Was bedeuten die Tourismus-Trends für die Kirchen?

Eine kirchentheoretische Annäherung in kooperativ-gastfreundlicher Absicht

Thomas Schlag

Liest man sich in die Strategieprogramme der Tourismusbranche ein, so tauchen dort Begrifflichkeiten auf, die auch in praktisch-theologischer Hinsicht aufmerken lassen: In einem Papier von 2018[1] ist die Rede vom Tourismus als Wachstumstreiber, von Megatrends und deren Bedeutung für alle Lebensbereiche, von Wettbewerbs- und Konkurrenzdruck, von Individualisierung, komplexeren Lebensnetzwerken, der Digitalisierung sowie ökologischen Herausforderungen. Angesichts des bis zur Coronakrise ungebrochenen Reisemarktwachstums ist den Zukunftsszenarien der Reisebranche in Hinsicht auf den Umgang mit diesen Megatrends erhebliche Zuversicht, um nicht zu sagen grenzenloser Optimismus abzulesen. Aufwändig gestaltete Hochglanzprospekte reflektieren diese Zuversicht auf der Angebots- und Kundenseite. Das Credo, dass Gastfreundschaft keine Grenzen kennt, war so unüberhörbar wie unbestritten. In praktisch-theologischer Aufmerksamkeitsperspektive gesprochen: Im Unterschied zu kirchlichen Zukunftspapieren ist – jedenfalls vor März 2020 – von krisenhaften Phänomenen nicht die Rede.

Aktuell aber wird notwendigerweise ein anderer Ton angeschlagen. Angesichts der aktuellen Corona-Krise 2020 und deren unabsehbarem zeitlichem Verlauf sind die Konsequenzen für die Reisekultur und damit auch für die Tourismusbranche einstweilen gänzlich unklar. Was bis zum Frühjahr des Jahres 2020 noch als selbstverständliche Form einer weltweiten Reisemobilität gelten konnte, ist einstweilen praktisch stillgestellt. Wann, ob und, wenn ja, in welcher Weise es zu einer Wiederkehr der einstmaligen globalen Tourismuskultur kommen wird, kann gegenwärtig nicht seriös beantwortet werden. Die grossen internationalen Reisemessen sind auf unabsehbare Zeit abgesagt. Die bislang als positive Herausforderung benannten Megatrends werfen nun lange, existenzbedrohende Schatten, und Gastfreundschaft wird auf eine harte

1 Vgl. *Bandi Tanner*, Tourismusrelevante Trends und den Beitrag von *Haller* in diesem Band.

Probe gestellt. Nochmals in praktisch-theologischer Aufmerksamkeitsperspektive gesprochen: Jetzt findet sich auch in tourismusbezogenen Zukunftsprognosen eine Krisensemantik, die sich von kirchlichen Bedrohungsszenarien und dem bedrohlichen Niedergang der eigenen Beherbergungskultur kaum noch unterscheidet.[2]

Dennoch wird es – trotz aller gebotenen Zurückhaltung gegenüber eindeutigen Zukunftsszenarien – eine Zeit nach dem Lockdown geben und die Reisebranche reagiert bereits so kreativ wie möglich auf diese Situation. Die Kirchen sind insofern gut beraten, das strategische Krisenmanagement der Reisebranche genau zu beobachten. Von dort aus sollten sie sich schon jetzt strategisch Gedanken darüber zu machen, wie sie mit dem dann wieder verstärkten Reiseverhalten bzw. vielleicht sogar mit ganz neuen Reisebedürfnissen umgehen können. Dieser praktisch-theologische Hinweis mag zugleich bereits als Hinweis auf mögliche Kooperationen und die anstehenden Zukunftsaufgaben von Kirche überhaupt gelesen werden.

Insofern ist es praktisch-theologisch so interessant wie herausfordernd zu überlegen, welche Formen der wechselseitigen Wahrnehmung und Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Kirche angesichts der Tatsache, dass man krisenhaft «in einem Boot» sitzt, zukunftsträchtig sein könnten. Im Folgenden sollen diese Überlegungen zur «touristischen» Ausgangssituation mit einer kirchentheoretischen Lesart verknüpft und zugleich mit Überlegungen zu den anstehenden Herausforderungen für die Kirchen sowie Überlegungen zu einer verstärkten Kooperation verbunden werden.

