

UNIVERSITÄT PALACKÝ IN OLOMOUC

PÄDAGOGISCHE FAKULTÄT

LEHRSTUHL FÜR GERMANISTIK

Bakkalaureatsarbeit

Lucie Kožušníková

Interkulturalität im Tourismus

Prohlašuji, že předložená práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracoval/a samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpal/a, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

V Olomouci dne

.....

Lucie Kožušníková

Inhaltverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Theoretischer Teil	2
2.1.	Kultur	3
2.1.1.	Interkulturalität	5
2.1.2.	Interkulturelle Kommunikation	6
2.1.3.	Multikulturelle und interkulturelle Gesellschaft	8
2.2.	Tourismus	9
2.2.1.	Geshichte des Tourismus	9
2.2.1.1.	Vorphase	10
2.2.1.2.	Anfangs- und Entwicklungsphase	11
2.2.1.3.	Hochphase und Globalisierung	12
2.2.2.	Tourismusformen	13
2.2.2.1.	Massentourismus	13
2.2.2.2.	Sanftes Reisen	13
2.2.2.3.	Anders Reisen	13
2.2.2.4.	Individualtourismus	14
2.2.3.	Reisetrends heute	15
2.2.4.	Interkulturalität im Tourismus	17
3	Praktischer Teil	19
3.1.	Grundinformationen über die Forschung	19
3.2.	Umfrage	20
3.2.1.	Reisen die Tschechen gern?	20
3.2.2.	Wie oft reisen die Tschechen?	21
3.2.3.	Motivation beim Reisen	22
3.2.4.	Individual- vs. Gruppenreisen	22
3.2.5.	Urlaub in Tschechien vs. Urlaub im Ausland	24
3.2.6.	Transportmittel fürs Reisen	25
3.2.7.	Art der Unterkunft	26
3.2.8.	Typen des Urlaubs	27
3.2.9.	Reisen durch Europa	28
3.2.10.	Tschechen und die muslimische Kultur	29
3.2.11.	Tschechen und die Länder des Fernen Ostens	30

3.2.12. Tschechen vs. Amerika und Australien	30
3.2.13. Geträumte Länder	31
3.2.14. Ungewünschte Länder	32
3.2.15. Kenntnis der Fremdsprachen	32
3.3. Auswertung	34
4 Zusammenfassung	36
5 Résumé	37
6 Annotation	38
7 Literaturverzeichnis	39

1 Einleitung

Interkulturalität wird in der Welt immer bekannter und wird damit heutzutage auch immer mehr besprochen, sowohl von den Experten, als auch von den Laien. Jedem Menschen begegnet in seinem Leben wenigstens eine interkulturelle Situation, die lustig oder witzig, aber leider auch oft peinlich, unangenehm oder stressig sein kann. Dieses kann sehr schnell passieren, es muss kein ernsthafter Konflikt sein, sondern es reicht nur eine Kollision von zwei unterschiedlichen Kulturen, der man nicht einmal unbedingt verstehen muss. Aus diesem Grund ist sehr wichtig, über dieses Thema wenigstens Grundkenntnisse zu haben.

Diese Kenntnisse können dann wirklich gut ausgenutzt werden. Zum Beispiel beim Reisen. Wenn man irgendwohin abreisen will, ist es wichtig, in Kontakt mit den Einheimischen zu kommen. Damit man irgendwie kommunizieren kann, sollte man eine der Weltsprachen beherrschen (meistens reicht Englisch oder Spanisch). Aber auch mit der Sprache muss man sich nicht immer verständigen. Die Kulturen und Menschen sind sehr unterschiedlich und jede Kultur hat ihre eigenen Traditionen, Gewohnheiten und Benehmen, die ganz anders von unserer Kultur sein können.

In der Zeit der Europäischen Union, wo man die Grenzen der anderen europäischen Staaten ohne größere Komplikationen überschreiten kann, ist Reisen ein Phänomen. Leute wollen mehr wissen, mehr kennenlernen und deswegen reisen sie häufiger als nie vorher. Der Zweck des Reisens ist nicht nur Erholung oder Transport zur Arbeit bzw. zur Schule, sondern auch Geschäftsreisen und Erkenntnisse von den anderen Kulturen und Weisen des Lebens.

In dem theoretischen Teil wird die Interkulturalität und ihre zusammenhängenden Themen wie Kultur, Multikulturalismus und Tourismus beschrieben. Beim Tourismus wird noch über die Geschichte des Tourismus, Tourismusformen und Reisetrends gesprochen. Wichtig ist auch das letzte Kapitel, das über die Interkulturalität im Tourismus behandelt. Mit dieser Problematik habe ich mich auch in dem praktischen Teil beschäftigt. Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Umfrage gemacht, die zeigen soll, wie oft, gern und wohin am meisten die Tschechen reisen, ob es die Unterschiede zwischen Männern und Frauen, Studenten und Angestellten gibt und vor allem wie die anderen Kulturen auf die

tschechischen Touristen wirken, welche Erfahrungen und dazu auch gehörende Einstellungen sie haben, ggf. wie sich die Tschechen interkulturell benehmen, wenn sie ins Ausland fahren.

2 Theoretischer Teil

2.1 Kultur

Als Kultur kann man heute alles Mögliche bezeichnen. Jedem Menschen fallen bestimmt verschiedene Assoziationen ein, wie zum Beispiel: Kunst (Musik, verschiedene Arten der Malerei, Fotografie, Bildhauerei,...), dazu gehören auch Theater, Kino, Ausstellungen, aber als Kultur gilt auch Sport, Natur oder Ethik und Reisen. Eine der Definitionen lautet:

*Kultur ist ein universelles, für eine Gesellschaft, Organisation und Gruppe aber sehr typisches Orientierungssystem. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft usw. tradiert. Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller ihrer Mitglieder und definiert somit deren Zugehörigkeit zur Gesellschaft. Kultur als Orientierungssystem strukturiert ein für die sich der Gesellschaft zugehörig fühlenden Individuen spezifisches Handlungsfeld und schafft damit die Voraussetzungen zur Entwicklung eigenständiger Formen der Umweltbewältigung.*¹

Es gibt viele weitere richtige Definitionen, die Kultur aus verschiedenen Sichten beschreiben. *Gemeinsam haben aber alle Kulturbegriffe, dass sie auf (individuell oder auch kollektiv) praktizierte Gewohnheiten des Menschen, Denkweisen und Produkte verweisen, durch die der Mensch seine Umwelt gestaltet und über die er sich mit sich selbst verständigt.*²

Neben Definitionen gibt es natürlich auch andere Möglichkeiten, wie kann man Kultur definieren, zum Beispiel so, dass man beschreibt, was sie alles umfasst. Es gibt zwei Modelle, die Komponente und Ebenen der Kultur beschreiben: die Zwiebel-Metapher und die Eisberg-Metapher. Beide diese interkulturellen Modelle zeigen, dass ein Teil der Kultur sichtbar und ein anderer unsichtbar ist.

Bei der Zwiebel-Metapher bilden den unsichtbaren Kern grundsätzliche Annahmen über den Menschen und die Umwelt sowie Grundwerte. Auf weiteren Ebenen folgen dann

¹ THOMAS, Alexander. *Kulturvergleichende Psychologie*. Göttingen: Hogrefe, 2003a. S. 112.

² CYPRIAN, Jens-Peter. *Interkulturalität und interkulturelles Lernen: Eine Einführung*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80244-2229-9. S. 8.

Einstellungen, Konventionen und Glaubenssätze, ggf. Systeme und Institutionen und ganz außen Artefakte, Rituale und Verhalten (dazu gehören auch Sprache und die sogenannte Hochkultur).

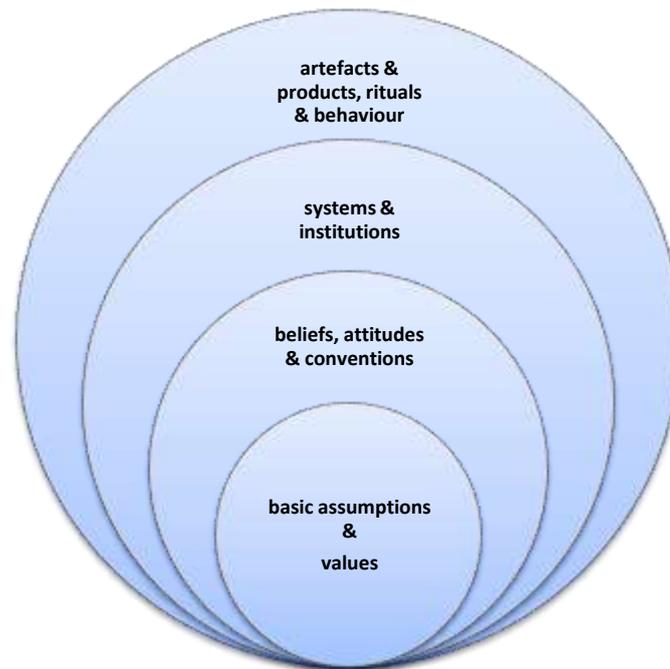


Bild 1 Zwiebel-Metapher

Quelle: Breede, M.: Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2008. S. 50.

Die Eisberg-Metapher ist dabei noch deutlicher, weil sie zeigt, dass die Probleme in der interkulturellen Begegnung meistens durch eine „Kollision“ der unsichtbaren Unterschiede entstehen. Es gibt universelle menschliche Bedürfnisse, die unserem Wesen zugrunde liegen. Darüber, aber unter der Wasseroberfläche, das heißt unsichtbar und meistens auch unbewusst, liegen die kulturellen Normen, Werte, Glaubenssätze usw. Weil sie unsichtbar sind, ist hier die Gefahr einer Kollision am größten und auch die Teilnehmer wissen oft nicht, was eigentlich genau geschehen ist. Über der Wasseroberfläche sind sichtbar (verbale und nonverbale) Sprache sowie Artefakte angesiedelt.

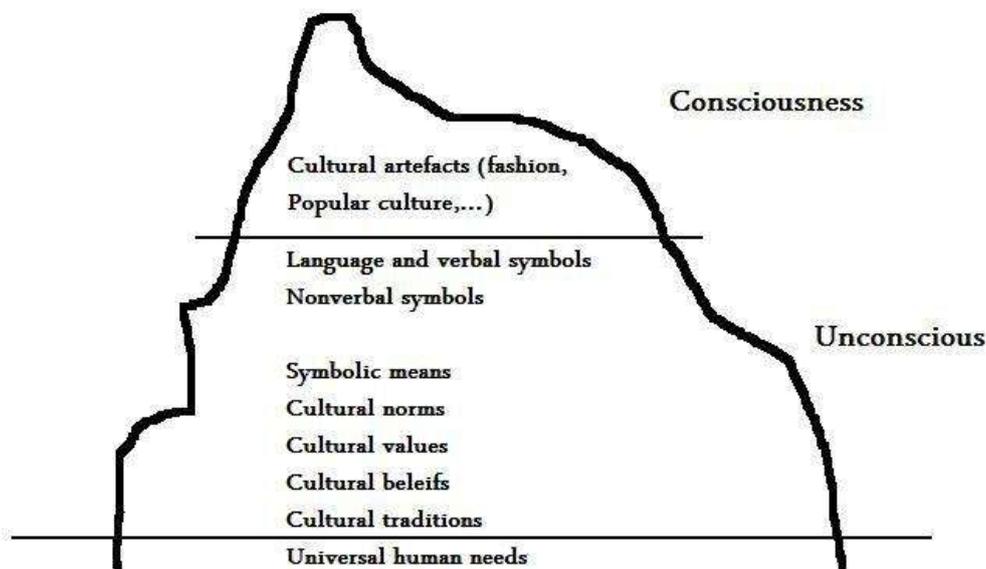


Bild 2 Eisberg-Metapher

Quelle: Breede, M.: Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2008. S.50.

2.1.1 Interkulturalität

In der Welt gibt es eine große Menge von allerartigen und eigenwilligen Kulturen. Diese Kulturen sind durch die Pracht der Werten und Weisen des Benehmens gekennzeichnet. Was wird in einer Kultur als unethisch oder sogar als eine schändliche Tat bezeichnet, kann in einer anderen Kultur als adäquat oder sogar als präferiertes Benehmen angezeichnet werden. Jede Kultur hat ihre einzigartige Gesamtheit der Werten und Bedeutungen und ihre eigene Welt der Vorstellungen und Begriffen.

