oder gepflegte Besitztümer [...], die einer Person besonders teuer sind, die sie liebt, an denen sie hängt und mit denen sie sich verbunden fühlt.“ Bei diesen „Lieblingsdingen“ handelt es sich um meist erst nach einigem Nachdenken genannte Objekte, da ihre Bedeutung v.a. im Unbewussten verankert ist. (vgl. Habermas, a.a.O., S.9)

⁶⁷ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.239

⁶⁸ Schwärzler, Monika: Spielarten der Objektbildung. S.40

⁶⁹ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.53f.

⁷⁰ ebda., S.52 – Anm.: William James, US-Psychologe und Philosoph, 1842-1910, war Mitbegründer des Pragmatismus.

Unbestritten ist, dass alle persönlichen Objekte über die mit ihnen verknüpften bzw. in ihnen manifestierten Prioritäten ihrer BesitzerInnen Auskunft geben.⁷¹ Dass aber schon während einer Reise darauf geachtet wird, v.a. Dinge auszuwählen, die man später anderen zeigen, mit denen man andere gegebenenfalls auch beeindrucken kann⁷², hat sich bei keiner der für diese Studie Befragten als zutreffend herausgestellt.

8.2. Auswahlmotive

Es gibt also zahlreiche Gründe, warum Gegenstände wichtig sind, warum auf Reisen etwas erworben bzw. aufgesammelt, warum in etwas Zeit und/oder Geld investiert wird, um es anschließend mit nach Hause zu nehmen. Das Spektrum reicht dabei - wie eben skizziert - von ästhetischen Gesichtspunkten über den praktischen Nutzen eines Gegenstandes bis hin zu komplexeren Motivationen wie etwa der Manifestation bestimmter Stimmungen in einem speziellen Objekt. Einzelne Aspekte sind für das Mitnehmen eines Gegenstandes so gut wie nie isoliert ausschlaggebend, die Begründungen sind meist vielschichtiger Natur. Die Unterteilung der vielfältigen, in Folge eingehender besprochenen Motive, die zur Mitnahme von Objekten aus dem Urlaubsland führen, ergab sich aus der Gruppierung sämtlicher in den Interviews getroffener Aussagen über die Auswahlgründe bei einzelnen Mitbringselekt.

8.2.1. Optik

Ästhetische Aspekte bzw. die äußere Beschaffenheit eines Objekts spielen in jedem Fall eine wesentliche und v.a. naheliegende Rolle beim Kauf bzw. (Auf-)Sammeln von Dingen. Niemand nimmt sich etwas mit, das nicht gefällt. Selbst von einzelnen Befragten als „schrecklich“ titulierte Mitbringsel gefallen offenbar auf ihre Art: Sie sind „so schlimm, dass es schon wieder gut ist“⁷³. Dies trifft vorrangig auf kitschige Ziergegenstände ohne weiteren Nutzen zu. Auch Ungewöhnlichkeit, Originalität oder Einzigartigkeit sind Eigenschaften, die das Aussehen eines Objekts in den Vordergrund rücken.

In erster Linie bei Lebensmitteln wird Augenmerk auf die Verpackung gelegt, was hin und wieder dazu führt, dass sich Befragte zu Käufen hinreißen lassen, die sie sonst nie tätigen würden. Beispiele dafür sind etwa diverse seit Jahren ungeöffnete Alkoholika oder auch englische Schokoriegel, die bei einer Gesprächspartnerin „herumliegen, weil ich eigentlich gar keine Süßigkeiten mag.“⁷⁴ Für die Grafik-Interessierte war das Design der Packung jedoch ansprechend genug, um diese trotzdem zu erwerben.

Da das Aussehen von Objekten - wie zwischenzeitlich mehrmals angeführt - ohnehin immer ein mitausschlaggebender und zudem sehr subjektiver, im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht

⁷¹ vgl. dazu auch Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O., S.132

⁷² vgl. Franklin, Adrian and Mike Crang: a.a.O.

⁷³ Frau K., Interview vom 22. September 2002

⁷⁴ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

hinterfragter Punkt bei der Auswahl von Mitbringseeln ist, wird auf diesen Aspekt hier nicht weiter eingegangen.

8.2.2. Nutzen

Ein weiterer selbsterklärender Auswahl- und Kaufgrund ist der Nutzen eines Gegenstandes, weswegen auch hier nur einige wenige Beispiele angeführt werden sollen. Dabei kann zwischen der sich vor Ort ergebenden Notwendigkeit und dem erst für später geplanten Gebrauch unterschieden werden.

Dem akuten Bedarf ist etwa eine in Österreich „nicht tragbare“ folkloristisch bestickte Bluse aus Ägypten zuzuordnen, die eine Befragte erstand, um sich auf einer Wanderung vor der Sonne zu schützen.⁷⁵ Im klimatisch gegensätzlichen Schottland kaufte eine Interviewpartnerin Teetassen, um sich bei nass-kaltem Wetter im Wohnmobil aufwärmen zu können. Besagte Tassen sind anscheinend auch noch viele Jahre später in Gebrauch.⁷⁶ Geschirr in Form von Gläsern oder ähnlichem ist bei einigen Befragten nach dem Urlaub nicht nur von praktischem Wert, zum Teil entstanden mit der Zeit regelrechte Sammlungen. Eine Gesprächspartnerin wurde übriggebliebene Fremdwährung eine Zeit lang durch den Kauf von Tellern, Kannen und dergleichen los.⁷⁷ Trotz guter Vorsätze unbenutzt blieb hingegen der bereits an früherer Stelle erwähnte griechische Spezialmixer.⁷⁸

Eine bunte Sammlung von Seifenstücken aus Unterkünften in diversen Ländern entstand bei einer Reisenden eher zufällig, da auf Reisen nur selten auf die unterwegs entstehenden Vorräte zurückgegriffen werden musste.⁷⁹ Gezielt eingepackt wurde von einer anderen Befragten heilender Schlamm vom Toten Meer.⁸⁰ Eine als Lehrerin tätige Frau erwähnte, dass sie Fotos und andere Objekte teilweise im Schulunterricht nutzen könne, wenngleich für sie der persönliche Bezug zu den Dingen immer im Vordergrund stehe.⁸¹ Mehrmals erwähnt wurde in den Gesprächen schließlich die auftretende Notwendigkeit, sich im Urlaub eine zusätzliche (Reise-)Tasche zuzulegen, da andernfalls nicht alle Mitbringsel im Gepäck nach Hause transportierbar gewesen wären.

8.2.3. Authentizität

Ein in wissenschaftlicher Literatur zum Thema Souvenir immer wieder besprochener Punkt ist die Authentizität von Urlaubsmitbringseeln, wobei Reisenden mancherorts pauschal unterstellt wird, „Echtes“ im Sinne von „wirklich Kaufenswertem“ nicht erkennen zu können. Das mag zwar

⁷⁵ vgl. Frau F., Interview vom 23. April 2002

⁷⁶ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

⁷⁷ vgl. Frau S., Interview vom 14. April 2002

⁷⁸ vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

⁷⁹ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

⁸⁰ vgl. Frau B., Interview vom 29. April 2002

⁸¹ vgl. Frau P., Interview vom 30. April 2002

auf einen eventuell sogar größeren Teil aller Reisenden zutreffen, dennoch fallen mit dieser vereinheitlichenden Darstellung durchaus relevante (Teil-)Aspekte unter den Tisch: In puncto Authentizität spielte in den Befragungen nicht nur das (angeblich) landestypische Mitbringsel eine Rolle, sondern zudem der bewusst spielerische Umgang mit dem Unechten, fremdes Essen und die Bedeutung von Fundstücken aus der Natur, aber auch vereinzelt politische Überzeugungen. Bendix verweist ebenfalls auf die Vielfalt der möglichen Konnotationen von Authentizität wie „selbst gekauft an einem Ort mit *historischer Tradition*, gefertigt von einem *Exoten*, erinnernd an eine *eigene Erfahrung* in einer bestimmten Region, selbst wenn „made in Hongkong“ draufsteht, etc.“⁸² und konstatiert weiters, dass Erlebnisse an einem fremden Ort nicht nur der Selbsterfahrung dienen, sondern auch das „Verlangen nach Unmittelbarkeit“⁸³ befriedigen.

Orts-/Landestypisches

„Ein Merkmal, das [...] alle Andenken aufzuweisen haben, ist, daß sie für das Urlaubsland typisch sein müssen“⁸⁴, schreiben Garatwa und Schlager, wobei wie angemerkt Reiseführern und anderer auf den Urlaub einstimmender Literatur die Vermittlung des „Typischen“ zufällt. Was dort als fotografierenswert gekennzeichnet wird, „ist es auch“, nicht zuletzt weil diese Motive auch von Außenstehenden „verstanden“ werden.⁸⁵ Folge dieses Vorsetzens von (vermeintlich) hilfreichen Tipps ist, dass Urlaubende mitunter Gefahr laufen, nur mehr das Angekündigte, Versprochene zu suchen und Neues, Unvorhergesehenes nicht mehr wahrzunehmen.⁸⁶ Wesentlich ist in diesem Zusammenhang der allgemeine Informationsgrad der Reisenden über ein Land. Festzuhalten ist dazu auch nochmals, dass „als charakteristisch Ausgewähltes“ nicht nur das Land beschreibt, sondern auch die Mitbringenden selbst. Das Kaufen von typischen Objekten ist daher nicht zwangsläufig gleichbedeutend mit dem unreflektierten Annehmen von „Empfehlungen“ touristischer Instanzen.

Die für die vorliegende Studie befragten Frauen besitzen zumindest vereinzelt auch von an den Reisen nicht teilgenommen habenden Betrachtenden dem jeweiligen Urlaubsland zuordenbare Gegenstände wie kleine Statuetten, Schlüssel mit spezifischen Motiven oder ähnliches. Es handelt sich bei diesen Dingen jedoch nicht nur um gemeinhin als Kitsch Verunglimpftes, sondern auch um Anspruchsvolleres wie etwa einen Norweger-Pullover oder von einheimischen Künstlern gestaltete Objekte wie Schnitzereien.

⁸² Bendix, Regina: a.a.O., S.75

⁸³ ebda., S.79

⁸⁴ Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O., S.130

⁸⁵ vgl. Schwarz, Uli: a.a.O., S.88

⁸⁶ vgl. Bair, Susanne: Knipser im Internet – Urlaubsfotos auf Web-Seiten.

Spielerischer Umgang mit Authentizität

Nicht immer ist wie bereits angedeutet der Kauf von Massensouvenirs - also von in großen Mengen, meist billig produzierten und in einschlägigen Geschäften erhältlichen Mitbringseln – mit dem Nichtreflektieren der Erwerbenden gleichzusetzen. Einige Interviewpartnerinnen gaben an, v.a. bei dekorativen Artikeln einen nicht immer ganz ernsten Zugang zum Thema Authentizität zu pflegen. Stellvertretend für die anderen sei hier jene Befragte zitiert, die in Griechenland eine kleine auf alt getrimmte Figur erstand, an der noch heute das Etikett der „*hand made*-Garantie“ hängt, eben *weil* es so offensichtlich falsch sei.⁸⁷ Cohen bemerkt dazu folgendes:

„Für viele Touristen ist Tourismus eine Form des Spiels, welches, wie alles Spiel, tiefe Wurzeln in der Realität hat, aber für dessen Erfolg ein großer Einsatz von „Tun-als-Ob“ sowohl seitens der Spieler wie der Zuschauer notwendig ist. Sie nehmen spielerisch und willens Teil, wenn auch oft unbewußt, in einem „Als-ob-Spiel“, und tun so, als ob ein künstliches Produkt authentisch sei, wenn sie doch im tiefsten Innern nicht von dessen Authentizität überzeugt sind.“⁸⁸

Auch Ansichtskarten zeigen oft nicht die wirklichen Gegebenheiten vor Ort, sondern bilden geschönte Verhältnisse ab – eine Mogelei, die laut Schwarz durchaus beiden Seiten bewusst ist.⁸⁹ Sofern überhaupt auf weniger angenehme Zustände wie schlechte Straßen oder häufiges Regenwetter Bezug genommen wird, so geschieht dies gern auf humoristische Weise. Im Regelfall sind auf Ansichtskarten jedoch keine Strommasten oder verschmutzte Strände zu sehen. Wer den eigenen Urlaub in all seinen Facetten im Bild festhalten will, ist daher auf eigene Fotos angewiesen. Nur auf ihnen sind die subjektiv wichtigen Dinge konserviert, und nur durch sie erhalten visuelle Erinnerungen den authentischen, persönlichen Touch.⁹⁰

Generell ist zu sagen, dass Bendix wohl nicht ganz unrecht hat, wenn sie meint, dass Authentizität nur für den „extrem reflektierenden Touristen und den Wissenschaftler selbst ein Problem darstellt“.⁹¹ Sie geht sogar soweit zu sagen, dass die „objektive“ und vielleicht auch weltfremde Wissenschaft selbst verschiedentlich sowohl politischen wie kapitalistischen Ansprüchen nach legitimer Echtheit erlegen ist“⁹². Die meisten Befragten jedenfalls lachen einfach oder schütteln allenfalls ungläubig den Kopf, wenn ihnen auf Reisen offensichtlich „Unechtes“ als „echt“ präsentiert wird.

Essen

Sowohl Köstlin als auch Friedl sprechen vom Wunsch der Reisenden, sich durch fremde Speisen dem jeweiligen Land annähern bzw. mit diesem in engeren Kontakt treten zu können.

⁸⁷ vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

⁸⁸ Cohen, Erik (1988): zit. nach Bendix, Regina: a.a.O., S.73f.

⁸⁹ vgl. Schwarz, Uli: a.a.O., S.84

⁹⁰ vgl. dazu auch ebda., S.91

⁹¹ Bendix, Regina: a.a.O., S.74

⁹² ebda., S.78

Ersterer spricht in diesem Zusammenhang von den „symbolischen Ebenen des Essens“, von „kulturellen Einlagen der Nahrung“⁹³, zweite weist auf die stattfindende Identifikation von Geruch und Geschmack mit dem betreffenden Land hin.⁹⁴ Durch den Genuss fremdländischer Speisen ist laut Köstlin das Erlangen einer „interkulturellen Kompetenz“ möglich, da man sich dadurch „in die Kultur des anderen, des Fremden“⁹⁵ zu versetzen vermag - dies gilt sowohl auf Reisen wie auch zu Hause. Köstlin weist weiters darauf hin, dass scheinbare Elemente der Kulturen beliebig kombinierbar geworden sind⁹⁶, was allerdings auch manchmal die Gefahr birgt, dass Fremdes umarmt und nicht mehr als solches erkannt und respektiert wird.

Dass zumindest die in Restaurants oder anderen Verköstigungsbetrieben verkauften regionaltypischen Speisen v.a. in Touristenhochburgen oft an den (vermeintlichen) Geschmack der Gäste angepasst sind und somit mit wirklich authentischen Gerichten nur mehr wenig gemein haben, spielt dabei für die dort Urlaubenden vermutlich nur eine untergeordnete Rolle. Gyr greift hierzu noch einen weiteren Aspekt auf, nämlich die vergleichsweise späte „Revitalisierung“ typischer Speisen zu touristischen Zwecken.⁹⁷ Jenen, die diese regionalen Spezialitäten genießen, und das sind die meisten der Befragten, dürfte dies alles – wenn überhaupt – oft nur zum Teil bewusst sein. Das Kennenlernen oder zumindest Annähern an das Urlaubsland durch den Konsum von Speisen und Getränken trägt jedenfalls auch zur ersehnten Abwechslung vom Alltag und somit zur angestrebten Selbsterfahrung bei. Oft schwingt neben einer allfälligen Suche nach Authentischem einfach Neugier auf das Unbekannte mit, wie dieses beispielhafte Zitat verdeutlicht:

„Ich versuche schon, den Ort, wo ich bin, kennenzulernen, [...] die Lebensgewohnheiten ein bißchen aufzunehmen und mich auch ein bißchen anzupassen, in dem ich z.B. Sachen esse, die wirklich von dort sind. [...] Ich finde das so faszinierend, in ein Geschäft zu gehen und etwas zu kaufen, wovon ich keine Ahnung habe, was es ist, „aber geben Sie mir mal 10 Deka davon“. Probieren wir's einfach mal.“⁹⁸

Eine Frau, die regelmäßig im selben Land urlaubt, gab an, dass das Essen einer der wesentlichsten Gründe für die Wahl des Reiseziels sei.⁹⁹ Als richtiggehendes Ritual bezeichnete eine andere Befragte das Durchkosten durch die jeweiligen Landesspezialitäten, die Lust am Fremden ließe sich kulinarisch am besten erfassen: „Diese Lust lässt sich schmecken“.¹⁰⁰

⁹³ Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. S.219

⁹⁴ vgl. Friedl, Ellen: Essen auf Reisen. S.175

⁹⁵ Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. S.224

⁹⁶ vgl. Köstlin, Konrad: Das Fremde im eigenen Land. S.58

⁹⁷ vgl. Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.53

⁹⁸ Frau K., Interview vom 22. September 2002

⁹⁹ vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁰⁰ Frau S., Interview vom 14. April 2002

Natur

Im Zusammenhang mit Authentizität wurden von einigen Befragten spontan Fundstücke aus der Natur genannt, die diesem Anspruch in erster Linie dadurch entsprechen, dass sie (von Menschen) unbearbeitet sind. „Es ist ein Stück von dort, ich habe ein Stück Erde, ein Stück Landschaft mitgenommen“¹⁰¹, wie es eine Gesprächspartnerin auf den Punkt brachte.

Diese Ursprünglichkeit trifft auf Steine, Muscheln oder Schneckenhäuser sowie auf Holz und Pflanzen zu. Vor allem jene Frauen, die ihre Urlaubsreisen detailreich in Alben oder Collagen nachbereiten, nehmen gerne Blätter, Blüten und dergleichen mit, um noch mehr „Leben“ in ihre Werke zu bringen. Dabei wird durchaus auf die feinen Unterschiede Wert gelegt, wie etwa darauf, „dass ein Edelweiß aus den Alpen einem Edelweiß aus Pakistan eben *nicht* gleicht, weder im Aussehen, noch in der Herkunft“¹⁰².

Nicht außer Acht zu lassen ist hier die Art und Weise, wie man zu einem speziellen Stück Natur kommt, da das Suchen und Finden dieser Mitbringsel untrennbar mit dem – durchwegs als spannend empfundenen - Erlebnis des Sammelns verknüpft ist.

Politik

Vereinzelte spielen bei den Gesprächspartnerinnen auch politische Überzeugungen eine Rolle bei der Auswahl von Mitbringseln. Nicht nur, aber v.a. in weniger entwickelten Ländern oder Regionen achten manche Befragte genau darauf, möglichst Erzeugnisse Einheimischer zu erwerben und diese dadurch in ihrer Arbeit zu unterstützen. Beispiel gebend dafür ist jene Frau, die gerne durch afrikanische und asiatische Länder reist: Bei ihr schwingt das Wissen darum, dass von den Verkäufen eines Künstlers bzw. einer Künstlerin nicht selten eine ganze Großfamilie finanziell abhängig ist, eigenen Angaben zufolge immer mit.¹⁰³

Sofern die Waren einheimischer ProduzentInnen direkt bei diesen erstanden werden, kann auch das Kaufen an sich durch die spezielle, nicht alltägliche Situation ein ausschlaggebendes Argument zugunsten des einen oder anderen Gegenstandes sein.

8.2.4. Käuferlebnis

Neben dem direkten Kontakt mit den HerstellerInnen gibt es freilich noch weitere Aspekte, die den Kauf zu einem willkommenen Vergnügen machen können. Manche Befragte feilschen gerne, während andere die sich vom österreichischen Angebot unterscheidende Auswahl an Produkten schätzen. Meist eng verknüpft sind schließlich die als wohltuend anders erlebte

¹⁰¹ Frau K., Interview vom 22. September 2002

¹⁰² Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹⁰³ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

Einkaufsatmosphäre an sich und das Zeithaben, also der stressfreie Bummel, der nicht vom „Kaufzwang“ getrübt wird.

Kontakt mit Einheimischen

„Travel is contact“ – so ein Slogan des Japan Travel Bureau¹⁰⁴ – ist auch ein Motto der meisten Befragten. Dies manifestiert sich u.a. bei Kaufsituationen, die in Österreich so nicht möglich sind. Wie nachhaltig beeindruckend diese Kontakte sein können, zeigen folgende exemplarisch aus den Interviews entnommene Erzählungen besonders deutlich, weswegen sie auch ungekürzt für sich sprechen sollen. Im ersten Beispiel schildert eine Interviewpartnerin den Kauf eines geschnitzten Autos im Norden Namibias:

„Wenn man dem, der etwas macht, das dann abkauft, das ist etwas ganz anderes, weil die Freude so rüberkommt. Wir waren da mal bei einem Standl, eine Verkaufsbude aus ein paar Stecken, nichts anderes, und da waren Regale mit verschiedenen Tieren, Vasen und Spazierstöcke und was sie eben geschnitzt und poliert haben, was halt dort gemacht werden kann, das Holz ist ja direkt aus der Umgebung. Da haben wir dann erlebt, wie auf einmal die ganze Sippe anmarschiert ist. Aus verschiedenen Richtungen sind die Leute gekommen, wir da mittendrin, die Erwartungshaltung war ganz eigenartig: Was passiert uns denn jetzt? In Wirklichkeit haben sie alle ganz genau geschaut, wessen Stück wir auswählen. Das war für sie wichtig, wir haben das dann im Gespräch ein bißchen mitbekommen. „Aha, das gefällt den Weißen.“ Das wurde gleich verallgemeinert, was wir wählen. Jetzt darf *der* wieder was nachmachen, weil das ausgewählt worden ist, und der Künstler, egal ob alt oder jung, es waren eh alle da, steigt dann in der Ehre der anderen etwas, ist uns vorgekommen: Die anderen haben ihm gleich auf die Schulter geklopft, der ist gepriesen worden, weil wir von ihm etwas ausgewählt haben. Nur muss man dann sehr aufpassen, man kann ja nicht von jedem etwas besorgen, das ist manchmal ein heikler Punkt. [...] Mein Mann wurde sogar in die Werkstatt geführt, was nichts anderes war als ein Brett und zwei Schnitzmesser, mit denen großartige Stücke angefertigt werden. Oder dass die Mutter mit dem kleinen Kind dann da ist, das Kind hat dreißig Löcher in der Unterhose, das gehört alles zusammen, das ist eine Einheit.“¹⁰⁵

Deutlich wird die bedeutende Rolle des Erwerbs an sich auch in folgender Geschichte:

„Wir haben zum Beispiel ein Musikinstrument aus Tibet, das bereue ich keinen Moment, dass wir das gekauft und gottseidank auch gut durch den Zoll gebracht haben. Da war der Kauf das eigentliche Erlebnis, denn wer kauft schon auf der Straße knieend ein Musikinstrument bei uns, noch dazu mit Menschen, mit denen man keine gemeinsame Sprache findet - außer Gebärden oder einem Lächeln oder Handschlag haben wir ja nichts Gemeinsames. Wir können praktisch nur deuten, und trotzdem kommt man auf eine bestimmte Summe, und es wird einem etwas erklärt, es wird jemand herbeigerufen, der versucht zu übersetzen - der kann genauso wenig Englisch wie der andere, aber es wird versucht. Und ein Menschauflauf - das sind die Dinge, die dazugehören, das kriegt man aber nicht bei einem Stand irgendwo, sondern das sind schon Extremsituationen, auf die man einfach eingehen muss.“¹⁰⁶

¹⁰⁴ vgl. Franklin, Adrian and Mike Crang: a.a.O.

¹⁰⁵ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹⁰⁶ ebda.

In Griechenland spielte sich schließlich die dritte Begebenheit ab, die in diesem Zusammenhang zitiert werden soll. Die Befragte trinkt gern Retsina und nimmt sich – sofern logistisch möglich – offenen Wein nach Hause mit, zu dem sie dann auch einen wesentlich spezielleren Bezug hat als zu in Supermärkten erstandenen Flaschen. Den dazu notwendigen Aufwand nimmt sie mit Freuden in Kauf:

„Das ist ja dann nicht so einfach und alltäglich. [...] Du musst hinkommen, du musst dir zuerst den Kanister kaufen, und dann musst du dort hingehen [zum Weinbauern, Anm.], und das wird dir dann abgefüllt - und dann freust dich drüber wie ein Schwammerl. Das ist dann schon etwas ganz anderes.“¹⁰⁷

Der wesentlichste Punkt beim Kauf direkt vor Ort scheint bei diesen und allen anderen Anekdoten, die im Zuge der Befragungen zum Thema erzählt wurden, die aufgehobene Anonymität zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen zu sein. Man lernt den Hersteller bzw. die Herstellerin kennen und kann im Gespräch oder auch einfach aus der Situation heraus nicht nur etwas über die Entstehung eines Objekts, sondern v.a. auch über die persönliche Lebenssituation des Gegenübers erfahren. Weiters gehört die (auf beiden Seiten) wahrgenommene Freude bei einer erfolgten Einigung für die betreffenden Interviewpartnerinnen zu den intensivsten Erinnerungen.

All dem gegenüber verblasst naturgemäß das „verlockende“ Angebot eines virtuellen Souvenirshops, in dessen Beschreibung immerhin das Wissen um die eigenen Mängel mitschwingt: „If you aren't traveling anywhere soon, a virtual trip to Pinky's Souvenir Land will make your journey quicker and more comfortable than the car was those many years ago, even if it is not the same adventure.“¹⁰⁸

Feilschen

Zum Abenteuer „Einkaufen im Urlaub“ gehört für manche Befragte das Feilschen, vorzugsweise auf Märkten aller Art. Erstanden werden bei diesem oft als solchem empfundenen Spiel in der Regel keine vom Verkäufer bzw. der Verkäuferin selbstgemachten Produkte. Im Vordergrund steht eher das ungezwungene Ausloten von Grenzen, das lustvolle Hin- und Herargumentieren der Beteiligten, aber auch der bereits besprochene Kontakt zu Einheimischen. „Auch wenn mein Englisch nicht gut ist, man redet einfach drauflos, und du wirst dann warm aus dem heraus“¹⁰⁹, wie es eine Befragte formulierte.

Groß ist die Freude klarerweise, wenn man sich unvorhergesehenerweise ein wahres Schnäppchen sichern kann. Eine Gesprächspartnerin erzählte beispielsweise, dass sie sich darüber geärgert hatte, dass ihre Mutter eine alte Singer-Nähmaschine einfach verschenkt hatte - bis sie auf einem Flohmarkt in Schottland ein vollständiges, gut erhaltenes Exemplar aus dem

¹⁰⁷ Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁰⁸ o.A.: <<http://collectibles.about.com/library/weekly/aa0617a.htm>>

¹⁰⁹ Frau B., Interview vom 29. April 2002

Jahr 1920 um letztlich acht Britische Pfund erstehen konnte.¹¹⁰ Mit den eigenen Waffen schlug eine andere Frau einen ägyptischen Souvenirhändler, der ihrem Mann unter der Hand eine „original alte“ Mumienstatuette als „Geschenk“ im Tausch gegen eine Zigarette angeboten hatte. Als kurz vor der Weiterfahrt plötzlich von Geld die Rede war, stieg das Ehepaar in den Reisebus und bedankte sich nochmals für das Geschenk.¹¹¹ Mehr Skrupel haben manche, wenn in anderen Ländern – und dort v.a. in ärmeren Regionen - das Handeln regelrecht erwartet wird, obwohl man ohne mit der Wimper zu zucken bereit wäre, den erstgenannten Preis zu bezahlen. Dennoch müsse man sich diesem Ritual beugen, um nicht als „die Dumme“ dazustehen.

Letztlich kann das Handeln um einen guten Preis auch schlicht zum Auskosten eines Erfolgserlebnisses, also zur Selbstbestätigung betrieben werden. „Ich liebe feilschen“, meinte eine Befragte, die als Kind von ihrer Großmutter gelernt hatte, wie man Dinge zu einem wesentlich günstigeren Preis erstehen kann, und die viele Jahre später im Urlaub einfach ausprobieren wollte, „ob's noch geht“¹¹².

Angebot

Von zwei Gesprächspartnerinnen dezidiert als entscheidender Kaufgrund angesprochen wurde das Warenangebot in den bevorzugten (europäischen bzw. nordamerikanischen) Urlaubsländern. Beiden gemeinsam ist die Suche nach in Österreich nicht Erhältlichem, wobei der Schwerpunkt auf für den alltäglichen Gebrauch gedachten Dingen wie Kleidung oder Nahrungsmitteln liegt.