Zur Ausgangssituation

In Hinsicht auf die kirchlichen Herausforderungen sind folgende Aspekte von Anfang an zu bedenken, die das gegenwärtige touristische Bedingungsgeflecht selbst – auch über die aktuelle Krise hinaus – weiterhin wesentlich ausmachen und prägen werden:

Längst schon ist unter Reisenden eine stetige Ausweitung bei gleichzeitiger hochgradiger Diversifizierung zu konstatieren. Sowohl die Informationsfülle, die Mobilitätslogistik im Abreise- und Ankunftsland, der systematische Aus-

2 URL=https://ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/dual/kof-dam/documents/Medienmitteilungen/Tourismusprognosen/2020/Tourismusprognosen_2020_2_Winter_de.pdf (11.11.2020).

bau von Ganzjahresangeboten an vielen Destinationen sowie die finanziellen Möglichkeiten der Reiselustigen haben in den letzten rund vier Jahrzehnten dazu geführt, dass sowohl die schiere Zahl wie auch die Reisetätigkeit praktisch aller Alterskohorten, Bildungsschichten und Erwerbstätigengruppen enorm angestiegen ist. Damit verbindet sich zugleich eine erhebliche Diversifizierung sowohl der Interessen wie auch der Angebote. Die alte Unterscheidung von Gruppen- bzw. Pauschal- und Individualreisen, aber auch zwischen vermeintlichen Ferien- und Arbeitszeiten ist – abgesehen von festgelegten, aber inzwischen selbst breit diversifizierten Schulferienzeiten – damit grundsätzlich zu relativieren.

Das dynamische Wechselspiel zwischen Angebot und Nachfrage hat in der Reisebranche längst zu hochgradiger Diversifizierung, grösstmöglicher Professionalität und Flexibilität in Hinsicht auf eine bedürfnisorientierte Willkommens- und Gastfreundschaftskultur geführt. Dabei ist es aufgrund der angedeuteten Diversifizierungstrends konsequenterweise unmöglich, ein wirklich einheitliches Bedürfnis der Reisenden auszumachen. Und doch dürften bestimmte allgemeine Erwartungen und Interessen von genereller Bedeutung sein:

Wenn ein wesentliches Kriterium für eine gelungene Reise die Erfahrung ist, für seine Kosten höchstprofessionelle und individuell passgenaue Leistungen erhalten zu haben, so zeigt dies sowohl diesen Trend der Diversifizierung wie auch zugleich die hohe emotionale Aufgeladenheit individueller Reiseerwartungen in ihrer Verbindung von «Push»- und «Pull»-Motiven an.[3] Aufgrund dieses, wenn man so will, touristischen «Zwangs zur Wahl» ist längst eine erhebliche Anspruchshaltung in Hinsicht auf individuell «sinn-erfüllte» Reiseerfahrungen zu konstatieren, die im Nichtgelingensfall rasch juristische Klagen oder die Abwanderung an andere Destinationen nach sich zieht.

Dabei werden diese Erwartungen – marktlogisch nicht überraschend – eben nicht mehr nur an Luxusangebote oder hochpreisige Wellnessangebote gerichtet, sondern auch bei vermeintlich «alternativen» Reiseinteressen geltend gemacht. Dieses konsumistisch-emotionale Grundbedürfnis von Reisenden zeigt sich nicht selten auch und gerade dort, wo es vermeintlich «einfach» zugehen soll. Mit anderen Worten: Selbst «Backpacker» und «Zivilisationsflüchtige» erwarten inzwischen an den entlegensten Orten der Welt mindestens soviel zivilisatorischen Standard, dass sie ihre eigenen Urlaubseindrücke in Echtzeit und global ebenso leicht kommunizieren können wie die sofortige

3 Vgl. *Herrmann*, Tourismuspsychologie 56 f.; *ders.*, Psychologisches Tourismusmarketing.

Einschätzung auf den entsprechenden Bewertungsportalen. Auch die «reale» Begegnung mit «einheimischer» Kultur soll auf professionelle Weise bereichern und inspirieren.

Im Zusammenhang dieser Reisetrends sind einige grundsätzliche Paradoxien nicht zu übersehen[4] – auch hier sind bestimmte kirchenentwicklungsbezogene Analogien durchaus naheliegend:

Der Wunsch nach einer passgenauen individuellen Reise verbindet sich mit der genannten faktischen stetigen Erhöhung der Zahl von Reisewilligen. Urlaubsprospekte mit Bildern der einsamen Insel, der Bergtour «ganz für sich allein» oder der gegenwärtig boomenden Südpolreisen sozusagen «für sich bis ans Ende einer noch unberührten Welt» sind dabei wohl Verheissungen der «schönsten Zeit des Jahres», die eher die individuelle Imagination erreichen als dass sie ernsthaft die Realität solcher Angebote abzubilden vermögen. Wie auch immer: Der Wunsch nach dem persönlich passgenauen Angebot ist Ausgangspunkt aller Gastfreundschaftskultur – touristische Slogan wie «Zuhause bei Freunden», «Freunde fürs Leben»[5] oder «Discover your smile»[6] gibt dem markanten Ausdruck. Ein solcher individualisierter Massentourismus stellt nicht nur an die Reisebranche selbst wie auch an die Anbieter in den Gastländern selbst erhebliche Anforderungen, sondern dieser erhöht auch in emotionaler Hinsicht die Erwartungen und in juristischer Hinsicht die Anspruchshaltung der Reisenden. Prägnant lautet die Beschreibung dieser Suchbewegung:

> «Der Urlauber befindet sich in einer psychologischen Grenzsituation, in der sich alle Elemente der klassischen Tragödie wiederfinden. Die Veränderung von Ort, Zeit und Handlung läßt eine Motivationskrise befürchten: Eine Urlaubsrolle wird in einem nicht-alltäglichen Rahmen gespielt – an einem fernen Urlaubsort, auf einer Insel, am Strand oder in den Bergen. Von den Fesseln des Alltags befreit, sieht sich der Urlauber selbst als Akteur. Das alles spielt sich während eines Zeitraumes ab, der von vornherein begrenzt ist. Der Urlaub animiert zum kurzfristigen Rollenwechsel, zum Vergessen und Verdrängen von ‹Titel, Beruf und Steuerklasse› (Werbung), zum Bruch mit dem Wohnmilieu, zur Flucht aus dem Alltag. Doch die gewollte Flucht wird zur Selbstflucht, sie führt unweigerlich wieder in den Alltag zurück. Denn der Alltag reist mit und der Alltagsmensch schlüpft lediglich in die

4 Die Rede von «Trends und Gegentrends» scheint mir hier nicht die angemessene Beschreibung zu sein, vgl. den Beitrag in diesem Band von *Haller*, weil die benannten Phänomene eben überaus stark ineinandergreifen und miteinander verwoben sind.

5 URL=https://www.myswitzerland.com/de-ch/unterkuenfte/hotelgeschichten/freunde-fuers-leben/.

6 URL=https://www.tui.co.uk/destinations/gsa.

> Rolle des Urlaubers. Der Ort wird gewechselt, nicht der ‹Sinn› (Seneca) – der Mensch bleibt der gleiche, es bleibt alles beim alten. Die ‹Ferien vom Ich› entpuppen sich im besten Fall als Reise zum Ich …»[7]

Dies verbindet sich mit der Paradoxie, dass die imaginierte (und in vielen Einzelfällen bitter notwendige) Auszeit zugleich mit einem hohen inneren Erwartungsdruck verbunden sein kann. Wo also eigentlich urlaubstechnisch in den Modus der Entspannung und Gelassenheit übergegangen werden sollte, setzt stattdessen nicht selten eine angespannte Hab-Acht-Stellung über mögliche Leistungsdefizite der Anbieter ein. Reiselust und Reisefrust liegen insofern im Einzelfall häufig nicht nur nahe beieinander, sondern reichen sich als inständig erhoffte und zugleich dauerhaft befürchtete Imagination wechselseitig über den gesamten Urlaubszeitraum hinweg die Hände. In kirchentheoretischen Worten: Gastzufriedenheit ist ein immer wieder neu zu plausibilisierendes und zu erkämpfendes Gut.

Nicht ganz sicher kann man zudem sein, ob sich die von der Tourismusbranche angezeigten Sensibilitäten angesichts des Klimawandels auch im Bewusstsein der Reisenden selbst abbilden. Gerade bei vermeintlich «alternativen» Fernreisen sind jedenfalls die Paradoxien zwischen behaupteter Nachhaltigkeit und dem individuellen ökologischen Fussabdruck zu konstatieren. Global zu reisen, heisst eben noch keineswegs automatisch, mit einem Bewusstsein für die globalen Zusammenhänge unterwegs zu sein.

