

# Fotowettbewerb „Backstage of Tourism“

Seit längerem beschäftigt sich FernWeh damit, wie tourismuskritische Bilder und wie das Verhältnis zwischen Fotografierenden und Bereisten aussehen können. Denn tourismuskritische Fotografie beansprucht, die Hinterbühnen und Schattenseiten der touristischen Inszenierung abzulichten. Thema des von Fernweh ausgeschriebenen Fotowettbewerbs „Backstage of Tourism“ waren daher die verborgenen Aspekte des Tourismus – das „Making of Paradise“.

Die über 180 Bilder, die FernWeh erhielt, wählten alle sehr unterschiedliche Zugänge. Nur teilweise visualisierten sie – wie angedacht – die Herstellungsbedingungen der touristischen Parallel- und Paradieswelten oder die Rollen und Strategien, die Bereiste, DienstleisterInnen und TouristInnen auf dieser Hinterbühne innehaben. Aus dem Rahmen fielen Bildcollagen, durch deren gestalterische Technik es gelang, verschiedene Bühnen miteinander korrespondieren zu lassen und dadurch irritieren. Insgesamt wurden zehn Einsendungen prämiert. Die Fotos verweisen darauf, wie der Tourismus sich zwischen Mythenbildung und sozioökonomischen Zwängen bewegt und von beiden lebt.

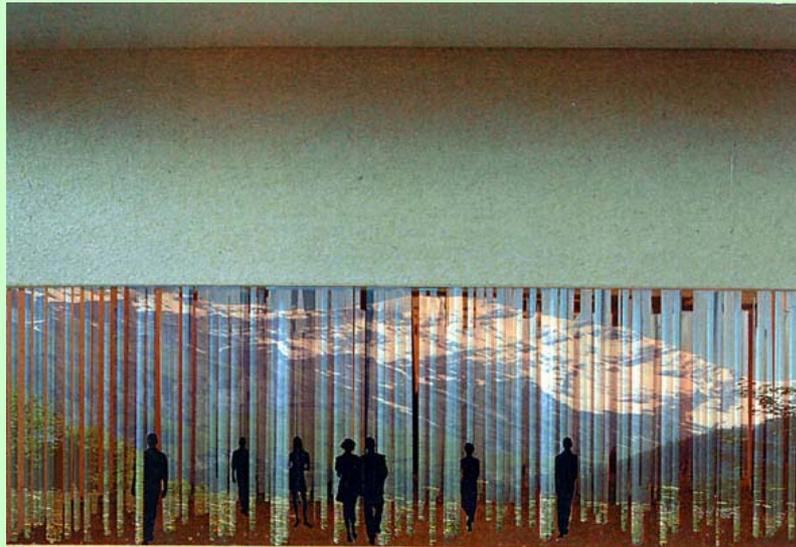
## Die prämierten Fotos:

1. **Exposure** von *Atelier bucherreich / Rebekka Reich*
2. **\_Deplaziert Häuserfassaden** von *Olivier Arcioli*
3. **Sonne, Strand und Steineklopfer** von *Nicole Reps* und **Have you done something for tourism today...?** von *Bernd Nostitz*

## Platz 4 – 10:

4. **Golfkrieg** von *Heike Schwarze*
5. **Meine Reisen 1984 – 2004** von *Maria Stehle*
6. **„Reise“** von *Mirko Winkel*
7. **Hotel** von *Mareike Fiedler*
8. **Human Resources** von *Johannes Novy*
9. **Postkartenverkäuferin** von *Nina Hornung*
10. **Convenience Shopping** von *Wolfgang Scholz*

## 1. Preis: **Exposure** von Atelier bucherreich / Rebekka Reich



Tourismus beruht weithin auf der Trennung von Alltag und Freizeit, von Realität und Mythos.