Eine der beiden gab an, im Urlaub – ohne fix geplante Käufe - viel interessierter an Gewand zu sein, da der Kleidungsstil (Schnitt, Design) in anderen Ländern viel eher dem ihrem entspreche.¹¹³ Die zweite betreffende Befragte geht sogar nahezu ausschließlich außerhalb Österreichs einkaufen bzw. „auf die Jagd“, um gezielt nach hierzulande nicht erhältlicher Markenkleidung zu suchen. Auch bei Lebensmitteln ist ihr der „Gibts-hier-nicht-Effekt“¹¹⁴ äußerst wichtig.

Einkaufsatmosphäre

Teil jedes Käuferlebnisses ist die Atmosphäre, in der dieses stattfindet. Besonders auf Märkten werden die Sinne angesprochen: Man sieht Neues, hört fremde Sprachen, nimmt ungewohnte Gerüche wahr bzw. kostet vielleicht unbekannte Speisen - man befindet sich in einer (positiven) Ausnahmesituation. Obwohl gerade auf Märkten und Bazaren meist viel Gedränge herrscht, hat man selbst im Idealfall genügend Zeit, um die vielfältigen Eindrücke auf sich wirken zu lassen.

¹¹⁰ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹¹¹ vgl. Frau B., Interview vom 29. April 2002

¹¹² Frau S., Interview vom 14. April 2002

¹¹³ vgl. Frau K., Interview vom 22. September 2002

¹¹⁴ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

Diese Entspanntheit führt bei den Befragten nicht selten dazu, dass sie geradezu den Drang verspüren, etwas von dort mitnehmen zu wollen - gäbe es, v.a. bei weiter entfernten Destinationen, nicht logistische Hindernisse, hätten einige Gesprächspartnerinnen eigenen Angaben zufolge wesentlich mehr Mitbringsel zu Hause.

Auch in Geschäften schätzen einige Befragte das „andere Flair“. Manche von ihnen suchen gezielt Supermärkte auf, weil sich dort „ein Land ganz anders erleben und kennenlernen lässt“¹¹⁵. Hervorgehoben wurde vereinzelt auch die freundliche(re) Bedienung in anderen Ländern, die das Einkaufen zum Vergnügen mache.

Zeit haben

An dieser Stelle nur kurz umrissen sei ein in vielen der hier besprochenen Punkte mitschwingender Aspekt, der allen Befragten im Urlaub zu den wichtigsten zählt und zu einem lustvollen Einkaufen beiträgt: das Zeithaben. Auf Reisen zu sein bedeutet (zumindest im Idealfall) auch, sich all jenen Dingen widmen zu können, die ansonsten zu kurz kommen. Nicht vom Alltagsstress geplagt zu werden, ist für die meisten Gesprächspartnerinnen purer Luxus, was sich bei einigen von ihnen sogar direkt auf die getroffene Auswahl einzelner Objekte im Urlaub übertragen lässt – sie kaufen sich unter anderem Schmuck.¹¹⁶

Zeit haben bedeutet aber nicht nur, dass bereits fertig produzierte Gegenstände in Ruhe begutachtet und gegebenenfalls gekauft werden können, auch für Spielereien bzw. neue Erfahrungen wie das Gießen von Kerzen¹¹⁷ oder das Binden von Blumenkränzen¹¹⁸ ist im Urlaub Platz. Ausdruck der freien Zeitverfügung ist weiters das von den Befragten nahezu unisono genannte Sammeln von Steinen, Muscheln und anderen Fundstücken aus der Natur.

8.2.5. Sammelerlebnis

„Sammeln ist eine verbreitete Form abweichenden Verhaltens, nämlich der Unfähigkeit, Dinge dort liege [sic!] zu lassen, wo sie hingehören.“¹¹⁹ Grasskamps Zitat, das jene Beschäftigung beschreibt, die wohl nicht nur bei den Befragten (bei gegebenen natürlichen Voraussetzungen) mit zu den beliebtesten im Urlaub zählt, spricht den bei vielen Menschen vorhandenen Wunsch nach (an)greifbaren Belegen für ein Erlebnis an. Beim Sammeln von Steinen, Schneckenhäusern und dergleichen spielen das Entdecken und Erobern¹²⁰ von neuen Dingen sowie – wie eben erwähnt – das Zeit haben eine wesentliche Rolle. Bendix merkt hierzu ergänzend an, dass TouristInnen „Trophäen“ geradezu benötigen.¹²¹

¹¹⁵ ebda.

¹¹⁶ vgl. Frau S., Interview vom 14. April 2002 sowie Frau F., Interview vom 23. April 2002

¹¹⁷ vgl. Frau K., Interview vom 22. September 2002

¹¹⁸ vgl. Frau R., Interview vom 11. September 2002

¹¹⁹ zit. nach www.univie.ac.at/iffroec/museologie/glossar/Glossar%20S.html

¹²⁰ vgl. etwa Pompetzki, Carola V.: Ein bisschen Urlaub für zu Hause.

¹²¹ vgl. Bendix, Regina: a.a.O., S.75

Jagdg Glück

Die meisten befragten Frauen verstehen unter „Sammeln“ das Aufheben und gegebenenfalls Mitnehmen von natürlichen Funden. Die zum Teil stundenlange Suche, die per se als erholsamer, geradezu meditativer Zeitvertreib empfunden wird, lässt sich durch das Auffinden von besonders schönen Stücken, „die sonst sicher niemand auf der Welt hat“¹²², noch krönen. Dass es mitunter schwer fällt, im „Jagdg Glück“ eine Auswahl zu treffen, zeigt sich am Beispiel jener Befragten, die im Zweifelsfall eben „Säcke und Koffer voller Steine“¹²³ nach Österreich karren. Reizvoll ist es auch, Dinge einfach aufheben zu können, die andernorts teuer verkauft werden. Eine Befragte erzählte, dass dies ihren jordanischen Sandsteinen eine spezielle Bedeutung gegeben hätte.¹²⁴ Pflanzenteile, deren Mitnahme verboten ist, üben auf eine andere Reisende große Faszination aus: „Wer geht an einem Bodhi-Baum vorbei, einem heiligen Baum in Indien, und nimmt nicht ein Blatt?“¹²⁵ Wenn das Verbotene bewusst sei, mache es auch mehr Spaß, etwas zu besitzen. Eine Gesprächspartnerin gab zudem an, dass ihr persönlicher Jagdtrieb lange Zeit durch gelegenheitsbedingtes Mitgehenlassen von hübschen bzw. praktischen Gläsern oder Aschenbechern befriedigt wurde, sofern es im jeweiligen Gastbetrieb nicht weiter auffiel.¹²⁶

Sich selbst sammeln

Ein bedeutender Aspekt der Sammeltätigkeit ist die damit verbundene Muße und Zeit, die dafür aufgebracht wird: Man sammelt in erster Linie sich selbst. Csikszentmihalyi bezeichnet das konzentrierte Aufgehen in einer Situation und die damit verbundene „Deakzentuierung der Selbstgrenzen“ als „Fließerlebnis“¹²⁷. Da der Akt des Sammelns meist alleine ausgeübt wird, kann das dabei entstehende durch und durch entspannte Selbstgefühl ohne Ablenkung in vollen Zügen genossen werden, während die „Außenwelt“ vergessen wird. Mehrere Befragte betonten in den Gesprächen die regelrechte Wichtigkeit der gezielten Beschäftigung mit der Suche nach schönen Muscheln und dergleichen, um Abstand zum Alltag zu finden.

Kind sein

Einige Gesprächspartnerinnen sprachen dezidiert das durch das Sammeln hervorgerufene „Wieder-Kind-Sein“ an. Jene Frau, die erst als Erwachsene zum ersten Mal das Meer bzw. einen Strand gesehen hatte, schilderte ihre damaligen Eindrücke folgendermaßen: „Da hat's geglitzert und geblinkt auf dem Strand - ich war wie ein kleines Kind, das Schätze sammelt“.¹²⁸

¹²² Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹²³ ebda.

¹²⁴ vgl. Frau B., Interview vom 29. April 2002

¹²⁵ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹²⁶ vgl. Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

¹²⁷ Csikszentmihalyi, Michael (1975 bzw. 1988): zit. nach Habermas, Tillmann: a.a.O., S.72f.

¹²⁸ Frau R., Interview vom 11. September 2002

Eine heute regelmäßige Griechenlandurlauberin stellte eine Verbindung zu ihrer eigenen Kindheit her, da Beschäftigungen wie Schnorcheln oder im Sand wühlen, um besonders schöne Stücke aufzuspüren, Dinge seien, die sie seither über viele Jahre hinweg nie wieder gemacht habe.¹²⁹

Generell scheint die emotionale Ebene, in der sich Reisende (potenziell) wiederfinden, eine zentrale Rolle bei der Frage zu spielen, warum man sich für einzelne Mitbringsel entscheidet - das Ausleben kindlicher Triebe ist dabei nur ein Aspekt unter mehreren.

8.2.6. Urlaubsstimmung

Sich selbst zu spüren, zur Ruhe zu kommen und Gefühle in sich wahrzunehmen, die im Alltag oft untergehen, ist den Gesprächen zufolge eine der wesentlichsten Grundlagen für einen gelungenen Urlaub. Die wohltuende Andersartigkeit des Empfindens, kombiniert mit neuen Eindrücken und dem „einfach Zeit haben“, macht für die Befragten das Wesen des meist lange im voraus ersehnten Urlaubs aus. Die dabei entstehenden speziellen Stimmungen beeinflussen – wie bereits angedeutet - durchaus die Auswahl von Mitbringsele, wie die folgenden Aspekte verdeutlichen.

Auszeit und Ausgleich

„Wir modernen Menschen müssen alle viel unserer geistigen Gesundheit wegen reisen [...]“¹³⁰ Schon Nietzsche erkannte die Notwendigkeit eines Urlaubs, und auch in wissenschaftlicher Literatur wird vielfach die Wichtigkeit einer Auszeit thematisiert. Opaschowski spricht etwa von „Pausencharakter“¹³¹, vom „Zeitloch Urlaub“¹³², in dem der im Alltag entstandene „Nachholbedarf“¹³³ befriedigt werden kann. Ihm zufolge geht es dabei mehr darum, Altbekanntes vorübergehend abzuschütteln, als frei zu sein für etwas anderes.¹³⁴ Für Krippendorf findet der „kleine Service am Wochenende“ statt, während die „jährliche Revision in den Ferien“¹³⁵ erfolgt. Kramer schlägt in dieselbe Kerbe, wenn er konstatiert, dass Freizeit „in erster Linie dem Ausgleich der von der Arbeitswelt geschlagenen Wunden [dient]“¹³⁶. Dementsprechend gilt der Tourismus auch als „große Wiederherstellungsmaschine“¹³⁷. Armanski hebt den „tiefen menschlichen Wunsch, sich zu erholen und den eigenen engen Umkreis zu übersteigen“¹³⁸ hervor, der die Urlaubszeit so unentbehrlich macht, und verweist damit auf jene Horizonterweiterung, die auch für ausnahmslos alle Gesprächspartnerinnen

¹²⁹ vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹³⁰ zit. nach Armanski, Gerhard: a.a.O., S.35

¹³¹ Opaschowski, Horst W.: a.a.O. S.89

¹³² ebda., S.133

¹³³ ebda., S.87

¹³⁴ vgl. ebda., S.91

¹³⁵ Krippendorf, Jost: a.a.O. S.59

¹³⁶ Kramer, Dieter: zit. nach Armanski, Gerhard: a.a.O., S.35

¹³⁷ Krippendorf, Jost: a.a.O., S.72

¹³⁸ Armanski, Gerhard: a.a.O., S.10

deklarertermaßen eine wesentliche Rolle spielt (wobei dies nicht bei allen im Sinn von Weiterbildung zu verstehen ist).

Der „Auszeit Urlaub“ haftet jedenfalls verstärkt der Wunsch nach einer „Flucht aus dem Alltag“ an. Deren Verwirklichung ist jedoch trügerisch, da die „gewollte Flucht zur Selbstflucht [wird], sie führt unweigerlich wieder in den Alltag zurück“, wie Opaschowski anmerkt: „Die „Ferien vom Ich“ entpuppen sich im besten Fall als Reise zum Ich.“¹³⁹ Auch Köstlin macht auch deutlich, dass „der Ausflug ins Fremde [...] in Wahrheit eine Reise ins erhoffte Eigene [ist]“¹⁴⁰. Reisen stellen gewissermaßen eine „Art Krisenanzeiger“¹⁴¹ dar, die auf Defizite hinweisen. Köstlin macht in diesem Zusammenhang auf die Diskussion über (vermutete) unüberschaubare Lebenswelten der heutigen Zeit aufmerksam¹⁴² und bezeichnet die Urlaubszeit als „bessere Welt, in der man sich entspannt, abschaltet, wo man Mensch ist, „lebt““¹⁴³.

Korff wiederum stellt (auch bei sich selbst) fest, dass der „Urlaubsblick“ weniger gerichtet, weniger selektiv ist und man sich somit auch als offener für Neues erlebt.¹⁴⁴ Der Vollständigkeit halber sei an dieser Stelle angemerkt, dass der individuelle Stimulationsbedarf, also das Maß, in dem man Unbekanntes überhaupt erfahren will, selbstverständlich von der jeweiligen Persönlichkeit abhängt.¹⁴⁵

Einige Gesprächspartnerinnen gaben in diesem Zusammenhang zu verstehen, dass sie im Urlaub zeitweise eine regelrecht andere Person seien, also quasi in eine Art Urlaubsidentität schlüpfen würden, die es erlaube, die Kontraste zum Alltag möglichst intensiv auszukosten. „Da will ich dann ganz bewusst zwei Wochen ein bißchen wer anderer sein“¹⁴⁶, formulierte es eine von ihnen. Eine Anekdote, in der die Faszination des Neuen bzw. Anderen sehr gut zum Ausdruck kommt, erzählte eine Befragte, die von einem Dänemark-Urlaub aus einer Laune heraus ein Fischposter mit nach Hause nahm:

„Als wir da Kerzen ziehen waren, [...] da war dieses Fischposter, und es hat mich einfach so fasziniert, weil Fische interessieren mich null. Äh ... [lacht] Es hat mich einfach fasziniert, dass da so viele verschiedene Fische drauf sind in, ich weiß nicht, 15 Sprachen [...], und ich hab das einfach sehr lehrreich gefunden. Das ist einfach eine Welt, die mir bis jetzt verschlossen war, und es ist auch typisch für dort, weil Dänemark ja ein Fischland ist, weil's am Meer liegt ... Ja, es war typisch für dort, und es hat grad so frisch auf mich gewirkt und so lehrreich und so bunt, irgendwie nett, irgendwie anders.“¹⁴⁷

Der „etwas andere Blick“ zeigt sich auch in folgendem Beispiel, das von einer Frau stammt, die die eigenen, manchmal irrationalen Kaufentscheidungen im Urlaub bewusst mit einem Augenzwinkern genießt: „Ich hab mir ein Buch über die Flora von Kreta gekauft. Das braucht

¹³⁹ Opaschowski, Horst W.: a.a.O., S.77

¹⁴⁰ Köstlin, Konrad: Das Fremde im eigenen Land. S.44

¹⁴¹ Köstlin, Konrad: Reisefieber – Massentourismus. S.11

¹⁴² vgl. Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.398

¹⁴³ Köstlin, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. S.18

¹⁴⁴ vgl. Korff, Gottfried: Bemerkungen zur öffentlichen Erinnerungskultur. S.165

¹⁴⁵ vgl. dazu auch Habermas, Tillmann: a.a.O., S.57

¹⁴⁶ Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁴⁷ Frau K., Interview vom 22. September 2002

man fast täglich [lacht]. Ich bin mir nicht sicher, ob ich da jemals auf Kreta reingeschaut und auch nur *eine* Pflanze bestimmt habe, aber das habe ich haben *müssen*."¹⁴⁸

Anzumerken ist hierzu, dass die Neugier, die Gier nach Neuem, bei höher Gebildeten tendenziell ausgeprägter ist. Sie reflektieren aber auch die Abkehr von der im (beruflichen) Alltag meist ernster, formeller anzulegenden Identität bewusster bzw. in höherem Ausmaß.

Der spielerische Aspekt

„Every person in his first trip to a foreign country, where he knows neither the people nor the language, experiences childhood.“¹⁴⁹ Dass man sich im Urlaub phasenweise wie in die eigene Kindheit zurückversetzt fühlen kann, und das nicht nur in gänzlich fremden Ländern, wurde bereits angesprochen. Dies gilt – wie in diesem Sprichwort aus Malawi thematisiert - in besonderer Weise für bis dato Unbekanntes, für neue Situationen, in denen man nicht auf Erfahrungswerte zurückgreifen kann. Als beispielhaft können mehrere in diesem Kapitel bereits angeführte Aspekte gelten, wie etwa der („sprachlose“) Kontakt mit Einheimischen oder mit fremden Sitten und Bräuchen.

Potenziell maßgebend für die Entscheidung, welche Dinge letztendlich von einer Reise mitgenommen werden, ist jedoch außerdem das zeitweilige Kindsein im wörtlichen Sinn. Die damit verbundene Freude kam in einigen Gesprächen sehr deutlich zum Ausdruck. Wie sehr Stimmungen dazu anregen können, diese – bewusst oder unbewusst – in Objekten manifestieren zu wollen, sollen auch hier einige Beispiele zeigen: „Früher hab ich mir das nie vorstellen können, dass mich so klassische Steinehaufen wirklich interessieren, aber es taugt mir voll, da werd ich zu einem kleinen Kind, so richtig „die große Archäologin“.“¹⁵⁰

Die betreffende Befragte ersteht von jeder besuchten Ausgrabung einen Reiseführer, auch wenn diese dann mit großer Wahrscheinlichkeit nie wieder angesehen werden. Mitverantwortlich für die wachsende Steinesammlung einer anderen Frau und für die besondere Beziehung zu ihren aufgrund von Schlechtwetter vor Ort erstandenen Gummistiefeln war die nacherzählte Ausgelassenheit, die sie „mit ihnen“ am Meer erlebte: „Einfach mit den Gummistiefeln am Strand herumlaufen, das ist Kindheitsgefühl: Juhu, ich bin jetzt kleines Kind, ich tu jetzt einfach im Wasser herumlaufen – patsch, patsch!“¹⁵¹

Auch die dritte hier angeführte lebensnahe Schilderung der Entstehung liebgewonnener Urlaubsvideos und –fotos bei einer Autofahrt in den USA durch eine motorbegeisterte Frau betont die Bedeutung „weniger ernsthafter“ Momente, die offenbar auch in der Erinnerung nicht wesentlich verblassen:

¹⁴⁸ Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁴⁹ zit. nach Armanski, Gerhard: a.a.O., S.16

¹⁵⁰ Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁵¹ Frau K., Interview vom 22. September 2002

„Ich bin zwischen den Sitzen herumgeklettert, das ist manchmal Schwerstarbeit als Beifahrer. Aber da hab ich klasse Aufnahmen gemacht von einem Truck! Dann hab ich zu meinem Mann gesagt: „Lass dich zurückfallen, lass dich zurückfallen, lass dich zurückfallen!“ Dann der Truck: „Tröööööt“ – stark! Stark! Weiter! Dann war's wieder ganz still im Auto, man will ja nicht so viel Blödsinn auf dem Film haben ... „Jetzt überholen, dann krieg ich ihn anders drauf!“ Wir haben so gelacht ... Das sind so Spiele, die machst dann schon einmal.“¹⁵²

Den theoretischen Hintergrund zur besonderen Rolle der auf spezielle Weise erworbenen bzw. entstandenen Mitbringsel liefert abermals Habermas, der – in Bezug auf persönliche Objekte – feststellt, dass diese „zwischen dem Individuum und seinen eigenen spontanen Tendenzen und Affekten, sozusagen seiner inneren Natur“¹⁵³ vermitteln. Diese Dinge sind es für ihn auch, die – analog zum „kindlichen Spielen“ – die Gegensätze des Lebens vereinen, da sie die Distanzierung von inneren und äußeren Zwängen erleichtern¹⁵⁴.

Geschmackssache

Dass sich über Geschmack nicht streiten lässt, ist allgemein bekannt. Unabhängig von jeweiligen subjektiven Vorlieben gibt es allerdings ein offenbar gar nicht so wenig verbreitetes Phänomen, nämlich die Veränderung derselben im Urlaub. Sozusagen im Überschwang der Gefühle werden manchmal Käufe getätigt, die im nachhinein nicht mehr nachvollziehbar sind. Ein Beispiel dafür ist etwa eine Schnapsflasche, die eine Befragte wegen des ansprechenden Etiketts in Spanien erstanden hat, obwohl sie grundsätzlich niemals hochprozentige Alkoholika konsumiert.¹⁵⁵ Später Ärger über Käufe dieser Art kommt offenbar dennoch kaum vor, sie kosten allenfalls ein nachträgliches Kopfschütteln.

Einigen Befragten ist der Umstand, dass manche Dinge zu Hause doch nicht brauchbar sind, zumindest theoretisch durchaus bewusst, was eine von ihnen im Gespräch sehr anschaulich darstellte:

„Ich hab schon gemerkt, dass im Urlaub die Wahrnehmung irgendwie ganz anders ist als daheim. Im Urlaub gefällt mir plötzlich Gewand, das mir daheim nie gefallen würde. Oder es gibt gerade im Süden so viele Ledertaschen [...], da gefallen mir plötzlich Stilrichtungen [...], wo ich weiß, oder wo ich eben zu dem Zeitpunkt eigentlich nicht weiß, dass mir das daheim nie gefallen würde und dass ich da nie hingreifen würde. Im Urlaub gefällt mir das aber. Ich kann's nicht erklären, warum - da ist man irgendwie ganz anders. [...] Es ist oft so, dass ich mir dann so etwas kaufe und dann daheim merke, nein, plötzlich bin ich doch nicht mehr so hundertprozentig überzeugt davon. [...] Aber im Urlaub bin ich grundsätzlich davon überzeugt, dass ich's tatsächlich brauchen kann oder haben muss, oder dass es mir gefällt, und das ist dann Grund genug, dass man's kauft.“¹⁵⁶

¹⁵² Frau B., Interview vom 29. April 2002

¹⁵³ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.500

¹⁵⁴ vgl. ebda., S.497

¹⁵⁵ vgl. Frau P., Interview vom 30. April 2002

¹⁵⁶ Frau H., Interview vom 23. April 2002

Bereits erwähnt wurden jene Mitbringsel, die gerade *wegen* ihres „unmöglichen“ Aussehens erstanden werden. An griechischen Eulen, mit Ahornblättern verzierten kanadischen Aschenbechern und ähnlichem fasziniert v.a. der „Kitsch-Faktor“.

Gordon zufolge besteht ein enger Zusammenhang zwischen der Gestaltung von handelsüblichen (Massen-)Souvenirs und dem Kaufverhalten von Reisenden. So ist das „emotionale, zugängliche, lustige Design“ dieser Art von Mitbringseln „notwendig“, da es damit die „Tendenz, an die Grenzen des guten Geschmacks zu gehen, Geld für seltsame, witzige, funktionslose Gegenstände auszugeben, gerade weil man das im Alltag nicht tut,“ unterstützt. Losgelöst von Nutzen oder Wert „bieten Souvenirs für Menschen, die zumindest vorübergehend nicht praktisch, ernst oder sparsam gesinnt sind, unterschiedlichste Haltungen und Ästhetiken.“¹⁵⁷

Geschmackssache: Essen

Anderer Geschmack im Urlaub kann auch wörtlich genommen eine Rolle spielen. Im Rahmen der Ausführungen zur Wichtigkeit von authentischen Erzeugnissen war bereits von Lebensmitteln die Rede. Köstlin unterstreicht, dass bis dahin unbekannte oder zumindest zu Hause unübliche Nahrungsmittel als „reizvoll „anders“, als „bereichernd fremd“¹⁵⁸ erfahren werden können. Das „andere“ Erleben der Nahrungsaufnahme kann weiters in der Örtlichkeit begründet liegen, etwa wenn man sich im Urlaub im Restaurant bekochen lässt, oder umgekehrt in der bewussten Vereinfachung der Gegebenheiten.¹⁵⁹ Eine Befragte gab sich überzeugt, dass das bei einem entspannten Picknick an einem schönen Ort verzehrte Essen geschmacklich unübertreffbar sei: „So lecker, wie Sachen da schmecken, schmecken sie wirklich nie wieder.“¹⁶⁰ Wesentlich zum Geschmackserlebnis trägt also die jeweilige damit assoziierte Stimmung bei, die einige Gesprächspartnerinnen dazu veranlasst, sich ausgewählte Lebensmittel mit nach Hause zu nehmen – so sie nicht ohnehin aus purer Neugier handeln, ohne zu wissen, wie das Erstandene schmeckt.

Zeit haben

Ein letztes Mal sei an dieser Stelle der schon mehrmals andiskutierte Zeitaspekt angesprochen. Was Armanski „Zeit gewinnen durch ihre Vergeudung“¹⁶¹ nennt, stellt nicht nur für die Befragten eine der verlockendsten Seiten eines Urlaubs dar. Opaschowski spricht in diesem Kontext gar von „Inselcharakter“, von einer „vom Alltag entrückten Oase der Entspannung und des Glücks“¹⁶².

¹⁵⁷ Boym, Constantin über Gordon in Friedl, Gottfried u.a.: Wa(h)re Kunst. S.149f. (Glossar) – Anm.: Beverly Gordon ist Professorin an der University of Wisconsin („Environment, Textiles and Design Program Area“).

¹⁵⁸ Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. S.226

¹⁵⁹ vgl. Friedl, Ellen: a.a.O., S.177f.

¹⁶⁰ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

¹⁶¹ Armanski, Gerhard: a.a.O., S.17

¹⁶² Opaschowski, Horst W.: a.a.O., S.80

Die Besonderheit der (möglichst) stressfreien Urlaubsstimmung wirkt sich bei einigen Gesprächspartnerinnen deklariertmaßen anregend auf das Kaufverhalten aus: Der nicht vorhandene Zwang, etwas erstehen zu *müssen*, wie dies bei den meisten Erledigungen im Alltag der Fall ist, lässt das Einkaufen zum Vergnügen werden, dem man sich mit Muße und Hingabe widmen kann. Manche belohnen sich dabei mit wertvollen Stücken (Schmuck), andere sind mehr oder weniger offen für alles. Die Zeit zum genußvollen Gustieren haben die meisten nur im Urlaub.

8.2.7. Erinnerungen

Wie u.a. eingangs dieses Kapitels erwähnt, wird in diversen Publikationen die (spätere) Erinnerungsfunktion als – zum Teil ausschließlicher - Kaufgrund für Urlaubsmitbringsel genannt. Die bisher behandelten Aspekte zeigen, dass im Moment der Entscheidung für ein bestimmtes Objekt durchaus vielschichtige Motivationen eine Rolle spielen. Das Stiften von Erinnerung schwingt zwar vermutlich zumindest im Unterbewussten bereits mit, als deklarierte Begründung für die Mitnahme von Dingen wird es von den dazu Befragten vergleichsweise selten genannt. Bei den betreffenden Gesprächspartnerinnen sollen in erster Linie Lebensmittel die Urlaubszeit symbolisch verlängern, nur vereinzelt wurde der dezidierte Wunsch nach gegenständlichen Belegen für gemachte Erfahrungen geäußert. Eine absolute Sonderstellung in diesem Zusammenhang nehmen Fotos ein.

Überbrückungshilfe

Wenn Objekte von vornherein zu Erinnerungszwecken erworben bzw. aufgesammelt werden, liegt dem v.a. der Versuch zugrunde, an diese eine angenehme Stimmung oder Erfahrung zu knüpfen.¹⁶³ Aber nicht nur Emotionen manifestieren sich darin, auch „Raum und Zeit kleben (imaginär) am Gegenstand“¹⁶⁴. Habermas spricht zwar nicht dezidiert von Urlaubsmitbringseln, wenn er feststellt, dass Übergangszeiten Übergangsobjekte erfordern¹⁶⁵, die Befragung zeigte aber, dass diese Erkenntnis durchaus auf diese übertragbar ist. Demgemäß ist die stabilisierende Funktion von persönlichen Objekten wie Mitbringseln, die aus einer angenehmen Umgebung mit in den Alltag gebracht werden, nach Habermas wichtig für das Selbstgefühl¹⁶⁶ - nicht zuletzt weil sie es ermöglichen, gedanklich und emotional in durch sie vermittelte andere Zeiten bzw. Lebensumstände zu entfliehen.¹⁶⁷

In den Gesprächen wurden hierzu v.a. Speisen, Gewürze und Getränke genannt. Aus anderen Ländern mitgenommene Lebensmittel umgibt für die betreffenden Frauen eine „Aura des Besonderen“, was allerdings nicht selten dazu führt, dass die projizierten Erwartungen (geschmacklich) enttäuscht oder aber Ablaufdaten übersehen werden und die Freude in Frust umschlägt (siehe dazu 10. *Funktionen von Mitbringseln*). Vereinzelt werden auch zu Hause

¹⁶³ vgl. Pompetzki, Carola V.: a.a.O.