Gegenwärtige Geisteswissenschaften inklinieren zur Einstellung des kulturellen Relativismus als zu der theoretischen und methodologischen Einstellung, die erfordert, dass man auf jede Kultur als unikales Phänomen schaut, das nur durch seine eigene Begriffe und Werten erkannt werden kann.³

³ Vgl. PETRUCIJOVÁ, Jelena a Jaromír FEBER. *Multikulturalismus jako komunikační problém: (kulturně antropologický aspekt)*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2005. ISBN 8073680823.

Interkulturalität bezeichnet dann alles, was zwischen den Kulturen geschieht: die Vermischung von Kulturen und ihre Ergebnisse, wie wir sie in unserem Alltag beobachten und erleben, man muss das Eigene durch das Fremde und das Fremde durch das Eigene immer neu erfahren und verstehen. Wer sich im Dialog mit anderen Kulturen befindet, muss sich selbst auch mit den Augen des Anderen sehen usw.

2.1.2 Interkulturelle Kommunikation

Am wichtigsten ist für jede Kommunikation natürlich eine gemeinsame Sprache. Sprache als System der Zeichen erfüllt zwei Funktionen, ohne die wäre die menschliche Existenz unmöglich. Die Sprache ist ein Kommunikation- und Denkmittel. Unter den kommunikativen Funktionen versteht man die Mitteilung- und Verständigungsfunktion. Die Sprache ist gleichzeitig auch ein Instrument des Denkens.

Überall in der Welt treffen die Leute immer häufiger auf die sehr unterschiedlichen Kulturen und vor allem auf die fremden Sprachen. Heutzutage sind die Anforderungen an die Gesellschaft immer größer und die Geschicklichkeit Fremdsprachen zu kennen ist eine davon. Ohne die Fremdsprachenkenntnisse kann man zurzeit eine gute Stelle nur sehr schwierig finden.

Bei der interkulturellen Kommunikation gehört die Sprache zusammen mit anderen Produkten der Kultur wie zum Beispiel Kleidung, Kunst, Architektur, Essen usw. zu den sichtbaren Ausdrücken der Menschen, die sich durch die Nationalität und Kultur unterscheiden.

Für solche Kommunikation, wenn zwei Systeme mit ganz verschiedenen Verhaltenserwartungen aufeinandertreffen, müssen bestimmte psychische Bedingungen erfüllt werden. Die sollen nicht nur oberflächlich, sondern auch im Sinne der Gedanken- und Bedeutungsvermittlung geführt werden. Eine gemeinsame Basis bildet das Verstehen, falls diese nicht gegeben ist, muss sich wenigstens eine der Seiten mit der Bereitschaft in die Weltsicht und die Wertvorstellungen des anderen hineindenken.

Es gibt ein vereinfachtes Bild – ein sogenanntes „inneres Modell der Umwelt“ – das die soziale und psychische Systeme vertritt und das mit dem psychologischen „Einstellungssystem“ korrespondiert, das sich jede Person vorwiegend durch Erziehung

und Lebenserfahrung aneignet. Je geschlossener ein solches Einstellungssystem ist, desto weniger Umwelteinflüsse es aufnimmt und desto schwerer es modifizierbar ist.⁴

Erwin Roth stellt den Einstellungsbegriff in den Mittelpunkt eines Modells, das die gesamte Persönlichkeitspsychologie umfaßt. Der Einstellungsbegriff bringt dann sowohl kulturelle und nationale, schicht- und gruppenspezifische Einflüsse, als auch individuelle Tendenzen – auch solche auf organischer Grundlage – in ein einheitliches Gefüge.⁵

Die Entstehung von Einstellungen hängt stark ab von den Bezugs- und Mitgliedsgruppen des Individuums, deren Wertungen und Anschauungen es meist unreflektiert übernimmt. Diese Gruppen sind charakteristisch bestimmt durch das größere soziale System. Wenn die gemeinsamen Werthaltungen in vielen Bereichen zur Konsens führen, fällt die Verständigung innerhalb solcher Kulturen relativ leicht. Wenn diese Grundlage nicht vorhanden ist, wird man mit völlig anderen Normen und bisher unbekanntem Einstellungssystemen konfrontiert, die eine der zwei Reaktionsmöglichkeiten auf die ungewohnte Situation verurteilen: man spricht über den normativen oder den kognitiven Erwartungsstil.

Beim normativen Erwartungsstil zieht sich das Individuum in sein Umweltmodell zurück und interpretiert das abweichende Verhalten der anderen als abartig, unmoralisch oder primitiv. Es muss auch gar nicht zur Kenntnis nehmen, dass seine Umgebung in anderen Wertvorstellungen denkt.

Lernbereitschaft ist ein Kennzeichen für das kognitive Erwarten. Dabei bleibt die Relativität des eigenen Standpunktes bewußt, und man ist bereit, ihn im Enttäuschungsfall umzuwerten. „Kognitives Erwarten sucht sich selbst, normatives Erwarten sucht sein Objekt zu ändern.“⁶ Im Bereich interkultureller Kommunikation muß der kognitive Erwartungsstil dominieren.

⁴ Vgl. HÖMBERG, Erentraud: *Psychische Bedingungen interkultureller Kommunikation. In: Tourismus: Funktionen, Strukturen, Kommunikationskanäle.* München 1977, S. 207.

⁵ Vgl. ROTH, Erwin: *Einstellung als Determination individuellen Verhaltens. Die Analyse eines Begriffes und seiner Bedeutung für die Persönlichkeitspsychologie.* Göttingen 1967, S. 98.

⁶ Vgl. LUHMANN, Niklas. *Die Weltgesellschaft, in: ders. (Hrsg.): Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft,* Opladen, 1975. S. 11.

2.1.3 Multikulturelle und interkulturelle Gesellschaft

Multikulturalismus und Interkulturalität sind zwei verschiedene Begriffe, die oft von den Leuten aufgewechselt werden.

Als multikulturell bezeichnet man eine Gesellschaft, deren Gruppen oder einzelne Mitglieder aus vielen (=multi) unterschiedlichen Kulturen stammen oder mit verschiedenem kulturellen Hintergrund aufgewachsen sind. Multikulturalismus ist die politische Auffassung, dass eine Gesellschaft die kulturell unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen nicht nur gleich stellen, sondern ihre kulturelle Unterschiedlichkeit, Originalität und Selbstständigkeit auch aktiv schützen muss. Als Länder, in denen so etwas wie Multikulturalismus praktiziert wird – wenn auch nicht ohne Kritik und Widerspruch – gelten die USA, Kanada und in Europa die Schweiz.⁷

Eine interkulturelle Gesellschaft wird dann demgegenüber durch Respekt zur Unterschiedlichkeiten, gegenseitige Toleranz, Gleichstellung der Gelegenheiten, konstruktive Lösung der Konflikte und aktive Bemühung um Vermeidung der negativen Vorurteile und Stereotypen dargestellt.

⁷ CYPRIAN, Jens-Peter. *Interkulturalität und interkulturelles Lernen: Eine Einführung*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80-244-2229-9. S. 10.

2.2 Tourismus

Tourismus ist heutzutage eine wichtige Wirtschaftsbranche für viele Länder der Welt. Unter dem Begriff Tourismus versteht man *Komplex der vorübergehenden Aufenthalte der Personen (Touristen) in den Zielregionen (Destinationen) und Komplex der Leistungen, die ihre Reisen und Aufenthalte organisieren und unterstützen.*⁸

2.2.1 Geschichte des Tourismus

Die Geschichte des Tourismus ist so eng mit jener des Reisens verbunden, dass man beide nicht voneinander trennen kann. Meistens wird als Unterscheidungskriterium die Motivation der Reise genommen: Ist sie Mittel zum Zweck oder Selbstzweck? Steht das Vergnügen oder die Aufgabe im Vordergrund? Dieses und auch noch mehr zeigt die Tabelle vom Freyer, der vier Epochen des neuzeitlichen Tourismus unterscheidet:

Epoche	Zeit	Transportmittel	Motivation	Teilnehmer
Vorphase	bis 1850	zu Fuß zu Pferd Kutsche z. T. Schiff	Nomaden Pilgerreise Kriegszüge Geschäft Entdeckung Bildung	Elite: Adel, Gebildete, Geschäftsleute
Anfangsphase	1850-1914	Bahn (Inland) Dampfschiff (Ausland)	Erholung	Neue Mittelklasse
Entwicklungsphase	1914-1945	Bahn Auto, Bus Flug (Linie)	Kur, Erholung Kommerz	Wohlhabende Arbeiter
Hochphase	ab 1945	Auto Flug (Charter)	Regeneration Erholung Freizeit	Alle Schichten (der Industri- länder)

Tab. 1 Epochen des neuzeitlichen Tourismus

Quelle: Breede, M.: *Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus*, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2008, S. 120.

⁸ Cestovní ruch. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Cestovný_ruch. Eigene Übersetzung aus dem Original: „Cestovní ruch nebo také turismus je souhrn přechodných pobytů osob (turistů) v cílových oblastech (destinacích) a souhrn služeb, které jejich cestování a pobyty organizují a podporují.“

2.2.1.1 Vorphase

Vorphase der Geschichte des Tourismus gliedert *Freyer* noch weiter in zwei Teile: Vorphase I: Ägypten, das alte Griechenland und Rom und Vorphase II: Vom Mittelalter bis zur Aufklärung.

Im alten Ägypten wurden die Reisen vor allem aus Neugier und Vergnügen unternommen, die zu Tempeln und Grabmälern (zur Sphinx oder z. B. zur Stufenpyramide des Königs Djoser) führten.

Selbst Herodots (um 480-421 v. Chr.) reiste durch Teile Persiens, Sizilien, das Schwarze Meer und vor allem Ägypten und interessierte sich besonders für die Lebensgewohnheiten der bereisten Länder. So waren seine Reisen eine Mischung aus Neugier, Forscherdrang und Vergnügen. Unter dem Begriff „Eventtourismus“ oder auch „Sporttourismus“ kann man sich vor allem die Reisen zur Olympischen Spielen vorstellen, die alle vier Jahre stattgefunden sind.

Die enorme Reiseintensität im Römischen Reich durch alle Gesellschaftsschichten wurde dank der riesigen Reife der Gesellschaft verursacht. Man konnte sich gut überall mit Latein oder Griechisch verständigen, überall galten das gleiche Recht und dieselbe Währung und es gab eine hervorragende Infrastruktur. Schon damals existierte auch eine Form von Reisebüro: die Besichtigungsreisen führten vor allem zu den ägyptischen Pyramiden, aber auch nach Griechenland. Hier stand also nicht die „Weiterbildung“ im Vordergrund, sondern die Erholung.

Eine der Reiseformen im Mittelalter waren Pilgerreisen. Dabei wurden auch Pilgerhospitäler gebaut. Und die Klöster spezialisierten sich auf die Verpflegung und Beherbergung von Pilgern.

Von Handwerksgesellen und Studenten wurde die Wanderschaft zur Ausbildung unternommen. Man(n) reiste ins Ausland, um dort berühmte Lehrer aufzusuchen. Aber das bedeutet nicht, dass man nur reiste, um zu lernen, sondern auch aus reiner Lust am Reisen oder zur Selbsterfahrung.

Die Entdeckerfahrten wurden neben dem Profitgedanken auch aus Abenteuer- und Entdeckerlust genommen. Die kann man auch in den heutigen Katalogen unter dem Titel „Expeditionen“ wieder entdecken.

Später gab es auch die sogenannte Grand Tour (im 17. und 18. Jahrhundert). Die forderte Königin Elisabeth I. von England als Vorbereitung für eine diplomatische Karriere und Reise führte meist von Frankreich über die Schweiz nach Italien, dann über Österreich, Deutschland und die Niederlande nach England zurück. Sie dauerte meist zwei bis drei Jahre und hatte eine Bildungsfunktion, vorerst für die Adligen, später auch für Mitglieder des Bürgertums.

Am Ende des 18. Jh. gewann das Vergnügungselement an Bedeutung. Mann begann auch architektonisch interessante Bauten, Gemäldegalerien und Bibliotheken zu besuchen und nahm Souvenirs mit nach Hause. So veränderte sich die adlige Grand Tour zur humanistisch geprägten Bildungsreise. Berühmte Vorbilder waren Persönlichkeiten wie Montaigne, Montesquieu, Goethe und Rousseau. Um die Jahrhundertwende vom 18. zum 19. Jahrhundert gelangt zur rapiden Entwicklung des Verkehrs und der Industrie. Es entwickelt sich vornehmlich Automobilindustrie, aber auch See- und Luftverkehr, dank der Erfindung der Dampfmaschine auch Eisenbahnverkehr.