Rebekka Reich setzt in ihrer Fotomontage auf eine eintönige Wand im Vordergrund einen fensterartigen Ausschnitt in Strichcodeformat: Wie durch einen halbdurchsichtigen Vorhang, der den Blick auf die dahinter liegende paradiesische Ferienwelt vernebelt, ohne sie völlig auszublenden, separieren sich hier zwei gegensätzliche Welten. Nur über Geld, so mag der Strichcode symbolisieren, ist diese andere, schillernde Welt zu betreten – eine Anspielung darauf, dass durch die Kommerzialisierung von Freizeitangeboten und Ferienwelt Urlaub und Erholung kaum zu haben sind, ohne dafür zu bezahlen. Zugleich spielt der Strichcode auf die Normierung des touristischen Produktes und der Bildproduktion an.

Hinter dem „Vorhang“ schimmert die majestätisch dargestellte Bergwelt, Symbol für schweizerische Idylle, und nichts scheint leichter, als aus dem leeren und öden Raum des Alltags in diese Welt einzutreten. Einheitlich silhouettenhafte Figuren bewegen sich hindurch. Erst bei genauerem Hinsehen entpuppt sich der Vorhang als eine Ansammlung von Stelen, auf denen die Landschaft aufgezo-gen ist. Dicht an dicht spiegeln sie den Mythos der Bergidylle auf die BetrachterInnen – die touristische Authentizität wird als hergestellt entlarvt. Der vermutete Vorhang wird zur lebendigen Welt eines Spiels aus Vorder- und Hinterbühnen. Die Figuren treten in ihn hinein und ebenso aus ihm hervor.

So wird die Virtualität der Ferienwelt durch den touristischen Blick deutlich, der ohne den Wunsch des Übertretens in eine imaginierte Idylle nicht existiert. Und die Silhouetten bewegen sich vor und zurück zwischen Vorstellung und Realität. Was den Betrachter mit der Gleichzeitigkeit und gegenseitigen Bedingtheit von Alltag und Ferienwelt konfrontiert.

## 2. Preis: Deplaziert: Häuserfassaden von Olivier Arcioli



Olivier Arcioli gelingt es, mit seiner Postkartenserie gewohnte touristische Projektionen und Wahrnehmungsraster zu irritieren.

Auf insgesamt acht Postkarten sehen wir verschiedene Fassaden, jedoch keine besonderen Sightseeing-Spots, sondern mehr oder weniger gewöhnliche Häuserfronten. Erst die Namenszüge bekannter touristischer Destinationen wie Mallorca, Malibu, Nizza und andere klären auf, wohin die Bilder einzuordnen sind. Der entsprechende Name des Urlaubsortes genügt, um zahlreiche Assoziationen zu wecken. Das Bild wird nun abgetastet nach Elementen, welche die eigenen Klischees und Vorstellungen bezüglich der genannten Städte bestätigen. Ein Boot vor dem Haus scheint für Nizza ganz „typisch“, ebenso wie für Malibu die besonders bunte Häuserfront. Dass eine Häuserfront für „Mallorca“ ein eher untypisches Motiv ist, irritiert zunächst, erscheint jedoch durch die „Normalität“ des Motivs und die Deutung als Serie plausibel.

Erst auf der Rückseite erfährt die BetrachterIn, dass keines dieser Fotos wirklich in den genannten Städten, sondern alle Aufnahmen in gleichnamigen Stadtteilen der kolumbianischen Metropole Bogotá entstanden sind. Das irritiert doppelt, denn schließlich passen die Häuserfassaden nicht recht in das eigene Bild einer Stadt wie Bogotá. Dieser Bruch zwischen Vorder- und Rückseite rückt - statt der eigentlichen Motive - den Blick auf sie in den Mittelpunkt: im Tourismus reichen in der Regel wenige Bezüge, um Orten und Bildern Bedeutung und Wiedererkennungswerte zuzusprechen.

Durch das Verwenden ähnlicher Motive auf allen Postkarten verweist Olivier Arcioli auf das Abfotografieren und Sammeln standardisierter Urlaubsbilder, die nur noch durch ausdrückliche Namenshinweise voneinander zu unterscheiden sind. Dabei sind die realen Orte für den Reisenden oft nebensächlich - Hauptsache, das Foto beweist, dass man „da“ war. Losgelöst vom realen Kontext erhalten die Bilder also erst durch ihre touristische Rezeption einen Sinn - auch im Falle von „Täuschungen“, wie sie Olivier Arcioli präsentiert.