¹⁶⁴ Pazzini, Karl-Josef: Stückchen des Realen. S.60

¹⁶⁵ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.480

¹⁶⁶ vgl. ebda., S.236

¹⁶⁷ vgl. ebda., S.430f.

gekaufte Lebensmittel zur Überbrückungshilfe, wenn fremdländische Restaurants besucht oder gezielt ausländische Spezialitäten gekauft werden.

Autobiographische Belege

„Urlaubsmitbringsel sind Sammlungen mit Verweischarakter auf individuelle, besondere Erlebnisse fernab des Alltags.“¹⁶⁸ Dabei ist es – wenigstens bei den meisten für die vorliegende Untersuchung Befragten – völlig nebenrangig, ob auch Außenstehende diese Objekte zu deuten vermögen. Es sind die eigenen Erinnerungen, die im Vordergrund stehen und die in so „banalen“ Dingen wie Kieselsteinen gespeichert sein können. Schwärzler merkt hierzu an, dass es sich beim „Aufladen“ von Gegenständen, bei der Zuschreibung von individueller Bedeutung um eine „rein mentale Übung“¹⁶⁹ handelt.

Auch hier muss jedoch zwischen der Motivation, etwas zu kaufen oder aufzusammeln, und der späteren Funktion unterschieden werden. Vor Ort, im Urlaub ist dieser Aspekt bei den Gesprächspartnerinnen zumeist nicht allein ausschlaggebend, nicht zuletzt da ja die Situation, an die man sich erinnern möchte, noch aktuell erlebt wird. Zumindest im Unterbewusstsein dürfte der Wunsch nach dauerhaften Belegen für gemachte Erfahrungen aber vorhanden sein.

Urlaubsbilder

Während bei Gegenständen deren Beschaffenheit von vornherein feststeht und somit vielfältige Gründe für deren Auswahl als Mitbringsel ausschlaggebend sein können, weiß man bei Urlaubsbildern - womit hier auch Dias und eventuell Videofilme gemeint sind - erst nach der Rückkehr, ob sie den eigenen Ansprüchen gerecht werden. (Noch einmal sei angemerkt, dass zum Zeitpunkt der Befragungen noch keine der Gesprächspartnerinnen eine Digitalkamera besaß, die eine entsprechende Selektion vor Ort ermöglichen würde.) Hier steht bei der Entstehung die spätere Eignung als Erinnerungsträger jedoch dezidiert fest.

Durch das Fotografieren werden Erfahrungen „in eine feste Form gebracht“¹⁷⁰, werden Erlebnisse konserviert, was gerade bei Kurzaufenthalten an einem Ort wichtig ist, um das Gesehene zu einem anderen Zeitpunkt verarbeiten zu können. Dabei besteht allerdings die Gefahr, Situationen nur mehr zu verewigen, ohne diese tatsächlich zu erleben. Umgekehrt kann das Fotografieren aber auch ein verstärktes Auseinandersetzen mit der jeweiligen Umwelt bedeuten.¹⁷¹ Sontag ist der Meinung, dass Fotografieren ein Ausdruck der inneren Unruhe sei, die durch das Knipsen gedämpft werde¹⁷², was allerdings bei den Befragten, die eigenen Angaben zufolge in erster Linie schöne oder kuriose Momente festhalten wollen, nicht unbedingt herauszuhören war.

¹⁶⁸ Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O., S.131

¹⁶⁹ Schwärzler, Monika: a.a.O., S.42

¹⁷⁰ Sontag, Susan: zit. nach Armanski, Gerhard: a.a.O., S.116

¹⁷¹ vgl. Bair, Susanne: KnipsenUmfrage + AnalyseExtras. InternetResümee.

¹⁷² vgl. Wax, Johann: a.a.O., S.76

Da wie gesagt die zukünftige Rolle der Aufnahmen als „gespeicherte Urlaubserfahrungen“¹⁷³ definiert ist, machen sich einzelne Befragte beim Fotografieren bereits Gedanken über deren spätere Präsentation, auch wenn diese v.a. den Mitreisenden gilt - sie achten etwa auf günstige Lichtverhältnisse oder warten gegebenenfalls ab, bis sie ein Motiv ohne (andere) Menschen ablichten können. „Ich will das pur“¹⁷⁴, formulierte es eine von ihnen. Eine andere Frau, die im Allgemeinen sehr viele Aufnahmen macht, dabei aber dennoch nie einfach drauf los knipst, versucht damit möglichst alle Bereiche einer Reise abzudecken: „Ich will mich ja später erinnern.“¹⁷⁵ Fotos nehmen durch ihr hohes Maß an Authentizität – was darauf abgebildet ist, hat man persönlich gesehen - in der Wertigkeit der Befragten einen besonderen Status ein. Das erklärt auch, warum selbst misslungene Bilder für die jeweilige Person meist wichtiger sind als beispielsweise Ansichtskarten.¹⁷⁶

Auf einen Aspekt der Konservierung von Erinnerungen in Fotografien sei an dieser Stelle noch explizit hingewiesen: Situationen, die *nicht* abgebildet werden, geraten unter Umständen leichter in Vergessenheit als solche, die durch das Betrachten der entsprechenden Aufnahmen wieder abgerufen werden können.¹⁷⁷ Somit findet (potenziell) bereits im Urlaub eine Vorselektion der erinnerungswürdigen Erlebnisse – im Gegensatz zu jenen, die nebensächlich erscheinen oder gar verdrängt werden sollen – statt.

¹⁷³ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.48

¹⁷⁴ Frau B., Interview vom 29. April 2002

¹⁷⁵ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹⁷⁶ vgl. dazu auch Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.48

¹⁷⁷ vgl. Schwarz, Uli: a.a.O., S.93

9. Aufbewahrung von Urlaubsmitbringseln

„Scale back on souvenirs. Don't let vacation travel saddle your household with more clutter!“¹⁷⁸ Wer auch immer diesen auf einer Homepage für ein „organisiertes Zuhause“ zu findenden Ratschlag erstellt hat, kennt offensichtlich das Problem, mit dem sich vermutlich so manche Reisende nach ihrer Heimkehr konfrontiert sehen: Im Urlaub häufen sich meist unmerklich die kleinen und größeren Dinge an, die man aus diversesten Gründen in Zukunft daheim nicht missen möchte und die sich unter Umständen beim großen Packen für die Heimreise erstmals als platzraubend bemerkbar machen. Steine oder andere Fundstücke lassen sich in solchen Fällen bei Bedarf noch relativ einfach dezimieren, von gerade erst gekauften, mit Bedacht ausgesuchten Mitbringseln wird sich aber wohl kaum jemand vor Ort wieder trennen.

Die Vermutung, dass Souvenirkäufe deswegen so lange dauern, weil vorher überlegt werden muss, wo die einzelnen Objekte platziert werden sollen¹⁷⁹, trifft den Erkenntnissen der vorliegenden Untersuchung nach lediglich - und auch hier nur teilweise - auf relativ große Objekte zu. Vielmehr scheint zumindest bei den Befragten die Platzfrage ein vernachlässigbarer Kaufaspekt zu sein. Eine Vielreisende erklärte etwa, dass sich die Wohin-Frage zwar immer wieder stelle, aber dann meist beiseite geschoben werde, da bis dato noch immer eine Lösung gefunden worden sei.¹⁸⁰ Andere Befragte meinten de facto gleichlautend, dass sie sich im Urlaub niemals mit dem späteren Aufbewahrungsort beschäftigten, da es einerseits in dem Moment ohnehin nur um das „Haben-Wollen“¹⁸¹ gehe und andererseits alle Dinge wie von selbst ihren Platz finden würden.

Zu Hause angekommen zeigt sich unter Umständen dennoch, dass die „richtige“ Platzierung mancher Dinge letztendlich ein schwieriges Unterfangen ist, das nicht selten darin endet, dass diese dann „vorübergehend“ irgendwo abgestellt werden - was schnell zu einem Dauerzustand wird und somit zu eben jenem Wirrwarr führen kann, vor dem im eingangs zitierten „Tipp“ so ausdrücklich gewarnt wird. Glücklicherweise verbindet man aber in aller Regel mehr als nur ein etwaiges Platzproblem mit den neu erstandenen Objekten. Ganz abgesehen davon, dass eine scheinbar willkürliche Anordnung von Dingen durchaus auch ihren Reiz haben kann, sind die meisten Mitbringsel ohnehin (eher) klein, womit sie leichter ihren Platz im „Schatze der Erinnerung“¹⁸² finden - wo auch immer dieser aufbewahrt wird.

Unabhängig davon, welche Objekte aus welchen Gründen von diversesten Reisen mitgenommen werden – es lässt sich vermuten, dass ihre Aufbewahrung und somit auch der Umgang mit ihnen Rückschlüsse auf ihre subjektive Bedeutung für deren BesitzerInnen zulässt.¹⁸³ Aus diesem Grund sollen hier die verschiedenen Orte, an denen Mitbringsel -

¹⁷⁸ o.A.: <www.organizedhome.com/travel-tips-get-organized-family-travel>

¹⁷⁹ vgl. Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.50

¹⁸⁰ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹⁸¹ Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁸² Habermas, Tillmann: a.a.O., S.292

¹⁸³ vgl. dazu auch Köstlin, Konrad: Souvenirs im Lebensmuseum. S.192 bzw. 199

anfangs wie später – „enden“, näher analysiert werden. Jene Dinge, deren Aufbewahrung sich quasi von selbst ergibt (wie Kleidung oder Lebensmittel), werden an dieser Stelle nicht weiter berücksichtigt.

9.1. Sichtbares

Vor dem Hintergrund der vermuteten herausragenden Stellung von Urlaubsmitbringseln (die im nachfolgenden Kapitel eingehend untersucht wird) im Vergleich zu anderen Gegenständen möchte man davon ausgehen, dass sie an repräsentativen, öffentlichen Orten aufbewahrt werden. Garatwa und Schlager bemerken diesbezüglich, „daß Urlaubserinnerungen ausgestellt werden wie besondere Leistungen oder andere außergewöhnliche Ereignisse“¹⁸⁴, weswegen, wie Köstlin feststellt, in vielen Haushalten zum Teil beleuchtete Vitrinen Einzug gehalten hätten, die den Dingen (respektive Mitbringseln) eine „Aura des Besonderen“¹⁸⁵ verleihen und ihnen somit das Schicksal des Weggeräumt- und Vergessenwerdens ersparen. Köstlin, der sich eingehend mit dem Phänomen des Sammelns beschäftigte, spricht in diesem Kontext auch vom „gewissermaßen kultischen Gebrauch“¹⁸⁶ der Erinnerung.

Nimmt man die Vitrine als potenziellen Aufbewahrungsort für Urlaubsmitbringsel wörtlich, zeigt sich jedoch, dass diese zumindest in den Haushalten der befragten Frauen so gut wie nirgends zu finden sind. Es ist nicht ganz unwahrscheinlich, dass zumindest für manche der Befragten Vitrinen der Flair des Bürgerlichen bzw. Veralteten anhaftet, der in deren Wohnungen in diesem offensichtlichen Ausmaß unerwünscht ist. Andere verbinden mit Vitrinen hingegen eher einen Platz, an dem - materiell - wertvolle Dinge aufbewahrt werden, was auf ihre Reiseandenken nicht zutrefte. Möglicherweise liegt das Kaumvorhandensein von Vitrinen aber auch darin begründet, dass Mitbringsel eher als ein - wenn auch teils sehr spezieller - Teil des Inventars gesehen werden, nicht jedoch als ein - durch die trennende Glaswand verstärkt - abgegrenzter und dadurch nicht zuletzt auch unveränderlicher Teil des Lebens. „Ich sammle schon, um mein Rundherum zu behübschen, aber nicht um einen Museumscharakter zu schaffen“¹⁸⁷, wie es eine Gesprächspartnerin formulierte. Das gilt im übrigen auch für die einzige Befragte, die einige mit Objekten aus fernen Ländern bestückte - und nicht an repräsentativer Stelle platzierte - Vitrinen ihr eigen nennt, die im Grunde eine Erweiterung einer bestehenden, geerbten Sammlung an Steinen und anderen Dingen darstellen. Doch auch bei ihr finden sich die meisten persönlichen Mitbringsel an anderen Stellen im Haus verstreut.¹⁸⁸ Das - in den Bereich der Mitbringsel übertragene – „Musée sentimentale“¹⁸⁹ oder eben „Lebensmuseum“ ist demnach bei den befragten Frauen nicht an einem Ort zentriert, sondern meist über einen Großteil des Lebensbereichs verteilt und somit auch mehr oder weniger lebendiger Teil desselben.

¹⁸⁴ Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O., S.122

¹⁸⁵ Köstlin, Konrad: Die Sammlervitrinen und das Lebensmuseum. S.200

¹⁸⁶ Köstlin, Konrad: Der Dinge neuer Sinn im Museum. S.229

¹⁸⁷ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

¹⁸⁸ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹⁸⁹ Kuntz, Andreas: a.a.O., S.227

Wenn auch die Aufbewahrung der allermeisten Mitbringsel nicht in klassischer Weise in Vitrinen erfolgt, so befindet sich dennoch der überwiegende Teil davon an offen zugänglichen und somit ständig sichtbaren Stellen. Viele Dinge sind in Räumen auf- und gewissermaßen auch ausgestellt, in denen sich die Befragten häufig aufhalten und in die meist auch BesucherInnen Zugang haben. (Dass dies nicht zwingend bedeutet, dass diese Objekte einen allgemein verständlichen repräsentativen Charakter haben, sprich dass Außenstehende diese ohne Hilfestellung als Urlaubsmitbringsel erkennen können, wird an anderer Stelle ebenso erörtert wie die Frage, ob optisch präsente Dinge tatsächlich wahrgenommen werden bzw. dauerhaft einen besonderen Status einnehmen.)

Generell lässt sich also sagen, dass Mitbringsel, egal ob gekauft oder gefunden, vermutlich nicht nur bei den Befragten überwiegend offen aufbewahrt werden, je nach Beschaffenheit vorzugsweise an Wänden oder auf Regalen und anderen Ablagen, manchmal in Gruppen, meistens aber einzeln. Sie sind somit in gewisser Weise auch dem Bereich „Lifestyle“ zuzuordnen - thematisiert etwa in Zeitschriften und Magazinen. Mitbringsel können, am Arbeitsplatz drapiert, die Motivation durch eine kurze gedankliche Flucht respektive Auszeit fördern. Von den für diese Erhebung befragten Frauen bewahrt zwar keine Reiseandenken am Arbeitsplatz auf, dafür tragen aber einige von ihnen spezielle Mitbringsel ständig bei sich. Zwei Gesprächspartnerinnen verwenden einen Schlüsselanhänger aus fernen Landen, eine hat eine besondere Münze in ihrer Brieftasche, eine andere einen kleinen Stein.

Der Großteil aller aus dem Urlaub mitgebrachten Objekte hat - zumindest auch - dekorativen Charakter. Besonders naheliegend ist dieser bei Postern, Gemälden und Fotos oder bei aus letzteren gebastelten Kalendern, die an gut sichtbaren Stellen aufgehängt werden. (Auf die Aufbewahrung von Urlaubsfotos wird am Ende dieses Kapitels gesondert eingegangen.) Ebenfalls an Wänden präsentiert wird Bedrucktes oder Gewobenes, wobei eine Frau sogar eigens einen stilähnlichen Rahmen um einen Teppich malte¹⁹⁰, um diesen ins rechte Licht zu rücken. Ausschließlich ästhetischen Ansprüchen genügen meist in fremden Sprachen bedruckte (Getränke-)Dosen und Flaschen sowie kleine Statuetten oder Schüsseln, die etwa auf Küchenregalen oder im Wohnzimmer auf dem Fernsehgerät, dem Kachelofen und ähnlich repräsentativen Orten aufgestellt werden. Im Urlaub erworbene Gebrauchsgegenstände wie Gläser und Tassen, Aschenbecher oder Kerzenständer werden in der Regel tatsächlich benutzt und sind daher oft und v.a. immer wieder auf's Neue präsent.

Fundstücke aus der Natur finden sich an vielerlei Stellen: Seesterne sorgen im Badezimmer für maritimes Flair, Schneckenhäuser und Muscheln liegen gesammelt in kleinen Schüsseln im Bücherregal und auf Fensterbänken, Zapfen in Setzkästen, getrocknete Blätter werden in Bilderrahmen gesteckt, Steine und Wurzeln schmücken Blumentöpfe oder bilden eigene Landschaften in trockengelegten Aquarien, Sand aus verschiedenen Gegenden der Welt wird in detailliert beschrifteten Gewürzgläsern aufbewahrt.

¹⁹⁰ vgl. Frau B., Interview am 29. April 2002

Fast alle Gesprächspartnerinnen haben wenigstens einige Mitbringsel „herumstehen“, wobei sich die Anzahl dieser Dinge an allgemeinen ästhetischen Vorlieben einerseits und der jeweiligen Einstellung zum Staubwischen im speziellen andererseits festmachen lässt. Während die einen - von ihnen selbst als solche bezeichnete – „Staubfänger“ trotzdem nicht missen möchten, ist anderen dieser zusätzliche Aufwand zu lästig. Erstere sind gerne ständig mit den diversen Objekten konfrontiert, während zweiteren der Umstand genügt, dass gewisse Dinge vorhanden sind, ohne diese immer im Blickfeld zu haben. Auf die Funktion von „Staubfängern“ als potenziell „tauglichere“ Erinnerungsträger lassen die jeweiligen Präferenzen jedoch keine Rückschlüsse zu, da die ständige Präsenz von Dingen kein zwingender Indikator für deren subjektive Bedeutung ist.

9.2. Verstautes

Neben den vielen Objekten, die an sichtbaren Stellen platziert werden gibt es einige Mitbringsel, die bereits kurz nach der Heimkehr von einer Reise verstaут werden. Besonders bedeutende Dinge werden teils an sehr speziellen Orten aufgehoben, wie etwa das erste - in einer Wertsachenschatulle deponierte - Flugticket einer Befragten, die sich damit immer wieder beweisen konnte, dass sie ihre Flugangst überwunden hatte.¹⁹¹

Schnell verräumt werden von den Gesprächspartnerinnen absichtlich oder zufällig mitgenommene Informationsbroschüren u.ä., die rasch in Plastiksackerln oder Schuhkartons verschwinden, um oft erst Jahre später ausgemistet zu werden. Eine Befragte gab an, sich prinzipiell alle Prospekte mitzunehmen und auch langfristig aufzuheben, obwohl sie genau wisse, dass sie diese nie wieder ansehen werde.¹⁹² Eine andere äußerte den vagen Vorsatz, irgendwann einmal thematisch geordnete Schachteln mit Informationsmaterialien und Fotos zusammenstellen zu wollen.¹⁹³ Auch Ansichtskarten landen häufig - je nach subjektivem Stellenwert - in Schuhschachteln oder speziellen Sammelboxen, ohne vorher eine Zeit lang aufgehängt worden zu sein. Diejenigen Befragten, die Fotoalben oder -mappen anlegen, fügen sie gerne als Ergänzung in ihre Reisedokumentationen ein. Dasselbe gilt auch für Rechnungen, Eintrittskarten und Verkehrstickets bis hin zu Eisdeckeln, die eine der Gesprächspartnerinnen als Erinnerung und Stütze für den nächsten Urlaub in ihr Reisetagebuch klebt.¹⁹⁴

Steine werden zwar von den meisten offen – einzeln oder in Gefäßen, wenngleich ohne näheren Hinweis auf das Herkunftsland - platziert, eine Befragte meinte aber, dass sie sich nie die Mühe machen würde, diese ansehnlich zu drapieren, weswegen sämtliche Steine umgehend in einer Kiste verstaут würden - was sie nicht daran hindere, im nächsten Urlaub wieder jede Menge davon mit nach Hause zu nehmen.¹⁹⁵ Eine zweite Interviewpartnerin hat eine Sammelbox für jene „Weltsteine“, bei denen sie sich nicht mehr an die genaue Herkunft

¹⁹¹ vgl. Frau R., Interview vom 11. September 2002

¹⁹² vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁹³ vgl. Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

¹⁹⁴ vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

¹⁹⁵ vgl. ebda.

erinnern kann.¹⁹⁶ Wegwerfen würden die beiden ihre Fundstücke genauso wenig wie die anderen Befragten.

Nicht offen sichtbar werden weiters all jene Mitbringsel aufbewahrt, die bis zu ihrer potenziellen Verwendung nicht benötigt werden, aber selbst ohne vielleicht jemals benutzt zu werden von wesentlicher, weil erinnerungsstiftender Bedeutung sind - wie überzählige geklaute Aschenbecher: „Da geht's einfach ums Jagen und ums Haben und Hin-und-wieder-aus-der-Schachtel-räumen und ohja, das ist aus Prag, das war ganz spannend mit dem Ehepaar daneben, die eh schon so böß g'schaut haben.“¹⁹⁷

9.3. Trennung

Manche Urlaubsmitbringsel werden also dauerhaft in Kisten verwahrt. Wie steht es mit all jenen Dingen, die quasi täglich im Blickfeld der Befragten sind - bleiben auch sie an Ort und Stelle oder werden etwa Arrangements neu angeordnet und Bilder ausgetauscht? Zwei Gesprächspartnerinnen gaben an, primär in der ersten Zeit nach einer Reise neu erworbene Gegenstände gerne um sich zu haben, um auf diese Weise den Urlaub ein wenig zu verlängern respektive die Rückkehr in den Alltag etwas hinauszuzögern. Da diese Illusion in der Regel zum Leidwesen der Beteiligten nicht sehr lange anhält, verschwinden auch die betreffenden Mitbringsel rasch in Kisten und Schachteln. An dieser Stelle interessiert aber vorerst der Umgang mit jenen Dingen, die vergleichsweise lange an ein und demselben Platz belassen werden.

Da ein „Wechsel der Gewohnheiten auch einen Wechsel der Gegenstände [erfordert]“¹⁹⁸, da also etwaige veränderte Vorlieben oder Prioritäten sich in der Gestaltung der eigenen (Wohn-) Umgebung niederschlagen, ist anzunehmen, dass sich dies bei den jeweils „ausgestellten“ Reiseandenken zeigt. Ein sehr plakatives Beispiel liefert hier jene Befragte, die mit anhaltender Begeisterung über Jahre hinweg ihre Aschenbechersammlung vergrößerte, dann aber aufhörte zu rauchen.¹⁹⁹ Die Aschenbecher existieren nach wie vor - nunmehr allesamt in Schachteln verstaubt und mit ausschließlich ideellem Wert behaftet. Bei den meisten anderen sind es ästhetische Gründe, die zum Verräumen einzelner Dinge führen - vorwiegend solcher, an denen man sich im Lauf der Zeit sattgesehen hat. Pazzini zufolge verschwinden Gegenstände immer dann, wenn analog zur Signifikanz der Dinge die „energetische Zufuhr“ bei der Auseinandersetzung mit ihnen wie beim Ordnen oder Abstauben abnimmt.²⁰⁰

Lediglich zwei Frauen stellten fest, dass sie ihre vielfältigen optisch präsenten Ansammlungen an Urlaubsmitbringsele niemals auch nur teilweise ersetzen, sondern immer weiter vergrößern würden. Eine der beiden begründete dies folgendermaßen: „Es ist einfach eine Beziehung da.

¹⁹⁶ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

¹⁹⁷ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

¹⁹⁸ Chotjewitz, Peter O. (1980): zit. nach Kuntz, Andreas: a.a.O., S.232

¹⁹⁹ vgl. Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

²⁰⁰ vgl. Pazzini, Karl-Josef: a.a.O., S.62f.

Wo ich etwas hingabe oder wo ich's einmal aufhänge, da müsste ich einmal den ganzen Raum stilmäßig umkrempeln. Ich weiß aber genau, dass ich es nicht mehr tun werde. Und wenn's bis jetzt Platz gehabt hat ..."²⁰¹ Die zweite Befragte gab quasi ergänzend an, sich ja erinnern zu *wollen*, weswegen sie die Dinge gern immer um sich habe.²⁰² Die Vertrautheit mit ihren Mitbringseln, der selbstverständliche Umgang mit ihnen macht diese also zu einem „Teil der gegenwärtigen materiellen und funktionalen Gesamtsituation“²⁰³, die beide nicht verändern wollen. Die meisten Befragten nehmen jedoch wenigstens hin und wieder Auswechslungen der (v.a. sich selbst) präsentierten Objekte vor. Ausschlaggebend dafür sind neben den bereits angesprochenen geänderten ästhetischen wie praktischen Vorlieben durchwegs auch naheliegende emotionale Beweggründe. „Aktuelle Mitbringsel sind einfach ein bißchen näher, zentraler als andere, ältere. Weil sie „frischer“ sind, rücken andere klarerweise eher zurück“²⁰⁴, wie es eine Gesprächspartnerin formulierte. „Irgendwann verlieren Dinge an Bedeutung, es kommt etwas Neues, und dafür will ich Platz machen“²⁰⁵, meinte eine andere Befragte.

Dass Objekte aus dem Blickfeld geräumt werden, heißt aber in den allermeisten Fällen nicht, dass sie völlig aus dem Leben der interviewten Frauen verschwinden. Da zu vielen Dingen nach wie vor ein - teils von den Befragten selbst nicht mehr erklärbarer - Bezug da ist, landen sie vorübergehend oder auf Dauer in Säcken, Dosen und Kisten, wo sie bei Bedarf nach wie vor greifbar sind - auch wenn diese Option letztlich kaum oder nur zufällig genutzt wird. Eine Interviewpartnerin erklärte quasi stellvertretend für wohl viele UrlauberInnen, dass die im Kasten liegenden Mitbringsel eine Phase ihres Lebens repräsentierten, die einmal wichtig war, die dann irgendwann von anderen, neuen Ereignissen überlagert wurde.²⁰⁶ Missen möchte diese Objekte bzw. die damit verbundenen Erinnerungen allerdings keine. In gewisser Weise sind diese Dinge auch eine Art Indikator für manche Befragten, der zeigt, dass eine Episode oder Erfahrung noch nicht völlig abgeschlossen bzw. verarbeitet ist - etwa wenn eine Frau schildert, dass seit vielen Jahren auf dem Dachboden ihrer Eltern kiloweise von ihr gesammelter Sand liegt, von dem sie sich heute weder an die Herkunft erinnern kann, noch den Wunsch hat, ihm irgendwann wieder einen zentralen Platz in ihrem Leben einzuräumen. Trotzdem gelinge es ihr (noch) nicht, den Inhalt der Kiste wegzuschütten: „Scheinbar bedeutet's mir noch was, aber eigentlich verbindet mich nichts mehr damit.“²⁰⁷

Werden Dinge irgendwann doch endgültig beseitigt, heißt das dementsprechend, dass der Bezug zum Objekt völlig verloren gegangen ist - oder aber es sprechen vorrangig praktische Gründe dafür. Einen von nicht wenigen Befragten bereits erlebten Fall für unfreiwilliges Wegschmeißen stellen Lebensmittel aus fernen Landen dar: Geprägt von vielfältigen Sinneseindrücken werden Nahrungsmittel (Speisen wie Getränke) mitgenommen, die erst

²⁰¹ Frau B., Interview vom 29. April 2002

²⁰² vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

²⁰³ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.285

²⁰⁴ Frau H., Interview vom 23. April 2002

²⁰⁵ Frau F., Interview vom 23. April 2002

²⁰⁶ vgl. ebda.

²⁰⁷ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

einmal gesondert gelagert werden, um sie für spezielle Anlässe aufzuheben. Durch das Tabu, das ihnen in Folge anhaftet, werden sie in Extremfällen jahrelang nicht angerührt - bis eines Tages frustriert festgestellt wird, dass das Ablaufdatum überschritten wurde.

Praktischer Natur ist auch das Entsorgen von Gegenständen, um einfach wieder Raum zu schaffen. Mehrere Befragte gaben an, prinzipiell sehr gerne und vieles anzusammeln, sich das aber aus Platzgründen nicht auf Dauer leisten zu können, weswegen immer wieder ausgemistet werden müsse. Auch Umzüge bieten sich als Zeitpunkt an, um sich von überflüssig Gewordenem zu trennen. Eine Frau, die in ihrem Leben oft übersiedelt ist, meinte auch auf Urlaubsmitbringsel bezogen: „Ich bin's gewohnt weiterzuziehen, da darf man sich nicht an Gegenstände binden.“²⁰⁸ Am leichtesten fällt naturgemäß das Weggeben von Dingen, die nie einen besonderen Stellenwert eingenommen haben, also etwa von Prospekten oder anderen Unterlagen, bei denen man sich nach Jahren letztendlich doch sicher sein kann, sie nie wieder anzusehen, aber auch von im Urlaub gekaufter Kleidung, die nicht mehr gefällt. Eine durchaus praktische Variante des Entsorgens stellt schließlich das Verschenken von Dingen dar, v.a. wenn die Beschenkten selbst Bezug zum Herkunftsland der Mitbringsel haben.