2.2.1.2 Anfangs- und Entwicklungsphase

Der moderne Tourismus begann nach Freyer Mitte des 19. Jh. und war besonders geprägt durch den starken Ausbau der Infrastruktur (Straßen, Eisenbahnnetz und Schifffahrt sowie Ausbau der Unterkunstmöglichkeiten) einerseits, was zu höheren Transportkapazitäten und damit zu niedrigeren Reisekosten führte, und andererseits durch einen höheren Wohlstand aufgrund der Industrialisierung. Der Tourismus wurde standardisiert und kommerzialisiert, neue Reiseformen entstanden.⁹

Im Unterschied zu der Grand Tour und der Bildungsreise des höheren Bürgertums waren die Reisen nun kürzer und dienten vor allem dem Vergnügen und Zeitvertrieb.

Der erste Weltkrieg brachte einen Einschnitt in die Reisetätigkeit in Europa, danach reisten nicht mehr nur die vermögenden Bevölkerungsschichten, sondern auch mittlere Angestellte. Das Motiv der Reise war dabei vor allem die Regeneration von der geistigen Arbeit. Den Arbeitern, die körperlich arbeiteten, wurde eine solche Erholung nicht zugebilligt.

⁹ BREEDE, Marit. *Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 2008. ISBN 978-3-8300-3954-9. S. 124-125.

Die Internationalisation des Tourismus und die Notwendigkeit die Fragen zu lösen, die verbunden mit Tourismus am internationalen Niveau sind, forderte die Entstehung der internationalen Organe und Organisationen.

2.2.1.3 Hochphase und Globalisierung

In der Hochphase ab 1945 wurde Institutionalisierung und Vermarktung auf die Spitze getrieben, neu entstand dabei auch eine neue wirtschaftliche Methode: der Kaufhaustourismus. Die Entwicklung wurde durch den wirtschaftlichen Aufschwung in den westlichen Industrienationen unterstützt, was höhere Einkommen und mehr Freizeit mit sich brachte. Ab 1955 stieg dann auch die Zahl der angebotenen Flugreisen rasant an, das Düsenzeitalter begann. In dieser Zeit spricht man über den Massentourismus.

Manche Autoren sehen in der Zeit nach 1980 noch eine weitere Phase: die Globalisierung. Der internationale Flugverkehr verbilligte sich und man konnte dank internationaler Reservationssysteme Flüge und Hotels individuell und maßgeschneidert buchen. Parallel zu dieser globalisierten Phase entstand eine Gegenbewegung in der Form der Tourismuskritik, die ihren Ursprung im neu erwachten Umweltbewusstsein hatte und schnell ideologische Züge annahm. In den folgenden Jahren fanden viele Konferenzen statt: die erste *World Tourism Conference* fand 1980 in Manila statt und stellte die Bedeutung des Tourismus heraus (im Vordergrund mit dem ökonomischen Aspekt und der völkerverständigen Funktion des Tourismus). Damals wusste man nicht, dass es sich Tourismusformen und Reisetrends nur 30 Jahre später so viel verändern werden.

2.2.2 Tourismusformen

Es gibt viele alternative Tourismusformen, aber die kann man hier alle leider nicht beschreiben, deswegen werden nur vier Grundformen und ihre Gedanken kurz vorgestellt werden: Massentourismus, Sanftes Reisen, Anders Reisen und Individualtourismus.

2.2.2.1 Massentourismus

Massentourismus bezeichnet das konzentrierte Auftreten von Touristen an bestimmten Reisezielen. Der Journalist Robert Jungk bezeichnete in einem „Geo“ Artikel von 1980 den Massentourismus als „Hartes Reisen“. Unter diesem Begriff bedeutet der Massentourismus, dass man in möglichst kurzer Zeit möglichst viele Sehenswürdigkeiten abhakt, wobei er sich eher passiv und außengelenkt verhält. Das Gegenteil davon ist „Sanftes Reisen“.

2.2.2.2 Sanftes Reisen

Sanftes Reisen dagegen nimmt sich Zeit, sitzt auf Erlebnisse statt Sehenswürdigkeiten, die Reisenden beschäftigen sich mit dem Reiseziel, lernen die Sprache und verhalten sich während der Reise deutlich aktiver. Dieser Begriff ist aber aus der Mode gekommen, heute spricht man häufiger vom „alternativen“ oder vom „nachhaltigen“ Tourismus.

2.2.2.3 Anders Reisen

Der Ausdruck „anders reisen“ wurde vor allem zu Beginn der 80er Jahre bekannt und stellt Reisen als eine Tourismusform dar, die als „langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich, sowie ethisch und sozial gerecht“¹⁰ definiert ist. Bis heute existiert noch eine darauf aufbauende Plattform das „Forumandersreisen“. Das Forum propagiert nachhaltiges Reisen und es orientiert sich auf die Gruppen: 50plus, Reisen Familienreisen, Frauenreisen, Handicapped, Jugendreisen, Schulen und Vereine, Single Reisen. Das Forum bietet unterschiedliche Möglichkeiten des Reisens an: Entspannung – Wellness –

¹⁰ FORUMANDERSREISEN. Kriterienkatalog: Auszug aus dem Kriterienkatalog [online]. [cit. 2012-03-31]. Erreichbar aus: http://forumandersreisen.de/mitglieder_kriterienkatalog.php

Strandurlaub, Erlebnis – Abenteuer – Begegnung, Fahrradreisen, Kreativität & Lernen, Naturkundliche Reisen, Schiff - Zug - Bus - Fly & Drive, Sport & Aktiv, Stadt, Kultur & Kulinarisches, Wandern & Trekking, Wassersport und Winterreisen.¹¹

2.2.2.4 Individualtourismus

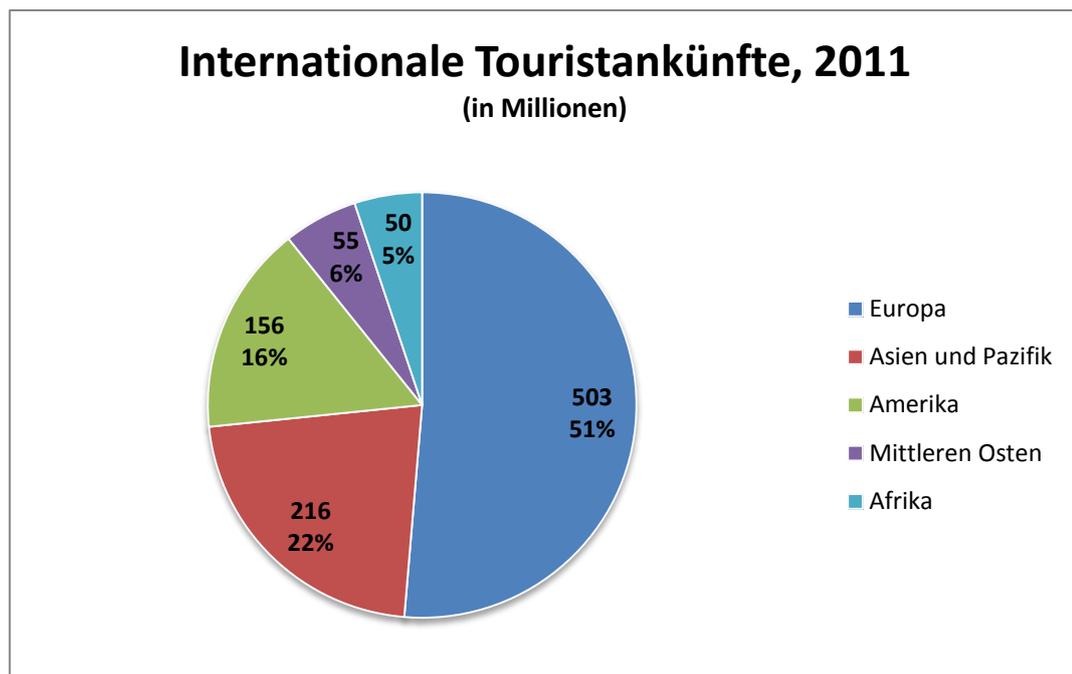
Diese Form gibt es schon lange Zeit. Man sagt, dass die Individualreisenden einsichtiger und verständiger als Anhänger des Massentourismus (Pauschaltouristen) sind, weil sie direkteren und tiefgehenden Kontakt mit den Einheimischen haben, weil sie „näher“ am Volk reisen – das heißt billigere Unterkünfte (die von Einheimischen geführt werden), öffentliche Verkehrsmittel, Verpflegung an Straßenständen usw. – dies alles bedeutet, dass diese Touristen im Vergleich zu Pauschaltouristen nicht von den Einheimischen abgetrennt sind.

¹¹ FORUMANDERSREISEN. Reisen und Zielgruppen [online]. [cit. 2012-03-31]. Erreichbar aus: <http://forumandersreisen.de/index.php>

2.2.3 Reisetrends heute

Im Rahmen des Weltweitreisens hat man ein paar Trends entdeckt und auf Grund dieses können wir konstatieren, dass:

- a) der Anteil des aktiven und passiven Tourismus steigert
- b) das internationale Tourismus ist ungleichmäßig ausgebreitet auch im Weltmaß (am meisten reist man durch Europa, dann nach Amerika, Asien, Afrika und Australien)¹²



Graph 1 *Internationale Touristankünfte*

Quelle: Tourism Organization (UNWTO) ©

- c) Tourismus ist eine der drei größten und sich schnellsten entwickelnden Branchen der Weltökonomik (Tourismus erscheint hinter der Automobil- und Elektrotechnischenindustrie in der Stufenleiter des produzierten BIP)
- d) es gibt sog. Quellländer (größte Reisende) – das heisst die Länder, aus denen meist Touristen rekrutiert werden: Australien, Belgien, Kanada, USA, Japan und Niederlande.
- e) es gibt sog. Zielländer (meist besucht) – das heisst die Länder, wohin sich meist Teilnehmer richten. Am meisten besucht sind: Frankreich, Spanien und Italien.

¹² Angabe ist veraltet – neue Forschung der Organization UNWTO (2011) zeigt, dass an der zweiten Stelle gibt es schon heutzutage vor Amerika Asien und Pazifik.

- f) ein bestimmtes Land nimmt meist Touristen an von den Nachbarnländern oder Sprachverwandten Gebieten (zum B. Österreich wird von den Deutschen besucht und umgekehrt, Großbritannien von Amerikanern und den Touristen, die Englisch sprechen)
- g) Entwicklung des internationalen Tourismus zeigt auf weiteres Wachstum der Mobilität der Einwohner (früher reiste man in der Richtung von Nord nach Süd, heutzutage gibt es eine Tendenz von West nach Ost zu reisen)
- h) die Alters- und Größenstruktur der Teilnehmer des Tourismus ändert sich (Altwerden der Population, „single“ Reisende)
- i) immer mehr reisen auch die Tiere und man benutzt immer mehr Auto
- j) Interesse an Selbstbildung, Ausbauen und Verbesserung der Körperkondition wächst¹³

Breede sieht Reisetrends aus dem anderen Sicht an, er beschreibt Trends so, dass die Reisen „individuell, exotisch und so oft wie möglich“ gemacht werden. Bei der Individualisierung geht vor allem darum, jedem Kunden ein spezielles Angebot zu machen, aus diesem Grund gibt es viele Typen der Reiseangebote – für Jugendliche, Senioren, Familien, Singles usw. Die Kataloge der Anbieter sind auch entsprechend den Wünschen aufgebaut und weisen auf Kombinationsmöglichkeiten hin. Der Tenor in der Entwicklung ist ganz klar: Alles erleben, nichts verpassen. Der ideale Urlaub bietet das Außergewöhnliche, individuell auf jeden selbst abgestimmt, und das am besten mehrmals im Jahr.¹⁴

Am 7. März 2012 hat die Messe ITB Berlin (Internationale Tourismus-Börse) stattgefunden. Aus der Zusammenfassung des Vortragblocks FUTURE DAY¹⁵ kann man die neuesten Reisetrends feststellen: immer mehr beliebte Haupttypen des Urlaubs in Europa sind Rundreisen, Besichtigungen der Städten und am dritten Platz Sonne und Strände. In der Zeit der Wirtschaftskrise wollen die Europäer überraschend nicht Geld am

¹³ Vgl. FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0719-1. S. 16-17. Eigene Übersetzung aus dem Originaltext: „V rámci celosvětového cestování bylo vyzorováno několik trendů, na základě kterých můžeme konstatovat, že: a) Zvyšuje se podíl aktivního i pasivního CR. Nejvíce se cestuje po Evropě, pak do Ameriky, Asie, Afriky a Austrálie. b)... c) ... d) ... e) ... f) ... g) ... h) ... i) ... j) Roste zájem o sebevzdělávání, zdokonalování a zlepšování tělesné kondice.“

¹⁴ Vgl. BREEDE, Marit. *Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 2008. ISBN 978-3-8300-3954-9. S. 139.