## Den 3. Platz

teilen sich zwei Einsendungen: „Sonne, Strand und Steineklopfer“ von Nicole Reps und „Have you done something for tourism today?“ von Bernd Nostitz

### **Sonne, Strand und Steineklopfer** von Nicole Reps



„Come to Bangladesh before the tourists come!“ Geweckt werden soll mit dem Slogan der Tourismusbehörde in Bangladesh die Abenteuerlust, ein touristisch noch unerschlossenes Land zu bereisen und „ursprüngliche Menschen“ zu erleben. Diesem Werbemotto begegnet Nicole Reps auf ironische Weise.

Mit ihrem Foto *Sonne, Strand und Steineklopfer* hält sie derart romantisierenden Vorstellungen von Urlaubsparadiesen, eine ganz und gar unparadiesische Situation entgegen. Bauarbeiter bearbeiten Steine für einen Neubau, vielleicht ein künftiges Hotel. Die Herstellung des touristischen Settings ist harte Arbeit und die Arbeitsbedingungen in der Tourismusindustrie zumeist prekär.

Dabei scheint das Bild auf den ersten Blick die Wirklichkeit zu ästhetisieren und fängt damit den Blick der BetrachterIn ein: Die Arbeiter verschaffen sich mit einer Reihe von Sonnenschirmen, ein gewohntes Freizeitaccessoire, etwas Schatten. Die Schirmkulisse weckt Assoziationen zu touristischen Situationen und kontrastiert so das „Making of“ der touristischen Szenerie, das üblicherweise der Wahrnehmung entgeht. Was normalerweise in den möglichst unsichtbaren backstage-Bereich gedrängt wird, rückt in den Blick der BetrachterIn.

Einen Kontakt zwischen Fotografin und Handwerkern lässt das Foto nicht erkennen. Die Trennung zwischen einheimischen und touristischen Lebenswirklichkeiten hebt auch der Backstage-Blick nicht auf.