Eine weitere Paradoxie kann an dieser Stelle auch noch benannt werden: Auch wenn der individuelle (und übrigens auch religionsbezogene) Richtungssinn in den vergangenen Jahrzehnten deutlich in eine Art interkulturelles Patchwork gegangen ist, scheint das Interesse vieler Menschen an der Kenntnis der eigenen Wurzeln und Herkunft ebenfalls zuzunehmen. Die räumlichen Limitationen der Corona-Zeit haben dazu geführt, dass Entdeckungen des eigenen regionalen Nahraums erkennbar zugenommen haben. Festzustellen ist, dass sich bestimmte Urlaubsaktivitäten gerade in der Krise eher noch verstärkt haben: Weil Fernreisen aus den bekannten Gründen seit dem Frühjahr dieses Jahres stark eingeschränkt sind, haben sich Ausflüge innerhalb des eigenen Landes bzw. in nahe gelegene Regionen deutlich verstärkt. Die angesichts des Klimawandels schon «vor Corona» intensiv geführte Debatte um die Verträglichkeit des Reisens hat in diesem Zusammenhang jetzt reale Gestalt gewonnen – das bereits erwähnte Tourismuspapier betont schon 2018 den Trend zur Authentizität und Regionalität. Dieser Trend zur

7 *Opaschowski*, Tourismusforschung 77.

regionalen Reisetätigkeit, der nicht selten auch mit konkreten Sicherheitsfragen verbunden war, hat sich durch die nun eingeschränkten Möglichkeiten jedenfalls erkennbar verstärkt. Zugleich kommt es damit aber zu massentouristischen Ballungen im Nahraum – man denke etwa an die Alpengebiete und deren weitergehende Erschliessung – die eine regionale Verträglichkeit durchaus infrage stellen. In kirchentheoretischer Perspektive gesagt: Eine Stärkung der eigenen Beherbergungskultur im regionalen bzw. sozialen Nahraum wirft die Frage auf, welche eigenen authentischen Angebote man wirklich anzubieten hat, ohne sich dabei «massenhaft» anzubiedern.

Diese durchaus paradoxen Grundgefühle und -bedürfnisse von Reisenden sowie die Trends der Branche sind – und deshalb werden sie hier angeführt – von wesentlicher Bedeutung für eine möglichst kluge und angemessene kirchliche Wahrnehmungs- und Handlungsstrategie.

Hat ein Engagement von Kirche im Tourismusbereich etwas mit Kirchenentwicklung zu tun?

In praktisch-theologischer Hinsicht ist die Beschäftigung mit dem Tourismus-Thema bisher von eher randständiger Natur. Zwar sind verschiedene programmatische Überlegungen etwa zur Tourismusseelsorge oder zur Präsenz von Kirche vor Ort an touristischen Orten zu konstatieren,[8] und natürlich liegen vielfältige konkrete Angebote zur touristischen Erschliessung etwa von kirchlichen Orten und Sehenswürdigkeiten vor. Aber Zusammenhänge zum weitergehenden Thema der Kirchenentwicklung gibt es bisher kaum. Dabei ergeben sich doch aufgrund der angedeuteten dynamischen Entwicklungen auf dem Reisemarkt erhebliche Chancen für die kirchliche Präsenz. Diese rücken dann ins Bewusstsein, wenn man sich klar macht, mit welchen Interessen und Bedürfnissen Reisende eben auch kirchliche Orte aufsuchen.

Interessanterweise zeigt sich hier, dass solche Orte nach wie vor erhebliche Aufmerksamkeit erzeugen, auf die nicht zuletzt der Reisemarkt selbst längst reagiert hat. Die Angebote etwa in der Zeit des Reformationsjubiläums, die sogenannten Lutherstätten aufzusuchen, machen dies überdeutlich. Offenkundig gelten Kirchen für viele Menschen sowohl aus kulturellen und historischen, aber auch aus religiösen und spirituellen Gründen nach wie vor als attraktive Anlaufadressen. Auch wenn kirchen- und religionssoziologisch der

8 Vgl. *Rebenstorf* u. a., Citykirchen und Tourismus; *Hofmeister*, Offene Kirchen am Weg.

Anteil derer, die weder «believers» im klassischen Bekenntnissinn noch «belongers» einer Kirche sind, weiter sinkt, scheint das Interesse und vielleicht auch Bedürfnis, eben solche Stätten aufzusuchen, ungebrochen. Dies geht mit der Vermutung zusammen:

> «Vielleicht erleben wir Reisen auch als eine Art Versprechen auf ein noch nicht gelebtes Leben. So können wir im Unterwegsein auch die unentdeckten Möglichkeiten unserer selbst erkunden.»[9]

Dieses Interesse am eigenen Kontext und am eigenen Suchen und Finden von «Wesentlichem» gerade im Gang des Reisens und Entdeckens ist auch in religionskultureller Hinsicht und damit auch für das kirchlich-touristische Engagement nicht zu unterschätzen.