Viele Objekte fordern aber sozusagen noch eine Art letzten Tributs, bevor sie endgültig verschwinden: „Ich frage mich dann schon jeweils, ob ich mich von dem Gegenstand trennen kann“, meinte eine Befragte, „ich muss mich gut verabschieden können.“²⁰⁹ Die meisten anderen kennen diese bewusste Phase des Loslassens ebenfalls, auch wenn die Dinge schon vorher keine spezielle Rolle mehr zu spielen schienen: „Wenn ich nicht mehr so mit meinem Herzen und meiner Seele vielleicht dranhäng, wenn etwas vorbei ist, dann muss ich loslassen, dann will und brauch ich das auch nicht mehr.“²¹⁰ Einige weitere Gesprächspartnerinnen stellten fest, dass alle wichtigen, an Gegenstände geknüpften Erinnerungen ohnehin auch im Kopf bzw. im Körper gespeichert seien. Wegwerfen bedeutet dementsprechend gleichzeitig Erinnerungsarbeit zu leisten.

9.3.1. Lieblingsstücke

Wohl alle Reisenden besitzen Mitbringsel, die sie unter keinen Umständen hergeben würden, also Gegenstände, an denen – unter anderem - ganz spezielle Erinnerungen hängen. An erster Stelle wurden von den Gesprächspartnerinnen auf die Frage nach solchen Dingen ausnahmslos die eigenen Urlaubsfotos genannt. Einige gaben zwar an, misslungene Aufnahmen kritisch auszusortieren, andere hingegen würden nie eine Auswahl nach optischen Kriterien treffen. Kaum weggeworfen werden auch als besonders schön empfundene Ansichtskarten, Reiseführer oder andere landesspezifische Bücher sowie generell Dinge, von denen man annimmt, sie noch irgendwann einmal brauchen zu können (auch wenn die meisten die Erfahrung lehrt, dass dies kaum jemals der Fall ist).

²⁰⁸ Frau F., Interview vom 23. April 2002

²⁰⁹ ebda.

²¹⁰ Frau R., Interview vom 11. September 2002

Weiters wurden Objekte, die sicher nie wieder in irgendeiner Art und Weise verwendet werden, wie etwa in Schachteln verstauter Sand, Steine oder Münzen, als unabkömmlich genannt: „Man weiß zwar nichts damit anzufangen, trotzdem ist es wichtig zu wissen, dass sie noch irgendwo sind“²¹¹, meinte eine Befragte diesbezüglich. „Die Steine sind zumindest von irgendeinem Urlaub, haben eine weite Reise hinter sich - warum sollte ich sie wegschmeißen?“²¹² fragte eine andere.

Dezidierte Lieblingsgegenstände konnten übrigens - abgesehen von Fotografien im allgemeinen, die im Anschluss nochmals eigens und ausführlicher behandelt werden - kaum genannt werden. Die meisten begründeten dies damit, dass jeder Gegenstand seine eigene Bedeutung habe und somit alle auf ihre Weise für etwas Spezielles stehen würden. Die wenigen in diesem Zusammenhang genannten Objekte (unter anderem ein Designer-Sessel, ein Musikinstrument und ein Teppich) stehen für ganz besondere verwirklichte Wünsche oder Erlebnisse, die sich dadurch erfüllen bzw. in diesen manifestieren. Ausgehend davon, wie im Lauf der Gespräche über die jeweilige Vielzahl an Urlaubsmitsbringenseln gesprochen wurde, lässt sich aber durchaus festhalten, dass tatsächlich alles irgendwie „etwas Besonderes“ ist - auch wenn das den meisten nur in selten auftretenden Situationen bewusst wird. Zwischen dem allfälligen herausragenden Status einzelner Objekte und deren Aufbewahrung lassen sich interessanterweise keine Zusammenhänge erkennen.

9.4. Urlaubsbilder

Das heutzutage weit verbreitete Fotografieren, von Köstlin als „privater Denkmalskult“²¹³ bezeichnet, gehört - auch bei den meisten Befragten - zu den festen Bestandteilen einer Reise. Ein weit verbreitetes Bild vom Umgang mit den selbst gemachten Bildern ist jenes, wonach nach jedem Urlaub ein Album angelegt wird, was das eigentliche Ende der Reise markiert²¹⁴, und das dann dem erweiterten persönlichen Umfeld bereitwilligst bis aufdringlich gezeigt wird. Bei den Befragungen stellte sich jedoch heraus, dass diese Art der Urlaubsaufarbeitung keineswegs bei allen üblich ist: Die Bandbreite der Aufbewahrung von Fotografien reicht von detailliert angelegten Alben und Mappen über relativ rasch befüllbare Flipalben bis zu Schachteln voller Umschläge der filmausarbeitenden Handelsketten.

Laut Schwarz ist die Verwaltung der Fotos überwiegend Sache von Frauen, da dies ihrer „traditionellen Rolle als Bewahrerin und Hüterin der Familie“²¹⁵ entspreche, während Urlaubsdias eine eher männliche Angelegenheit seien. Ob dies (auch heute noch) tatsächlich zutrifft, kann mit der vorliegenden Untersuchung zwar nicht verifiziert werden, die Tendenz

²¹¹ Frau H., Interview vom 23. April 2002

²¹² Frau K., Interview vom 22. September 2002

²¹³ Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.396

²¹⁴ vgl. etwa Köstlin, Konrad: Reisefieber – Massentourismus. S.15

²¹⁵ Schwarz, Uli: a.a.O., S.96

könnte allerdings nach wie vor vorhanden sein: Dias werden im Gegensatz zu Fotos v.a. von der jeweiligen männlichen Begleitung angefertigt.

Jene Frauen, die ihre Fotografien in Alben oder Ringmappen anordnen, beschränken sich nicht nur auf die Abzüge samt kurzer Bildbeschreibung, sondern fügen zusätzlich Ansichtskarten und Pläne, aber auch gepresste Blüten, Blätter und Moose sowie Münzen, Servietten und dergleichen ein, die sie allesamt vom jeweiligen Urlaubsort mitgenommen haben. Auch Flugtickets, Eintrittskarten oder Mietverträge finden, ebenso in Klarsichtfolien geschützt, Eingang in diese Ordner.²¹⁶ Die Idee dazu hatten übrigens eigenen Angaben zufolge alle betreffenden Befragten selbst, wenngleich Tipps zur kreativen Gestaltung von Urlaubsalben immer wieder in diversen Ratgebern kursieren.²¹⁷

Während also nur einzelne Befragte ihre Mappen mit Urlaubsfotos in überaus diffiziler Art und Weise gestalten, ordnen andere ihre Alben inhaltlich rein chronologisch, thematisch oder auch gar nicht - je nach Zeit, Lust und Laune. Manche machen sich auch nicht nach jeder Reise die Mühe, sondern lassen die Abzüge in den Entwicklungstaschen, wobei teils zumindest die Bilder beschriftet werden, um nicht Gefahr zu laufen zu vergessen, wo diese aufgenommen wurden. Die Decodierung des Abgebildeten durch Außenstehende ist hier nicht vorgesehen, wenngleich auch jene Frauen, die detaillierte Mappen anlegen, dies in erster Linie für sich selbst tun. Andere nehmen sich darüber hinaus vor, irgendwann doch alle Fotos in eine – wie auch immer geartete - Ordnung zu bringen. Hugger merkt zum Thema Fotoalben an, dass die wachsende „Bilderflut“ zu „lockerem, respektlosen Umgang“²¹⁸ mit dieser führe, was einen Grund für den entsprechenden Variantenreichtum darstelle. Weiters macht er darauf aufmerksam, dass durch das Vorhandensein von (potenziell peinlichen) Schnappschüssen in Alben deren Aufbewahrung nicht mehr ganz so öffentlich erfolgt wie in früheren Zeiten.²¹⁹ Die Befragten gaben dazu überwiegend an, dass ihre Fotografien ohnehin nur für sie selbst sowie eventuell das engste Umfeld bestimmt seien, die Alben werden in Bücherregalen oder Kästen gelagert. Das Phänomen des Nichteinordnens von Urlaubsbildern ist für Hugger eine Folge der „Bilderflut“, die den „Eifer erlahmen [läßt], die Bilder konsequent in ein Album zu bringen“²²⁰. Weiters konstatiert er, dass „das Photo zum Alltagsrequisit geworden [ist], zum Wegwerfartikel auch, von dem man sich aber meist doch nicht trennt.“²²¹ Das „Archiv des Vergessens“²²², also die ungeordnet in Säcken und Schachteln verstauten Hüllen, bringt es mit sich, dass nur bedingt nach konkreten Bildern gesucht werden kann. Umso größer dafür die Freude, wenn man unerwartet über alte Aufnahmen stolpert.

Ständig im Blickfeld befinden sich hingegen jene besonders gelungenen Fotos, die im Wohnbereich aufgehängt werden. Während einige Gesprächspartnerinnen keinerlei

²¹⁶ vgl. dazu auch Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O. S.126

²¹⁷ vgl. etwa <http://www.tippscout.de/tshow.php3?f_tid=1084>

²¹⁸ Hugger, Paul: Die Bedeutung der Photographie als Dokument des privaten Erinnerns. S.238

²¹⁹ vgl. ebda., S.241

²²⁰ ebda., S.242

²²¹ ebda., S.238

²²² Starl, Timm (1995): zit. nach Bair, Susanne: Knipser im Internet – Urlaubsfotografien auf Web-Seiten.

Urlaubsbilder um sich haben möchten, was entweder mit dem zu betreibenden Aufwand (sprich mit dem Vergrößernlassen) oder aber mit raumgestalterischen Vorlieben begründet wird, und andere nur einzelne Fotos aufhängen, fertigen wiederum andere eigens Collagen oder gar ganze Wände mit den Höhepunkten der jeweiligen Reise an. Zwei Befragte gaben auch an, gerne Kalender mit eigenen Urlaubsfotos zu basteln, entweder nach Reisen oder aber nach Themen geordnet (wie „Tiere“, „Pflanzen“ oder „Meer“), die dann möglichst zentral platziert werden.

Bei Dia-Positiven ergibt sich die Aufbewahrung durch die zugehörigen Boxen von selbst. Wie genau die Beschriftung der Dias erfolgt, ist hingegen - wie der Umgang mit Fotos im allgemeinen - von persönlichen Präferenzen bestimmt. Während eine Gesprächspartnerin, die ihre Dias zum Teil auch beruflich nutzen kann, diese kaum beschriftet, schätzt eine andere in diesem Zusammenhang die zeitliche Abgeschlossenheit des Urlaubs, die es leichter macht, Ordnung zu halten.

Aufgrund mangelnder Relevanz für die Befragten nicht weiter berücksichtigt wurde in dieser Untersuchung der Umgang mit digitalen Urlaubsfotos (keine der Befragten besaß zum Zeitpunkt der Interviews eine entsprechende Kamera). Während einige bereits den Kauf einer Digitalkamera überlegten, um nicht gelungene Fotos nicht erst im nachhinein aussortieren zu müssen, wurde von anderen angemerkt, dass die Spannung, ob die gemachten Bilder „etwas geworden sind“, fixer Bestandteil des Urlaubs sei. Wie digitale Fotos letztendlich bevorzugt aufbewahrt werden (als Ausdruck, entwickelt oder „nur“ als Datei auf der Festplatte) bzw. wie häufig sie angesehen werden und somit als Erinnerungsträger fungieren, kann hier folglich nicht beantwortet werden.

10. Funktionen von Mitbringseeln

Der Begriff „Souvenir“ stammt ursprünglich vom lateinischen *subvenire* („in die Gedanken kommen, einfallen“) bzw. vom französischen *se souvenir* („sich erinnern“) ab, was exakt der heute gängigen Konnotation entspricht: Ein Souvenir ist ein Erinnerungsstück. Erinnerung zielt in die Vergangenheit, wer sich erinnert, denkt - vereinfacht ausgedrückt - an früher Gesehenes, Erlebtes oder Gefühltes. Ein Erinnerungsstück hat daher vorrangig den Zweck, das Andenken an einen bestimmten Teil der (persönlichen) Vergangenheit aufrechtzuerhalten bzw. abrufbar zu machen. Die Bezeichnung „Souvenir“ für ein Erinnerungsobjekt wird im heutigen Sprachgebrauch v.a. in Urlaubskontexten verwendet, die Aufgabe dieser Gegenstände scheint somit von vornherein festgelegt. Prinzipiell besitzt jedoch *jeder* Gegenstand, nicht nur der im *giftshop* angebotene und unabhängig von seiner Beschaffenheit, die Voraussetzung, zum Erinnerungsträger, zum Souvenir im Wortsinn zu werden, es sind die mit ihnen verknüpften persönlichen Erfahrungen, die den Objekten erst ihre Bedeutung schenken.

Man kann zweifellos davon ausgehen, dass kurz nach der Rückkehr von einer Urlaubsreise, örtlich distanziert und doch zeitlich nahe, den (neuen) Objekten erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt wird, da das (mit ihnen) Erlebte in jeder Hinsicht noch sehr präsent ist. Den im eigenen Heim noch ungewohnten Dingen haftet klar deren Herkunft bzw. der Ort an, an dem sie erstanden oder gesammelt wurden, wodurch sie als „Überbrückungshilfe“²²³ zwischen zwei doch meist konträren Lebensbereichen dienen.

Sobald jedoch der Alltag wieder einkehrt und die im Urlaub gemachten Erfahrungen überlagert werden, rückt dementsprechend die spontane Erinnerung an diese zunehmend in den Hintergrund und verblasst. Krippendorf stellt hierzu zwei Thesen vor: Einerseits laufen Erinnerungen nach beendeter Reise Gefahr, durch Alltägliches rasch gelöscht zu werden, andererseits sieht er die Möglichkeit langfristiger Veränderungen im persönlichen Lebensbereich durch Lernprozesse²²⁴, wie etwa die Integration neuer Lebensmittel in den Speiseplan (siehe dazu 7.1.3. *Vorlieben und Ideen*).

Nachdem bereits die große Bandbreite an Mitbringseeln, die vielfältigen Entscheidungsmotive für die Auswahl sowie die Platzierung der Objekte eingehend beleuchtet wurden, stehen nun also die tatsächlichen Funktionen dieser Dinge aus einem gewissen zeitlichen Abstand zur entsprechenden Reise gesehen im Mittelpunkt, wobei – gemäß der zentralen Fragestellung der vorliegenden Untersuchung – der erinnerungsstiftenden Rolle besonderes Augenmerk zukommt.

Generell ist die Funktion eines Gegenstandes untrennbar mit der in ihn gelegten Bedeutung verknüpft. Verändert sich diese, passt sich auch das Objekt an, es ist multivalent.²²⁵ Habermas

²²³ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.480

²²⁴ vgl. Krippendorf, Jost: a.a.O., S.125f.

²²⁵ vgl. Schwärzler, Monika: a.a.O., S.39

merkt zur Beziehung zwischen Subjekt und Objekt an, dass „gerade die Formvielfalt und Multifunktionalität persönlicher Objekte sie als Brennpunkt oder besser Bündelungs- und vielleicht Integrationspunkt unterschiedlichster psychischer Funktionen und Lebensbereiche aus[weist]“²²⁶.

Die hier vorgenommene Unterteilung der Funktionen, der wie jeder Kategorisierung eine gewisse Beliebigkeit anhaftet, ergibt sich einerseits aus den in den Interviews thematisierten Aspekten (Erinnerung, Dekoration, Verwendung), betrachtet werden in weiterer Folge aber auch wesentliche, immer wieder in wissenschaftlichen Publikationen genannte Objektzuschreibungen (soziale Funktion, Status). Die Gruppierung erfolgt somit nicht anhand der „naheliegenden“, äußerlich erkennbaren Rolle der Dinge, sondern beruht auf deren individueller Bedeutung.

10.1. Erinnerungsträger

10.1.1. Gegenstandsbezogene Erinnerung: Theorie

Mitbringeln wird verbreitet eine erinnerungsstiftende Funktion zugeschrieben. Um die Rolle von Objekten in diesem Zusammenhang näher untersuchen zu können, muss zuerst die Frage geklärt werden, wie – gegenstandsbezogene - Erinnerung funktioniert. Korff definiert Erinnerung ganz allgemein folgendermaßen:

„Erinnerung ist eine besondere Art psychischer Arbeit; sie macht historische Eindrücke bewußt, indem sie auf gespeichert vorhandene Zeichen vergangener Fakten zurückgreift - im Vergleich zum Gedächtnis, welches gemeinhin als Fähigkeit, sich zu erinnern, gilt.“²²⁷

In der Regel gehören Urlaubsreisen – zumindest sofern sie als „gelungen“ betrachtet werden - zu jenen Abschnitten im Leben, auf die man später gerne zurückblickt. Gerade bei Urlauben, die ja oftmals als ersehnte und aus Gründen der Selbstfindung immens wichtige Auszeit hohen Stellenwert genießen, ist folglich das Bedürfnis nach Erinnerungen groß - Hugger prägt dazu den Ausdruck „Angstabwehr vor der eigenen Vernichtung“²²⁸. Das Wissen um andere, entspanntere, schönere und nicht zuletzt selbstbestimmtere Zeiten macht den Alltag zuweilen erträglicher. Dabei bleiben jedoch nicht alle Eindrücke in gleicher Intensität erhalten, vielmehr kann davon ausgegangen werden, dass Erinnerungen mehr oder weniger unbewusst zensiert und so zu einem „stimmigen Bild“ gefügt werden²²⁹, das der erwünschten Version bzw. der jeweils aktuellen Sicht einer Reise entspricht.

Nicht nur seitens der Andenkenindustrie wird suggeriert, dass sogenannte Souvenirs – neben bildhaften Zeugnissen - unerlässlicher Bestandteil einer Reise sind. Das Vergessen scheint

²²⁶ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.19

²²⁷ Korff, Gottfried: a.a.O., S.164

²²⁸ Hugger, Paul: a.a.O., S.241

²²⁹ vgl. Rath, Claus-Dieter: „Erinnern ist Übersetzungsarbeit ...“. S.67f.

ohne diese Stützen richtiggehend „vorprogrammiert“.²³⁰ Durch die Verankerung von Erinnerungen in Gegenständen vergewissert man sich anhand dieser, dass man tatsächlich an einem bestimmten Ort gewesen ist, dass man etwas wirklich erlebt hat, man hat eine „Sicherheit gegen die bloße Halluzination“²³¹ in der Hand.

Gerade in einer Zeit, in der vieles immer schneller passiert, ist es offenbar vielen Menschen auch ein Bedürfnis, manches zu „entschleunigen“ bzw. vor der Vergänglichkeit zu bewahren.²³² Das Sammeln kann in dieser Hinsicht auch als kritischer, zumindest aber die Beschleunigung der Lebenswelten kompensierender Akt betrachtet werden.²³³ Durch das (An)Sammeln von Belegen für subjektiv wichtige Erlebnisse schafft man sich so ein „eigenes Universum von Verweisen“²³⁴, mit dessen Hilfe man sich nicht zuletzt der eigenen Identität und der eigenen Wertigkeiten versichern kann. So unterschiedlich die so zusammengetragenen Objekte auch sein mögen, sie stellen in Summe doch eine Einheit dar und geben Aufschluss über die jeweilige Person.²³⁵

Ein wesentliches Merkmal von Erinnerung hervorrufenden Dingen ist die durch sie ermöglichte Überbrückung von zeitlichen und räumlichen Distanzen. Sie stehen für Abschnitte der eigenen Vergangenheit, für besuchte Orte, aber auch für gemachte (soziale) Erfahrungen und involvierte Personen²³⁶ und evozieren darüber hinaus Erinnerungen an Sinneswahrnehmungen wie Gerüche, Musik oder auch das Empfinden von Temperaturen.²³⁷ Die Art oder Beschaffenheit dieser Gegenstände ist hier nebensächlich: „Jeder Gegenstand ist über seinen funktionalen Gebrauchswert hinaus ein „Zeichen“ und „bedeutet“ etwas, das seinen profanen Nutzwert übersteigt.“²³⁸ Unter Umständen sind es sogar die eher unscheinbaren, nicht für diesen Zweck vorgesehenen Objekte, die auf diese Weise besonderen Wert erlangen, zu „optische[n] Madeleines“²³⁹ werden:

„From the strangely interesting pebbles children [sic!] insist on bringing back, to brochures and ticket stubs, there are hosts of objects whose significance is less their formal qualities than their numinous relationship with a distant place and memorable experience. Like Proustian madeleines, they are unruly connectors of present and past times and distant and homely places.“²⁴⁰

Durch das Mitnehmen von Dingen bleibt eine Urlaubsreise also nicht nur auf die entsprechende Zeit oder den jeweiligen Ort beschränkt, sondern wird (auch) durch die Speicherung von Erfahrungen in diesen Objekten beliebig verlängert. Ausschlaggebend für das Gelingen dieses

²³⁰ vgl. Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O., S.128

²³¹ Pazzini, Karl-Josef: a.a.O., S.59

²³² vgl. dazu Korff, Gottfried: a.a.O., S.172

²³³ vgl. Köstlin, Konrad: Die Sammlervitrinen und das Lebensmuseum. S.206

²³⁴ Pazzini, Karl-Josef: a.a.O., S.59

²³⁵ vgl. Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: a.a.O., S.121

²³⁶ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.284f.

²³⁷ vgl. Mohrmann, Ruth.-E.: Dingliche Erinnerungskultur im privaten Bereich. S.211

²³⁸ ebda.

²³⁹ Dragstra, Rolf: Vom Erd- zum Schneeball. S.35

²⁴⁰ Franklin, Adrian and Mike Crang: a.a.O.

„Vorhabens“ ist, dass der betreffende Gegenstand authentisch ist, was sich in diesem Zusammenhang weniger auf etwaige Zuordenbarkeit zum Urlaubsort bezieht, sondern vielmehr auf selbst Erlebtes. Das Mitbringsel wird dadurch zum „typisierten Objektträger“, der „eine Vielzahl touristischer Erfahrungen, Erlebnisse und Botschaften [verdinglicht]“ und somit „symbolische Gehalte transportiert“.²⁴¹

Ob sich – im Gegensatz zu massenhaft hergestellten und/oder als solchen angebotenen „Souvenirs“ – offenbar eher willkürlich mit Bedeutung aufgeladene Dinge dafür eignen, wird in Folge ausführlicher untersucht. An dieser Stelle sei hierzu Rath zitiert, der den unterschiedlichen Stellenwert der einzelnen Objektarten wie folgt einschätzt:

„Souvenirs sollen bedeutsame Erlebnisse wiederherstellbar machen, etwa die als erhebend und absolut „unvergeßlich“ geltenden - und in der Realität oft doch enttäuschenden - Begegnungen mit weltberühmten Monumenten des Kulturerbes wie Alhambra, Kolosseum, Petersdom und Eiffelturm. Deren Miniaturen und Fotografien büßen leicht ihren Erinnerungswert ein, werden stumpf, verlieren auch an Kult- und Fetischwert und landen im Müll. Unscheinbare Dinge: eine Fahrkarte, ein bestimmtes Hemd, ein Flecken, ein Geruch, ein Klang, ein Wort, ein Lächeln, eine Speise, vermögen nachträglich zu *Erinnerungsobjekten* zu werden und Vergangenheit schlagartig aufleben zu lassen. Etwas an ihnen fällt einem auf, und es kommt einem plötzlich in den Sinn, daß ...“²⁴²

Mitbringsel können Stimmungen beeinflussen, Tagträume auslösen, sie stellen potenziell ein „emotionales Ventil der kathartischen Entlastung“²⁴³ dar. Als „Medium der Flucht“ führen sie laut Habermas in eine „erstarrte Scheinwelt“²⁴⁴, obschon die Erinnerung an diese *andere* Realität durchaus lebendig sein kann.

Eine spezielle Rolle nehmen hier Lebensmittel ein, auch wenn sie nicht eigens vom Urlaubsort mitgenommen wurden. Köstlin verweist darauf, dass der „tatsächliche Geschmack nicht von seinem symbolischen zu trennen“²⁴⁵ ist und stellt weiters fest, dass (trügerische) „Visionen von der Harmonie einer Kultur“²⁴⁶ (mit) ausschlaggebend für das positive Erleben fremden Essens ist. Für liebgewonnene Nahrungsmittel gilt somit dasselbe wie für alle anderen subjektiv wichtigen Dinge auch: Sie reflektieren die in sie gelegte Bedeutung.²⁴⁷ Dabei dienen sie „auf eine stillschweigendere und vieldeutigere Weise“²⁴⁸ der Erinnerung als beispielsweise sprachliche Dokumente, da sie sich den jeweiligen Bedürfnissen des Subjekts problemlos anpassen können:

²⁴¹ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.50

²⁴² Rath, Claus-Dieter: a.a.O., S.68f.

²⁴³ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.431

²⁴⁴ ebda., S.315

²⁴⁵ Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. S.227

²⁴⁶ ebda., S.229

²⁴⁷ vgl. Becker, Franziska: Dinge als heimliche Erinnerungsträger. S.295

²⁴⁸ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.286

„Von Dingen gehen, durch ihre physischen Merkmale und kulturellen Bedeutungen bestimmt, Aufforderungen aus. Die Funktionen eines persönlichen Objekts knüpfen an diese Aufforderungen an, gehen aber weder in ihnen auf noch erschöpfen sie sie, da das Individuum ausgehend von seiner Bedürfnislage und persönlichen Geschichte das Ding deutet und nutzt. [...] Die Funktion eines einzelnen persönlichen Objekts läßt sich folglich nicht ohne Bezugnahme auf das jeweilige Individuum und seinen Gebrauch des Dings angeben.“²⁴⁹

Jedes Urlaubsmitsbringsel besitzt also neben der ihm nicht zuletzt in der Fachliteratur häufig zugeschriebenen allgemeinen Lesbarkeit auch – und nicht selten vorwiegend – eine rein private Bedeutung, die ohne entsprechende Erklärung Nichtinvolvierten nicht zugänglich ist. Die „Personspezifität und Privatheit ihrer Bedeutung, ihr intimer Charakter, die Unbewußtheit einiger ihrer Bedeutungen und ihre präreflexive Selbstverständlichkeit“²⁵⁰ machen die Dechiffrierung der (geheimen) Sprache dieser persönlichen Objekte schwierig, selbst ihre BesitzerInnen vermögen teils nicht, die subjektive Bedeutung in ihrer ganzen Komplexität in Worte zu fassen. In jedem Fall sagt das „selbstgesponnene Bedeutungsgewebe“, ob es nun bewusst ist oder nicht, „mehr über die Person und ihren Lebensstil [aus] als über die Sachen“²⁵¹ an sich.

Die spezifische Rolle jedes Objekts ist somit eng vom Maß der ihm auferlegten Wichtigkeit abhängig, wobei laut Habermas v.a. nicht (mehr) im Alltag benutzten Dingen durch ihren Status des Besonderen große Bedeutung zukommt, da die emotionale Komponente nicht durch Handlungsrouninen überdeckt wird.²⁵² Es sind neben nicht mehr verwendeten Dingen in erster Linie Gegenstände dekorativen Charakters, die diese Anforderung erfüllen. Bei letzteren spielt auch die Größe des Objekts eine wesentliche Rolle bei der Verarbeitung der gesammelten Eindrücke bzw. als Erinnerungsstütze, da – wie etwa bei miniaturisierten Sehenswürdigkeiten oder natürlichen Fundstücken – die Verkleinerung das Gesehene „begreifbar“ macht²⁵³. Habermas spricht bei der Nutzung von Naturalia dank deren unbedrohlichen Wesens vom „Prozeß der Zähmung und Domestizierung“²⁵⁴ sowie von der wahrgenommenen „Erlebnisqualität der *Harmonie*“²⁵⁵, die wiederum positive Gefühle aufkommen lässt.

Erinnerung bedeutet aber immer auch ein gewisses Maß an Reflexion, deren Thema bei Urlaubsmitsbringeln mehr oder weniger eingeschränkt vorgegeben ist. Mit Erinnerung aufgeladene Objekte fordern zum Innehalten auf²⁵⁶ bzw. regen zum Nachdenken an, sie tragen symbolisch zur Selbstergänzung bei²⁵⁷ und stellen „in verkürzter, rudimentärer Form“ eine Art der „Selbstkommunikation“ dar.²⁵⁸

²⁴⁹ ebda., S.504

²⁵⁰ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.444

²⁵¹ Köstlin, Konrad: Souvenirs im Lebensmuseum. S.190

²⁵² vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.286f.

²⁵³ vgl. Rath, Claus-Dieter in Fliedl, Gottfried u.a.: Wa(h)re Kunst. S.140 (Glossar)

²⁵⁴ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.290

²⁵⁵ ebda., S.432

²⁵⁶ vgl. ebda., S.308

²⁵⁷ vgl. ebda., S.322f.