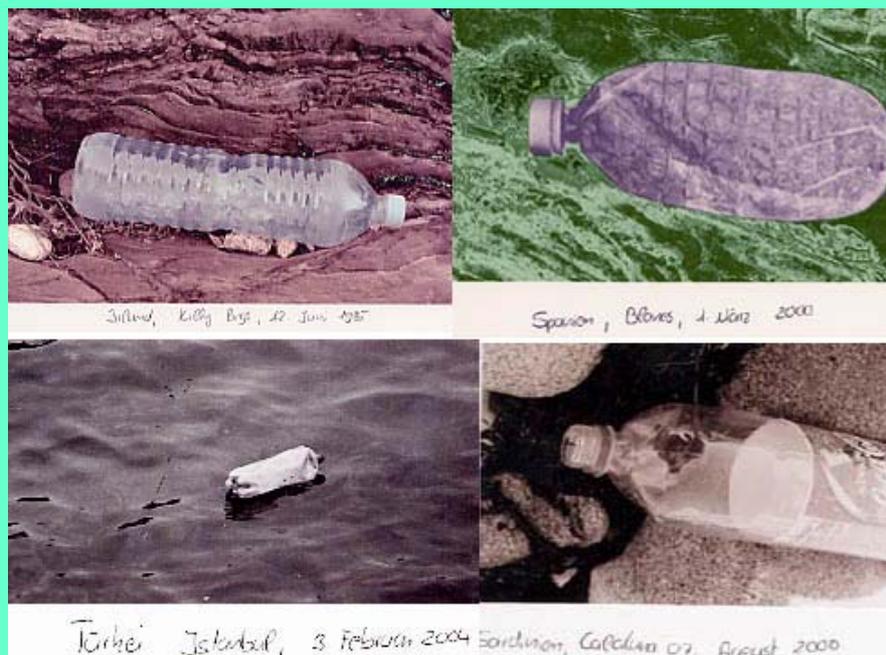
## 4. Golfkrieg von Heike Schwarze



Heike Schwarze präsentiert zwei Fotos von Strandszenen, in die tagesaktuelle Zeitungsbilder gehalten werden. Sowohl die Flammen einer Explosion auf dem einen Bild als auch das wegrennende Mädchen mit angstverzerrtem Gesicht auf dem anderen Bild deuten auf Krieg und Katastrophe hin. Frauen mit einer schwarzen Burka bekleidet und der Qualm eines brennenden Ölfelds stellen den Link zum Titel her. Die in das „Paradies“ gehaltene „Hölle“ weist sehr deutlich auf die Ausblendungen der Schrecklichkeit der Realität auf der globalen Hinterbühne während des genussvollen Urlaubs hin. Urlaub ist eben auch ein Stückweit Verweigerung der Tagesaktualität - trotz globalisierter Information. Nur die wenigsten TouristInnen lesen im Reiseland lokale Zeitungen und legen damit das gleiche Desinteresse für das lokale Geschehen an den Tag, wie für das globale.

Diese Hinweise mögen einen moralisierenden Beigeschmack haben. Doch verweist die Fotografin mit den krassen Gegenüberstellungen auf eine weitere Dimension: eben diese extremen Antagonismen sind typisch für die touristische Wahrnehmung vieler Länder. In dem Maße wie touristische Gebiete zu Zielen für Terroranschläge und damit zu Sicherheitsrisiken für TouristInnen werden, kippt die Wahrnehmung um, das Paradies wird zur Hölle - mit den entsprechenden Folgen für die vom Tourismus abhängigen Beschäftigten in der lokalen Ökonomie. Zwischenstufen in der Konstruktion der medial vermittelten Bilder gibt es nicht.

## 5. Meine Reisen 1984 – 2004 von Maria Stehle



Eine Satire auf die Urlaubs-Erinnerungsfotografie. Leere Plastikflaschen liegen oder schwimmen an verschiedenen Stränden unterschiedlicher Farbe und Struktur, unternitelt mit dem jeweiligen Reiseland, der Stadt und dem Datum. Das Erinnerungs-Foto einer Plastikflasche ist eine Spitze gegen den gewöhnlichen Postkartenblick: Das Abscannen auf bekannte Elemente bietet keine Anhaltspunkte, um die Ortsangabe zu verifizieren. Somit verweigern sich die in einem Album präsentierten Fotos jeglicher Urlaubserinnerung.

Die Plastikflasche kann dabei als Metapher für andere, den touristischen Blick „störende Elemente“ stehen. So wie die Plastikflaschen sind auch andere TouristInnen oder hässliche Gebäude nur äußerst selten auf Fotos präsent. Was nicht in die „normale“ touristische Erinnerungsbildproduktion passt, wird ausgeblendet. Dieses Ausgeblendete macht die Fotografin zur Hauptfigur.

Maria Stehle möchte mit der Fotoserie, die sie explizit als „Beitrag einer KosmopolitIn“ verstanden wissen will, die „Länder in ihrer kulturellen Eigenheit“ darstellen und bedient sich zu diesem Zweck eines der universalisiertesten und alltäglichsten Produkte. Dort wo der touristische Blick auf kulturelle Differenz setzt, stellt die Fotografin eine kleine Gemeinsamkeit heraus: egal wo man hinkommt, die Plastikflasche ist schon da!

Problematisch ist die globale Omnipräsenz von Mineralwasserflaschen in Tourismusländern aus einem anderen Blickwinkel. Die meisten TouristInnen konsumieren aus gesundheitlichen Sicherheitsgründen in Plastikflaschen abgefülltes Wasser. Die Mengen leerer Flaschen sind vielerorts zum ernsthaften Müllproblem geworden, türmen sich in Palmenhainen hinter dem Strand oder werden in Hinterhöfen verbrannt, um ihren Anblick nicht ertragen zu müssen.