Dabei kann davon ausgegangen werden, dass sich viele Touristen im wahrsten Sinn des Wortes eher als «religiöse Flaneure»[10] verstehen, die sich für eine bestimmte Zeit auf einen solchen Ort und – dann durchaus mit allen Sinnen – dessen Atmosphäre einlassen, ohne damit aber notwendigerweise ein echtes oder gar dauerhaftes «Commitment» zur dort vorhandenen Bekenntnisgemeinschaft abzulegen. Ähnliches kann auch für die in den vergangenen Jahren erheblich gewachsene Kultur des Pilgerns gesagt werden, deren praktisch-theologischen Deutungspotenziale und kirchliche Herausforderungen schlichtweg nicht überschätzt werden können.[11]

Der mindestens für die europäische Landschaft vielfach belegte Traditionsabbruch «in Sachen Religion» bringt es dabei mit sich, dass die Kenntnis religiöser Traditionen und Symbole schlichtweg nicht mehr vorhanden ist, so dass bei entsprechenden «Begehungen» nicht selten mit erheblichen Fremdheitserfahrungen gerechnet werden muss. Zugleich aber üben insbesondere imposante Kirchenbauten nach wie vor erhebliche Faszination aus und lösen nicht selten bei den Begehenden einen «heiligen Schauer» aus. Zudem ist zu konstatieren, dass bestimmte Reisegruppen aus Kulturen mit deutlich religiöser Prägung – man denke etwa an Reisende aus Süd- und Osteuropa, Südamerika, den USA oder auch Südkorea und Japan – das Bild touristischer Erschliessung vieler christlicher Stätten mitbestimmen und fast schon mitprägen. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass sich so etwas wie ein religiöser oder religiös konnotierter Tourismus schwerlich auf den Punkt bringen oder ein-

9 *Vollbrecht*, In der Ferne sich selbst begegnen.
10 Vgl. dazu *Plüss* u. a., Im Auge des Flaneurs.
11 Vgl. *Kunz*, Pilgern; *Lienau*, Religion auf Reisen.

deutig definieren lässt. Dient Religion möglicherweise überwiegend als touristische Attraktion, für Vermarktungszwecke in einer Erlebnisgesellschaft?[12] Ab wann eine touristische Begehung wirklich als durch religiöses Interesse geprägt gelten kann, wird nicht zuletzt in Orientierung am jeweiligen Verständnis von Religion festzumachen sein.[13]

Schon diese wenigen genannten Aspekte mögen allerdings als deutlicher Hinweis darauf dienen, dass die Vermutung weitgreifender Säkularisierungsdynamik jedenfalls im Blick auf die Attraktivität und Faszination religiöser «Urlaubs-Destinationen» zu relativieren ist.

Angesichts der oftmals dicht getakteten Reiseprogramme ist allerdings zugleich festzuhalten, dass Kirchen sich bei solchen touristischen Begehungssituationen selbst in einer sozusagen marktförmigen Konkurrenzsituation befinden. Dichte Besuchsprogramme lassen dabei oftmals wenig Zeit, um zur Ruhe zu kommen oder sich etwa in ein echtes Resonanzverhältnis zum jeweiligen konkreten Raum zu setzen. Zeit und Raum zur «Begegnung bei der Begehung» sind demzufolge im wahrsten Sinn des Wortes ein knappes und umstrittenes Gut – von den Vermassungstendenzen insbesondere auf den prominenten Pilgerwegen bzw. Prominenten-Pilgerwegen ganz zu schweigen.

Aber gerade verweist eine solche touristische «Begehungskultur» einerseits auf grundlegende kirchenentwicklungsbezogene Herausforderungen, andererseits auf das erhebliche Potenzial der Kooperation mit der Reisebranche. Aus diesem Grund sind möglichst klare kirchliche Strategien nicht nur relevant für eine im wahrsten Sinn des Wortes «ferne Zukunft», sondern schon für diesen verstärkten Tourismus sowie die Begehungs- und Begegnungsinteressen derer, die man im eigenen Nahraum willkommen heissen und beherbergen will.

Was können die Kirchen sinnvollerweise davon erwarten, wenn sie sich «touristisch» engagieren?

Kirchliche Orte als Begehungs- und Begegnungsorte: Das Motiv, Kirchenzugehörigkeit zu stärken, zu stabilisieren oder gar zu erhöhen, sollte angesichts der oben gemachten Andeutungen realistischerweise kaum als ein wesentliches

12 Vgl. *Beier*, Religiöse Erfahrungsräume, sowie die interessante Mikroanalyse von *Todter*, Religion und Tourismus; zur Einordnung des Pilgerns in dieser Hinsicht vgl. *Gatzhammer*, Aspekte des religiös motivierten Tourismus.

