INDUSTRIETOURISMUS

Die Fabrik als touristische Attraktion im Deutschland des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts

Problemstellung:

Ende des 19. Jahrhunderts geriet das deutsche Bürgertum in eine Identitätskrise. Fehlende politische Partizipationsmöglichkeiten und die damit verbundene Diskreditierung der liberalen Ideale des Bürgertums führten zu einem Gefühl der Bedrohung durch die gesellschaftlichen Gruppen des Adels und der Arbeiterschaft und zu einem Gefühl des Verlustes der Individual- und der Gruppenidentität.
Das im europäischen Vergleich sehr heterogene deutsche Bürgertum wurde dadurch äußerst hart getroffen. Fragen der Ausformung und Stabilisierung einer Identität stellten daher für Angehörige dieser Schicht, wenn auch nicht nur für sie, im Übergang in die moderne Massengesellschaft eine besondere Herausforderung dar.

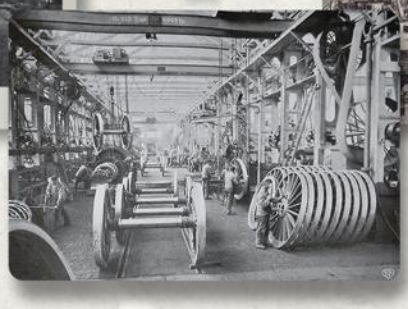
Leitfrage:

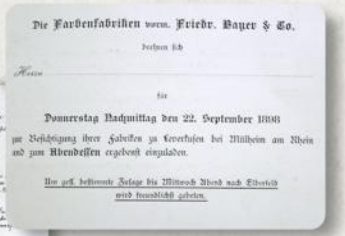
Wie konstituieren sich soziale Identitäten?
Wie wirken sich wirtschaftliche und gesellschaftliche Krisen auf Gruppenidentitäten aus?
Inwieweit kann touristisches Verhalten als Hinweis dienen auf das Selbstbild und die Befindlichkeit des einzelnen Menschen und der Gesellschaft, in der er lebt?
Mit welchen Strategien versuchten gesellschaftliche Gruppen Identitätskrisen zu bewältigen?
Welche Strategien zur Identitätsstiftung verfolgten Angehörige des deutschen Bürgertums in der als krisenhaft empfundenen Zeit am Ende des 19. Jahrhunderts?

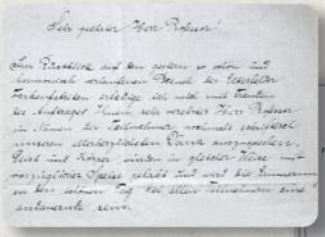
Thesen und Ergebnisse:

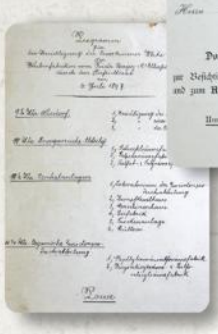
Die Identitätskrise des Bürgertums forderte eine rigidere Definition der eigenen Identität heraus. Diese erfolgte zumeist durch Abgrenzung von anderen Gruppen und in der Herausbildung neuer oder Modifizierung traditioneller Verhaltensmuster, beispielsweise in Form von touristischem Handeln.

Die Umwandlung des Arbeitsortes Fabrik in eine touristische Attraktion schuf einen neuen touristischen Raum, in dem sich das Bürgertum angesichts der doppelten Herausforderung durch zunehmend aggressiver vorgetragene Ansprüche sozialer Kontrahenten und durch die Krisenerscheinungen im Übergang in die Moderne neu erfand.









Geschichtswissenschaftliche Theorien und Methoden:

Nach der neueren Kulturgeschichte als Zugang zur kulturellen Praxis der historischen Subjekte einerseits und der Mentalitätsgeschichte als Teil der Kulturgeschichte andererseits werden Fabrikreise (Tourismus) und Arbeitsethik als symbolische Praxis untersucht.

Im Sinne des Spatial Turn, nach dem Raum als Ergebnis sozialer Beziehungen und Praktiken angesehen wird, wird die Fabrik als mentale Konstruktion betrachtet. Demnach lassen sich Mentalitäten durch die Art der Raumwahrnehmung und Raumausgestaltung herausarbeiten.

Quellen:

Vorkommen und Ablauf der Fabrikführungen: Statistiken und Berichte zum Ablauf

Konstruktion von Bedürfnissen und Wahrnehmungen der Touristen: touristisches Werbematerial der Fabriken und Reiseführer aus den Jahren 1880-1914

Selbstbilder der Besucher und die vorgefertigten Bilder von dem zu erwartenden touristischen Erlebnis: Besucherkorrespondenzen, Reisetagebücher und Zeitungsberichte

Forschung:

Politische und gesellschaftliche Verhältnisse im Deutschen Kaiserreich:
Die Krise des Bürgertums Ende des 19. Jahrhunderts

Neuere Bürgertumsforschung:
Deutsches Bürgertum im 19. Jahrhundert (Definition, Entstehung, Mentalität, z.B. Arbeitsethik, demonstrativer Konsum)

Historische Tourismusforschung:
Tourismusgeschichte des 19. Jahrhunderts, Tourismus als symbolische Praxis

Gestaltung:
www.buero-komplex.de

Autorin:
Daniela Fleiß, Lehrstuhl für Neuere und Neuste Geschichte - Universität Siegen

Betreuerin:
Prof. Dr. Angela Schwarz