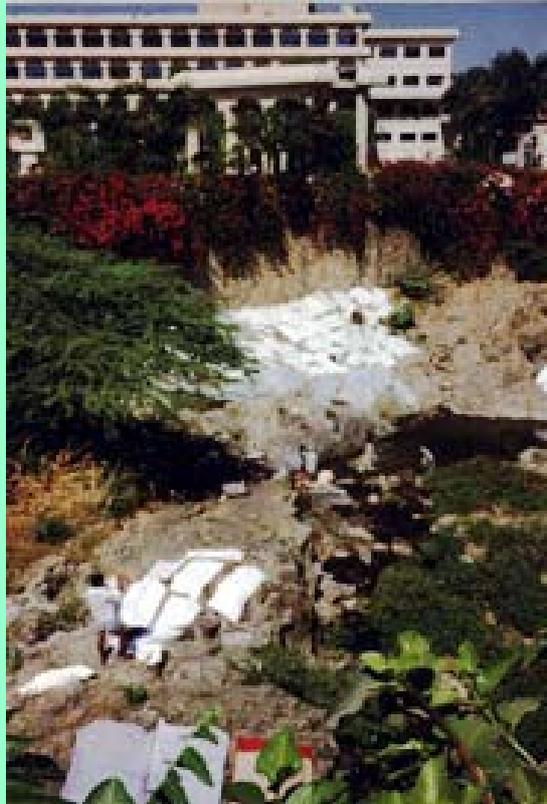
## 6. „Reise“ von Mirko Winkel



Die Bilderserie von Mirko Winkel zeigt unterschiedliche Stadien einer synthetischen Reisebildproduktion. Die Pose der KünstlerInnen im Fotostudio wird in eine Südseeszenerie einmontiert und erscheint als Großbildfoto im Fotoalbum oder „Reisekatalog“. Allein die künstlerische Pose verrät den fake-Charakter der Produktion. Zu den selektiven Ausschnitten und Ausblendungen kommt mit der Hilfe digitaler Technik die virtuelle Neugestaltung der touristischen Settings hinzu. Die Bilderreihe verweist damit auf den Herstellungsprozess von „Urlaubsszenarien“, sei es für den Reisekatalog oder den Film „The Beach“ mit Baggern real vor Ort.

Gleichzeitig bietet die Collage für die Ganz-Daheimgebliebene die Chance, trotzdem Freunden und Nachbarn „Urlaubserinnerungen“ zu präsentieren – da sich diese von den „echten“ Urlaubserinnerungen auch nicht unterscheiden, wird der inszenierte Charakter des Urlaubsglücks bloßgestellt, seine Abhängigkeit von einem gelungenen Foto.

## 7. Hotel von Mareike Fiedler



Das Foto zeigt Backstage konkret: Auf Steinen zum Trocknen ausgebreitete Hotelhandtücher und Bettwäsche vor der unattraktiven Rückseite eines mehrstöckigen Hotel-Beton-Klotzes. Durch die Umkehrung der gewöhnlichen Perspektive wird die Hinterbühne zum Vordergrund und der Blick fällt auf die Kehrseite der touristischen Medaille.

In der gängigen touristischen Bildproduktion werden diese Bilder ausgeblendet. Höchstens in Ausnahmefällen wandern Fotografien von WäscherInnen am Bach als exotisch-archaische Farbtupfer zwischen die Sonnenuntergänge des Fotoalbums und dokumentieren dort die bemitleidenswerte, aber auch ein bisschen romantische Rückständigkeit der ortsansässigen Bevölkerung.

Mareike Fiedler dreht in ihrer Fotografie aus Jodhpur (Indien) den Spieß um und gibt einen Einblick in die Gegensätze von Arm und Reich, die sich im Tourismus besonders manifestieren. Die Arbeitsplätze im Rücken der TouristInnen sind weder besonders einträglich noch gesundheitsfördernd und die Verunreinigung der natürlichen Wasserquelle durch Wasch- und Bleichmittel erheblich. Durch die nicht-ästhetisierende Darstellung gelingt der Fotografin ein zwar relativ unspektakuläres aber aussagekräftiges Bild zu den alltäglichen Auswirkungen des Tourismus.

## 8. Human Resources von Johannes Novy



Human Resources ist die Pforte zum Backstage-Bereich. Der spezielle Personal-Eingang grenzt einerseits einen Bereich ab, den TouristInnen nicht betreten „dürfen“, sie werden auf die touristisch zugängliche Vorderbühne verweisen. Andererseits „müssen“ die Angestellten diesen Eingang benutzen, ihnen wird der dahinterliegende Bereich zugewiesen. Dieser mag gelegentlich einen Rückzugsort markieren, der vor dem Eindringen der fordernden ZuschauerInnen schützt. In erster Linie aber bezeichnet der Eingang die strikte Trennung von Kunden und Bediensteten, deren Einhaltung an touristischen Orten geboten wird, um den Prestigegewinn der distinguierten Atmosphäre einer geschlossenen Gesellschaft nicht durch die Anwesenheit befremdender, hierarchisch niedriger stehender Elemente zu schmälern.