²⁵⁸ ebda., S.426

Durch das Wiederauflebenlassen von Ausschnitten der Vergangenheit und damit einhergehend der Bewusstmachung der Kontinuität im eigenen Leben nehmen mit Erinnerung behaftete Gegenstände letztlich auch eine „identitätsproduktive“ Rolle ein.²⁵⁹ In persönlichen Objekten – und somit auch in Mitbringseln - kommen Lebensthemen zum Ausdruck²⁶⁰, sie charakterisieren die betreffende Person und stehen sowohl für deren Einzigartigkeit als auch für deren Zugehörigkeit zu Orten und anderen Personen.²⁶¹

10.1.2. Erinnerungsanlässe

Gemäß der landläufigen Zuschreibung ist das Hervorrufen von Erinnerungen *die* zentrale und unverrückbare Funktion jedes Urlaubsmitbringsels. Dementsprechend müsste im gegenständlichen Kontext eine Antwort auf die Frage, wann Erinnerung passiert, „immer wenn der Blick auf ein Objekt fällt, das von einer Reise mitgebracht wurde“ lauten. Da Erinnerungen jedoch unweigerlich verblassen bzw. sich mit der Zeit qualitativ ändern können, scheint dies ein wenig kurz gefasst zu sein.

Tatsächlich zeigte sich in den Interviews, dass andere Auslöser (die ja generell notwendig sind, um Erinnerungen zu evozieren) eine teils wesentlich größere Rolle spielen. Abgesehen von der im Regelfall nur selten möglichen Auffrischung von Erinnerung durch ein erneutes Aufsuchen bestimmter Urlaubziele oder der Wiederkehr von mit besonderen Reisen verbundenen Daten sind es laut Angaben der Befragten in erster Linie soziale sowie stressbeladene Anlässe, die Erinnerungen wieder aufleben lassen.

Als Erinnerung auslösend wenig überraschend häufig genannt wurden Gespräche, in denen ein wie immer gearteter Bezug zum Thema Urlaub im Allgemeinen oder zu einer bestimmten Reise hergestellt wird. Besonders lebendig werden einzelne erlebte Episoden in Unterhaltungen mit Mitreisenden, wenn Anekdoten erzählt und somit Situationen wieder abrufbar werden, die eigentlich schon in Vergessenheit geraten waren. Auch Fragen Interessierter, die sich nach dem Verlauf eines Urlaubs oder nach der Herkunft von Objekten wie Schmuckstücken, Handwerkskunst oder ähnlichem erkundigen, bewirken durch das Erzählen der Erlebnisse, dass diese wieder greifbarer sind.

Von ausnahmslos allen Gesprächspartnerinnen betont wurde die Wichtigkeit von Urlaubserinnerungen in belastenden Momenten, sei es bei übermäßigen Belastungen im Berufsleben oder in Zeiten, in denen der Alltagstrott im Allgemeinen unerträglich scheint. Die bewusste Beschäftigung mit in erster Linie selbst gefertigten Dingen (Fotografien, Reisetagebücher) ermöglicht es, den zeitlich fernen Urlaub wieder näher zu holen und dadurch Abstand zu gewinnen. Eskapismus in Stresssituationen, in denen von der Erinnerung an angenehme Erlebnisse gezehrt und dadurch wieder neue Kraft geschöpft wird, ist bei den

²⁵⁹ vgl. Köstlin, Konrad: Souvenir. S.115

²⁶⁰ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.301

²⁶¹ vgl. ebda., S.326

Interviewten immer wieder Thema, ja, eine Notwendigkeit: „Ab und zu musst du direkt in der Arbeit die Augen zumachen und ein bißchen den Urlaub ablaufen lassen, dann geht's dir wieder ganz gut am Arbeitsplatz.“²⁶² Vor allem jene Befragten, die ihre Reisen intensiver nachbereiten (wie durch das Anlegen von detailliert beschrifteten Fotoalben oder –mappen oder das nachträgliche Informieren über bestimmte Aspekte des jeweiligen Landes), sehen sich gerne Dokumentationen über ehemalige Urlaubsziele im Fernsehen an und lassen die eigenen Erinnerungen dadurch bewusst wieder aufleben. Selbst gemachte Aufnahmen werden von manchen gezielt angeschaut, um lange Winterabende oder einsame Momente mit etwas Angenehmen zu füllen – der speziellen (Erinnerungs-)Funktion von Fotos ist ein eigener Abschnitt am Ende dieses Kapitels gewidmet.

Erinnerung rufen auch gezielt gesuchte wie zufällige Sinneseindrücke aller Art hervor. Der Geruch, der Geschmack spezieller Gewürze oder Speisen, Wärme, Wetterphänomene, ein bestimmtes Lied und vieles mehr lassen Situationen und Stimmungen wieder präsent werden.

Was die tatsächliche Nutzung von Dingen in diesem Zusammenhang betrifft, so sind es v.a. ungewöhnliche Objekte, die nicht Teil des Alltagsgeschehens sind und dadurch etwas Spezielles bleiben, die Erinnerung wachrufen. Gegenstände, auf die zufällig gestoßen wird, die also beispielsweise beim Kramen in einer vor langer Zeit verstaubten Schachtel ans Tageslicht kommen, vermögen eher sofort oder zumindest unmittelbarer Erinnerungen hervorzurufen.

Spontane Erinnerungen beim Anblick eines räumlich dauerhaft präsenten Mitbringsels treten demgegenüber meist nur bei noch relativ neuen Objekten auf, wobei hier laut den Befragten in Gedanken eher die Situation auftaucht, in der diese erstanden bzw. gefunden wurden und weniger andere Begebenheiten im Rahmen des Urlaubs. Bei aktuellen präsenten Dingen dürfte nicht nur die zeitliche Nähe eine Rolle dabei spielen, wenn es der Anforderung als Erinnerungsträger gerecht zu werden gilt, sondern damit einhergehend auch, dass sie den aktuellen persönlichen Prioritäten und Bedürfnissen am meisten entsprechen.

Auch wenn es im Laufe der Jahre immer größerer Anstrengung bedarf, um beim schlichten Betrachten einzelner dauerpräsenten Gegenstände Erinnerungen wach werden zu lassen, das Aufflackern von mit ihnen verknüpften Situationen und Orten ist in jedem Fall eine willkommene Auszeit im Alltag, wie es eine Befragte am Beispiel eines Schlüsselanhängers formulierte: „Natürlich denke ich nicht jedes Mal, wenn ich mit dem Auto fahre, daran, dass ich da im Rahmen dieser großen Reise auch in Brüssel war, aber es symbolisiert und hilft natürlich, das Museum und die Suche danach wieder kommen zu lassen.“²⁶³

Häufig genutzte Gläser u.ä. lösen ebenfalls nicht regelmäßig Gedanken an deren Herkunft aus, während das feierliche Anzünden von selbstgezogenen Kerzen oder der Versuch, einen

²⁶² Frau B., Interview vom 29. April 2002

²⁶³ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

Pflanzenableger hochzupäppeln, für die jeweiligen Handelnden durchaus etwas Außergewöhnliches bleibt.

Gegenstände sind also – der hier zugrunde liegenden Erhebung zufolge - generell vergleichsweise wenig erinnerungsauslösend, am ehesten erfüllen noch größere, ins Auge stechende Dinge diese Funktion. Das unvorhergesehene, zufällige Wiederfinden von verräumten Mitbringseln auf der Suche nach etwas völlig anderem oder beim Ausmisten führt hingegen meist zu einer Unterbrechung der ursprünglichen Handlung, da die gefundenen Dinge – nicht zuletzt durch ihr Ausgegliedertsein aus dem alltäglichen Umfeld – Aufmerksamkeit auf sich ziehen und dazu verleiten, sich mit ihnen auseinanderzusetzen.

10.1.3. Nutzung von Urlaubsmitbringseln als Erinnerungsträger

Wie die Antworten im Hinblick auf die Art und Häufigkeit von Erinnerungsanlässen vermuten lassen, scheinen gegenständliche Mitbringsel als Erinnerungsträger eine untergeordnete Rolle zu spielen. Da jedoch diese Form der Evokation im Rahmen der vorliegenden Untersuchung von zentralem Interesse ist, soll hier dennoch ausführlicher beschrieben werden, inwieweit die angesammelten Objekte der Befragten dem Namen „Souvenir“ gerecht werden.

Die bewusstste gegenstandsbezogene Form der Abwehr eines ansonsten drohenden Vergessens ist zweifellos das prominente Platzieren von mit subjektiver Bedeutung aufgeladenen Erinnerungsträgern im privaten Raum. Auch wenn diese gelegentlich Arbeit verursachen (Stichwort „Staubfänger“) wollen die Befragten ihre – meist v.a. sich selbst – präsentierten Objekte nicht missen. Dabei spielt naheliegenderweise der ästhetische Aspekt eine bedeutende Rolle, auf Dauer vielleicht sogar die bedeutendste, da Objekte wie besprochen kaum dauerhaft durch ihren bloßen Anblick Erinnerungen evozieren. In den Gesprächen wurden demgegenüber in Zusammenhang mit Erinnerungen Gegenstände erwähnt, die entweder aufgrund ihrer spezifischen Eigenschaften hervorstechen oder aber nicht Teil des Alltags sind, denen der Status des Besonderen somit länger anhaftet. Angesprochen wurden hier – abgesehen von den als Erinnerungsträgern konkurrenzlosen Fotografien – in erster Linie Objekte, deren Beschaffung oder Erstellung an sich einen besonderen Akt darstellte bzw. die an sich etwas Besonderes sind wie selbst gepflückte und getrocknete wilde Rosenblätter aus Alaska, ein echter Norwegerpullover, eine handgezogene Kerze, ein Reisetagebuch, selbst verpackter Heilschlamm oder die ersten selbst gefundenen Muscheln. Maßgeblich für die Intensität der aufkeimenden Erinnerung ist die untrennbar mit dem Objekt verknüpfte Authentizität des Erlebten.

Auch wenn sich bei allen mit jeder Reise die Zahl der Mitbringsel vergrößert, eine Sammlung im Sinne eines themenorientierten Ensembles (abgesehen wiederum von Bildern und Ansichtskarten) nennt nur eine der Befragten ihr eigen – sie sammelt gezielt Sand von

Urlaubszielen in aller Welt.²⁶⁴ Sammlungen im weiteren Sinne entstehen allenfalls ohne inhaltliche Ordnung in Kisten und Schachteln, in denen die diversen Mitbringsel früher oder später verstaubt werden – Sammelsurien, die erst bei eingehenderer Beschäftigung mit ihnen auf die persönliche Geschichte sowie auf (sich teils ändernde) Prioritäten ihrer Besitzerinnen verweisen. An dieser Stelle sei noch einmal unterstrichen, dass Bilder unabhängig von allen anderen angesprochenen Faktoren die mit Abstand wichtigste Erinnerungsstütze zu sein scheinen, v.a. in Form von selbst gefertigten Fotos oder Dias. Sie sind *der* Beleg schlechthin, wenn es eines Nachweises für den Besuch eines Ortes, für eine erlebte Situation bedarf.

Einen speziellen Platz im Reich der Belege nehmen all jene Dinge ein, deren Existenz auf diffuse Art und Weise wichtig ist, obwohl die Befragten selbst nicht formulieren können, wieso sie emotional daran hängen. „Aus irgendeinem Grund ist mir das noch wichtig“, meinte eine Gesprächspartnerin zu ihrer (mehr oder weniger zufällig entstandenen) Steine-Sammlung, zu der sie aber „eigentlich keinen Bezug mehr“²⁶⁵ hat. Auch andere Befragte nannten Beispiele von Objekten, von denen sie sich noch nicht trennen können, meist verbunden mit der Vermutung, dass das „irgendwann“ der Fall sein werde.

Eine der zentralsten zugeschriebenen Eigenschaften von Urlaubsmitbringseeln ist - neben deren Beleghaftigkeit - die Fähigkeit, Raum und Zeit zu überbrücken. Sie sorgen bei den Befragten für Kontinuität, indem sie gespeicherte Eindrücke von Orten, Erlebnissen oder Menschen wieder aufleben lassen. Gemachte Erfahrungen werden anhand von Gegenständen v.a. dann präsent, wenn diese Dinge selbst Teil einer außergewöhnlichen Situation waren wie etwa als Fund im Rahmen eines entspannenden Spaziergangs oder als preislich gewieft heruntergehandeltes Wunschobjekt. Gerne zur Überbrückung der Distanz zwischen Alltag und Auszeit genutzt werden Nahrungsmittel, auch wenn sich das Versprechen einer schönen Erinnerung beim Konsum mitunter als trügerisch erweist: „Leider schmeckt es daheim nie so gut, sonst würd ich mir viel mehr Essen mitnehmen“²⁶⁶, meinte eine Interviewpartnerin und erzählte, dass der geliebte und im Urlaub besorgte Retsina auch schon mal im Ausguss gelandet sei, weil er hier einfach nicht „passe“: „Es kommt immer darauf an, wo du das isst. Wenn ich etwas am Campingplatz vor dem Zelt esse, ist das etwas ganz anderes, als wenn du in deiner Wohnung sitzt und Urlaub spielst.“²⁶⁷ Auch andere Befragte kennen das Phänomen, dass ein und dasselbe Produkt an verschiedenen Orten völlig unterschiedlich schmeckt: „Dieser Wein ist in Slowenien am Strand sitzen“²⁶⁸, meinte eine von ihnen, und nur dort schmecke er leider auch. Die meist geäußerte Erklärung dafür zielt auf den Umstand ab, dass zu Hause die Belastungen des Alltags viel zu präsent seien und dadurch keine rechte Urlaubsstimmung aufkommen könne.

²⁶⁴ vgl. Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

²⁶⁵ Frau H., Interview vom 23. April 2002

²⁶⁶ Frau H., Interview vom 23. April 2002

²⁶⁷ ebda.

²⁶⁸ Frau S., Interview vom 14. April 2002

Im Gegensatz zu Nahrungsmitteln, die mit mehreren Sinnen erfasst werden, dienen Objekte, die meist nur optische und allenfalls taktile Reize aussenden, den Befragten offenbar kaum dazu, sich in eine Urlaubsstimmung zu flüchten. Sie sind zwar als Belege unverzichtbar, der Aufwand, dessen es bedarf, um ihnen mehr als ein flüchtiges Aufflackern des Erstehungsortes vor dem geistigen Auge zu entlocken, ist aber ungleich größer. Die in diesem Zusammenhang in den Gesprächen als tauglich thematisierten Objekte sind zum Teil emotional mit einer als äußerst lustbetont empfundenen Situation verknüpft, die Defizite des Alltagslebens kurzfristig vergessen machten, sei es kindliche Freude (Gummistiefel) oder das entspannte Flair des Urlaubsortes („Gute-Laune-Kette“²⁶⁹). Hohen persönlichen Wert haben weiters Dinge, die von einem lange erträumten und endlich verwirklichten Reiseziel stammen (Norweger-Pullover), mit speziellen persönlichen Vorlieben korrespondieren (Comics), in deutlichem Gegensatz zum Alltagsleben stehen (Fischposter) oder selbst angefertigt wurden (Kerzen, Reisetagebücher).

Die wenigen von den Befragten als etwas ganz Besonderes hervorgehobenen Dinge, die es tatsächlich vermögen, aktuelle Stimmungen zu beeinflussen (wozu auch Musik im Stande ist), bergen für ihre Besitzerinnen die durch sie legitimierte Hoffnung, dass es irgendwann in der Zukunft wieder möglich sein wird, die Zwänge des Alltags abzuwerfen. Gespiegelt werden in diesen Tagträumen – bewusst oder unbewusst - die gegenwärtigen Bedürfnisse, wobei die aufkommenden Erinnerungen gewissermaßen einem Wunschbild entsprechen, das allfällige negative Erfahrungen aus dem jeweiligen herbeigesehnten Urlaub ausblendet oder diese sich in ein stimmiges, positives Bild fügen. Auf diese Weise verraucht etwa der Ärger über den Taxifahrer, der die Ortsunkundigen auf dem Weg zum Bazar kilometerweit im Kreis fährt, und weicht dem Amusement über die eigene Leichtgläubigkeit.²⁷⁰

Unabhängig von der Funktion als potenziellen Fluchthelfern, die in keinem der besprochenen Fälle in einem Souvenirgeschäft erstanden wurden, sind es vergleichsweise oft Zufallsfunde aus der Natur, denen von den Befragten eine herausragende Bedeutung attestiert wird. Auch wenn so manches dieser Stücke aussieht wie unzählige andere vor Ort - die Befriedigung, etwas zu besitzen „was sonst niemand auf der ganzen Welt hat“²⁷¹, erhöht deren Reiz enorm. Diesen Objekten gemeinsam ist, dass sie für Außenstehende ohne Erläuterung kaum zuordenbar und somit lesbar sind. Sie scheinen aufgrund ihrer Beschaffenheit, sprich ihrer Unberührt- und Echtheit, oft auch ihrer Schlichtheit und Unscheinbarkeit besonders für individuelle und nicht zuletzt veränderbare Attributszuschreibungen geeignet zu sein. Aufgrund ihrer Wandelbarkeit stehen Fundstücke aus der Natur für die Befragten einerseits für den Herkunftsort, auch wenn so manches Objekt im Laufe der Zeit in der Erinnerung nicht mehr konkret platziert werden kann, andererseits können sie gewissermaßen die Reflexion nicht nur über die Vergangenheit, sondern ebenso über das Jetzt unterstützen, wie das folgende Beispiel zeigt:

²⁶⁹ Frau S., Interview vom 14. April 2002

²⁷⁰ vgl. Frau F., Interview vom 23. April 2002

²⁷¹ Frau H., Interview vom 23. April 2002

„Ich nehme diesen Stein, der spricht mich jetzt an, den steck ich ein und den trag ich jetzt bei mir, der ist für mich gut. Dass ich ihn in meiner Nähe habe, weil ich in dem Urlaub dieses und jenes Gefühl gehabt habe oder an den und den gedacht habe oder mich gerade in dieser Lebensphase befunden habe. Irgendwann merke ich, ich empfinde jetzt anders, und damit ändert sich auch seine Bedeutung.“²⁷²

Ein wesentlicher Aspekt im Rahmen der – gerne erledigten - Erinnerungsarbeit ist für die Befragten die Bewusstmachung der Kontuität im eigenen Leben: In den jeweiligen mit besonders großer persönlicher Bedeutung aufgeladenen Objekten kommen frühere wie aktuelle Lebensthemen zum Ausdruck, sie führen vor Augen, wie sich im Laufe der Jahre individuelle Vorlieben und Prioritäten verändern – mit ein Grund wohl für die von manchen angesprochene Schwierigkeit, sich von „nicht mehr brauchbaren“ Dingen zu trennen. In diesen Mitbringseln spiegelt sich ein Teil des Selbst wider, sie reflektieren eine Seite ihrer Besitzerinnen, die als „ideal“ ersehnt wurde oder wird. In den meisten Fällen schwingt das Wissen um entspannte(re) Zeiten mit, die Objekte scheinen „fröhlich zu winken“ und schaffen Gewissheit, „dass es schon auch netter geht und es Tage mit großem Spaß gibt“²⁷³ Manche Dinge stehen auch für gemeisterte Herausforderungen wie beispielsweise ein jahrelang in einer Schatulle verwahrtes Flugticket, das immer wieder auf's Neue belegte, dass die eigene Flugangst überwunden werden konnte.²⁷⁴

Manche der in den Interviews besprochenen Objekte dienen schließlich der Selbstbestätigung, etwa der Eignung zum modischen Trendscout:

„Das bestätigt mich schon als „sehr cool“, wenn ich eine Marke kaufe, die es in Österreich zu dem Zeitpunkt noch gar nicht gibt, und zwei Jahre später ist sie hier „in“. Leider kann ich nicht draufschreiben, dass ich das Ding schon vor zwei Jahren gekauft habe, und zwar *nicht* in Österreich.“²⁷⁵

Eine andere Befragte schätzte in Frankreich gekaufte Schuhe nicht zuletzt aufgrund der erfahrenen respektvollen Behandlung durch die Angestellte: „Die Art, wie ich bedient worden bin, das war so, wie es sein sollte: sehr nett, sehr höflich – ganz anders als in Wien.“²⁷⁶ Manche Gesprächspartnerinnen äußerten sich (selbst-)kritisch, wenn sie auf den Kontakt und als bereichernd empfundenen Austausch mit Einheimischen, auf von diesen erhaltene Geschenke zu sprechen kamen: Die Erinnerung an die außergewöhnliche Gastfreundschaft, die sie im Urlaub erleben durften, macht ihnen immer wieder bewusst, welcher Unterschied hier im Vergleich zu Österreich besteht.

Zusammenfassend kann hierzu also konstatiert werden, dass gegenständliche Urlaubsmitbringsel in der Regel tatsächlich zum Souvenir werden, wenn auch meist in geringerem Ausmaß als vermutet. Die Annahme, dass es in erster Linie von den Befragten

²⁷² Frau R., Interview vom 11. September 2002

²⁷³ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

²⁷⁴ vgl. Frau R., Interview vom 11. September 2002

²⁷⁵ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

²⁷⁶ Frau K., Interview vom 22. September 2002

selbst als Mitbringsel auserkorene Dinge sind (im Gegensatz zu als Souvenirs angebotenen Gegenständen), die als Erinnerungsträger von hohem persönlichen Wert fungieren, kann zumindest für diese Stichprobe ebenfalls bestätigt werden. Obwohl alle Interviewten auch als Souvenirs verkaufte Dinge ihr eigen nennen, wurden in den Gesprächen ausnahmslos andere Objekte genannt, denen eine ganz besondere emotionale Bedeutung anhaftet. Durch die in ihnen konservierten, in vielerlei Hinsicht authentischeren Eindrücke und Erfahrungen scheinen diese Mitbringsel tatsächlich auf eindringlichere, nachhaltigere Weise die Erinnerung an Erlebtes und an Stimmungen zu vermitteln als sogenannte Massen- oder Billigware. Festzuhalten ist aber auch, dass die allermeisten Dinge durch ihren Anblick im Vergleich zu selbst aufgenommenen Fotografien deutlich weniger Erinnerung auslösen - sowohl in puncto Häufigkeit als auch bezüglich der Qualität und Intensität. Die Freude über das simple Vorhandensein der außergewöhnlichen Gegenstände überwiegt oft gegenüber der Funktion als Souvenir.

10.2. Dekoration

Der Begriff „Souvenir“ ist häufig untrennbar mit der öffentlichen Zurschaustellung der entsprechenden Objekte im privaten Bereich verknüpft. So spricht etwa Köstlin in diesem Zusammenhang von „biographischen Arrangements“, die „nicht nur fürs Gedächtnis“²⁷⁷ gedacht sind. In diese Richtung zielend kann auch Habermas interpretiert werden, der darauf hinweist, dass es v.a. die nicht im Alltag benutzten Gegenstände sind, die durch ihre rein dekorative Funktion Erinnerungen evozieren können, während Gebrauchsobjekte nur selten ungeteilte Aufmerksamkeit auf sich ziehen.²⁷⁸ Auch in Tipps zur Weiterverarbeitung von Urlaubsmitbringseeln, wie sie unter anderem alljährlich in diversesten Magazinen oder auf (Ratgeber-)Seiten im Internet zu finden sind, wird von der geplanten Präsentation der Objekte ausgegangen.

Aufgrund der Aussagen der Gesprächspartnerinnen lässt sich vermuten, dass jene Dinge, die einen besonderen Platz zugewiesen bekommen bzw. in deren Präsentation Energie gesteckt wird, wie dies etwa bei auf Collagenrahmen geklebten Schneckenhäusern der Fall ist, tatsächlich länger bewusst wahrgenommen werden. Vor allem jene Frauen, die ihre im Wohnbereich verteilten Mitbringsel eigenen Angaben zufolge niemals dezimieren, sondern ihre (sichtbare) Sammlung kontinuierlich erweitern, gaben an, dass plötzlich nicht mehr vorhandene Stücke schmerzlich fehlen würden.

Es liegt auf der Hand, dass dekorative Objekte im weitesten Sinn, also alles, was sichtbar „herumliegt“ bzw. aufgehängt wurde, in der ersten Zeit nach dem zugehörigen Urlaub verstärkt auffallen. In weiterer Folge gehören viele Dinge jedoch früher oder später so sehr zum Alltagsbild, dass sie irgendwann schlichtweg „nicht mehr gesehen werden“ – sie werden in das

²⁷⁷ Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.397

²⁷⁸ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.286f.

Selbstverständliche integriert. So antwortete eine Befragte auf die Frage, ob sie einen seit vielen Jahren neben dem Essplatz hängenden Messingteller aus Tunesien eigentlich noch wahrnehme: „Wenn Sie mich so fragen ... eigentlich nicht. Aber einmal im Jahr wird er poliert und sonst halt abgestaubt.“²⁷⁹ Erinnerung stiften diese Objekte dann nur mehr mit bewusster Anstrengung seitens der betrachtenden Person.

Allgemein kann festgehalten werden, dass in erster Linie größere, extravagante Anschaffungen nachhaltiger eine besondere dekorative Rolle im Umfeld der Befragten einnehmen als kleine Ziergegenstände, es sei denn, letztere stehen für subjektiv sehr wichtige, spezielle Erfahrungen – oder aber sie werden umfunktioniert. So wie nicht oder nicht mehr verwendete Dinge mitunter zum reinen Ziergegenstand verkommen, können an sich zur Dekoration gedachte Objekte zum Gebrauchsgegenstand mutieren, wie das in einem Gespräch demonstrierte Beispiel einer männlichen griechischen Statue belegt, die heute als Schmuckständer genutzt wird.²⁸⁰

10.3. Verwendung

Mit Urlaubsmitbringseln werden in der Regel keine Gebrauchsgegenstände im eigentlichen Sinne assoziiert. Dennoch fallen einige der in den Gesprächen thematisierten Objekte (auch) in diese Funktionskategorie. Ein Merkmal der meisten hier zugehörigen Dinge ist, dass ihnen ihre Herkunft und somit ihr Status als Mitbringsel nicht anzusehen ist. Dennoch schwingen bei an sich rein zur Verwendung gedachten Gegenständen im Kontext dieser Untersuchung natürlich immer andere Funktionsaspekte – v.a. das Wecken von Erinnerungen – mit. Eine ausschließlich praktische Nutzung ist zumindest in der ersten Zeit nach der entsprechenden Reise ausgeschlossen.

Auch wenn es sich streng genommen nicht um „Dinge“ handelt, sind hier an erster Stelle Lebensmittel zu nennen - fast alle befragten Frauen nehmen sich die eine oder andere kulinarische Spezialität aus dem jeweiligen Urlaubsland mit. Die besondere Rolle dieser Lebensmittel erklärt Köstlin mit deren Bedeutung für das Selbstbild: „Wo Identität durch Differenz, Individualität als Unterscheidbarkeit erklärt werden, haben die Zugänglichkeit wie die Exklusivität von Nahrungsmitteln und Eßverhalten einen hohen dramaturgischen Wert.“²⁸¹ Während – wie bereits beschrieben - einige Gesprächspartnerinnen beim Verzehr mitgebrachter Speisen oder bei einem Glas Wein aus dem Urlaubsland versuchen, eine besondere Stimmung wieder aufleben zu lassen, sprich diese Lebensmittel tatsächlich verwenden, sind anderen diese Lebensmittel derart „heilig“, dass sie im schlimmsten Fall solange nicht angerührt werden, bis das Ablaufdatum überschritten wurde. Aber nicht nur importierte, sondern auch zu Hause erstandene, eigentlich alltägliche Nahrungsmittel können durch die Erfahrungen auf früheren Reisen einen speziellen „Beigeschmack“ erhalten. Köstlins

²⁷⁹ Frau B., Interview vom 29. April 2002

²⁸⁰ vgl. Frau H., Interview vom 23. April 2002

²⁸¹ Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. S.221

Feststellung, dass sich kulinarische Vorlieben nicht zuletzt aus Urlaubserfahrungen speisen²⁸², belegt unter anderem das Beispiel jener Frau, die Oliven bis zu ihrem ersten Griechenlandurlaub nicht ausstehen konnte.²⁸³

Was das Tragen von mitgebrachter Kleidung aus dem Urlaubsland betrifft, so ist auffallend, dass jene Stücke, die eher landestypisch sind (wie ein Kaftan oder eine folkloristisch bestickte Bluse), bei den Befragten später fast ausnahmslos keine Verwendung finden, obwohl dies ursprünglich durchaus geplant war. Grund dafür ist in der Regel die Erkenntnis, dass der im Urlaub ansprechende Stil im heimischen Alltag schlicht und ergreifend als unpassend erlebt wird und der Erwerb unter Umständen sogar als Fehlkauf betrachtet wird. Allenfalls bewusst für bestimmte Zwecke ausgesuchte Accessoires - wie ein Stetson für Countryfestivals - werden mit Stolz getragen. Mitgebrachter Alltagskleidung hingegen, die sich von hierzulande Erhältlichem für Uneingeweihte höchstens durch die Marke unterscheidet, der die spezielle Herkunft also im Normalfall nicht anzusehen ist, haftet für die betreffenden Frauen durchaus etwas Besonderes an: „Es gibt Tage, da stammt jedes Kleidungsstück an mir woanders her.“²⁸⁴ Beim Anziehen flackert hier auch noch lange nach dem Urlaub kurz die Erinnerung an die jeweilige Kaufsituation oder ein anderes damit verknüpftes Detail auf. Allenfalls vorhandene auf den Urlaubsort verweisenden Aufdrucken versehene T-Shirts schließlich sind meist fixer Teil der Freizeitgarderobe.