¹⁵ *Vývoj mezinárodního cestovního ruchu* [online]. [cit. 2012-04-03]. Erreichbar aus: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/>

Urlaub sparen und bevorzugen immer mehr Qualität vor Quantität. Geld wird am häufigsten für Essen und Trinken, Kleidung und Schuhe und Essen in Restaurants gespart. Top-Zieldestinationen Europas waren für das Jahr 2011 Spanien, Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und Großbritannien.

2.2.4 Interkulturalität im Tourismus

Dank der Entwicklung moderner Kommunikationstechniken ist die räumliche Entfernung unbedeutender geworden und darum ist die Menschheit heute auch mobiler. In der ganzen Welt wird mit Partnern anderer Nationen kooperiert, und das Bedürfnis von Beziehungen aller Art macht interkulturell kompetente Menschen zu wichtigen Vermittlern. Im Tourismus ist es nicht anders. Vor allem die Reiseführer müssen in diesem Bereich sehr gut ausgebildet sein und ihre Klienten über jede kleine Unterschiedlichkeit oder Gewohnheit des Landes informieren, damit sie komplizierte Situationen vermeiden. Aber wie sollte sich man benehmen, wenn er keinen Reiseführer zur Verfügung hat?

Beim Reisen, besonders in die exotischen Länder, trifft sich man mit vielen unterschiedlichen kulturellen Stereotypen, bei denen er viel Bereitschaft zeigen muss, um eine andere Kultur zu verstehen. Dabei ist oft auch sehr viel Toleranz nötig. Mehr wurde dazu schon im Kapitel über die interkulturelle Kommunikation gesagt.

Man sollte sich vor der ersten Reise in die fremde Kultur vorbereiten, zum B. ein Reisehandbuch oder wenigstens die Informationen von den Leuten, die das Land schon besuchten, sollten reichen. Dass man eine der Weltsprachen beherrschen sollte, ist schon klar, aber ein großer Vorteil ist auch Kenntniss der Grundphrasen in der einheimischen Sprache. Die wichtigsten sind: verschiedene Begrüßungsformel, danke, bitte, Entschuldigung, die Grundzahlen usw. Der Kontakt zur Einheimischen ist je nach Reiseform größer oder geringer. Aber man kann sich nicht darauf verlassen, dass wenn er im Hotel mit vier Sternen untergebracht wird, wird ihm nichts „passieren“. Auch einen interkulturell kompetenten Menschen kann immer etwas Neues überraschen, man weiß nie, was kommt.

Über die Interkulturalität und Reisen wurde schon viel theoretisches in dieser Arbeit geschrieben, aber mein Ziel ist festzustellen, wie sieht die Praxis aus, das heisst: wie oft und mit wem reisen die Tschechen, welche Länder sind am meisten besucht, was

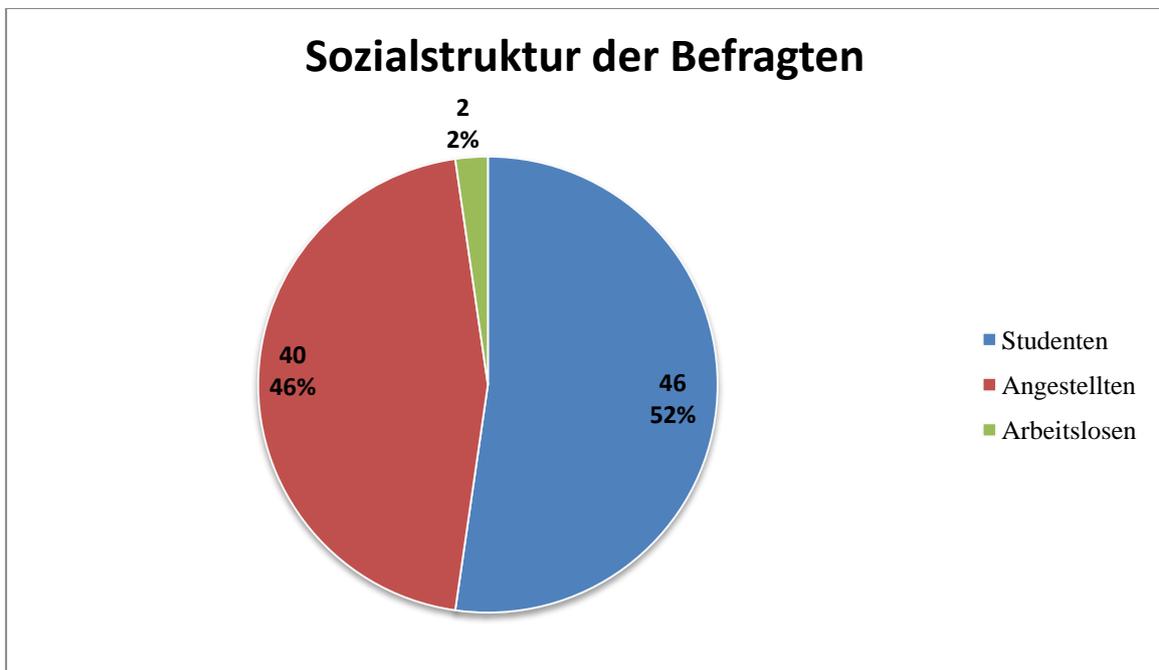
denken sich die Tschechen über die anderen Kulturen, welche (interkulturelle) Erfahrungen erlebten sie beim Reisen und welche Einstellungen haben sie zu den verschiedenen Kulturen.

3 Praktischer Teil

3.1 Grundinformationen über die Forschung

Für meinen praktischen Teil habe ich mir eine Mischung von qualitativen und quantitativen Forschung ausgewählt. Es wurde eine Umfrage mithilfe „Google Documents“¹⁶ geschaffen, die durch Internet – soziale Netze und E-Mails – an die Leute versandt wurde. Es gab 15 Fragen – die Fragen von 1 bis 9 und Fragen Nummer 12 und 15 quantitativ gelöst wurden – die Teilnehmer haben sich immer eine oder mehrere Antworten der angebotenen Möglichkeiten ausgewählt, die zu ihnen passten. Bei den Fragen Nummer 10, 11, 13 und 14 – wurde die qualitative Forschung (offene Fragen) ausgewählt, die eigene Erfahrungen und Einstellungen der Befragten zum Thema zeigen sollte.

Die Zielgruppen waren die Menschen im Alter 18 – 26 Jahre (Studenten, „junge“ Leute) und 27 – 45 Jahre („produktive und erfahrene“ Leute), insgesamt 88 Teilnehmer (44 Frauen und 44 Männer), sowohl Angestellten bzw. Arbeitslosen, als auch Studenten.



Graph 2 Sozialstruktur der Befragten

¹⁶ KOŽUŠNÍKOVÁ, Lucie. *Dotazník na téma: Interkulturalita v cestovním ruchu* [online]. [cit. 2012-04-01]. Erreichbar aus: <https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dGEzejLY1ZPeXgwcWIDSGJTX3RFemc6MQ>

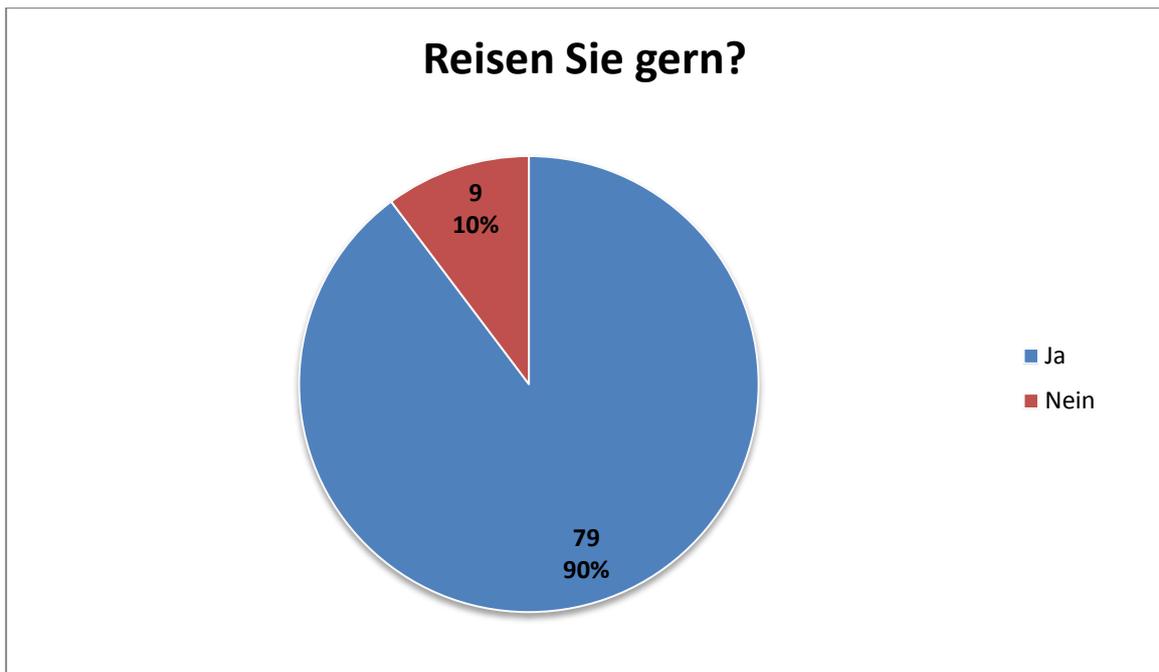
3.2 Umfrage

Die Umfrage hat 15 Fragen, bei jeder Frage wird eine Hypothese geäußert, die mittels der Antworten von den Befragten bestätigt oder widerlegt wird. Die Fragen wurden folgende:

- ❖ Reisen Sie gern?
- ❖ Wie oft reisen Sie?
- ❖ Aus welchen Gründen reisen Sie?
- ❖ Mit wem reisen Sie am meisten?
- ❖ Würden Sie Urlaub in Tschechien oder im Ausland bevorzugen?
- ❖ Im Fall des Auslandsreisens wählen Sie am meisten
- ❖ Welche Art der Unterkunft wählen Sie am liebsten?
- ❖ Welche Urlaubsart wäre für Sie?
- ❖ Welche von den europäischen Ländern besuchten Sie schon?
- ❖ Besuchten Sie schon mal die muslimische Länder wie Ägypten, Türkei u.ä.?
- ❖ Möchten Sie mal die Länder des Fernen Ostens besuchen?
- ❖ Welches Land Arden Sie mal gerne besuchen?
- ❖ Gibt es in Land, das Sie nicht besuchen möchten?
- ❖ Mit welcher Weltsprache verständigen Sie sich?

3.2.1 Reisen Sie gern?

Die erste Frage der Forschung war danach, ob die Tschechen eigentlich gerne reisen. Die Frage wurde mit Absicht so allgemein gestellt, damit man sehen kann, wie nehmen die Teilnehmer Reisen wahr. Die Meisten von ihnen nehmen das Reisen allgemein, aber manche sehen als Reisen nur Urlaub. Mit dieser Frage hängt gleich die zweite Frage zusammen.