13 Vgl. *Stausberg*, Religion im modernen Tourismus.

Motiv für das eigene Engagement angegeben werden. Wie gesagt, besteht zum einen nur sehr begrenzt Zeit und Raum dafür, mit den religiösen Flaneuren/-innen und Pilgern/-innen überhaupt in Kontakt zu treten; zum anderen sind alle Formen unsensibler Übergriffigkeit gerade in touristisch grundierten Begegnungssituation unbedingt zu vermeiden.

Allerdings wird durch die sichtbare und an-sprechende Präsenz von Kirche als Ort kultureller, historischer und religiöser Symbolisierung zweifellos punktuelle Sinnstiftung möglich. Im Bedürfnishorizont nach regionaler Authentizität bzw. authentischer Regionalität ist die Schaffung «dichter Erfahrungs- und Begehungsmomente» vielleicht gerade in solchen Nahraum-Kontexten und bei diesen Gelegenheiten sogar besonders gut möglich. Angesichts der in den vergangenen Jahren erheblich verstärkten Überlegungen zur regionalen Kirchenentwicklung besteht in dieser Hinsicht ein bisher noch ganz unbeachtetes Potenzial der Förderung kirchlicher Angebotsstrukturen.[14]

Kirchen sollten sich hier eine relevante Orientierungsfunktion des eigenen «Beherbergungs- und Gastprogramms»[15] unbedingt zutrauen. Grundmerkmale ritueller, spiritueller und seelsorgerlicher, aber auch diakonischer, bildungsorientierter sowie ökumenischer und interreligiöser Praxis lassen sich jedenfalls auch im Rahmen solcher Erschliessungspraktiken sehr anschaulich vor Augen führen.

Offene Kirche und Gemeinde als Gastgeberin

Offene Kirche und Gemeinde als Gastgeberin: Dies sollte beinhalten, eine Haltung der Offenheit auch gegenüber denjenigen zu entwickeln, denen man möglicherweise überhaupt nur einmal im Leben begegnet. Mit anderen Worten: Gemeinden sollten auch die Gäste als Teil ihrer eigenen Gemeinde verstehen – nach dem Motto «Schön, dass Sie da sind ...»

Dies verlangt gegebenenfalls eine hohe Anpassungsfähigkeit an die Interessen und die Bedürfnisse der «Gäste auf Zeit» und erfordert zugleich erhebliche Vorsicht vor einem missionarischen «Einladungs»-Gestus, der vermutlich bei den Gästen im schlimmsten Fall bestehende Klischees bestätigen würde. Im kirchentheoretischen Sinn ermöglicht eine sensible kirchliche Haltung eigener Gastfreundlichkeit dann gelingende Begegnungs- und Beherbergungs-

14 Vgl. etwa *Pompe /Schlegel*, MitMenschen gewinnen.

15 Vgl. *Hendriks*, Unterwegs zur Herberge; *ders.*, Gemeinde als Herberge.

möglichkeiten «bei Gelegenheit» und spirituelle Einkehr auf Zeit in unterschiedlichsten Formen und Formaten.

Dies setzt allerdings voraus, die eigene Symbol- und Sprachwelt möglichst niederschwellig zu erschliessen und dabei zugleich Formen personaler Präsenz anzubieten. Dies kann in Form niederschwelliger seelsorgerlicher Angebote,[16] einer «Policy der offenen Tür» – mitsamt expliziter Willkommenskultur – und auch durch jeweils auf die konkrete Reisegruppe passgenau zugeschnittene Führungen geschehen. Im besten Fall verbindet sich dies mit im wahrsten Sinn des Wortes barrierefreien und zugleich professionellen Angebotsstrukturen, etwa im Bereich von Musik, Kunst-Events, Kulinarik, aber auch durch ansprechende Informationen und Broschüren.

Dass dafür die Vernetzung mit den lokalen Tourismusbehörden, aber auch mit anderen Gruppen und Einzelpersonen vor Ort bzgl. gemeinsamer Präsenz- und Veranstaltungsmöglichkeiten unbedingt notwendig ist, sollte eigentlich kaum erwähnt werden müssen. Ein gemeinsamer Veranstaltungskalender mit entsprechenden digitalen Informationen, aber auch geistlichen Begrüssungsworte dürfte selbst und vielleicht gerade von den religiösen Flaneuren aufmerksam und wohlwollend, vielleicht sogar im besten Sinn überrascht wahrgenommen werden. Überhaupt liegt eine erhebliche Chance und Notwendigkeit in der professionellen kirchlichen digitalen Präsenz, durch die eben nicht nur einfach informativ auf das spezifische eigene Angebot verwiesen werden sollte, sondern ganz bewusst auch Möglichkeiten der digitalen Interaktion zu schaffen sind.