Im Alltag häufig verwendet wird von den Gesprächspartnerinnen das Geschirr, in erster Linie Tassen und Gläser, das auf Reisen erstanden oder auch „mitgenommen“ wurde. Den meisten scheint die jeweilige Herkunft bei der Verwendung zumindest gelegentlich durchaus bewusst zu sein, obwohl diesen Dingen äußerlich oft nichts Landestypisches anzusehen ist. Zu jedem geklauten Aschenbecher oder Besteck aus dem Flugzeug gehört genauso eine Geschichte wie zu einem in einer kleinen Töpferei gekauften Krug – der Touch des Besonderen bleibt trotz Gebrauch zumindest latent erhalten.

Mit guten Vorsätzen vor Ort gekauft werden von einigen Bücher, in erster Linie Reiseführer, Bildbände und Rezeptsammlungen, de facto bleibt deren Nutzung aber eher die Ausnahme – sei es, weil die Muße zum Lesen fehlt, weil eigene Fotos letztlich aufgrund deren höherer Authentizität lieber angesehen werden, oder aber weil im Alltag eben doch eher die heimische Küche bevorzugt wird. Auch mitgenommene Hygieneartikel wie kleine Seifen aus Beherbergungsbetrieben, die auf der Reise nicht gebraucht wurden, werden zu Hause kaum verwendet – andernfalls droht die Gefahr, dass durch das Öffnen der ortsspezifischen Packung die Herkunft und somit die Erinnerung an ein spezielles Ereignis förmlich weggespült werden würde. Einige Reisende kennen bekanntlich auch das Phänomen des kurz vor der Heimreise auftretenden Platzmangels, weshalb letztlich auch Gepäcksstücke zum praktischen Mitbringsel werden können.

²⁸² vgl. ebda., S.227

²⁸³ vgl. Frau K., Interview vom 22. September 2002

²⁸⁴ Frau N., Interview vom 7. Mai 2002

10.4. Soziale Funktion

Urlaubsmitbringeln wird häufig eine soziale Funktion zugeschrieben, da ihre Betrachtung bzw. die Auseinandersetzung mit ihnen Anlass zum Erzählen einer Geschichte geben kann. Mancherorts wird dies sogar als eine ihrer hauptsächlichen Legitimationen angeführt. Abgesehen von sich ergebenden Gesprächen unter Mitreisenden, die dadurch Erinnerungen auffrischen, erfüllen diese Objekte auch in einem weiteren Rahmen eine als wesentlich erachtete Rolle: Ist ihre Herkunft ersichtlich, scheinen Fragen von Außenstehenden vorprogrammiert und willkommen. So wird für Bendix ein Objekt erst durch die dazugehörigen Erläuterungen wahrhaft authentisch²⁸⁵, Köstlin spricht allgemeiner von der Herstellung „biographischer Arrangements [...] auch zum Vorzeigen“²⁸⁶. Er beobachtet auch, dass die Kommunikation, die sich anhand eines Objekts entspinnt, wichtiger zu sein scheint als die Erinnerung für sich allein, dass die „Belege für [das] gelebte[s] Leben“²⁸⁷ erst durch Erzählungen ihre volle Bedeutung entfalten können. Besonders für begleitende Erläuterungen prädestiniert sind laut Habermas persönliche, individuelle Objekte, die eine starke symbolische Bedeutung aufweisen, da das Wissen um die dazugehörige Geschichte Nichtinvolvierten erst ein Verständnis ermöglicht.²⁸⁸ Diese Form der Selbstdarstellung führt möglicherweise auch zu einer Reflexion und dient damit der Selbstkommunikation.²⁸⁹

Pazzini vermutet eine befreiende Wirkung von Gesprächen über die Herkunft von Reisemitbringeln: Die Frage, woher ein Objekt stamme, „würde vernetzen, erlösen, [!] von der Borniertheit des einen Ortes, wo man sich [...] aufhalten muß“²⁹⁰, da dadurch die Gewissheit, dass man schon woanders gewesen ist, wiederhergestellt werde (Stichwort „Beleg“). Sieht man den Dingen ihren besonderen Status nicht an, bedarf es demgegenüber einer eigeninitiativen Erklärung seitens der Reisenden, die nach einem verstärkten „begleitenden Engagement des Hörers“²⁹¹ verlangt, um das Erzählen zu einem befriedigenden Erlebnis werden zu lassen.

Dass Erinnerungsgegenstände – dem Namen entsprechend – zwar generell etwas Erinnerungswertes beinhalten, dies aber nicht immer erzählenswert ist, spiegelt sich in den Aussagen der meisten Befragten wieder, die sich in erster Linie selbst erinnern wollen. Der Großteil der mitgebrachten Objekte – die ohnehin vorrangig für den Eigengebrauch ausgewählt werden – wird offenbar anderen nicht gezeigt bzw. nur Personen, deren vorhandenes Interesse bekannt ist. In den für diese Untersuchung geführten Gesprächen wurde in diesem Zusammenhang von einzelnen Frauen die Enttäuschung verbalisiert, die sich bei mangelndem Verständnis oder Begeisterungsvermögen anderer einstellt.

²⁸⁵ vgl. Bendix, Regina: a.a.O., S.75f.

²⁸⁶ Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.397

²⁸⁷ ebda., S.399

²⁸⁸ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S. 421f.

²⁸⁹ vgl. ebda., S.425f.

²⁹⁰ Pazzini, Karl-Josef: a.a.O., S.59

²⁹¹ Michel, Gabriele (1985): zit. nach Götz, Irene: a.a.O., S.281

Ausschlaggebend für das Erzählen von Urlaubserinnerungen sind Mitbringsel also – zumindest bei den Befragten – vergleichsweise wenig. Viel eher ergibt sich der Austausch mit anderen in Gesprächen, wenn bestimmte Stichworte fallen und natürlich bei eingeforderten Berichterstattungen kurz nach der Rückkehr von einer Reise. An Gegenständlichem sind es neben stolz speziellen Gästen servierten exotischen Lebensmitteln v.a. Bilder, die mit anderen geteilt werden – selbst dies wird jedoch nur von einigen wenigen Befragten praktiziert, wie in Folge noch beschrieben wird.

Da Objekte bei den Gesprächspartnerinnen also generell eine untergeordnete Rolle als Anlassgeber für soziale Interaktion spielen, ist auch das potenziell mit ihnen verknüpfte soziale Prestige wenig relevant. Die im Lebensbereich öffentlich, für andere sichtbar ausgestellten Mitbringsel sind laut Auskunftgeberinnen – glaubhaft – nicht dazu da, den eigenen Status Außenstehenden gegenüber zu erhöhen. Zwar freuen sich naturgemäß alle, wenn sich andere von sich aus nach bestimmten Objekten erkundigen, aufdrängen will sich aber keine der Befragten.

10.5. Urlaubsbilder als Erinnerungsträger

Ursprünglich sollte im Rahmen der vorliegenden Untersuchung die (potenzielle) Erinnerungsfunktion von ausschließlich gegenständlichen Mitbringseln analysiert werden. Da sich jedoch in den Interviews bzw. bei deren nachfolgender Analyse in diesem Zusammenhang die im Vergleich zu diversen Objekten überragende Bedeutung von Fotografien herauskristallisierte, erscheint es angebracht, ihre spezielle, auch von den Kulturwissenschaften erkannte Rolle gesondert zu betrachten.

10.5.1. Bilder als Erinnerungsträger: Theorie

Urlaube zählen aufgrund ihrer Gegensätzlichkeit zum Alltag zu den speziellen, „bildwürdigen“²⁹² Abschnitten im Leben - dementsprechend gerne erinnert man sich an diese als wohltuend anders empfundenen Zeiten, wofür Bilder besonders hilfreich sind. Schon im Jahre 1906 stellte Volkmann allgemein fest, dass „die Erinnerung daheim [...] durch die Photographie wirkungsvoll unterstützt“ wird und somit ein „bleibender Rapport“²⁹³ zwischen dem Abgebildeten und den Ablichtenden entsteht. Heute ist das Fotografieren im Urlaub mehr oder weniger zur Selbstverständlichkeit geworden. Neben diversen Mitbringseln sind es diese Aufnahmen, die als „einzig bleibende Erinnerungen“²⁹⁴ beziehungsweise, genauer, die als einzig greifbare Erinnerungsträger mit festem Bezug zu einer Reise erhalten bleiben. Wenn Reisende ohne herzeigbare Bilder zurückkehren, wird dies als dementsprechend ungewöhnlich, manchmal gar als „unsozial“²⁹⁵ empfunden. Aber auch für die Reisenden selbst hat ein Urlaub, so keine Fotos

²⁹² Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.405

²⁹³ Volkmann, Ludwig (1906): zit. nach ebda., S.407f.

²⁹⁴ vgl. Krippendorf, Jost: a.a.O., S.125

²⁹⁵ Bair, Susanne: Knipser im Internet – Urlaubsfotografien auf Web-Seiten.

davon existieren, scheinbar nicht wirklich stattgefunden: „Die Photographie ist zum integralen Bestandteil der Ereignisse selbst geworden.“²⁹⁶ Köstlin verweist auf die These, dass in der heutigen bilderfixierten Welt „auch die Erinnerungskultur kaum noch ohne sie auskommen kann“²⁹⁷, im privaten Bereich seien wir mehr oder weniger „Historiker unserer selbst geworden“²⁹⁸.

Fotografien haftet zwar generell der Status des Objektiven an, tatsächlich handelt es sich aber um keine neutralen Objekte.²⁹⁹ Allein die Auswahl der Motive – „wo photographiert wird, ist es schön“³⁰⁰ – und somit auch jener Eindrücke, die *nicht* festgehalten werden, stellt bereits ein Selektionskriterium dar. Aber auch die Art, wie etwas ins Bild gerückt wird, ist subjektiv geprägt – Bilder können lügen.³⁰¹ Schnappschüsse gelten dementsprechend als authentischer als mit dem Wissen um die Kamera inszenierte Motive, da erstere eine Situation unverfälscht abbilden.

Die wohl zentrale Funktion von Fotografien, nämlich Erinnerung zu ermöglichen, ist ihrer Eigenschaft, konkrete Situationen zu fixieren, diese vom Raum-Zeitkontinuum zu lösen³⁰², zuzuschreiben. Sontag merkt ergänzend zur Motivwahl an, dass das Fotografieren nicht zuletzt bei ungewöhnlichen Erlebnissen oder Beobachtungen – wie eben im Urlaub – eine Rolle spielt, wo es mitunter auch aus Selbstschutz betrieben wird.³⁰³ Weiters kann auf diese Weise eine neue Erfahrung zu einem späteren Zeitpunkt reflektiert werden.

Um Erinnerungen heraufbeschwören zu können, ist die Authentizität – hier in einem allgemeineren Sinn – des auf Urlaubsfotos Abgebildeten wichtig: Selbst erlebte Situationen, selbst ins gewünschte Licht gerückte Motive vermögen – v.a. bei längerem Betrachten – vielfältige Erinnerungen aufflackern zu lassen. „Die Vergangenheit scheint so, dank des Realitätsbezugs der Lichtbilder, unmittelbar gegenwärtig zu werden.“³⁰⁴ Deneke bezeichnet Fotos entsprechend als „zur Veranschaulichung von Situationen und Ereignissen der Vergangenheit [...] vorzügliche Quelle, die sich in unterschiedlichen Zusammenhängen, auf unterschiedlichen Ebenen in fester oder lockerer Verflechtung mit den Texten, die sie erläutern sollen, einsetzen läßt“³⁰⁵, wobei dieser wechselnde Bezugsrahmen klarerweise auch ohne allfällige schriftliche Erläuterungen vorhanden ist.

²⁹⁶ Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.399

²⁹⁷ ebda., S.397

²⁹⁸ ebda., S.399

²⁹⁹ vgl. Hugger, Paul: a.a.O., S.241

³⁰⁰ Sontag, Susan: zit. nach Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.403

³⁰¹ vgl. ebda., S.408

³⁰² vgl. Bair, Susanne: Knipser im Internet – Urlaubsfotografien auf Web-Seiten.

³⁰³ vgl. Armanski, Gerhard: a.a.O., S.116

³⁰⁴ Deneke, Bernward: Erinnerungen und Wirklichkeit – Zur Funktion der Fotografie im Alltag. O.S.

³⁰⁵ ebda.

10.5.2. Nutzung von Urlaubsbildern als Erinnerungsträger

Die in der herangezogenen Literatur attestierte herausragende subjektive Bedeutung der eigenen Urlaubsfotos bestätigte sich in den Interviews, wobei auch von den Befragten selbst immer wieder die von den meisten anderen Objekten nicht zu übertreffende absolute Authentizität der Bilder unterstrichen wurde.

Die Ansprüche an das, was festgehalten werden soll und wird, divergieren naturgemäß, im Wesentlichen werden jedoch – abgesehen von Landschaftsaufnahmen und Sehenswürdigkeiten - bewusst Eindrücke verewigt, die (so) nicht im Reiseführer zu sehen sind. Festgehalten werden v.a. Alltagsszenen, sowohl des eigenen als auch des bei anderen bzw. Einheimischen im Urlaubsland erlebten, gespickt mit Detailaufnahmen von als typisch für das Urlaubsziel sowie für die eigene Reise Empfundenes. Manche legen zusätzlich besonderes Augenmerk auf Kuriositäten, auf Ungewöhnliches oder gar Hässliches, andere denken bereits beim Fotografieren bewusst an später und versuchen, die ihnen speziell wichtigen Situationen und Anblicke genau so abzubilden, wie sie sie in Erinnerung behalten wollen.

Die mit großer Spannung erwarteten Abzüge der Bilder dienen quasi als Verlängerung der Reise, sie werden dementsprechend im Anschluss an den Urlaub von den meisten Befragten häufiger angesehen. Hier ist die zeitliche und emotionale Nähe zum konkret Abgebildeten – und somit Erlebten - noch vorhanden und die Erinnerung daran einfach abzurufen. Angesprochen wurde in diesem Zusammenhang von einigen Befragten der Lustfaktor beim Ansehen bzw. bei der fallweisen Aufbereitung der Bilder, wobei das Anlegen von Alben, Mappen, Kalendern oder Collagen weniger zu Repräsentationszwecken als vielmehr für die Reisenden selbst geschieht: Anderen, die im jeweiligen Urlaub nicht dabei waren, werden die Fotos anscheinend verhältnismäßig selten gezeigt.

Wie sieht jedoch der Umgang mit respektive die Nutzung von älteren Bildern ab jenem Zeitpunkt aus, an dem neue Eindrücke von einer späteren Reise als Fotoabzüge bzw. entwickelte Dias vorhanden sind? Beim Ansehen letzterer handelt es sich aufgrund des größeren technischen Aufwandes um einen bewussteren Akt, der laut Schwarz eher im großen Kreis getätigt wird, während etwa Fotoalben meist alleine durchgeblättert werden.³⁰⁶ Die Befragten gaben allerdings an, ihre Dias, an denen im Vergleich zu Fotos speziell ihre durch die Größe erzielte stärkere „Wirkung“ geschätzt wird, durchaus auch alleine anzusehen – v.a. im Winter, wo nicht nur die abendlichen Lichtverhältnisse günstiger sind, sondern es auch „notwendiger“³⁰⁷ sein kann, Urlaubsgefühle wieder aufleben zu lassen. Hie und da dienen Diaabende darüber hinaus als Kontrastprogramm zu einem ansonsten drohenden langweiligen Fernsehabend oder als Ablenkung bei Krankheit. (Anm.: Es ist anzunehmen, dass das Vorhandensein von Dias in dieser Befragtengruppe überdurchschnittlich ist.)

³⁰⁶ vgl. Schwarz, Uli: a.a.O., S.96

³⁰⁷ Frau H., Interview vom 23. April 2002

Es wäre generell zu vermuten, dass Fotos öfter angesehen werden als Dias, da hier nicht zuerst eine Leinwand aufgestellt werden muss und somit spontaner gehandelt werden kann. Die meisten Befragten, auch jene, die keine Dias anfertigen, gaben jedoch an, ihre Fotos nur selten hervorzuholen. Spitzings Vermutung, dass das vergleichsweise seltene Betrachten mit dem Verlust der entsprechenden Gefühlskomponente zu tun hat, die den Erinnerungswert schmälert³⁰⁸, widersprechen einige Aussagen der Befragten insofern, als für sie wirklich prägnante Begebenheiten immer wieder auf's Neue lebendig werden und kaum verblassen. Gründe für die nur raren Gelegenheiten zum Ansehen der Bilder sind eher durch den Alltagsstress bedingte mangelnde Muße, teils aber auch der bereits an anderer Stelle besprochene Umstand, dass die Fotos nicht geordnet aufbewahrt werden und somit nicht gezielt anschaubar sind – umso größer die Überraschung und Freude, wenn bei der Suche nach etwas gänzlich anderem zufällig ältere Entwicklungstaschen zutage gefördert werden. Inmitten der Alltagswidrigkeiten sind die gelegentlichen Auszeiten, die sich die Gesprächspartnerinnen beim Ansehen ihrer Fotos gönnen, trotz ihrer Seltenheit Momente von immens hoher Wichtigkeit. Die Bilder evozieren aufgrund ihrer uneingeschränkten Authentizität wie kaum ein Objekt Erinnerungen aller Art und damit einhergehend die nötige Gewissheit, dass es auch andere, bessere Zeiten gibt.

Beim schnellen Durchblättern der Aufnahmen kommen naheliegenderweise in erster Linie Erinnerungen an die konkret abgebildete Situation auf, wie die folgenden Beispiele verdeutlichen. So ist etwa für eine Befragte ein stimmungsvolles Bild des Grand Canyon untrennbar mit dessen Entstehungsgeschichte verknüpft, die ein sehr frühes Aufstehen und eine lange Anreise beinhaltet.³⁰⁹ Eine andere Gesprächspartnerin verbindet ein Foto von einer nahenden Regenfront mit vielfältigen Eindrücken eines stürmischen Tages an der dänischen Küste: „Da ist alles drin: das Meer, das Rauschen, die Wellen, der Geruch von Salzwasser, der Fotoapparat, wo das ganze Salz drangeklebt ist, wo ich mir denk: Scheiße, jetzt geht das Ding kaputt, die Kälte, der Wind, die Farben, alles.“³¹⁰ In dieser Aussage schwingt bereits mit, was auch andere Befragte zum Ausdruck brachten: „Damals habe ich alle Sinne eingesetzt beim Fotografieren, und genau das kommt wieder.“³¹¹ Manchmal gibt es sogar ein Bild, das symbolhaft für einen ganzen Urlaub steht: „Dieses Foto könnte auch in Wien-Simmering aufgenommen worden sein, aber das war unsere Terrasse auf Gran Canaria. Der Urlaub war eigentlich eine Katastrophe, aber in der Erinnerung überwiegen die schönen Momente.“³¹² Bei einem längerem Betrachten einzelner Aufnahmen – vorzugsweise bei von subjektiven Traumzielen stammenden - schweifen die Gedanken schließlich auch zu im Gedächtnis verankerten Eindrücken, die *nicht* auf den Bildern zu sehen sind: „Bei einem Foto verweile ich [im Gegensatz zu einem Video, Anm.], da kann ich viel mehr abrufen, wie es war.“³¹³ Auf diese

³⁰⁸ vgl. Bair, Susanne: KnipserUmfrage + AnalyseExtras. InternetResümee.

³⁰⁹ vgl. Frau B., Interview vom 29. April 2002

³¹⁰ Frau K., Interview vom 22. September 2002

³¹¹ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

³¹² Frau S., Interview vom 14. April 2002

³¹³ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

Weise können vielschichtige Erinnerungen besonders gut heraufbeschwört und entsprechend intensiv gepflegt werden.

Bilder sind für die Befragten also meist ungleich emotionaler besetzt als Dinge. Mit an vorderster Stelle stehen hier die Freude über das Erlebte - „du siehst Bilder, da *warst* du einfach“³¹⁴ – und das Auskosten der Tatsache, ganz persönliche Erinnerungen zu haben, die andere nicht teilen. Oft schwingt ein Hauch von Melancholie oder gar Wehmut mit, die Sehnsucht etwas ähnlich Besonderes wieder zu erleben. Aufnahmen von Orten, an denen man sich rundum wohl gefühlt hat, wo man dem im Alltag so vernachlässigten Ich nahe gewesen ist, lösen Fernweh und v.a. den Wunsch nach Wiederholung oder auch Vorfreude auf die nächsten Urlaubsziele aus: „Das sind dann die Momente, wo ich mir denke, dass es eben wieder Zeit wird.“³¹⁵ Ein wesentlicher Begleiteffekt des Betrachtens von Urlaubsbildern ist also die von ihnen gebotene Möglichkeit, dem mitunter als auslaugend empfundenen Jetzt zu entfliehen bzw. aus den in ihnen gespeicherten Erfahrungen Kraft zu schöpfen: Manche Befragte „beamen“³¹⁶ sich regelrecht an einen verheißungsvollen Ort und zehren anschließend wieder eine Zeit lang davon.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Fotos gerade vor dem Hintergrund, dass Erlebtes im zeitlichen Verlauf von Neuem überlagert wird, für die Befragten in wesentlich höherem Maße als Erinnerungsträger geeignet sind respektive als solche geschätzt und genutzt werden als mitgebrachte Objekte - und dies durchaus über viele Jahre hinweg. Aufnahmen von *highlights* verblassen kaum - sie sind „das erste und wichtigste Erinnerungsstück“³¹⁷.

10.5.3. Soziale Funktion von Urlaubsbildern

Obwohl heute vermutlich der überwiegende Teil der Reisenden über eigene Urlaubsbilder verfügt, hat das Herzeigen derselben mitunter einen schalen Beigeschmack: „Souvenir snapshots are an effective sleeping pill“³¹⁸ heißt es etwa auf einer Internetseite für profihafes Fotografieren. Für in die Hintergründe Nichteingeweihte können sich so beispielsweise Dia-Abende sehr mühsam gestalten, da der unmittelbare Bezug zum Gesehenen nicht vorhanden ist und die Vorführenden sich die Erinnerungen in diesem Fall mehr oder weniger selbst erzählen.³¹⁹ Hugger bezeichnet das (aufgezwungene) Ansehen von fremden Urlaubsfotos gar als „Alpdruck für den Gast“ bzw. als reine „Pflichtlektüre“³²⁰ – ein Umstand, auf den auch Habermas verweist.³²¹ Schwarz spricht im Zusammenhang mit der durch Fotos initiierten Kommunikation vom „Schrecken derer, die sich die Bilder ansehen müssen“³²².

³¹⁴ Frau B., Interview vom 29. April 2002

³¹⁵ Frau P., Interview vom 30. April 2002

³¹⁶ Frau M., Interview vom 1. Mai 2002

³¹⁷ Frau F., Interview vom 23. April 2002

³¹⁸ o.A.: <<http://www.photographytips.com/page.cfm/206>>

³¹⁹ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.295f.

³²⁰ Hugger, Paul: a.a.O., S.242

³²¹ vgl. Habermas, Tillmann: a.a.O., S.295f.

³²² Schwarz, Uli: a.a.O., S.93

Den meisten der Befragten ist offenbar bewusst, dass ihre Fotos – oder zumindest ein Großteil davon - für Nichtinvolvierte wenig(er) aussagekräftig sind, sie zeigen ihre Bilder nur Personen, deren Interesse von vornherein bekannt ist. Nur zwei von ihnen gaben demgegenüber an, ihre bildhaften Erinnerungsstücke häufiger und von sich aus zu zeigen, v.a. Arbeitskolleginnen bzw. (neuen) Bekannten - auch auf die Gefahr hin, Unverständnis im weitesten Sinn zu ernten. Letztlich werden die mit den Bildern untrennbar verknüpften Erinnerungen aber meist als derart persönlich empfunden, dass die entsprechenden Geschichten und Anekdoten nicht zwingend mit anderen geteilt werden müssen.

11. Massensouvenirs

Wie zuvor eingehend besprochen erfüllen neben den in dieser Hinsicht vorrangigen und unübertreffbaren eigenen Fotografien auch – wenngleich kaum in dieser Intensität und Dichte - von einer Reise mitgebrachte Objekte ihre Rolle als Anlassgeber zu geistigen Ausflügen in die Vergangenheit. Dennoch sind spontane Assoziationen zum Stichwort „Souvenir“, was ja im Grunde nichts anderes bedeutet als „Erinnerungsträger“, erstaunlich oft negativ gefärbt. Das Gros der Befragten – inklusive jener, die im Zuge der Vorerhebung kontaktiert, letztendlich aber nicht für diese Studie ausgewählt wurden – gab zu verstehen, dass mit dem Begriff „Souvenir“ v.a. billige Massenware verbunden wird, kaum aber, unabhängig von deren Herkunft, die eigenen Mitbringsel. In den schließlich durchgeführten Interviews zeigte sich zusätzlich, eher überraschend, dass bei *allen* Befragten als Souvenirs angebotene Objekte im jeweiligen Bestand an MitbringseIn sogar deutlich unterrepräsentiert sind.

Auch wenn die Befragtengruppe mit 9 Interviewten relativ klein ist und ergo trotz breiterer Streuung hinsichtlich Alter etc. repräsentative Aussagen nicht möglich sind: Die Ablehnung von „Souvenirs“ scheint doch weiter verbreitet zu sein, als die Lektüre manchen Artikels zum Thema vermuten ließe. Abschließend soll also versucht werden, die Ursachen für das schlechte Image von Souvenirs zu ergründen und v.a. eine Erklärung für die beobachtete Ambivalenz der Befragten in diesem Zusammenhang zu finden. (Anm.: Unter „Souvenirs“ sind in Folge als solche angebotene Objekte zu verstehen.)

11.1. Eigenschaften von Massensouvenirs

Das Phänomen Massensouvenir respektive die massenhafte Herstellung von (potenziellen) Erinnerungsstücken ist kein Produkt der heutigen Zeit: Die Anfertigung von Reproduktionen in hoher Stückzahl geht bis in das alte Ägypten bzw. in die Antike zurück, wo die große Nachfrage nach Reliquien u.ä. „auf natürlichem Wege“ nicht zu befriedigen gewesen wäre³²³. Das enorme Angebot an „Andenken“ an einen Ort fand jedoch zweifellos im Zuge der Entstehung des boomenden Massentourismus zu einer nach wie vor aktuellen Blüte, ihr (Ver)Kauf ist „integraler Bestandteil der Touristikindustrie“³²⁴.

Korrespondierend mit der eingangs erwähnten zumindest tendenziellen Ablehnung von Souvenirs durch die Befragten lassen sich auch bei manchen AutorInnen entsprechende Formulierungen finden. So setzt Grabmeier den Begriff „Souvenir“ mit „Massensouvenirs“ und Kitsch gleich³²⁵, während Schwärzler sie als „Schund“ oder gar „Paria unter den Gegenständen“ bezeichnet, die „ständig moralisierenden und geschmäckerischen Urteilen ausgesetzt [sind] und gegen Qualitätsprodukte und Hochkultur-Objekte abgewertet“³²⁶ werden. Gordon zieht eine

³²³ vgl. Giersch, Ulrich in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. S.142 (Glossar)

³²⁴ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.50

³²⁵ vgl. Grabmeier, Sigrid: Zur Bedeutung von Bierkrug und Kuckucksuhr als deutsche Souvenirs. S.29

³²⁶ Schwärzler, Monika in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. S.148 (Glossar)

Trennlinie zwischen „Souvenirs“ (die sich durch kommerzielle Fertigung und allgemeine Lesbarkeit auszeichnen) und „Mementos“, die als Einzelstücke gefunden wurden und für das Subjekt (offenbar im Gegensatz zu „Souvenirs“, Anm.) höchste Bedeutung haben.³²⁷

Typischen Souvenirs gemeinsam ist in der Regel deren Machart und Erscheinungsform. Weit verbreitet ist die wie auch immer geartete Darstellung von örtlichen Sehenswürdigkeiten, die in einem „künstlich arrangierten Sightseeing-Parcours“³²⁸ präsentiert werden, wobei „das Repertoire der Geschmacksartikelhersteller keine Grenzen [kennt]“³²⁹. Beliebte sind u.a. Miniaturausgaben von „Kunstwerken im praktischen Bonsai-Format“³³⁰, wobei sich die zugehörige Industrie der Erkenntnis „small is beautiful“ bedient.³³¹ Das Vorhandensein dieser „Mini-Denkmäler“³³² scheint das Original bzw. dessen ohnehin überragende Bedeutung dabei noch zusätzlich zu unterstreichen.³³³ Das Paradebeispiel schlechthin für die Vermarktung von berühmten Bauwerken scheint der Pariser Eiffelturm zu sein: Sowohl in diversen recherchierten Artikeln³³⁴ als auch spontan in einigen Interviews wurde er als (abschreckendes) Beispiel, teils sogar als Synonym für die „arts of the fourth world“³³⁵, für „Touristenkunst“³³⁶ genannt.