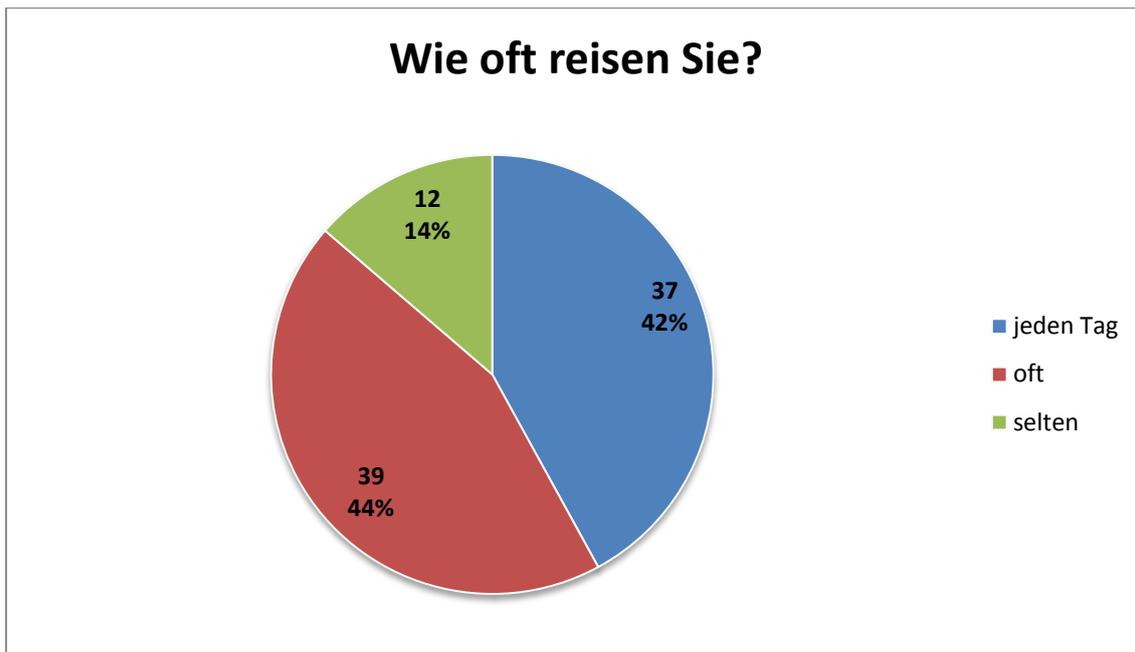


Graph 3 Reisen Sie gern?

Aus diesem Diagramm kann man sagen, dass die Tschechen gerne reisen. Alle Befragten, die „Nein“ ausgewählt, waren Männer. Eine Voraussetzung könnte sein, dass diejenigen, die nicht gerne reisen, reisen auch selten, weil sie das einfach nicht mögen. Aber in der folgenden Frage zeigt sich, dass solche Interpretation falsch ist.

3.2.2 Wie oft reisen Sie?

Bei dieser Frage würde man voraussetzen, dass diejenigen, die gerne reisen, reisen auch oft und die, die das Reisen nicht mögen, auf keinen Fall nicht. Allgemein sollten aber die Tschechen – die beiden Altersgruppen – sehr oft reisen, weil man heutzutage nicht in der Umgebung studieren oder arbeiten muss, es gibt so viele Reisemöglichkeiten und Reisen wird immer die kürzere Sache, was vor allem mit der Entwicklung der neuen Technologien zusammenhängen.

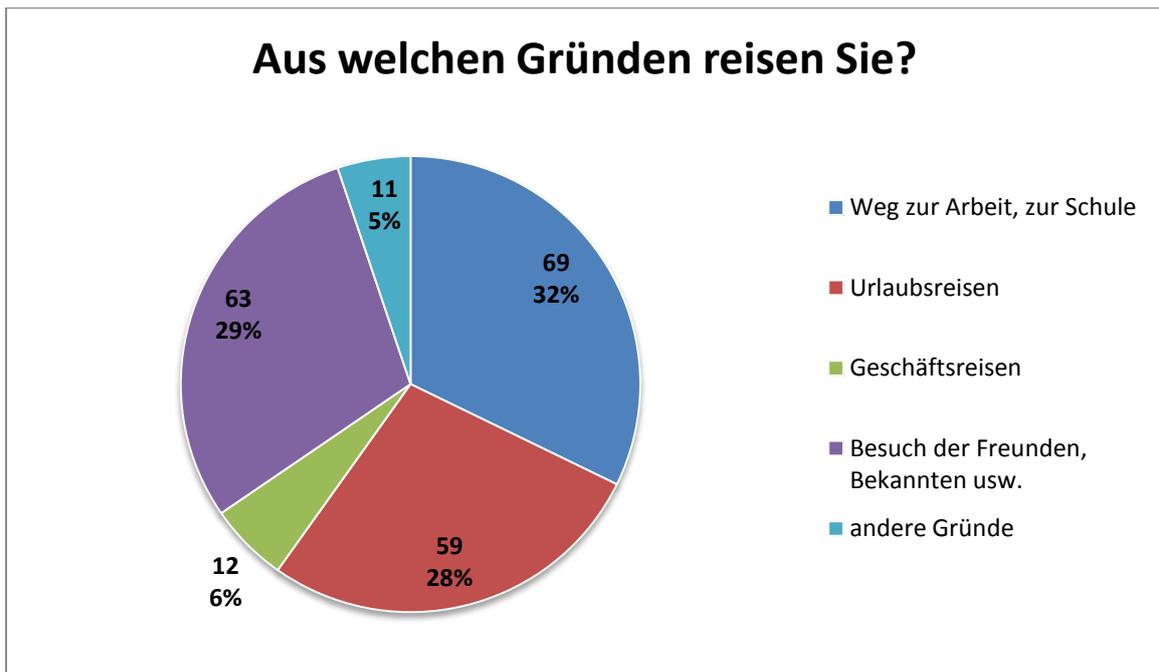


Graph 4 *Wie oft reisen Sie?*

Aus diesem Diagramm kann man folgern, dass die Tschechen sehr oft reisen. Nur 12 aus den 88 Befragten reisen selten. Aber wichtig ist dabei zu sagen, dass jeder Mensch subjektive Meinung hat, jemand kann nach seiner subjektiven Meinung selten reisen und der Andere würde über ihn sagen, dass er oft reist. Also, bei dieser Interpretation sollte man vorsichtig sein.

3.2.3 Motivation beim Reisen

Motivation beim Reisen kann sehr unterschiedlich sein und jeder Mensch ist ein Individuum, das seine eigene Bedürfnisse, Vorstellungen und Wünsche hat. Allgemein kann man aber voraussagen, dass auf der Spitze sollte der Weg zur Arbeit und zur Schule sein, weil jeder Mensch arbeiten muss (fast sein ganzes Leben) und damit er einen Job finden könnte, muss er auch für eine Zeit studieren. Also bei dieser Frage sollten sich nur läppische Unterschiede zwischen den Altersgruppen erscheinen.



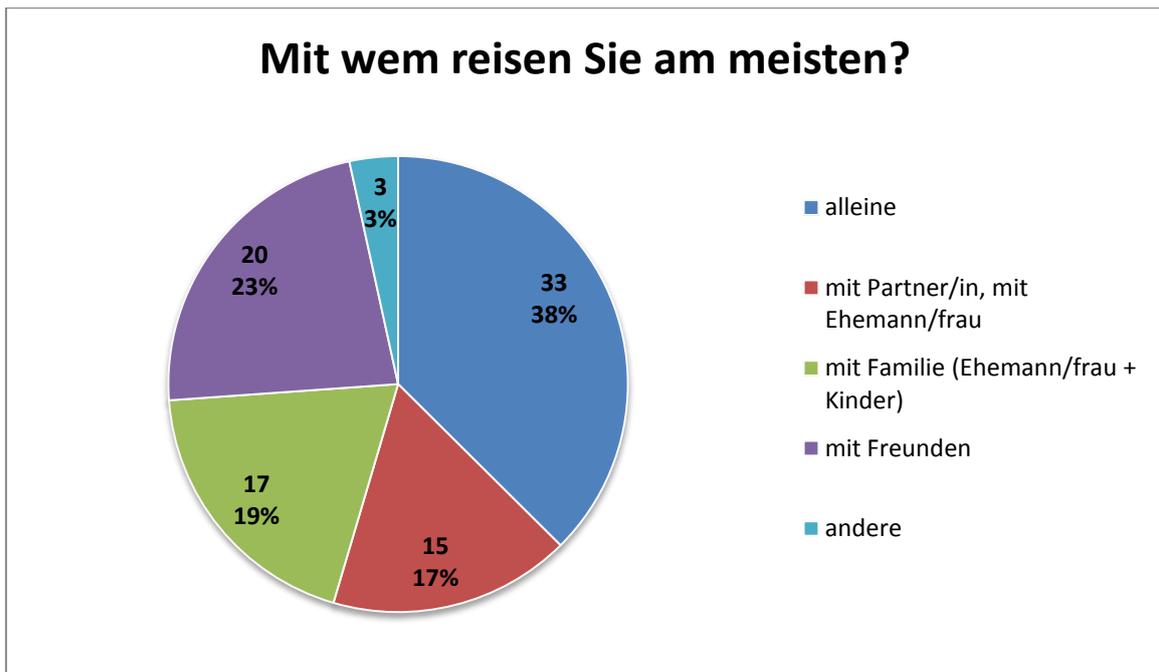
Graph 5 Aus welchen Gründen reisen Sie?

Hier konnte man mit mehreren Antworten abstimmen. Am meisten wurden die Mischungen Weg zur Arbeit, zur Schule + Urlaubsreisen oder Weg zur Arbeit + Besuch der Freunden, Bekannten usw. bezeichnet. Als andere Gründe wurden Sport und Familienausflüge angegeben.

3.2.4 Individual- vs. Gruppenreisen

Bei der Frage Nummer 4 – Mit wem reisen Sie am meisten? – gibt es eine Hypothese, und zwar: die Studenten sollten sich eine der zwei Möglichkeiten auswählen – alleine oder mit Freunden – weil sie meistens schon größeren Distanz vom Familienreisen haben und im Gegenteil reisen sie oft zur Schule/Uni und unternehmen viel zusammen mit ihren Freunden.

Bei der produktiven Gruppe setzt man voraus, dass man im Alter von 27 bis 45 eigene Familie hat, oder wenigstens einen Partner/eine Partnerin hat. Deswegen sollten die Befragten Möglichkeiten mit Partner/in, Ehemann/frau und mit Familie bevorzugen.



Graph 6 Mit wem reisen Sie am meisten?

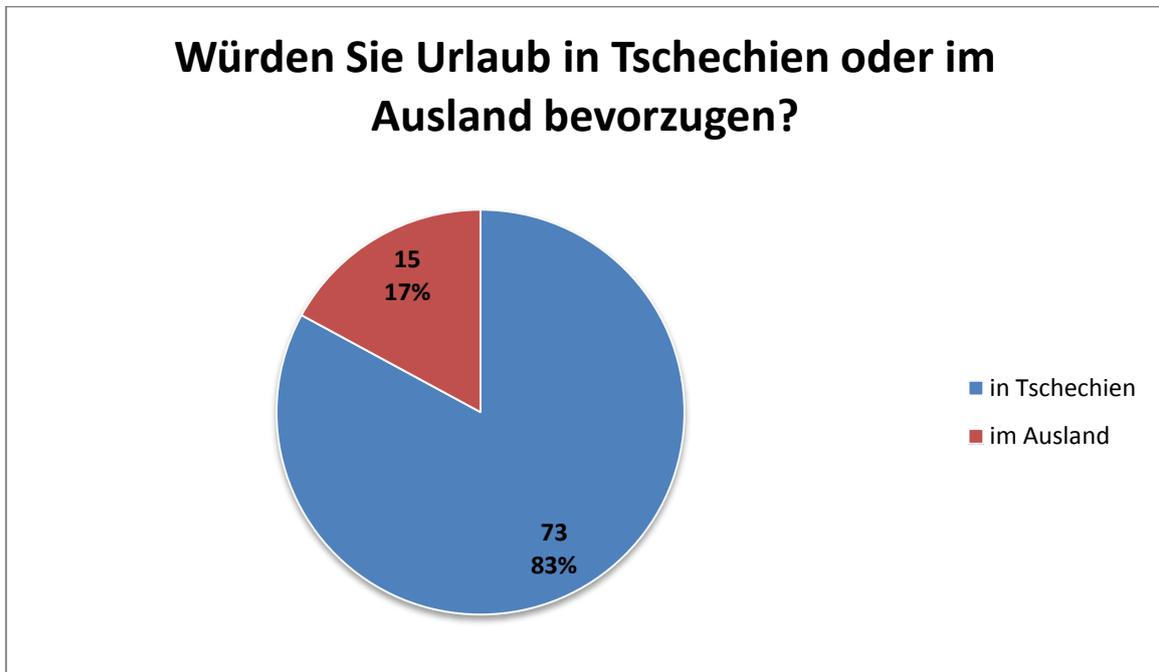
Bei der Gruppe 18 – 26 hat sich die Hypothese bestätigt. Aus den 53 jungen Menschen reisen 21 am meisten alleine und an der zweiten Stelle war die Möglichkeit mit Freunden mit 14 Stimmen. 11 Befragten reisen am meisten auch mit ihren Partnern oder im Ehepaar.