Mit dem Foto des Eingangs eines Casinos in Las Vegas lenkt Johannes Novy den Blick auf die Bedeutung und Unverzichtbarkeit der Arbeitskraft im Tourismussektor. Zugleich hat der Begriff Human Resources zumindest im deutschen Sprachraum eine entpersonalisierende Konnotation. Er stellt im Gegensatz zum Individuum den Ressourcenblick auf die Verwertbarkeit der Arbeitskraft in den Vordergrund.

## 9. Postkartenverkäuferin von Nina Hornung



Nina Hornung präsentiert mit der „Postkartenverkäuferin“ ein ästhetisch gelungenes Foto mit einem touristisch sehr beliebten Kindermotiv. Das kleine Mädchen verkauft Postkarten von Angkor Wat, der größten touristischen Sehenswürdigkeit Kambodschas. Das Mädchen erscheint in spielerischer Neugierde irgendwie selbstbewusst und ist doch so klein, dass es fast nicht über den Verkaufstisch blicken kann. Thematisch macht das Foto auf die Problematik der Kinderarbeit im Tourismus aufmerksam.

Die Gratwanderung aus Verharmlosung von Kinderarbeit und überinterpretierendem Mitleid ist dabei nicht einfach, besonders weil die Interpretation aufgrund der Niedlichkeit des Mädchens schnell moralisch stark aufgeladen ist. Die viel zu hohe Tischkante symbolisiert die Chancenlosigkeit, eine irgendwie gerechte Beziehung zwischen arbeitenden Kindern und Touristinnen herzustellen – eine Tatsache, die jenseits von Mitleid und Verharmlosung unhintergebar bleibt.

Wahrscheinlich ist Postkartenverkaufen immer noch eine der weniger schlimmen Formen von Kinderarbeit, denkt man beispielsweise an den boomenden Kindersextourismus nach Kambodscha.

## 10. Convenience Shopping von Wolfgang Scholz



Das Anpreisen von lokalen Souvenirs an TouristInnen ist eine typische Aktivität im touristischen informellen Sektor. Wolfgang Scholz präsentiert mit seinem Foto einen Klassiker des tourismusbeobachtenden Blicks. Das Bild lässt sich in vielerlei Hinsicht interpretieren. Sieht die BetrachterIn eher die zögernde, respektvolle Haltung des jungen Manns bei der Präsentation der geschnitzten Figuren, vielleicht sogar im Kontrast zur Verletzung des „interkulturellen Kleidungskodexes“? Oder fühlt man sich an das oftmals empfundene Gefühl des Belästigtwerdens beim Strandspaziergang erinnert und an die unbeholfene, abweisende Reaktion: „Blick nach unten, Augen zu, Ohren zu, Vorbei!“?

Ähnliche Ambivalenzen lässt die über das Frontstage-Setting hinaus gehende Bildinterpretation zu. Wo für die einen der höhere Gewinn der lokalen Bevölkerung beim „fairen“ Handel mit lokalen Produkten im Vordergrund steht, werden andere die Prekarität der ungeschützten Arbeit im informellen Sektor aus dem Bild herauslesen. Allerdings: auch diese Interpretationsspielräume vermögen nicht darüber hinwegzutäuschen, dass die touristische Begegnung in vielen/den meisten Fällen ausschließlich ökonomischer Natur und die Kaufkraft eindeutig einer der beiden Seiten zuzuordnen ist. Das Bild liefert damit Anknüpfungspunkte für wichtige Topoi der tourismuskritischen Debatte der letzten 20 Jahre.

### **Jury: FernWeh Team**

Rosaly Magg (Fotografin), Heiko Wegmann (Sozialwissenschaftler), Stefan Schüle (Sozioökonom), Martina Backes (Journalistin), Manuel Geller (Politologe)

FernWeh – Forum Tourismus & Kritik Freiburg, den 25. Juni 2004