Auch an die jeweilige „Volkskultur“ angelehnte Objekte werden heute vielerorts als landestypisch feilgeboten: „Through the development of tourism in a destination, culture is usually being transformed to a product as an element of the overall tourist supply.“³³⁷ Die Lesbarkeit dieser Dinge, also die Zuordenbarkeit zum Herkunftsort durch Außenstehende, ist bei diesen für den praktischen Gebrauch meist ungeeigneten Folkloreprodukten, die mehr oder weniger ernsthaft mit dem Image eines Landes spielen, unerlässlich: Sie sollen nicht nur dekorativ sein, sondern auch Repräsentationszwecken genügen. Rätz und Puczkó skizzieren, weshalb gerade *folk art objects* so erfolgreich sind: „These objects can perfectly fulfil the basic requirements concerning souvenirs: they are relatively inexpensive, easy to take home and typical to the visited area, so can act as reminders and proofs of the trip.“³³⁸ Krippendorf verweist allgemein darauf, dass Produkte mit einer *unique selling proposition* aufgrund ihrer Unverwechselbarkeit zu den erfolgreichsten zählen.³³⁹ Dass dererlei Objekte, wie etwa aus dem Folklorebereich, mitunter „nur“ dem (vermeintlichen) Geschmack der TouristInnen entsprechen, ist ein weiteres Merkmal der Souvenirs. Sie werden speziell, gewissermaßen symbolhaft für diese produziert und auch als Zeichen konsumiert.³⁴⁰

³²⁷ vgl. Boym, Constantin in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. S.149 (Glossar)

³²⁸ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.49

³²⁹ Ludewig, Ulli: a.a.O., S.7

³³⁰ Bien, Helmut M.: a.a.O., S.11

³³¹ vgl. Rath, Claus-Dieter in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): a.a.O., S.140 (Glossar)

³³² Schwarz, Uli: a.a.O., S.96

³³³ vgl. Zendron, Rainer in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): a.a.O., S.141 (Glossar)

³³⁴ vgl. etwa Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst.

³³⁵ Graburn, Nelson (1976): zit. nach Bendix, Regina: a.a.O., S.75

³³⁶ Bendix, Regina: a.a.O., S.75

³³⁷ Rätz, Tamara und László Puczkó: Folklore Art as Cultural Attraction in Hungarian Tourism.

³³⁸ ebda.

³³⁹ vgl. Krippendorf, Jost: a.a.O., S.196

³⁴⁰ vgl. Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.42

Trotz so mancher „*hand made*-Garantie“ teilt ein Großteil der erhältlichen Souvenirs den Herstellungsprozess, der als „anonym“³⁴¹ und „lieblos“³⁴² beschrieben wird: „You can get camels from the Middle East, sombreros from Mexico, and elephants from Thailand. The one thing they have in common is that they're all made in China.“³⁴³ Daraus ergibt sich das Massenprodukt anlastbare Fehlen einer besonderen Aura³⁴⁴, die spezielle Erinnerungsträger aber oft erst ausmacht, wie in 10. *Funktionen von MitbringseIn* dargelegt wurde.

Dennoch findet Massenware unzweifelhaft ihre Zielgruppe, wenngleich diese weniger homogen ist als es den Anschein haben könnte. Es handelt sich bei den KäuferInnen dieser Produkte nicht ausschließlich um gelegentlich als gänzlich unreflektiert abgekanzelte TouristInnen, sondern durchaus auch um touristische Fassaden hinterfragende Reisende, die hier gewissermaßen ihrem Spieltrieb nachgehen und sich über erstandene Kuriositäten freuen. Boym stellt dazu fest, dass viele dieser Objekte als albern und dementsprechend nicht ernstzunehmend empfunden werden und bezeichnet die Verbindung zwischen Mensch und (gekauftem) Souvenir als „Haß-Liebe-Beziehung“³⁴⁵. Da sie jedoch dem „Bedürfnis nach Erinnerungszeichen“³⁴⁶ auf geradezu offensive Weise entgegenkommen, greift ein Teil des Publikums dankbar zu. Ergänzend verweist Gyr auf den Wunsch vieler Reisenden nach Trophäen, Souvenirs bzw. MitbringseIn im Allgemeinen haftet auch eine „kolonisatorische Komponente“ an.³⁴⁷

Massensouvenirs, die getrost als eine „fast unvermeidliche Folge“³⁴⁸ des Tourismus bezeichnet werden können, bieten also – wie alle anderen MitbringseIn auch – in vielerlei Hinsicht Projektionsflächen und stellen „Knotenpunkte von Erinnerungsfeldern, Fiktionen und Fokusse des Begehrens“³⁴⁹ dar:

„Das Souvenir repräsentiert komplexe Zusammenhänge zwischen Stereotypen, kollektivem Begehren, Erinnerungsmustern, Erlebnismöglichkeiten, d. h. es vermittelt selbst einen Querschnitt kultureller Muster und stellt eine nicht nur geografische sondern v.a. psychische Topografie dar, die alle Systeme und Ordnungen der Gesellschaft quert.“³⁵⁰

³⁴¹ Boym, Constantin in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): a.a.O., S.150 (Glossar)

³⁴² Köstlin, Konrad: Reisefieber – Massentourismus. S.16

³⁴³ o.A.: <<http://shopping.guardian.co.uk/travel/story/>>

³⁴⁴ vgl. Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.396

³⁴⁵ Boym, Constantin in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): a.a.O., S.149 (Glossar)

³⁴⁶ Schwarz, Uli: a.a.O., S.96

³⁴⁷ vgl. Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.50

³⁴⁸ Grabmeier, Sigrid: a.a.O., S.29

³⁴⁹ Braun, Reinhard: Inter – Randzonen kultureller Topografien.

³⁵⁰ ebda.

11.2. Funktionen von Massensouvenirs

Massenware zeichnet sich äußerlich oft durch das Einfache, auf das (vermeintlich) Wesentliche reduziert aus, klischeehaft dargestellt werden in erster Linie Bauwerke und andere landestypische Motive, die auch in vielen Reiseführern als „sehenswert“ gelistet werden. Schon die Urlaubsvorbereitung bzw. das auf anderen Wegen vorab erlangte Wissen über eine Destination – Köstlin spricht von „routinierter Informiertheit“³⁵¹, die das Fremde als solches kaum mehr erkennen lässt - hat eine mehr oder weniger bewusste Erwartungshaltung zur Folge, die die Wahrnehmung der tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort trüben können: „Unsere Augen sehen wie die Kameras, die ihre Bilder längst vor der Abfahrt aufgenommen haben“³⁵², stellt Köstlin fest. Da man bereits im Vorhinein weiß, was man zu sehen bekommen wird, somit einer „normierten Wahrnehmung“³⁵³ erliegt, liegt der Fokus der Aufmerksamkeit am Urlaubsort auf eben jenen schon vertrauten Ansichten, was die Gefahr birgt, wirklich Neues schlichtweg zu übersehen. Das Angebot an Massensouvenirs tut hier sein Übriges, das „bekannte“ Bild zu verstärken.

Neben den massenhaft gefertigten Mitbringseeln selbst stehen auch deren KäuferInnen immer wieder in der Kritik. Gyr sieht im Massentouristen den „modernen Sündenbock par excellence“, der auf die „Rolle eines stark außergeleiteten, letztlich erlebnisunfähigen Konfektionskonsumenten“³⁵⁴ festgelegt ist. Ähnlich formulieren es Köstlin, der vom „bösen Massentourismus“, dem „nur verabscheuungswürdige Attribute“³⁵⁵ attestiert würden, spricht, und Roser: „Bilder von Lawinen und Heuschreckenschwärmen drängen sich auf.“³⁵⁶ Angelastet wird den nur „schnell das Nötige, Beweisende“³⁵⁷ kaufenden TouristInnen in erster Linie ihre Unfähigkeit, Authentisches und somit wahrhaft Erstehenswertes zu erkennen, sie werden auf eine Rolle als „ohnmächtige Konsumenten“³⁵⁸ reduziert und zum „Feindbild des wahren Weges zum Verständnis kultureller Authentizität stilisiert“³⁵⁹ – Bendix merkt hierzu kritisch an, dass der „scheinbar unechte Folklorismus“ in seinem umfangreichen sozialen Kontext ebenfalls ein untersuchenswertes, bislang aber vernachlässigtes Feld darstellt³⁶⁰. Tatsächlich gibt es aber auch Reisende, die durchaus den Blick hinter die touristische Fassade suchen, wenngleich auch dort künstliche Inszenierungen bereits auf dem Vormarsch sind.³⁶¹ Krippendorf verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass das Einlassen auf erkannte Klischees seinen ganz eigenen Reiz hat.³⁶²

³⁵¹ Köstlin, Konrad: Das Fremde im eigenen Land. S.53

³⁵² Köstlin, Konrad: Reisefieber – Massentourismus. S.9

³⁵³ Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.42

³⁵⁴ ebda., S.41

³⁵⁵ Köstlin, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. S.21

³⁵⁶ Roser, Sebastian: Alternatives Reisen – Alternativen zum Reisen – Alternativen im Reisen. S.226

³⁵⁷ Armanski, Gerhard: a.a.O., S.121

³⁵⁸ Greverus, Ina-Maria: Kultur und Alltagswelt. S.190

³⁵⁹ Bendix, Regina: a.a.O., S.62

³⁶⁰ vgl. ebda., S.69

³⁶¹ vgl. dazu auch ebda., S.72f.

³⁶² vgl. Krippendorf, Jost: a.a.O., S.57

Das Bedürfnis nach Echtem scheint jedoch letztendlich – wie auch den Aussagen der Befragten zu entnehmen ist - zu essenziell zu sein, um von Massenware allein befriedigt werden zu können: Ihnen fehlt meist der zutiefst persönliche Zugang, die spezielle Erstehungsgeschichte und die daraus erst erwachsende Aura. Es sind daher v.a. die uneingeschränkt *selbstbestimmt* als Mitbringsel auserkorenen Objekte, allen voran Fotografien, die zum tauglichen Erinnerungsträger werden.³⁶³

Doch selbst für jene Reisenden, die massenhaft gefertigte Souvenirs wenig bis gar nicht (mehr) ansprechend finden, nehmen diese Dinge einen besonderen Status ein – der Verzicht auf einen Kauf ermöglicht die teils bewusst, teils unbewusst ersehnte Abgrenzung von anderen. Massenware widerspricht dem Wunsch nach Ureigenem. Gerade Urlaubszeiten, in denen das Ich idealerweise im Vordergrund steht und man sich der eigenen, „wahren“ Identität versichern kann, verlangen nach zutiefst authentischen Symbolen – nicht nur für die erlebte Zeit, sondern auch für das erlebte Ich.

Luckmann erklärt die Notwendigkeit der Selbstvergewisserung mit der heutzutage vielerorts gegebenen Anonymität, etwa im Berufsleben, wo lediglich Rollen eingenommen und gespielt werden: „Ein sozial weitgehend anonymes Ich muß [...] Identität im Subjektiven suchen.“³⁶⁴ Dies kann oft nur im privaten Bereich – und nicht zuletzt im Urlaub - passieren, wo die „widersprüchlichen Momente der Selbst- und Weltauffassung“³⁶⁵ als Brüche deutlich zu Tage treten. Auch im kulturellen Pluralismus steckt eine potenzielle Ursache für das Bedürfnis nach sich selbst, hier muss die eigene Identität immer wieder durch die „Neugestaltung oder Wiederbelebung von Eigenart“³⁶⁶ bestätigt werden. Gleichzeitig strebt das Individuum nach Kontinuität im eigenen Selbstverständnis, in der eigenen Biographie, nach „Erhalt des Gleichen im Wandel“³⁶⁷. Mit hohem subjektiven Wert aufgeladene Gegenstände vermögen hierbei unterstützend zu wirken, wobei ihre Bedeutung analog zur jeweils aktuellen Sicht der Wirklichkeit bzw. der „(Erinnerungs-) Enklave“³⁶⁸ veränderlich ist.

Kern der Suche nach bzw. der immer wiederkehrenden Bestätigung der eigenen Identität ist das Bedürfnis, sich von anderen zu unterscheiden. In der heutigen Zeit der weit verbreiteten anonymen „Rollenspiele“ ist der Wunsch nach „Einmaligkeit, Originalität, Authentizität, Unverwechselbarkeit und Autonomie“³⁶⁹ dementsprechend groß. Da der Mensch sich v.a. im sozialen Kontext, in „wechselseitiger „Spiegelung““³⁷⁰ mit anderen erfährt, muss er sich zur Selbstvergewisserung von diesen zumindest symbolisch abgrenzen³⁷¹.

³⁶³ vgl. dazu auch Habermas, Tillmann: a.a.O., S.292

³⁶⁴ Luckmann, Thomas: Persönliche Identität, soziale Rolle und Rollendistanz. S.306

³⁶⁵ ebda., S.308

³⁶⁶ Greverus, Ina-Maria: a.a.O., S.278

³⁶⁷ Habermas, Tillmann: a.a.O., S.23

³⁶⁸ Luckmann, Thomas: a.a.O., S.311

³⁶⁹ Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.395

³⁷⁰ Luckmann, Thomas: a.a.O., S.299

³⁷¹ vgl. Köstlin, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. S.17

Ein bewusst als solcher wahrgenommener Anlass dazu ergibt sich auf Reisen, wenn die eigenen Bestrebungen sich vom Verhalten anderer unterscheiden. Jene, die sich nicht nur in der mancherorts anzutreffenden Masse treiben lassen wollen, setzen gezielt (vermeintlich) individuelle Akzente – dass sie damit letztendlich wieder einer großen Gruppe, nämlich jener der Individualtouristen angehören³⁷², ist dabei völlig nebenrangig. Wesentlich ist vielmehr die als gelungen empfundene Abgrenzung zur Bestätigung des Eigenen: „Sowohl der elitär-reaktionäre Tourist wie der aufgeklärt-sanft-alternative brauchen den Massentouristen als Fremden, als Anderen, um sich selbst ausreichend konturieren zu können.“³⁷³ Gyr bringt auf den Punkt, was auch in den Befragungen immer wieder zum Ausdruck gebracht wurde: „Touristen sind immer die anderen“³⁷⁴.

Was für die Identitätsarbeit allgemein gilt, nämlich die Unumgänglichkeit, sich aus dem breiten Angebot der Massenkultur etwas Individuelles zu erschaffen³⁷⁵, gilt im Detail natürlich für Mitbringsel. Etwas Eigenes zu finden, das der hohen Anforderung nach Individualität und Unverwechselbarkeit genügt, gerät angesichts der Massenware in Souvenirläden zur Herausforderung. Die Objekt gewordenen Klischees dienen daher vielen lediglich als Veranschaulichung eines (zu) trivialen Gegenentwurfs, vor dem die zur Mitnahme ausgewählten Gegenstände an Prägnanz und Kontur gewinnen.³⁷⁶ Vor diesem Hintergrund erklärt sich die Vorliebe der meisten Befragten für Fundstücke aus der Natur näher: Zwar kann auch das Sammeln von Steinen angesichts der Vielzahl von Menschen, die genau dasselbe tun, nicht wirklich als individuell bezeichnet werden, Kiesel, Muscheln und Schneckenhäuser kommen jedoch dem Bedürfnis nach authentischen Mitbringseln entgegen. Das schließlich gewählte Objekt ist hier auf jeden Fall ein Einzelstück, und nur man selbst hat die mit seiner Entdeckung verbundene Erfahrung gemacht.

Eine in den für die vorliegende Untersuchung recherchierten Artikeln immer wieder zugeschriebene Eigenschaft des „Strandguts der Reisen“³⁷⁷, wie Köstlin die diversen Mitbringsel titulierte, ist demgegenüber - trotz aller mehr oder weniger ausgeprägter Individualität - deren Lesbarkeit auch für Außenstehende. Dabei wird der repräsentative Charakter der Objekte betont, bei dessen Fehlen teilweise gar deren Legitimation als Beleg respektive Erinnerungsstück angezweifelt³⁷⁸. Dieser Vermutung steht allerdings das in den Interviews wiederholt geäußerte Hauptmotiv bei der Auswahl der Dinge gegenüber – die tatsächliche Individualität der Objekte ist den Befragten bedeutend wichtiger als deren Zuordenbarkeit zum Urlaubsort durch Dritte.

³⁷² vgl. dazu auch Roser, Sebastian: a.a.O., S.227

³⁷³ Köstlin, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. S.17

³⁷⁴ Gyr, Ueli: Nicht immer lustig. S.293, aber auch Krippendorf, Jost: a.a.O., S.95

³⁷⁵ vgl. Köstlin, Konrad: Alltagskultur. S.15

³⁷⁶ vgl. Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? S.396

³⁷⁷ Köstlin, Konrad: Reisefieber – Massentourismus. S.15

³⁷⁸ vgl. ebda., S.15

Im Grunde dreht sich also bei Mitbringsele alle um deren Authentizität. Die zur Identitätsvergewisserung unabdingbare Abgrenzung von anderen bzw. von offensichtlich Massenhaftem erfolgt nicht zuletzt durch die Auswahl von Dingen, in denen sich die eigenen Ansprüche, das eigene Selbstbild, aber auch Wunschbilder und Ideale spiegeln. Die enorme Bedeutung authentischer Objekte für das Individuum fasst Bendix treffend zusammen:

„Authentizität ist im Grunde eine Art des Erfahrens, Erlebens oder Seins, der man einen hohen spirituellen Wert zuspricht. Es fällt uns Menschen jedoch schwer, etwas rein Mentales als Wert zu erfassen, und wir suchen deshalb nach Symbolen oder Verdinglichungen für das Authentische.“³⁷⁹

Doch trotz aller mehr oder wenig bewussten Ablehnung finden (Massen-)Souvenirs ihre KäuferInnen und werden, so Schwärzler, teils „auf unverdiente Weise geliebt“³⁸⁰. Auch wenn es aufgrund ihrer spezifischen Herkunft schwieriger zu sein scheint, sie mit einer authentischen Geschichte, mit großer persönlicher Bedeutung aufzuladen, korrespondieren sie dennoch mit einem Aspekt des Ich, der sie als ansprechend wahrnimmt. Dazu kommt, wie etwa Köstlin feststellt, dass diese Dinge in der neuen Umgebung als (dann) besondere Einzelstücke durchaus als Beleg oder Repräsentationsobjekt zu glänzen vermögen.³⁸¹

11.3. Einstellung der Befragten zu Massensouvenirs

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass Massensouvenirs bei den Befragten im Vergleich zu sonstigen Mitbringsele deutlich in der Minderzahl sind. Diese während der Interviews doch eher überraschend gewonnene Erkenntnis beruht auf dem Faktum, dass bei der Auswahl der Gesprächspartnerinnen davon ausgegangen wurde, eher eine ausreichende Quote an „Alternativmitbringsele“ erfüllen zu müssen, da das Vorhandensein von Stücken aus dem Massensektor als ohnehin gegeben angesehen wurde. Darüber hinaus stellte sich heraus, dass nicht nur letztere, sondern sogar die Bezeichnung „Souvenir“ selbst für die meisten Befragten einen negativen Beigeschmack aufweist, der für den eigenen Bestand an Mitbringsele nicht oder nur selten verwendet wird.

Ein möglicher Grund für die teils sehr strikte Ablehnung von Massenware könnte der Bildungsgrad der Befragten sein. Gyrs Aussage, wonach dieser bei „durchschnittlichen Massentouristen“ zu einem Erkennen und in Folge zum Konsum von „ausgewählten Sehenswürdigkeiten als Symbole“³⁸² führt, könnte dementsprechend interpretiert und auf die Auswahl der Mitbringsel übertragen werden. Tatsächlich ist der Bildungsgrad der Befragten in Summe höher, als es einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung entsprechen würde, typische „Massentouristinnen“ sind in der Stichprobe kaum vertreten. (Allerdings muss erwähnt werden, dass *alle* Befragten Erfahrung mit klassischen Urlaubsreisen (Camping am Mittelmeer,

³⁷⁹ Bendix, Regina: a.a.O., S.59

³⁸⁰ Schwärzler, Monika in Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. S.148 (Glossar)

³⁸¹ vgl. Köstlin, Konrad: Reisefieber – Massentourismus. S.16

³⁸² Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. S.46

Last-Minute-Reisen o.ä.) haben.) Sofern es im Rahmen des mit 9 Befragten doch kleinen Samples legitim ist, kann eine Gyr bestätigende Tendenz vermutet werden. Aus Sicht der Befragten selbst – und aufgrund der eingehenden Analyse der Gespräche – sind die Hauptmotive bei der Auswahl der Mitbringsel jedoch bei *allen* vorrangig auf anderer Ebene zu finden.

Warum Massensouvenirs vergleichsweise unbeliebt sind, hat also mehrere Gründe (vgl. dazu 8. *Auswahlmotive bei UrlaubsmitbringseIn*): Einerseits ist manchen Befragten eine bewusste Abgrenzung von anderen, als unreflektiert empfundenen „Touristen“ wichtig, was sich in der Art und Herkunft der ausgesuchten Mitbringsel widerspiegelt – sie bauen mehr Bezug zu Objekten auf, die *nicht* einem vorselektierten, klischeehaft aufbereiteten Angebot entstammen. Bei anderen wiederum setzt sich die oft nur im Urlaub mögliche Lockerheit durch. Hier sind der mit dem Gustieren und einem allfälligen Kauf verbundene Spaßfaktor und die damit verbundene Selbstironie, das augenzwinkernde „Nicht-Erkennen“ von offensichtlichen Klischees oder auch die Freude über „lustigen Mist“³⁸³, über „schräge“, mitunter sogar brauchbare Kuriositäten wesentlich: „Das ist furchtbar kitschig, das ist so kitschig, dass es schon wieder super ist, aber er [der Aschenbecher, Anm.] hat ja auch eine Funktion. Kitsch mit Funktion - warum nicht?“³⁸⁴

Das Hauptmotiv bei der Entscheidungsfindung zugunsten der letztlich ausgewählten Mitbringsel ist jedoch die oft geradezu als zwingend vorausgesetzte Authentizität der Objekte. Dabei ist wie bereits ausgeführt weniger die Machart der Dinge ausschlaggebend, sondern das mögliche Aufbauen eines tiefergehenden persönlichen Bezugs zu ihnen. Die entsprechenden Mitbringsel werden meist gezielt abseits des üblichen touristischen Angebots gesucht oder dort auch zufällig gefunden, bestimmt von der Sehnsucht nach Ursprünglichem bzw. Unverfälschtem, nach echten Erfahrungen. Eher abgelehnt werden von den Befragten wohlmeinende Tipps aus Reiseführern, in denen ortstypische, „authentische“ Mitbringsel sprich „Mitnehmenswertes“ aufgelistet wird – wobei sich auch dort zunehmend Warnhinweise mehren, nicht auf gefälschte Billigware hereinzufallen. Eine Befragte machte interessanterweise die Erfahrung, dass auch Zollbeamte bei der Wiedereinreise nach Österreich ausschließlich nach klischeehaft anmutenden Objekten fragen und erstaunt reagieren, wenn vom gängigen Muster abweichende Dinge zu Tage kommen.

Dass Massenware Authentizität vermissen lässt, kann von der Tatsache abgeleitet werden, dass trotz wiederholtem Nachfragen in den Interviews nur am Rande entsprechende Gegenstände erwähnt wurden. Die meisten vorhandenen Dinge dieser Art nehmen im Gegensatz zu manch anderem Objekt einen wesentlich weniger bedeutenden Platz im Sammelsurium der jeweiligen Mitbringsel ein. Sie stammen größtenteils von länger zurückliegenden Urlauben und erfüllen keinen offensichtlichen Zweck (mehr) - außer allenfalls jenem als Staubfänger, wie vereinzelt angemerkt wurde. Begründet wurde dies von den

³⁸³ Frau H., Interview vom 23. April 2002

³⁸⁴ Frau K., Interview vom 22. September 2002

Befragten mit dem fehlenden besonderen Bezug, wogegen anderen, „individuelleren“ Objekten durchaus auch langfristig ein hoher Stellenwert zugesprochen wird.

Es kann also festgehalten werden, dass die Art und Weise, wie man in den Besitz eines Objekts kommt, ausschlaggebend für dessen spätere Bedeutung ist. Zu Dingen, die man im Rahmen eines (subjektiv) authentischen, emotionsgeladenen und in diesem Sinne auch identitätsproduktiven Erlebnisses erstanden oder gefunden hat, wird ein intensiverer Bezug aufgebaut als dies bei Massenware in einem Souvenirgeschäft der Fall sein kann. Somit bestätigt sich auch die Annahme, dass „willkürlich“, auf alternativem Wege zum Mitbringsel auserkorene Objekte viel eher an persönlichem Wert behalten und ihre Rolle als (potenzielle) Erinnerungsträger besser und nachhaltiger erfüllen können als Massensouvenirs.

12. Zusammenfassung der Ergebnisse

Das Reisen, das Urlaubmachen ist – in welcher Ausprägung auch immer - in unserer Gesellschaft für viele ein fixer Bestandteil des Lebens. Es lockt mit bzw. bietet eine ersehnte Auszeit vom Alltag, es dient der Regeneration und gleicht idealerweise während des Jahres angestaute Defizite aus. Das damit einhergehende, ebenfalls weit verbreitete Mitnehmen von Objekten vom Urlaubsort liegt in erster Linie im Bedürfnis begründet, die Urlaubserlebnisse samt zugehöriger emotionaler Zustände zu konservieren: Die Erfahrungen sollen dingfest gemacht werden. Obwohl der Begriff „Souvenir“, das gängige Synonym für Urlaubsmitbringsel, genau dies zu erfüllen verspricht, zielen spontane Assoziationen zum Stichwort nicht selten ausschließlich auf minderwertige, unauthentische Massenware bzw. auf Kitsch ab. Tatsächlich kann jedoch von der ortstypischen Keramik über Steine, Kleidung und Gebrauchsgegenstände bis hin zum Eisdeckel nahezu alles zum Mitbringsel werden. In der vorliegenden Arbeit sollte untersucht werden, welche Arten von Mitbringenseln sich besonders dazu eignen, als Erinnerungsträger zu fungieren, wobei angenommen wurde, dass dies eher bei Dingen der Fall ist, die *nicht* in Souvenirgeschäften erhältlich sind. Als primäre Quelle dienten qualitative Interviews, deren Auswertung in Folge fachspezifischer Literatur zum Thema gegenübergestellt wurde.

Eine der wesentlichsten Erkenntnisse der Analyse der Gespräche ist, dass Mitbringsel zwar generell als notwendig erachtet werden, um etwas Beleghaftes für das Erlebte in der Hand zu haben, im Vergleich zu selbst aufgenommenen Bildern sind sie jedoch eher verzichtbar. Lässt man die Urlaubsfotografien, die nur aufgrund der herausragenden subjektiven Relevanz für die Befragten näher behandelt wurden, beiseite, bestätigt sich im Wesentlichen die Vermutung, dass an alternativen Orten gekaufte oder gesammelte Dinge höheren und v.a. bleibenderen Wert aufweisen. Hauptgrund dafür ist deren absolute Authentizität. Zwar ist eine Auswahlentscheidung zugunsten des einen oder anderen Objekts immer auch von diversen Vorlieben bzw. teils auch pragmatischen Gründen geprägt, die mit den Dingen verknüpften Erfahrungen sind hier aber unmittelbarer als bei in *gift shops* erstandenen Gegenständen. Authentizität bedeutet für die Befragten in diesem Zusammenhang meist weniger, dass die einzelnen Objekte direkt am Urlaubsort bzw. im Urlaubsland hergestellt worden sein müssen – auch wenn nicht zuletzt bei natürlichen Fundstücken die spezifische Herkunft eine gewisse Rolle spielt. Deutlich wichtiger bei der Auswahl ist offenbar die beim Entdecken der Dinge vorherrschende Stimmung, sei es die spezielle Atmosphäre im Rahmen einer außergewöhnlichen Kaufsituation, das kontemplative Genießen der selbstbestimmten Freizeit (-Einteilung) oder das im Urlaub mögliche Ausleben von Persönlichkeitsanteilen, die im Alltag oft zu kurz kommen. Es sind die mit ungewöhnlichen Erlebnissen verbundenen Dinge, die im zeitlichen Verlauf im Gegensatz zum fixen, „gebrauchsfertigen“ Angebot aus Souvenirläden auf die eigene Vergangenheit verweisen und in diesem Sinne die eigene Identität bestätigen: Diese Objekte korrespondieren mit dem jeweils aktuellen Selbstbild, sie spiegeln (erfüllte) Wünsche und Ideale wider und stehen somit mehr für die Person selbst als den Herkunftsort.