Bei der Altersgruppe 27 – 45 hat sich gezeigt, dass die Tschechen heutzutage immer mehr alleine reisen müssen. 11 aus den 35 Befragten antworteten zwar, dass sie am meisten mit ihrer Familie reisen, aber 12 „bevorzugte“ Individualreisen. Der Zweck kann ihren Job (Geschäftsreisen, jeden Tag zur Arbeit fahren) sein, weil man in der vorigen Frage sehen konnte, dass dank der Arbeit bzw. Ausbildung reisen die Tschechen heute am häufigsten.

3.2.5 Urlaub in Tschechien vs. Ausland

Diese Frage ist zwar klar, aber desto mehr kann die Statistik interessanter sein. Reisen die Tschechen lieber durch die Heimat oder lernen sie lieber andere Kulturen und Länder kennen? Gibt es die Unterschiede zwischen Männer und Frauen?

Obwohl das tschechische Land sehr allerlei ist und viel zum Anbieten hat, sollte die Sehnsucht nach etwas neuem Unerkannten gewinnen und das umfasst die anderen Kulturen, Gewohnheiten usw. Die Tschechen sollten Urlaub im Ausland bevorzugen.

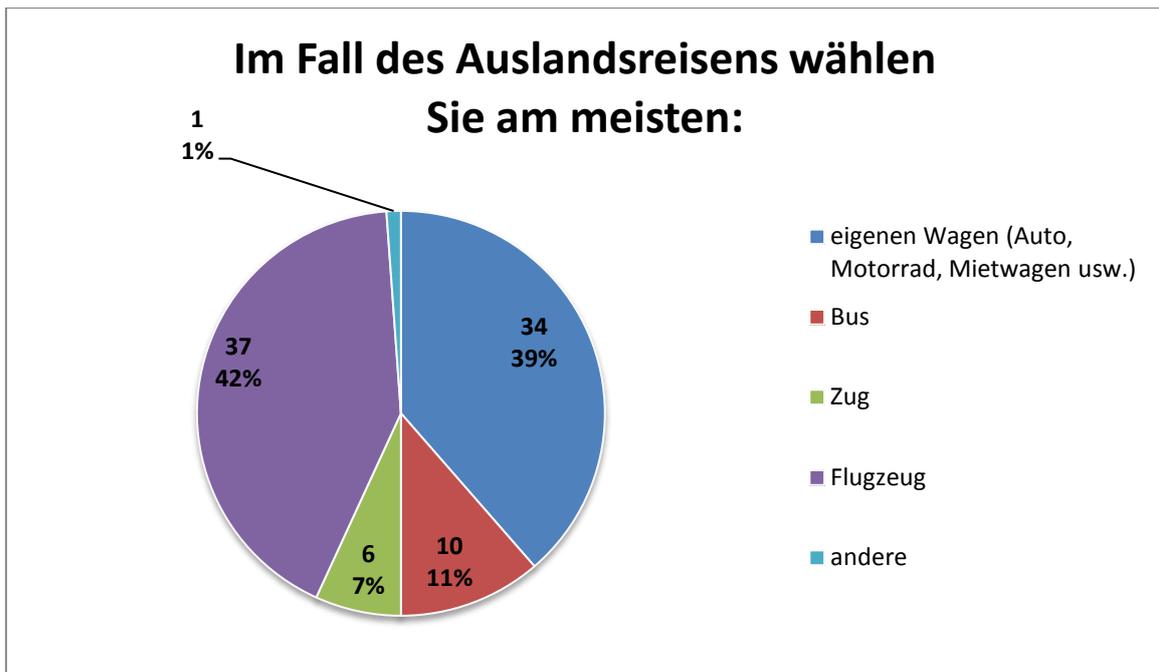


Graph 7 Würden Sie Urlaub in Tschechien oder im Ausland bevorzugen?

Die Voraussetzung wurde völlig bestätigt. Aber interessant ist, dass aus den 15 Befragten, die ihren Urlaub lieber in Tschechien verbringen würden, waren 12 Männer und nur 3 Frauen. Menschen verbinden meist auch Urlaub mit dem Sommer und wenn sie in dieser Jahreszeit irgendwohin reisen wollen, dann wählen sie das vor allem Länder, in den es wärmeres Klima als in Tschechien gibt.

3.2.6 Transportmittel fürs Reisen

Wie es schon im Kapitel über Reisetrends geschrieben wurde, sieht Francová als einer der Reisetrends das, dass man immer häufiger Auto benutzt. Das ist bestimmt wahr, aber heutzutage wird auch immer mehr das Flugverkehr bevorzugt, weil es für die längeren Reisen schneller und bequemer ist und auch die Flugkarten sind nicht mehr so überteuert. Man muss sich keine Sorge mit der Reise machen, er steigt nur am Flughafen ins Flugzeug ein und im Zielland aus.



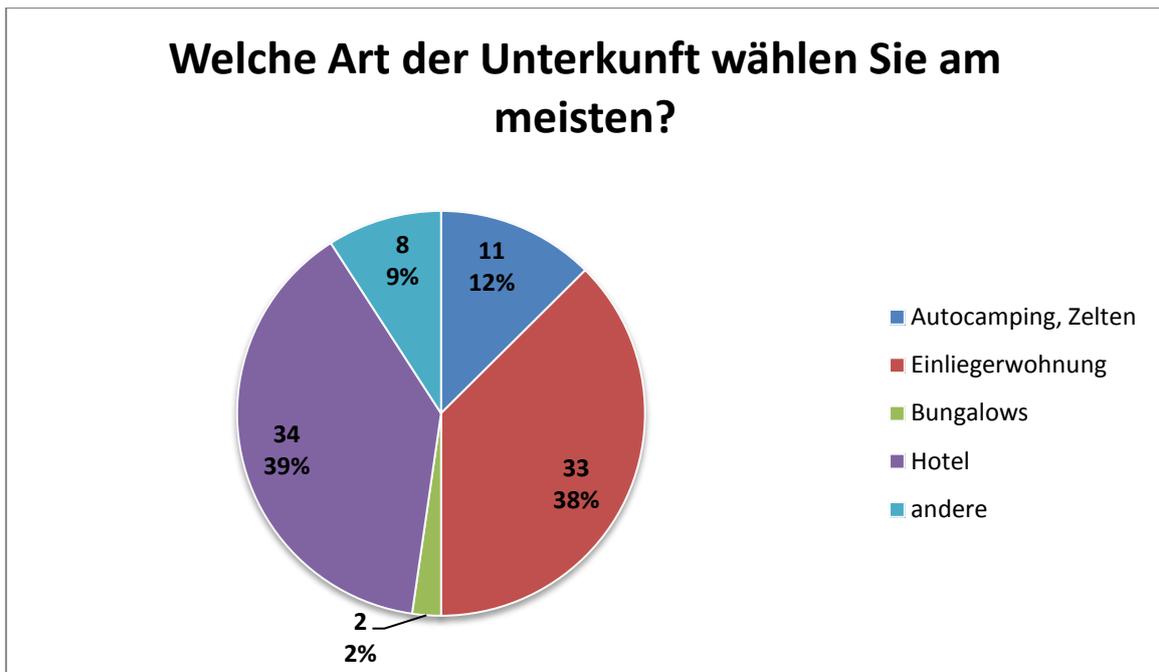
Graph 8 Im Fall des Auslandsreisens wählen Sie am meisten

Aus dem Diagramm kann man feststellen, dass die Tschechen am liebsten Flugzeug und Auto als Transportmittels für Auslandsreisen benutzen. Bei der Gruppe 27 – 45 Jahre reist fast eine Hälfte mit dem Flugzeug und die zweite Hälfte den Befragten mit dem Auto.

Bei den jungen Leuten ist es ein bisschen anders, 21 Befragten bevorzugen Flugzeug, 19 wählen Auto und 9 würden mit dem Bus fahren. Das könnte proportional mit dem Alter zusammenhängen. Je älter man ist, desto bequemer und anspruchsvoller ist er. Darum wählen sich auch die Leute im Alter 27 – 45 den Bus nur selten.

3.2.7 Art der Unterkunft

Diese Frage wird wahrscheinlich, gleich wie bei der Frage mit den Transportmitteln, mit dem Alter zusammenhängen. Vor allem die Menschen, die längere Zeit hart arbeiten, werden wahrscheinlich keine Lust auf Selbstkochen und Abenteuer in den Zelten haben. Im Gegenteil die Studenten wollen meistens Geld sparen und solche „Bedingungen“ stören sie nicht.



Graph 9 Welche Art der Unterkunft wählen Sie am meisten?

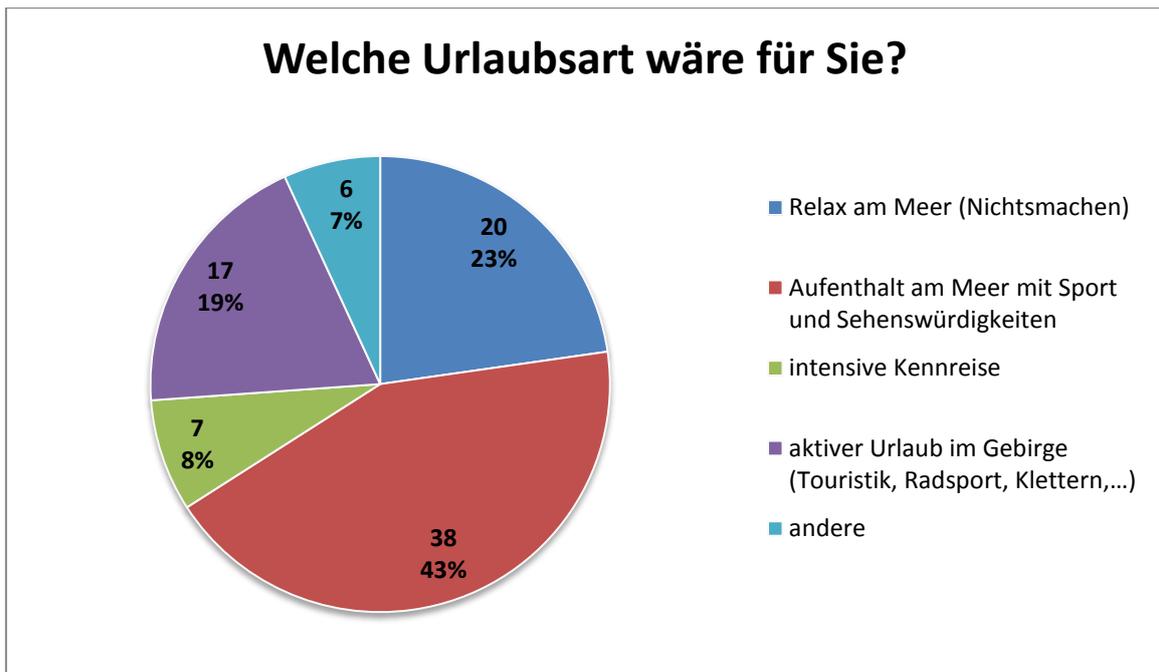
Bei diesem Diagramm kann es so aussehen, dass die Tschechen am meisten Hotel oder Einliegerwohnung als die Art der Unterkunft bevorzugen. Aber es gibt Unterschiede zwischen den beiden gewählten Altergruppen.

Die Befragten der Altersgruppe von 27 bis 45 Jahre wählten in den meisten Fällen Hotel (20 Befragten) und Einliegerwohnung (12 Befragten).

Die jungen Leute sind umgekehrt mehr auf Einliegerwohnungen orientiert (20 Befragten) und dann kommt dran Hotel (14 Befragten). Wie zeigt der Graph 9, junge Generation mag auch Autocamping und Zelten (10 Befragten). Unter den anderen Möglichkeiten verbergen sich Herbergen und „Schlafen unter dem Schlapphut“.

3.2.8 Typen des Urlaubs

Bei der Wahl der Typen des Urlaubs sollte man nach dem Geschlecht und Alter unterscheiden. Die Frauen würden Relax bevorzugen, bei den Männern sollte sich eine aktive Gruppe ausgliedern, die Gebirge und Sport mag. Auch die junge Leute allgemein werden wahrscheinlich aktiver im Urlaub sein.



