

Atmosphären im Tourismus – kleine Unterschiede, die unter die Haut gehen können

Rainer Kazig



Photos: R.Kazig

Drei Formen der Bedeutung von Atmosphären im Tourismus

- Atmosphären als Hintergrund und Einflussgröße auf die Ausführung von Aktivitäten
- Atmosphären als spürbarer Ausdruck des „Geistes“ eines Ortes
- Atmosphären als spürbarer Ausdruck einer Lebensweise

Vorbewusst



Bewusst

Atmosphären – konzeptionelle Elemente

- Mensch ist permanent über **alle Sinne** mit seiner Umgebung verbunden
- menschliche Sinnlichkeit als **spüren oder empfinden** von sich und seiner Umgebung, von sich in seiner Umgebung
- Mensch ist ein „elastisches“ Wesen, dessen **Befindlichkeit sich in Verbindung mit der sinnlichen Gegebenheit der Umwelt ändern kann**
- Atmosphären manifestieren sich
 - in einer veränderten Befindlichkeit (Emotionen, Art der Aufmerksamkeit, muskuläre Spannung/Gestik)
 - als empfundene Tonalität/Gestimmtheit eines Ortes
- Erleben von Atmosphären durch subjektive Disposition und Aktivitäten beeinflusst
- Atmosphären als **vorbewusstes Hintergrundphänomen** und als **bewusst empfundene (und gestaltete) Qualität** eines Ortes

Atmosphären als Hintergrundphänomen

- Fokus auf Tourismus als **Abfolge von Aktivitäten** (einchecken, Essen gehen und sich unterhalten, eine touristische Attraktion suchen, entspannen,)
- Atmosphären beeinflussen die **Ausführung von Aktivitäten**; sie tragen dazu bei, dass Aktivitäten an einem Ort **mehr oder weniger leicht/angenehm** durchgeführt werden können

Atmosphären als Hintergrundphänomen – Overtourism

Sie finden ein Bild zum Overtourism in Venedig unter:
<https://www.nzz.ch/reisen/reisen-marco-deramo-ld.1829253>

Atmosphären als Hintergrundphänomen – Einsteigen nach Boardinggruppen

Sie finden Bilder zum Einsteigen nach Boardinggruppen unter:
<https://frankfurtflyer.de/der-richtige-boarding-zeitpunkt-frueh-oder-spaet-ins-flugzeug-einsteigen/>

Atmosphären als Hintergrundphänomen – Leitung von BesucherInnen



Photos: R.Kazig

Atmosphären als Hintergrundphänomen – akustische Dimension von Gaststätten

Sie finden Bilder zum Restaurant „La Reine des Prés“ mit und ohne Akustikpanels unter der Decke des Restaurants unter:

<https://www.restaurant-reine-des-pres-mane.fr/galerie-photos> (ohne Panels)

<https://fr.restaurantguru.com/Restaurant-La-Reine-des-Pres-Mane#gallery> (mit Panels)

Atmosphären als bewusst erlebte Erfahrung im Tourismus

- Atmosphären als **spürbare Gestimmtheit/Tonalität eines Ortes**
- Teil der Erlebnisgesellschaft (1992): Zunahme der Innenorientierung
- Aspekt der Ästhetisierung des Alltags

- Produktion und Nutzung touristischer Angebote

Atmosphären als bewusst erlebte Erfahrung im Tourismus

Anknüpfungspunkt: Atmosphären als **spürbare Gestimmtheit/Tonalität eines Ortes**

1) Ausdruck des „Geistes“ eines Ortes (kolonial, mittelalterlich, barbarisch, ...)

2) Vermittlung einer Lebensweise (romantisch, cool, bürgerlich, bayerisch, ...)

> kann mehr oder weniger mit eigener Lebensweise korrespondieren (Seel 2000); Resonanz

> vermittelt das Empfinden am richtigen Ort zu sein

Atmosphären als bewusst erlebte Erfahrung im Tourismus („Geist eines Ortes“)



Märtyrerdorf von
Oradour sur Glane



Photos: R.Kazig

Atmosphären als bewusst erlebte Erfahrung im Tourismus

Anknüpfungspunkt: Atmosphären als **spürbare Gestimmtheit/Tonalität eines Ortes**

1) Ausdruck des „Geistes“ eines Ortes (kolonial, mittelalterlich, barbarisch, ...)

2) Vermittlung einer Lebensweise (romantisch, cool, bürgerlich, bayerisch, ...)

> kann mehr oder weniger mit eigener Lebensweise korrespondieren (Seel 2000); Resonanz

> vermittelt das Empfinden am richtigen Ort zu sein

Atmosphären als bewusst erlebte Erfahrung im Tourismus (Lebensweise)



„Entdecken Sie unseren Hostel Lifestyle und seine gesellige Atmosphäre“ (Eklo Hotels)

Photo: R.Kazig; Sie finden wezitere
Impressionen aus dem Hotel unter
<https://www.eklohotels.com/fr/montpellier>
er auf der Fotoseite

Die Gestaltbarkeit von Atmosphären

- Atmosphären als Hintergrundphänomen
 - > Sensibilität für Gast als sinnliches Wesen und touristischem Ort als Rahmen für möglichste angenehme Ausführung der Aktivitäten vor Ort
- Bewusst erlebte Atmosphären
 - > „Geist“ des Ortes, für einen Ort (Hotel, Gaststätte) angestrebte Lebensweise Ort als Ausgangspunkt (was will der Ort vermitteln, wie soll er sich anfühlen?)
 - > für Gaststätten, Hotels: Entwicklung einer **räumlichen Inszenierung** entsprechend angestrebter Lebensweise unter Berücksichtigung von räumlicher Umwelt, Service und Kunden
 - > für Destinationen (größere bestehende Orte): (in Anlehnung an Volgger 2020): (1) Analyse und Interpretation des bestehenden Geistes eines Ortes, (2) räumliche Verstärkungen, Umgestaltungen, (3) Unterstützung des Erlebens von Atmosphären durch Geschichten/Narrative und Leitung der BesucherInnen durch die Destination

Schlussbemerkung

- Atmosphären in unterschiedlicher Weise im Tourismus von Bedeutung und zurecht ein Kennzeichen von Qualität
- Differenzierte Berücksichtigung von Atmosphären in der touristischen Angebotsentwicklung und Tourismusforschung noch in den Kinderschuhen
- Intensivere Auseinandersetzung mit Atmosphären wünschenswert, um deren Potenzial für Entwicklung qualitativer Angebote besser nutzen zu können