Neben der Beleghaftigkeit erfüllen Mitbringsel teils auch praktische Zwecke, viele Objekte haben darüber hinaus dekorativen Charakter. Die entsprechenden Dinge fügen sich im eigenen Heim in ein oft über den gesamten Wohnraum verstreutes Sammelsurium an Verweisstücken und werden somit zu einem lebendigen Teil desselben. Die in sich abgeschlossene Verwahrung an nur einem oder wenigen repräsentativen Ort(en) bleibt demgegenüber zumindest bei den Befragten die Ausnahme. Nicht immer sind allerdings Gegenstände, deren Existenz als notwendig erachtet wird, sichtbar ausgestellt. Manchmal reicht das Wissen um das bloße Vorhandensein einzelner Stücke und somit deren Aufbewahrung in Säcken oder Kisten. Selbiges scheint auch für die eigenen Urlaubsbilder zu gelten: Bei weitem nicht alle machen sich die (lustvolle) Mühe, diese dauerhaft aus den Entwicklungstaschen zu befreien.

Die zentrale Frage nach der Erinnerungsfunktion von Urlaubsmitsbringeln ergab, dass diese, auch wenn die meisten Befragten sie in Ablehnung der häufig unter diesem Begriff subsummierten Massenware nicht als Souvenirs bezeichnen, in der Regel genau das sind, nämlich Erinnerungsträger. Obwohl etlichen der in den Interviews besprochenen Objekte entgegen einer verbreiteten Eigenschaftszuschreibung deren spezielle Herkunft nicht angesehen wird, weil sie eben nicht aus Souvenirläden stammen und daher in Ermangelung des Typischen für Außenstehende ohne nähere Erläuterung nicht les- bzw. deutbar sind, wissen die jeweiligen BesitzerInnen meist auch nach längerer Zeit noch ganz genau, woher diese stammen. Die Annahme, dass ein kurzer Blick genügt, um vergangene Situationen aufleben zu lassen, trifft jedoch v.a. bei älteren Objekten, die völlig in die alltägliche Umgebung integriert wurden sprich dauerhaft präsent sind, kaum zu: Es sind eher die verborgenen, verstaut aufbewahrten Dinge, die durch ihr unvermutetes Auftauchen auch viele Jahre später spontane Erinnerung evozieren. Gespräche, Sinneseindrücke wie Gerüche oder eine bestimmte Wetterlage lösen laut den Befragten tiefergehende Erinnerungen aus als Gegenstände, bei denen am ehesten der Moment des Kaufs bzw. Findens aufflackert. Meist erst bei eingehenderer Beschäftigung mit einem Objekt kommen nicht unmittelbar mit diesem assoziierte Situationen und Stimmungen aufs Neue zutage, wobei Erinnerungen immer von der jeweils aktuellen (Lebens-)Perspektive geprägt werden. Besonders tief im Gedächtnis verankert sind neben speziellen Orten zwischenmenschliche Kontakte, ungewöhnliche, sich vom Alltag unterscheidende Erfahrungen sowie Begebenheiten, die emotional berührt haben. Das Freisein von Zwängen und v.a. das Gefühl gelöster Entspanntheit, das später in Stresssituationen bewusst immer wieder heraufbeschworen wird, hinterlassen ebenfalls bleibenden Eindruck. Im Gegensatz zu Objekten, bei denen es dazu teils etwas größerer Anstrengung bedarf, erwiesen sich bildhafte Zeugnisse als Erinnerungsträger konkurrenzlos: Sie führen ohne weiteres Zutun einst Gesehenes und Erlebtes im wahrsten Sinne vor Augen. Dennoch lässt sich festhalten, dass Objekte durchaus als Erinnerungsträger fungieren, den (teils ungeliebten) Namen „Souvenir“ also zu Recht tragen – wenn auch nicht im erwarteten Ausmaß.

Da zwar alle Befragten das eine oder andere dem Massensegment zuordenbare Objekt besitzen, diese aber letzten Endes mengenmäßig überraschend deutlich in der Minderzahl waren und in den Interviews auch kaum thematisiert wurden, lässt sich ableiten, dass

zumindest bei den Gesprächspartnerinnen Massensouvenirs tatsächlich weniger als Erinnerungsträger taugen als „Zufallsfunde“ im weitesten Sinn. Massenhaft produzierte Objekte dienen hier teils durch deren Verweigerung als Abgrenzungsmöglichkeit anderen Reisenden gegenüber, man will sich im Gegensatz zu diesen nicht mit Klischees zufrieden geben und kreativer handeln, einige sehen in ihnen aber auch schlicht lustige Dinge, die, so sie als ausreichend originell befunden werden, vorrangig aus diesem Grund mitgenommen werden. Als Erinnerungsträger fungieren diese Gegenstände allerdings aufgrund ihrer mangelnden Authentizität weniger: Die Art und Weise, wie man zu einem Objekt kommt, ist wie angeführt eines der ausschlaggebendsten Kriterien für die spätere Bedeutung desselben – der Kauf in einem Souvenirgeschäft reicht an die anderswo möglichen Erlebnisse nicht heran.

Ungeachtet dieser sicherlich über das Sample hinaus Gültigkeit besitzenden Erkenntnisse muss eingeschränkt werden, dass trotz breiterer Streuung hinsichtlich Alter, präferierter Reiseziele etc. unter anderem der Bildungsgrad der Befragtengruppe überdurchschnittlich hoch ist. Trotz der geringen Fallzahl lässt sich eine entsprechende Tendenz pro bzw. contra Massensouvenirs respektive deren unterschiedliche subjektive Wertigkeit (Beleg versus Spaßobjekt) erahnen. Die Zusammensetzung der Befragtengruppe erklärt wohl auch die im Vergleich zur herangezogenen Literatur teils konträren Ergebnisse der Untersuchung – die mancherorts pauschal als unreflektiert und anspruchslos geschilderten „Touristen“ waren hier kaum vertreten. Allerdings stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, weshalb Reisende, auf die diese Beschreibung nicht zutrifft, dort so wenig Beachtung finden.

Ausblick

Die vorgestellten Erkenntnisse machen neugierig: Es wäre außerordentlich spannend, die Untersuchung im erweiterten Rahmen sprich mit einer größeren Stichprobe zu wiederholen. Dies würde nicht nur repräsentativere Aussagen über den Umgang mit Urlaubsmitbringseln zulassen, sondern auch entsprechende Vergleiche zwischen den Geschlechtern ermöglichen. Hier sind mit Sicherheit wesentliche Unterschiede gegeben, wie sich nicht zuletzt aus den Aussagen einiger Interviewpartnerinnen, die angaben, auch für die Auswahl der Mitbringsel ihrer offenbar genügsameren männlichen Reisebegleitungen (mit)verantwortlich zu sein, ableiten lässt. Von Interesse wäre weiters eine Betrachtung der Ergebnisse nach den verschiedenen Reise(ziel)präferenzen (etwa Pauschal-/Strand-UrlauberInnen vs. Individualreisende), auch hier dürften die Antworten teils deutlich differieren. Interessant wäre nicht zuletzt eine Untersuchung zum potenziell veränderten Umgang mit den eigenen Urlaubsbildern in Zeiten der Digitalfotografie.

Quellenverzeichnis

Interview mit Frau S.
durchgeführt am 14. April 2002 in Wien

Interview mit Frau F.
durchgeführt am 23. April 2002 in Wien

Interview mit Frau H.
durchgeführt am 23. April 2002 in Wien

Interview mit Frau B.
durchgeführt am 29. April 2002 in Oberalm

Interview mit Frau P.
durchgeführt am 30. April 2002 in Golling a.d. Salzach

Interview mit Frau M.
durchgeführt am 1. Mai 2002 in Salzburg

Interview mit Frau N.
durchgeführt am 7. Mai 2002 in Wien

Interview mit Frau R.
durchgeführt am 11. September 2002 in Wien

Interview mit Frau K.
durchgeführt am 22. September 2002 in Wien

Literaturverzeichnis

I. Methoden

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin 1993⁷.

Mayring, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim 1999⁴.

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim 2000⁷.

II. Literatur zum Thema

Armanski, Gerhard: Die kostbarsten Tage des Jahres. Tourismus - Ursachen, Formen, Folgen. Bielefeld 1986³.

Bair, Susanne: KnipserUmfrage + AnalyseExtras. InternetResümee. Was sind Knipser? Voraussetzungen Funktion (Diplomarbeit, Merz-Akademie Stuttgart, WS 1998/99). <http://www.merz-akademie.de/diplome/susanne.bair/K_3_1_1.html> (14.04.2003)

Bair, Susanne: Knipser im Internet – Urlaubsfotografien auf Web-Seiten (Diplomarbeit, Merz-Akademie Stuttgart, WS 1998/99). <www.merz-akademie.de/diplome/susanne.bair/Knipser_dos> 14.04.2003

Becker, Franziska: Dinge als heimliche Erinnerungsträger. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.295-303

Bendix, Regina: Zur Problematik des Echtheitserlebnisses in Tourismus und Tourismustheorie. In: Pöttler, Burkhard: Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Neue Serie Bd. 12). Wien 1994. S.57-83

Bien, Helmut M.: Musealisierung der Alltagskultur. Strategien des Kulturmarketing. In: Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. Der Museumshop als Wunderkammer. Theoretische Objekte, Fakes und Souvenirs (=Werkbund-Archiv Bd. 26). Frankfurt am Main 1997. S.9-15

Braun, Reinhard: Inter – Randzonen kultureller Topografien. In: „Inter_“, Werkstatt Graz, Graz 1993. <<http://braun.mur.at/texte/inter/0693.shtml>> (06.07.2003)

Deneke, Bernward: Erinnerungen und Wirklichkeit – Zur Funktion der Fotografie im Alltag. In: Köstlin, Konrad und Hermann Bausinger (Hrsg.): Umgang mit Sachen. Zur Kulturgeschichte des Dinggebrauchs. 23. Deutscher Volkskunde-Kongreß in Regensburg vom 6.-11. Oktober 1981 (= Regensburger Schriften zur Volkskunde, Bd.1). Regensburg 1983. O.S.

Dragstra, Rolf: Vom Erd- zum Schneeball. In: Ludewig, Ulli: Die Schneekugel. Das vollklimatisierte Reiseandenken. Marburg 1983. S.25-36

Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. Der Museumshop als Wunderkammer. Theoretische Objekte, Fakes und Souvenirs (=Werkbund-Archiv Bd. 26). Frankfurt am Main 1997.

Franklin, Adrian and Mike Crang: The trouble with tourism and travel theory? London, Thousand Oaks und New Delhi 2001.

<<http://www.sagepub.co.uk/journals/details/issue/sample/a019893.pdf>> (06.07.2003)

Friedl, Ellen: Essen auf Reisen. In: Berwing, Margit und Konrad Köstlin (Hrsg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg. Regensburg 1984. S.172-178

Garatwa, Wolfgang und Claudia Schlager: Mitbringsel im Lebensmuseum. In: Bausinger, Hermann u.a. (Hrsg.): Ums Leben sammeln. Ein Projekt. Tübingen 1994. S.121-134

Götz, Irene: „Vergiß nicht ... sei fleißig, Du weißt ... werde ein Mann!“ Zur Instrumentalisierung von Erinnerungen in der brieflichen Alltagskommunikation. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.271-284

Grabmeier, Sigrid: Zur Bedeutung von Bierkrug und Kuckucksuhr als deutsche Souvenirs. In: Volkskunde in Rheinland-Pfalz (= Informationen der Gesellschaft für Volkskunde in Rheinland-Pfalz e.V., 5. Jg., Heft 1). O.O. 1990. S.28-43.

Greverus, Ina-Maria: Kultur und Alltagswelt. Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie (= Notizen - die Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main, Band 26). Frankfurt am Main 1987.

Gyr, Ueli: Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In: Pöttler, Burkhard: Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Neue Serie Bd. 12). Wien 1994. S.41-56

Gyr, Ueli: Nicht immer lustig. Elemente und Strukturen in Touristenwitzen. In: Brunold-Bigler, Ursula und Hermann Bausinger (Hrsg.): Hören Sagen Lesen Lernen. Bausteine zu einer Geschichte der kommunikativen Kultur. Festschrift für Rudolf Schenda zum 65. Geburtstag. Bern 1995. S.293-307

Habermas, Tillmann: Geliebte Objekte. Symbole und Instrumente der Identitätsbildung (= suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1414). Frankfurt am Main 1999.

Hugger, Paul: Die Bedeutung der Photographie als Dokument des privaten Erinnerns. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.235-242

Korff, Gottfried: Bemerkungen zur öffentlichen Erinnerungskultur. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.163-176

Köstlin, Konrad: Reisefieber - Massentourismus. In: Berwing, Margit und Konrad Köstlin (Hrsg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg. Regensburg 1984. S.9-16

Köstlin, Konrad: Das Fremde im eigenen Land. Anmerkungen zur Alltäglichkeit des Fremden. In: Bräunlein, Peter u.a. (Red.): Zur Relevanz des Fremden (= kea. Zeitschrift für Kulturwissenschaften, Bd.1). Nürnberg 1990. S.43-59

Köstlin, Konrad: Reisen, regionale Kultur und die Moderne. Wie die Menschen modern wurden, das Reisen lernten und dabei die Region entdeckten. In: Pöttler, Burkhard: Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg (= Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, Neue Serie Bd. 12). Wien 1994. S.11-24

Köstlin, Konrad: Die Sammlervitrinen und das Lebensmuseum. In: Pöttler, Burkhard, Helmut Eberhart und Elisabeth Katschnig-Fasch (Hrsg.): Innovation und Wandel. Festschrift für Oskar Moser zum 80. Geburtstag. Graz 1994. S.199-210

Köstlin, Konrad: Souvenirs im Lebensmuseum. In: Köstlin, Konrad (Projektleitung): Ums Leben sammeln. Ein Projekt. Tübingen 1994. S.186-203

Köstlin, Konrad: Das fremde Essen – das Fremde essen. Anmerkungen zur Rede von der Einverleibung des Fremden. In: Müller, Siegfried, Hans-Uwe Otto und Ulrich Otto (Hrsg.): Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen. Opladen 1995. S.219-234

Köstlin, Konrad: Photographierte Erinnerung? Bemerkungen zur Erinnerung im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit. In: Brunold-Bigler, Ursula und Hermann Bausinger (Hrsg.): Hören Sagen Lesen Lernen. Bausteine zu einer Geschichte der kommunikativen Kultur. Festschrift für Rudolf Schenda zum 65. Geburtstag. Bern 1995. S.395-410

Köstlin, Konrad: Der Dinge neuer Sinn im Museum. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde (= Gesamtserie Bd. 99/Neue Serie Band L, Heft 2). Wien 1996. S.227-231

Köstlin, Konrad: Souvenir. Das kleine Geschenk als Gedächtnisstütze. In: Bund der Eghalanda Gmoin e.V. (Hrsg.): Andenken an das Egerland. Handwerk und Volkskunst (= Schriftenreihe Egerland-Museum, Bd. 11). Marktredwitz 1996. S.110-115.

Köstlin, Konrad: Alltagskultur. Vortrag beim „Forum Volkskultur“ am 14.11.1997 (= Jahrestagung 1997 Nachlese). 1997. S.1-19

Krippendorf, Jost: Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen. Zürich/Schwäbisch Hall 1984.

Kuntz, Andreas: Objektbestimmte Ritualisierungen. Zur Funktion von Erinnerungsobjekten bei der Bildung familialer Geschichtstheorien. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.219-234

Luckmann, Thomas: Persönliche Identität, soziale Rolle und Rollendistanz. In: Marquard, Odo und Karlheinz Stierle: Identität (= Poetik und Hermeneutik, Arbeitsergebnisse einer Forschungsgruppe VIII). München 1979.

Ludewig, Ulli: Die Schneekugel. Das vollklimatisierte Reiseandenken. Marburg 1983.

Mohrmann, Ruth-E.: Dingliche Erinnerungskultur im privaten Bereich. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.209-217

Opaschowski, Horst W.: Tourismusforschung (= Freizeit- und Tourismusstudien, Bd. 3). Opladen 1989.

Pazzini, Karl-Josef: Stückchen des Realen. In: Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. Der Museumshop als Wunderkammer. Theoretische Objekte, Fakes und Souvenirs (= Werkbund-Archiv Bd. 26). Frankfurt am Main 1997. S.57-66

Rath, Claus-Dieter: „Erinnern ist Übersetzungsarbeit ...“. In: Bönisch-Brednich, Brigitte und Rolf W. Brednich und Helge Gerndt (Hrsg.): Erinnern und Vergessen. Vorträge des 27. Deutschen Volkskundekongresses Göttingen 1989 (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen e.V., Bd. 6). Göttingen 1991. S.63-87

Rátz, Tamara und László Puczkó: Folklore Art as Cultural Attraction in Hungarian Tourism. Vortrag bei „Innovatory Approaches to Culture and Tourism“, ATLAS International Conference 1998. <<http://www.ratztamara.com/folklore>> (06.07.2003)

Roser, Sebastian: Alternatives Reisen – Alternativen zum Reisen – Alternativen im Reisen. In: Berwing, Margit und Konrad Köstlin (Hrsg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg. Regensburg 1984. S.225-237

Schwarz, Uli: Andenken und Photographie – Zeichen im Alltag. In: Berwing, Margit und Konrad Köstlin (Hrsg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg. Regensburg 1984. S.78-99

Schwärzler, Monika: Spielarten der Objektbildung. In: Fliedl, Gottfried u.a. (Hrsg.): Wa(h)re Kunst. Der Museumshop als Wunderkammer. Theoretische Objekte, Fakes und Souvenirs (=Werkbund-Archiv Bd. 26). Frankfurt am Main 1997. S.39-45

Tebbe, Krista: Das über das Andere angeeignete Eigene. In: Bräunlein, Peter u.a. (Red.): Zur Relevanz des Fremden (= kea. Zeitschrift für Kulturwissenschaften, Bd.1). Nürnberg 1990. S.60-68

Wax, Johann: Warum reisen wir eigentlich? In: Berwing, Margit und Konrad Köstlin (Hrsg.): Reise-Fieber. Begleitheft zur Ausstellung des Lehrstuhls für Volkskunde der Universität Regensburg. Regensburg 1984. S.71-77

Braun, Eva: Den Urlaub in den Alltag retten. In: AK für Sie. Mitgliederzeitschrift der AK Wien. Februar 2003. S.13

Koschitz, Rhonda: Mein neuer Lifestyle im Büro. In: Woman - Beilage in News, Nr. 36/2001. S.128-132

Pompetzki, Carola V.: Ein bisschen Urlaub für zu Hause. Berliner Illustrierte (!) Zeitung vom 03.09.2000 <<http://morgenpost.berlin1.de/archiv2000/000903/biz/story340380.html>> (25.01.2002)

(ohne Autor:) BBC – Holiday
<<http://www2.bbc.co.uk/holiday/souvenirs/>> (24.01.2002)

(ohne Autor:) Collectibles – Vacation Souvenirs (17.06.1999)
<<http://collectibles.about.com/library/weekly/aa0617a.htm>> (24.01.2002)

(ohne Autor:) Guardian – Unlimited Shopping
<<http://shopping.guardian.co.uk/travel/story/>> (24.01.2002)

(ohne Autor:) Organized Home
<www.organizedhome.com/travel-tips-get-organized-family-travel> (24.01.2002)

(ohne Autor:) PhotograpyTips.com - Holiday Pictures
<<http://www.photographytips.com/page.cfm/206>> (24.01.2002)

(ohne Autor:) Postsitter.de – Motivation
<<http://www.postsitter.de/jobguide/motivation.htm>> (11.01.2002)

(ohne Autor:) Schleswig-Holstein
<<http://home.t-online.de/home/harald.werk/ostsee1.htm>> (25.09.2002)

(ohne Autor:) Tippscout.de – Fotoalbum mit Souvenirs schmücken
<http://www.tippscout.de/tshow.php3?f_tid=1084> (25.01.2002)

(ohne Autor:) Universität Wien – Arbeitsgruppe Museologie
<www.univie.ac.at/iffroec/museologie/glossar/Glossar%20S.html> (25.09.2002)

Kurzbiografien der Befragten

Frau B. (Jahrgang 1954, verheiratet, 2 Kinder) lebt im Tennengau (Salzburg). Die gelernte Fleischhauerin arbeitet als Sortiererin in einem Papiererzeugungsbetrieb. In früheren Jahren wurde wegen der Kinder meist am Mittelmeer geurlaubt, heute bereist sie mit ihrem Mann vorwiegend entferntere Destinationen wie Venezuela, Mexiko und die USA.

Frau F. (Jahrgang 1967, Lebensgemeinschaft), studierte Germanistin, ist bei einem Wiener Integrationsverein tätig. Mit ihrem Lebensgefährten urlaubt sie vor allem „aktiv“ in wärmeren Gefilden rund ums Mittelmeer.

Frau H. (Jahrgang 1975, verheiratet, bald 1 Kind) verdingt sich nach einem Publizistikstudium als Projektleiterin in einem Wiener Wirtschaftsforschungsinstitut. Die von Kindheit an begeisterte Griechenlandurlauberin urlaubt dort regelmäßig mit ihrem Mann.

Frau K. (Jahrgang 1971, Lebensgemeinschaft) studierte Kommunikationswissenschaften in Wien und war einige Jahre in der Werbebranche tätig, bevor sie sich im Einzelhandel selbständig machte. Sie lernt gerne Neues kennen und besuchte bisher neben Kanada mehrere europäische Länder.

Frau M. (Jahrgang 1950, verheiratet, 2 Kinder) ist als Beamtin tätig. Mit noch jüngeren Kindern reiste die Familie ans Mittelmeer bzw. später quer durch Europa, heute bereist die Salzburgerin mit ihrem Mann verschiedenste Regionen auf allen Kontinenten.

Frau N. (Jahrgang 1968, Lebensgemeinschaft) wohnt in Wien, ist ausgebildete Grafikerin und heute im Kunstbereich tätig. Sie präferiert westeuropäische Reiseziele, v.a. Großstädte, sowie nordamerikanische Metropolen und wird meist von FreundInnen begleitet.

Frau P. (Jahrgang 1959, ungebunden) wurde an der Pädagogischen Akademie ausgebildet und ist Hauptschullehrerin im Tennengau (Salzburg). Meist schließt sie sich Reisegruppen an, die nordische Länder zum Ziel haben, urlaubt aber auch gemeinsam mit und bei FreundInnen und Bekannten.

Frau R. (Jahrgang 1956, geschieden) absolvierte eine kaufmännische Ausbildung und ist Angestellte eines Wiener Spitals. Sie urlaubte früher gerne im Inland, ihre bisherigen (pauschal gebuchten) Auslandsreisen führten sie in den Mittelmeerraum.

Frau S. (Jahrgang 1971, ungebunden) studierte Sprachwissenschaften, lebt seit vielen Jahren in Wien und arbeitet als Sprachtrainerin und Übersetzerin. Heute reist sie - nach einigen Abstechern nach West- und Südeuropa - bevorzugt alleine in osteuropäische Länder.

Abstract

Einer weit verbreiteten Zuschreibung zufolge machen Urlaubsmitbringsel als Erinnerungsträger jene Zeiten und Erfahrungen abrufbar, die als Ausgleich zum Alltag erstrebenswert, ja, notwendig sind. Assoziationen zum Stichwort „Souvenir“ – der Name soll Programm sein – zielen jedoch, auch bei Reisenden, häufig auf minderwertige Massenware ab, die von als unreflektiert wahrgenommenen Touristen erstanden wird.

Für die gegenständliche Studie wurde hypothetisch angenommen, dass Objekte, die abseits von Souvenirgeschäften gefunden bzw. gekauft werden, sich in höherem Maße und dauerhafter als Erinnerung evozierend erweisen als Dinge, die dem einschlägigen Angebot entstammen. Um dies zu untersuchen wurden qualitative Interviews mit Frauen (die eher mit Erinnerungsarbeit befasst sind als Männer) geführt, die Objekte aus beiden Bereichen ihr Eigen nennen.

Tatsächlich wird Gegenständen, die an alternativen Orten entdeckt und ausgewählt wurden, ein höherer ideeller (Erinnerungs-)Wert zugemessen, da sie – im Gegensatz zur „gebrauchsfertigen“ Ware – für ein rundum authentisches Erlebnis stehen. Authentizität steht hier in erster Linie für die mit den Dingen verknüpften Erfahrungen wie eine ungewöhnliche Kaufsituation, Muße im Rahmen eines Spaziergangs o.ä., der Herkunftsort spielt allenfalls bei Fundstücken aus der Natur eine größere Rolle. Vielen in den Gesprächen thematisierten Dingen ist ihre spezifische Herkunft nicht ablesbar. Die entsprechenden Objekte korrespondieren vielmehr mit dem jeweils aktuellen Selbstbild und verweisen in weiterer Folge auf die eigene Vergangenheit, auf Lebensthemen und bestätigen die eigene Identität. Diese vorwiegend private, teils unbewusste Bedeutung erklärt auch, weshalb die Trennung von manchen Objekten so schwer fällt.

Der Aufbewahrungsort einzelner Gegenstände sagt zwar nichts über die subjektive Wichtigkeit derselben aus, er hat allerdings Einfluss auf die Funktion als Erinnerungsträger. Vollständig in den Alltag integrierte, präsente Dinge verlieren potenziell ihre Aura des Besonderen, wogegen unvermutet Wiedergefundenes die Handlungsroutine unterbricht und Aufmerksamkeit einfordert.

Als wichtigste und unverzichtbare Erinnerungsträger erwiesen sich bildhafte Belege, die das im Urlaub Erlebte unmittelbar vor Augen führen. Während bei Objekten als erstes der Moment des Kaufs bzw. des Findens in den Sinn kommt, lösen Gespräche, Sinneseindrücke (Gerüche), bestimmte Wetterlagen, aber auch Fotos vielschichtigere Erinnerungen aus. Am tiefsten im Schatz der Erinnerung verankert sind sich vom Alltag unterscheidende, ungewohnte Situationen und Begebenheiten, die emotional berührt haben.

LEBENS LAUF

Alexandra Kral
geboren am 30. Juli 1975 in Salzburg

Ausbildung

- | | |
|-----------|--|
| 1981-1985 | Volksschule Hallein Burgfried
5400 Hallein |
| 1985-1993 | Bundesgymnasium Hallein
5400 Hallein |
| 1993-1995 | Studium der Skandinavistik und der Europäischen Ethnologie
Universität Wien |
| 1995-2008 | Studium der Europäischen Ethnologie und der Skandinavistik
Universität Wien |

Berufliche Tätigkeit

- | | |
|-----------------|---|
| 11/1997-02/2000 | Interviewerin der TRICONSLUT Wirtschaftsanalytische Forschung GmbH, 1080 Wien
<i>Durchführung von telefonischen und face-to-face Interviews</i> |
| 03/2000-12/2002 | Mitarbeiterin der Feldabteilung der TRICONSLUT Wirtschaftsanalytische Forschung GmbH, 1080 Wien
<i>Feldorganisation und -betreuung von österreichweit durchgeführten Studien</i> |
| 01/2003-07/2004 | Projektassistentin der TRICONSLUT Wirtschaftsanalytische Forschung GmbH, 1080 Wien
<i>Assistentin der Projektleitung</i> |
| seit 08/2004 | Projektleiterin der TRICONSLUT Wirtschaftsanalytische Forschung GmbH, 1080 Wien
<i>Umfassende Betreuung von kontinuierlichen und ad-hoc-Studien</i> |

Sonstige Tätigkeit

- | | |
|-----------------|--|
| 02/1996-06/1997 | Sachbearbeiterin im Arbeitsbereich für LesBiSchwule Angelegenheiten am Zentralausschuss der Österreichischen HochschülerInnenschaft
<i>Projektorganisation, Planung und Koordination von Veranstaltungsreihen und Ausbildungsseminaren, Tutorin</i> |
| 09/1997-06/1999 | Sachbearbeiterin im Frauenreferat der HochschülerInnenschaft an der Universität Wien
<i>Projekt- und Seminarorganisation, Mitarbeit am Kommentierten Vorlesungsverzeichnis "Frauenforscherin"</i> |