Graph 10 Welche Urlaubsart wäre für Sie?

Der Graph zeigt, dass die Tschechen sich zwar gerne im Urlaub ausruhen, aber in der Kombination mit dem Sport und Sehenswürdigkeiten. Beim Nichtsmachen ist die Struktur im Verhältnis von 13 zu 7 (Frauen zu Männern). Und beim aktiven Urlaub überraschten die Frauen, weil im Verhältnis zu Männern (6 zu 11) in dieser Umfrage sind sie auch ganz aktiv. Das Alter spielte bei dieser Frage fast keine Rolle.

3.2.9 Reisen durch Europa

Aus dieser Frage sollte man feststellen, welche europäische Länder besuchen die Tschechen am meisten. Nach den Reisetrends sollten es sein: Spanien, Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und Großbritannien.

Wenn man aber aus Tschechien kommt, kann er voraussetzen, dass diese Hypothese nicht ausgeht. Es ist nicht so lange her, wann fast jede tschechische Familie im Sommer nach Kroatien fuhr. Und meist besuchte Länder werden wahrscheinlich Slowakei und auch die anderen Nachbarländer wie Deutschland, Polen und Österreich sein. Einen großen Erfolg sollte auch schon erwähntes Kroatien haben.



Graph 11 Welche von den europäischen Ländern besuchten Sie schon?

Dieses Diagramm bestätigt die Hypothese ganz über die Erwartungen. Aus den 88 Befragten besuchten 68 die Slowakei, 61 Österreich, 60 Kroatien, 58 Deutschland und 55 Polen. Die einzige Überraschung ist Italien, mit 59 Befragten.

3.2.10 Tschechen und die muslimische Kultur

Bei dieser Frage sollten die Befragten eigene Erfahrungen mit der muslimischen Kultur beschreiben. Aus den 88 Befragten besuchten 30 Ägypten, Türkei, Tunesien, usw. Die Meinungen unterscheiden sich nach besuchten Ländern.

Viele Leute, die diese Länder nicht besuchten, haben keine Lust sie mal zu besuchen. Die Gründe wurden nicht angegeben.

Bei der Türkei überwiegen die Meinungen, dass die Türken zu aufdringlich sind. Die Befragten beschreiben Situationen, wann die Türken sie selbst oder ihre Freunde störten, am häufigsten beim Einkaufen auf dem türkischen Markt (Zwingen der Produkten). Im Gegenteil gefällt den Tschechen die Möglichkeit über den Preis zu

handeln. Die europäischen Frauen sind in der Türkei sehr beliebt, besonders wenn sie blondhaarig sind. Manche Frauen von Befragten finden es toll, aber manchen kam es auch unangenehm und frech vor. Oft haben aber die Tschechen auch positive Erfahrungen, wann die Türken sehr nett und hilfsbereit waren. Nur eine Frau erwähnte Islam – sie beschreibt das Verhalten der Türken: Allah sieht alles... aber nach der Dämmerung kann man die Versündigungen tun, weil es Dunkelheit gibt.

Mit dem Ägypten haben die Tschechen fast keine schlechten Erfahrungen. Sie beschreiben die Einheimischen als freundlich, kommunikativ und nett. Manche merkten nur den Unterschied zwischen dem Hotelkomplex und der Realität, dass es überall viele Soldaten gab und dominierte Unruhe.

3.2.11 Tschechen und die Länder des Fernen Ostens

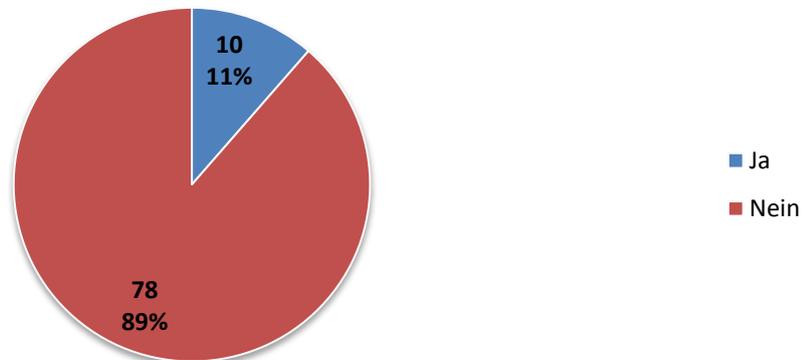
Allgemein gesehen, Tschechen mögen die asiatische Kultur, vor allem Japan. Andere erwähnte Länder waren Indien, Thailand und China. 28 Befragten würden diese Länder nicht besuchen, die Gründen waren: andere Kultur, Essen und Krankheiten.

Der Rest der Befragten sieht die asiatische Kultur als etwas neues, interessantes, bezogen auf Kultur und Gewohnheiten, Essen, Architektur und vor allem die Natur und sie würden die Länder gerne mal besuchen.

3.2.12 Tschechen vs. Amerika und Australien

Diese Frage wurde aus dem folgenden Grund gestellt: sie soll zeigen, dass diese Kontinenten, obwohl sie sehr entfernt von der Tschechischen Republik sind, kann man auch in dieser Zeit ohne größeren Probleme besuchen.

Besuchten Sie schon mal die Staaten des Nord-, Mittel- und Südamerikas oder Australien?



Graph 12 Besuchten Sie schon mal die Staaten des Nord-, Mittel- und Südamerikas oder Australien?

Aus diesem Diagramm kann man beurteilen, dass das Interesse an Amerika und Australien ganz groß ist, besonders im Vergleich mit dem Besuch der anderen europäischen Ländern, die auf jeden Fall näher sind: Finnland besuchten 4 und Norwegen 6 Befragten.

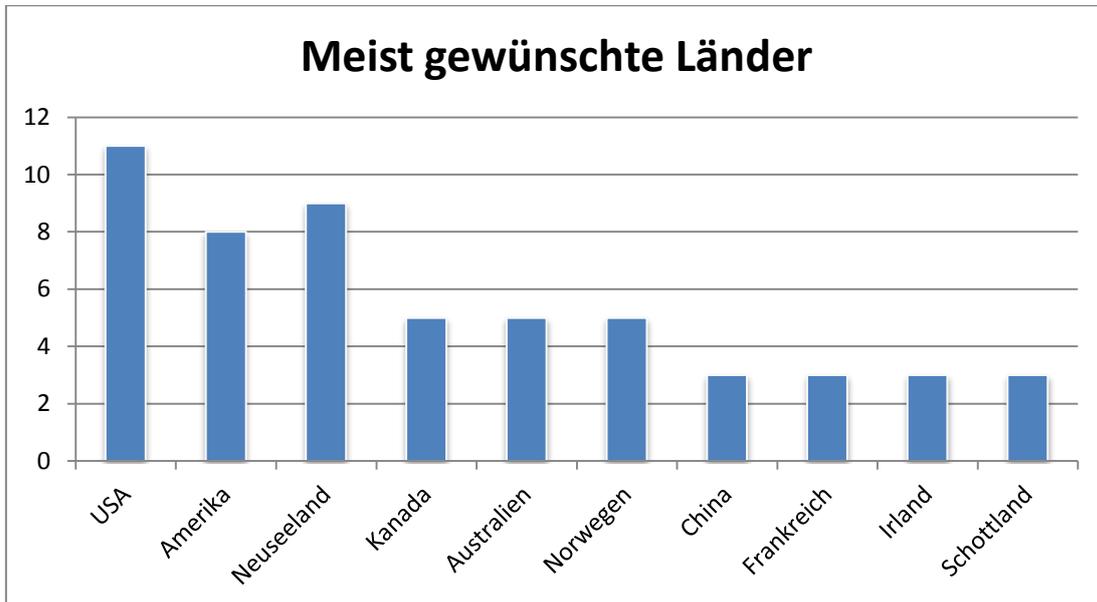
3.2.13 Geträumte Länder

Bei dieser Frage sollten sich die Befragten alleine für ein Land (meistens auch mehre) entscheiden, das sie mal besuchen möchten. Sie sollten auch ihre Wahl begründen, dabei zeigt sich der Geschmack des jeden Befragten.

Nach dem *Graph 13* können wir konstatieren, dass die meist gewünschten Länder waren: USA, Neuseeland, Amerika (auch so geschrieben), Kanada, Norwegen und Australien.

Bei den USA wurden die Gründe wie Weise des Lebens (Freiheit), berühmte Städte (New York, Las Vegas, Miami, Florida,...) und eigene Kultur angegeben, Amerika allgemein war sehr beliebt auch dank der Länder wie Kuba, Brasilien, Peru und Chile. Bei dem Neuseeland und Australien war der Hauptgrund Natur, Norwegen – das bedeutet für

Tschechen vor allem Angeln, auch Kanada ist für die Tschechen interessant, vor allem dank der Natur und der freundlichen Einheimischen.



Graph 13 Meist gewünschte Länder

3.2.14 Ungewünschte Länder

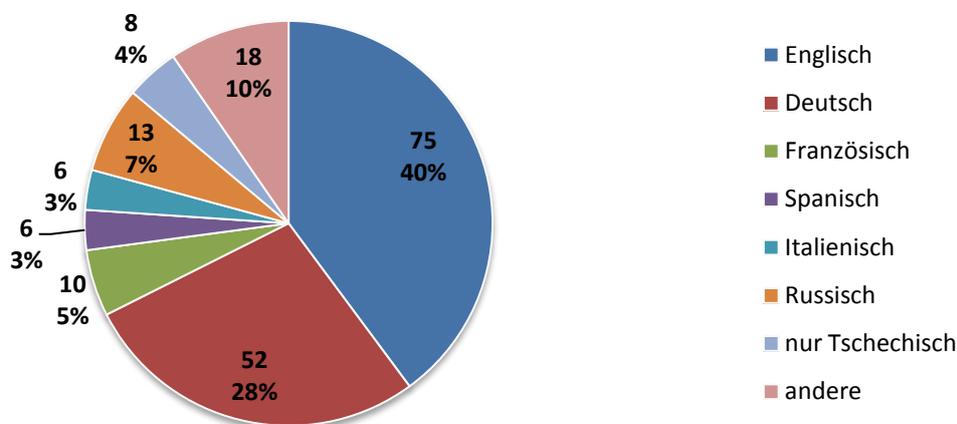
Bei der Frage – Gibt es ein Land, das Sie nicht besuchen möchten? – gliederten sich vier verschiedene Gruppen aus, deren Hauptgedanken waren:

- ❖ Gefahr und Kriege – hier wurden die Länder wie Afghanistan, Pakistan, Iran, Irak, weiter die Staaten Afrikas (Somalia und Ägypten) und Russland genannt. Diese Gründe und Länder wurden auch am häufigsten erwähnt.
- ❖ Armut und Unreife – vor allem die afrikanische Länder (Somalia).
- ❖ politisches Regime – Südkorea, China.
- ❖ Religionsfanatismus – muslimische Länder.

3.2.15 Kenntnis der Fremdsprachen

Diese Frage soll Kompetenz der Tschechen zeigen, wie sie sich (interkulturell) eigentlich mit den anderen Nationen verständigen. Heutzutage sollte man wenigstens eine der Weltsprachen beherrschen, Englisch gilt als ein universales Kommunikationsmittel. Befragten konnten mehre Antworten auswählen.

Mit welcher Fremdsprache verständigen Sie sich?



Graph 14 Mit welcher Fremdsprache verständigen Sie sich?

Die Statistik, die *Graph 14* darstellt, ist sehr befriedigend. Man kann sehen, dass die Tschechen die Wichtigkeit der Kenntnis mindestens eine der Weltsprache nicht unterschätzen.

Aus den 88 Befragten beherrschen eine Fremdsprache 24 Menschen, zwei verschiedene Fremdsprachen 32 Menschen und drei und manchmal sogar mehr als drei Fremdsprachen 23 Menschen.

Als die anderen Fremdsprachen wurden Polnisch (in 8 Fällen) und Slowakisch (in 3 Fällen) genannt.

3.3 Auswertung

Ziel dieser Forschung war festzustellen, wie sich die Tschechen beim Reisen benehmen, wie oft und mit wem sie reisen, aus welchen Gründen sie reisen, welche Transportmittel sie am meisten benutzen usw. Wichtig waren auch Fragen, die sich auf interkulturelles Denken der Befragten richteten und sollten damit zeigen, wie die Tschechen über die anderen Kulturen denken.