Herausforderungen für kirchliche Reiseanbieter

Es sind nun aber nicht nur die kirchlichen Orte, die hier einen Unterschied machen können, sondern auch kirchliche Reiseanbieter selbst. So liegt hier ein wichtiger Aspekt bei eigenen kirchlichen Angeboten zuerst einmal in einer grundsätzlichen Sensibilisierungsaufgabe, um so die anfangs angedeuteten Paradoxien wenigstens im Blick zu behalten. Dies umfasst konkret die Sensibilisierung für nachhaltiges Reisen und die Förderung eines sanften Tourismus. Dies schliesst es ein, konkrete problematische Reiseformen eines bestimmten Massentourismus zu benennen, aber etwa auch, prekäre politische und gesellschaftliche Situationen im jeweiligen Gastland offensiv zu themati-

16 Vgl. *Nagorni*, Urlaubsseelsorge.

sieren. Dies beinhaltet nicht zuletzt ebenfalls, die kirchliche und religiöse Situation im jeweiligen Land mit zum Thema machen, den Austausch mit Menschen an diesen Orten zu fördern und nicht zuletzt solche Reisen mit Hilfsprogrammen oder Aktivitäten – etwa dem Austausch mit örtlichen Kirchengemeinden oder auch NGO's – und der Pflege kontinuierlicher Begegnungs- und Beziehungsformen zu verbinden. Man mag an dieser Stelle daran erinnern, dass Kirchenentwicklung über die individuelle Angebotsstruktur hinaus eben immer auch mit zivilgesellschaftlichen und kritischen Aufgaben verbunden ist.

Aber auch im Blick auf die Adressaten der eigenen Angebote haben die Kirchen eine sozusagen inkludierende Aufgabe: So sind Angebote für benachteiligte Gruppen bewusst zu profilieren, Angebote der Familien- und Elternarbeit – etwa Kurzausflüge für finanzschwache Kinder und Familien – zu stärken. Angesichts faktischer kirchlicher Milieuverengungen kann dies kaum deutlich genug betont werden. Auch Reiseangebote im Bereich der Konfirmationsarbeit oder Jugendfreizeiten sollten sensibel für die jeweiligen Bedingungen vor Ort sein und nicht einfach die Fehler einer Reiseeventkultur wiederholen – manche Städtereisen von Konfirmandengruppen scheinen hier andere Prioritäten zu setzen. Im Bereich der Erwachsenenbildung stehen Studien- und Pilgerreisen vor der eminent spannenden Aufgabe, ein Theologisieren gerade auch «im Angesicht» der jeweiligen Orte und ihrer Symbolgehalte zu initiieren und zu pflegen.

Fazit

Kirche sollte sich deshalb klar machen, dass sie in einer mindestens ebenso herausfordernden Situation ist wie die gegenwärtig besonders dramatisch geschüttelte Reisebranche. Praktisch-theologisch gesprochen sind Reisebranche und Kirche über die zu Beginn benannten Megatrends stärker miteinander verbunden, als dies auf den ersten Blick den Anschein macht. So sollten die Kirchen bei der Planung ihrer eigenen Angebote «mindestens einen langen Moment lang» imaginieren, dass sie schon jetzt mit ihren Angeboten den Bewertungen in Reiseportalen ausgesetzt sein könnte. Mit anderen Worten: Kirche sollte sich für ihre eigene Angebotsprogrammatik darüber im Klaren sein, dass sie faktisch bereits längst auf ihre Qualität, Professionalität, Authentizität und Anziehungskraft hin «geprüft» wird, aber manchmal die negativen Bewertungen schlichtweg nicht hören will. Und ähnlich wie die Reisebranche

mit der geradezu grenzenlosen Diversität ihrer potenziellen Kundschaft umgehen muss, hat auch Kirche mit der unübersichtlichen Vielfalt unterschiedlichster Milieus, mit Distanzierten und Wohlwollenden, Austrittswilligen und zutiefst Verbundenen, mit spiritueller Reiselust, aber auch geistlichem Reisefrust zu rechnen.