Es wurden 88 Teilnehmer an der Forschung teilgenommen, davon 44 Frauen und 44 Männer, weiter wurden die Teilnehmer in zwei Altersgruppen gegliedert: Altersgruppe 18 – 26 (junge Leute, vor allem Studenten) und Altersgruppen 27 – 45 (produktives Alter, vor allem Angestellte).

Nach den gewonnenen Informationen kann man konstatieren, dass Reisen gehört bei den Tschechen zu der wichtigen Sphäre ihres Lebens. Die Meisten von Befragten reisen oft bzw. jeden Tag, die Motivation beim Reisen war in den meisten Fällen der Weg zur Arbeit oder zur Schule, Besuch der Verwandten oder Bekannten und Urlaubsgründe. Ob die Tschechen lieber individuell oder mit den Freunden, Familie usw. reisen, hängt mit dem Alter zusammen. Forschung zeigte, dass die jungen Leute im Alter von 18 bis 26 Jahre am meisten alleine oder mit Freunden reisen, im Gegenteil dazu reisen die Leute im Altersgruppe 27 – 45 sehr oft mit ihrer Familie, aber noch eine Stimme mehr hatte das Individualreisen. Das kann man wie eine Folge der Wichtigkeit der Arbeit erklären, weil das Reisen wird eng mit dem Weg zur Arbeit verbunden. Bei der Wahl Urlaub in Tschechien vs. Urlaub im Ausland hat mit dem großen Aufsprung Ausland gewonnen. Wenn die Tschechen ins Ausland fahren, bevorzugen sie am meisten Flugzeug und Auto vor dem Bus und Zug. Bei der Wahl der Unterkunft waren die Tschechen auch fast einig, mehr als ein Drittel der Befragten wählte die Möglichkeiten Hotel und Einliegerwohnung. Der meist ausgewählte Typ des Urlaubs war Aufenthalt am Meer mit Sport und Sehenswürdigkeiten. Bei der Untersuchung, welche europäischen Länder werden von den Tschechen meist besucht, ist keine Überraschung geschehen, dass es Nachbarländer wie Slowakei, Österreich, Deutschland und Polen waren, auch Kroatien wurde eine lange Zeit bei den Tschechen sehr beliebt, aber Italien auf dem vierten Platz würde wahrscheinlich niemand erwarten.

Wenn die Befragten die anderen Kulturen bewerten sollten, waren die Meinungen meistens positiv. Bei der muslimischen Kultur (besonders bei der Türkei) wurde nur

Aufdringlichkeit der Türken und großes Interesse an europäischen Frauen kritisiert. Die Länder des Fernen Ostens (wie China, Japan und Korea) sind für die Tschechen interessant durch ihre Kultur und Gewohnheiten, spezifisches Essen und Natur. Bei der Nennung der Länder, die die Befragten nicht besuchen möchten, gaben es auch keine Probleme. Meist erwähnte Länder waren Afghanistan, Irak, Iran, Pakistan und Russland – die Gründe waren Gefahr und Kriege, weiter genannt wurden afrikanische Länder aus dem gleichen Grund, aber auch wegen Armut und Unreife. Sehr vielen Tschechen gefallen auch nicht die politischen Regime der Länder China und Südkorea und Religionsfanatismus der muslimischen Länder.

Die letzte Feststellung über die Kenntnisse der Fremdsprachen sollte jeden befriedigen, weil die Tschechen Kenntniss der Fremdsprachen nicht unterschätzen und 75 aus den 88 Befragten verständigen sich mit der englischen Sprache, 8 Menschen von den Befragten beherrschen nur ihre Muttersprache. Aufgrund aller diesen Informationen kann man sagen, dass die Tschechen auf dem guten Weg zur interkulturellen Kompetenz sind.

4 Zusammenfassung

Heutzutage wird die Interkulturalität und interkulturelles Lernen immer mehr besprochen. Man spricht über die interkulturell kompetenten Menschen, die solche Fähigkeiten und Kenntnisse haben, die ihnen ein richtiges Verstehen der anderen Kulturen ermöglichen. In meiner Arbeit wollte ich die Begriffe erklären, die mit der Interkulturalität zusammenhängen und eine komplette Übersicht über die interkulturelle Kommunikation leisten, die zu der gründlichen Orientierung in diesem Bereich dienen sollte.

Tourismus ist eine wirtschaftliche Branche, die ganz wichtig durch die letzten 30 Jahre für das jede Land geworden ist. Es wurde schon im alten Ägypten gereist, so lange ist die Geschichte des Tourismus. Während dieser langen Zeit veränderte sich Tourismus in allen Aspekten, weltweit gehört heutzutage der Tourismus zu den sich schnellsten entwickelten wirtschaftlichen Branchen. Es werden immer neue Tourismusformen entdeckt als Folge der steigenden Anforderungen der Menschen. Auch die Reisetrends ändern sich jede Saison.

Tourismus und Interkulturalität sind miteinander eng verbunden. Wenn man irgendwohin abreisen will, begegnet man immer neue Kulturen, neue Gewohnheiten und vor allem kommt man in Kontakt mit den Einheimischen. Ziel meines praktischen Teils war festzustellen, wie das Reisen bei den Tschechen aussieht, welche Anforderungen sie haben und was sie über die fremden Kulturen denken. Aufgrund aller gewonnenen Informationen durch die Forschung kann ich folgende Behauptung aufstellen, dass die Tschechen gern und oft reisen und sehr tolerant sind, und dazu noch offen für neue Kulturen sind. Trotzdem wenn es etwas Ungewohntes vorkommt, sind sie meistens kritisch und haben kein Verständnis. Das ist aber nichts Unerwartetes, es sind einfach spontane Reaktionen, die man zwar beherrschen kann, aber ohne Gründe nur mit Mühe. Man kann viele Bücher lesen, aber wo kein Wille ist, etwas an seinem Verhalten zu ändern, ist jeder Ratschlag teuer. Die Tschechen sind aber gegen die anderen Kulturen ganz tolerant.

5 Resumé

V dnešní době, kdy jsou nároky na rozvíjející se společnost čím dál větší, se setkáváme neustále častěji s pojmem interkulturalita. Tento pojem se stal důležitým v oblasti vnímání a komunikace s různě odlišnými kulturami. Toto vnímání získává navíc na významu při spojení interkulturního myšlení s turismem. Člověk je tvor od přírody zvědavý, a proto jej neustále jeho zvědavost nutí objevovat nové věci a získávat nové zkušenosti. Velký zájem o cestovní ruch jako takový je toho důkazem. Lidé necestují jen z práce do práce nebo v okolí svého bydliště, v době dovolených volí mnohem vzdálenější cílové destinace, ať už v rámci své domoviny, nebo zahraniční volby. U obou možností se setkávají s různými kulturami a odlišnostmi, které se jim mohou zdát zprvu naprosto nepochopitelné. Při hlubším zamyšlení se nad vzniklou situací by ale měl každý dojít k názoru, že soudit tyto kultury jen na základě zvyků své kultury vlastní, je nesmysl.

V této práci jsem se pokusila vysvětlit základní pojmy a myšlenky, které s interkulturalitou souvisí. V oblasti turismu pak nastítnit historický vývoj turismu, jeho proměny a v neposlední řadě formy a trendu cestovního ruchu.

Tyto všechny poznatky byly pak aplikovány v praktické části, kdy byl proveden výzkum, který měl za úkol zjistit, jak často a s kým nejčastěji Češi cestují, jaké požadavky mají při cestování na ubytování, jaký dopravní prostředek volí apod. V té interkulturní oblasti jsem se zaměřila na všeobecné vnímání cizích kultur s ohledem na jejich specifické znaky. Češi jsou velice všímaví a jsou otevření k poznání nových kultur. Pokud se však objeví nějaká nesrovnalost, které nerozumí, bývají dost kritičtí a nesnaží se o pochopení těchto situací. To však není nic neočekávaného, jsou to zkrátka spontánní reakce, které může člověk sice ovládat, ale pokud není důvod, jen stěží. Člověk může přecíst plno knih, ale pokud neprojeví vůli, je pak každá rada drahá.

6 Annotation

Jméno a příjmení:	Lucie Kožušníková
Katedra:	Katedra německého jazyka
Vedoucí práce:	Mgr. Marek Bohuš, PhD.
Rok obhajoby:	2012

Název práce:	Interkulturalität im Tourismus (Interkulturalita v cestovním ruchu)
Název v angličtině:	Interculture in Tourism
Anotace práce:	Teoretická část práce se zabývá vymezením pojmů interkulturalita, interkulturní komunikace, multikulturalismus, turismus, dále historii turismu, formami turismu a trendy turismu. V praktické části byl proveden výzkum, který měl ukázat chování Čechů při cestování – kam cestují nejčastěji, jaký druh ubytování volí apod., a hlavně jak (interkulturně) smýšlejí Češi o jiných kulturách při cestě do zahraničí.
Klíčová slova:	Kultura, interkulturalita, interkulturní komunikace, multikulturalismus, turismus, formy turismu, trendy turismu
Anotace v angličtině:	Theoretical part of this thesis deals with the terms Interculture, Intercultural Communication, Multiculturalism, Tourism, History of Tourism, Forms of Tourism and Trends of Tourism. In the practical part was done a research, which had to show the behaviour of Czech people, who travel – where they travel, which type of accomodation they choose etc., and mainly how (interculturally) think Czech people about another culture, when they travel abroad.
Klíčová slova v angličtině:	Culture, Interculture, Intercultural Communication, Multiculturalism, Tourism, Forms of tourism, Trends of tourism
Přílohy vázané v práci:	Nejsou.
Rozsah práce:	32 s.
Jazyk práce:	Německý

7 Literaturverzeichnis

1. THOMAS, Alexander. *Kulturvergleichende Psychologie*. Göttingen: Hogrefe, 2003a.
2. CYPRIAN, Jens-Peter. *Interkulturalität und interkulturelles Lernen: Eine Einführung*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. ISBN 978-80244-2229-9.
3. PETRUCIJOVÁ, Jelena a Jaromír FEBER. *Multikulturalismus jako komunikační problém: (kulturně antropologický aspekt)*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2005. ISBN 8073680823.
4. HÖMBERG, Erentraud: *Psychische Bedingungen interkulturellen Kommunikation*. In: *Tourismus: Funktionen, Strukturen, Kommunikationskanäle*. München: Tuduv-Verlagsgesellschaft, 1977.
5. ROTH, Erwin: *Einstellung als Determination individuellen Verhaltens. Die Analyse eines Begriffes und seiner Bedeutung für die Persönlichkeitspsychologie*. Göttingen, 1967.
6. LUHMANN, Niklas. *Die Weltgesellschaft*, in: ders. (Hrsg.): *Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft*, Opladen, 1975. S. 11.
7. Cestovní ruch. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Cestovn%C3%AD_ruch.
8. BREEDE, Marit. *Interkulturelle Begegnung im alternativen Tourismus*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 2008. ISBN 978-3-8300-3954-9.
9. FORUMANDERSREISEN. Kriterienkatalog: Auszug aus dem Kriterienkatalog [online]. [cit. 2012-03-31]. Erreichbar aus: http://forumandersreisen.de/mitglieder_kriterienkatalog.php
10. FORUMANDERSREISEN. Reisen und Zielgruppen [online]. [cit. 2012-03-31]. Erreichbar aus: <http://forumandersreisen.de/index.php>
11. FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003. ISBN 80-244-0719-1.
12. *Vývoj mezinárodního cestovního ruchu* [online]. [cit. 2012-04-03]. Erreichbar aus: <http://vyzkumy.czechtourism.cz/>
13. ÝUCE, Nilgün. *Tourismus und kulturelle Spurensuche*. Würzburg: ERGON-Verl., 1995. ISBN 3-928034-81-2.
14. PALATKOVÁ, Monika. ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu. Turismus České republiky*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.

15. LIU, Shuang. *Introducing intercultural communication. Global cultures and contexts*. London: SAGE Publications Ltd., 2011. ISBN 978-1-84860-035-5.

16. ŠTÝRSKÝ, Jiří a Jiří ŠÍPEK. Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace. Hradec Králové: GAUDEAMUS, 2011. ISBN 978-80.7435-114-3.

17. CHROMÝ, Jan. *Trendy komunikace v cestovním ruchu*. Praha: Verbum, 2010. ISBN 978-80-904415-4-5.