Gerade deshalb aber sollte und darf sie sich den berechtigten Erwartungen und Ansprüchen «punktuell anwesender» und zugleich religiös interessierter Flaneure/-innen nicht entziehen, sondern diese nach allen Regeln der eigenen Willkommens- und Beherbergungskunst wirklich ernst nehmen. In jedem (Einzel-)Fall haben kirchliche Orte das beste Potenzial dazu, als «offene Gemeinden» zu Orten des Staunens, der Bildung – und auch der Leistungslosigkeit! – für die Sinn Suchenden der Gegenwart zu werden. Gastfreundschaft kann dann im kirchlichen Raum ganz ohne kommerzielle Hintergedanken und zugleich ohne missionarische Verzweckungsabsichten wirklich um des je einzelnen Menschen willen signalisiert und gepflegt werden. Dazu muss Kirche sich – inmitten der touristischen, aber auch der religionspluralistischen Verhältnisse – mehr denn je als «Fremdenführerin» verstehen, die allen interessierten touristischen und religiösen Flaneuren/-innen einen neuen, profilierten und geschärften Blick auf die innerkirchlichen und auch auf die umgebenden gesellschaftlichen Verhältnisse ermöglicht. Im besten Fall verschränken sich in einer solchen Nähe-Raum-Erfahrung dann Urlaubs- und Alltagswelt über den Moment der punktuellen Begehung und Begegnung über die «schönste Zeit des Jahres» weit hinaus und geben dem «Discover your smile» eine ganz andere und sehr viel wesentlichere Sinn-Bedeutung.

Literatur

Bandi Tanner, Monika: Tourismusrelevante Trends und Entwicklungen (Inputpapier zur Weiterentwicklung der Tourismuspolitik) [Inputpapier]. Universität Bern, Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) 2018.

Beier, Stefan (Hg.): Religiöse Erfahrungsräume. Religion in Tourismus und Museum, Berlin 2018.

Gatzhammer, Stefan: Aspekte des religiös motivierten Tourismus in Europa heute. Motivation, Ziele, Trends, in: *Hafner, Johann Ev./Talabardon, Susanne/Vorpahl, Jenny (Hg.):* Pilgern. Innere Disposition und praktischer Vollzug, Würzburg 2012, 253–270.

Hendriks, Jan: Gemeinde als Herberge. Kirche im 21. Jahrhundert. Eine konkrete Utopie, Gütersloh 2001.

Hendriks, Jan: Unterwegs zur Herberge. Schritte zu einer gastfreundlichen Gemeinde. Beispiele, Voraussetzungen, Anfänge, Grenzen, Waltrop 2005.

Herrmann, Hans-Peter: Psychologisches Tourismusmarketing. Thesen zu ausgewählten Aspekten, Wiesbaden 2019.

Herrmann, Hans-Peter: Tourismuspsychologie, Berlin/Heidelberg 2016.

Hofmeister, Georg: Offene Kirchen am Weg: Welche touristischen und kirchlichen Potenziale sind noch zu heben?, in: *Antz, Christian/Bartsch, Sebastian/Hofmeister, Georg (Hg.):* Ich bin dann mal auf dem Weg. Spirituelle, kirchliche und touristische Perspektiven des Pilgerns in Deutschland, Konstanz 2018, 101–120.

Kunz, Ralph: Pilgern. Glauben auf dem Weg, Leipzig 2019.

Lienau, Detlef: Religion auf Reisen. Eine empirische Studie zur religiösen Erfahrung von Pilgern. Freiburg i. Br. 2015.

Nagorni, Klaus: Urlaubsseelsorge, in: *Wilfried Engemann:* Handbuch der Seelsorge. Grundlagen und Profile, Leipzig ³2016, 607–626.

Opaschowski, Horst W.: Tourismusforschung, Opladen 1989.

Plüss, David/Walther, Tabitha/Portmann, Adrian (Hg.): Im Auge des Flaneurs. Fundstücke zur religiösen Lebenskunst. Albrecht Grözinger zum sechzigsten Geburtstag, Zürich 2009.

Pompe, Hans-Hermann/Schlegel, Thomas (Hg.): MitMenschen gewinnen. Wegmarken für Mission in der Region, Leipzig 2017.

Rebenstorf, Hilke/Zarnow, Christopher/Körs, Anna/Sigrist, Christoph (Hg.): Citykirchen und Tourismus. Soziologisch-theologische Studien zwischen Berlin und Zürich, Leipzig 2018.

Stausberg, Michael: Religion im modernen Tourismus, Berlin 2010.

Tödter, Regina: Religion und Tourismus. Darstellungen von Religionen im Lonely Planet Singapore, Stuttgart 2014.

Vollbrecht, Peter: In der Ferne sich selbst begegnen, in: Psychologie heute, August 2008, URL=http://www.philosophisches-forum.de/Essays_Artikel/Interview_Psychologie_heute/interview_psychologie_heute.html (31.5.2021).