

## Rezensionen

Otto Schneider: Die Ferien-Macher. Eine gründliche und grundsätzliche Betrachtung über das Jahrhundert des Tourismus, Hamburg: TourCon 2001; 431 S., zahlr. Abb., € 39,88.

1960 war im Auftrag des Deutschen Reisebüro-Verbandes (DRV) die legendäre, ob ihres seltsamen Titels oft falsch zitierte *Geschichte der (sic!) Reisebüros* von Karl Fuss erschienen. In dieser Tradition sieht sich auch der prächtig aufgemachte und reich bebilderte Band von Otto Schneider. Er war bis 1994 Präsident des DRV und konnte somit, wie einst Fuss, reichlich Insiderwissen einbringen.

Der gespreizte Untertitel seines Werks ist freilich ganz irreführend und ungewollt anmaßend: Weder handelt es sich um eine »Betrachtung« (schon gar nicht um eine »grundsätzliche«), noch geht es um das »Jahrhundert des Tourismus«. Vielmehr wird eine handgestricke Fleißarbeit zur (west)deutschen Veranstalterbranche ausgebreitet: eine mit Anekdoten gewürzte Firmen- und Verbandschronologie seit der Nachkriegszeit. Ergänzt wird diese Aneinanderreihung von Namen und Geschichtchen durch vorgeschaltete (historiographisch wertlose) Passagen zum deutschen Tourismus vor 1945, sowie einen Exkurs zur DDR (der dem Ausstellungsband *Endlich Urlaub* folgt). Im Vergleich mit Fuss (der noch auf die Zuarbeit von Bildungsbürgern im DRV wie Burger und Klatt rechnen konnte) verzichtet die Fortschreibung vollends auf akademische Standards. Anmerkungen sind da nur unnützer Ballast; in der mit »Quellen« überschriebenen Literaturliste finden sich dann ganze 15 Titel, vorwiegend populärer Art - woher also die Informationen stammen und wie »gründlich« sie verarbeitet wurden, muß im Dunkeln bleiben. Da waren vergleichbare Insider-Chroniken schon ein wenig weiter, wie die von Horst Egon Scholz (*Tausend Türen*, 1984) und von Armin Ganser (in *Goldstrand und Teutonengrill*, 1996).



Während sich andere Branchen fachhistorischen Sachverstands bedienen, meinen Touristiker noch immer, alles selbst machen zu können. Allenfalls wird eine PR-Agentur bemüht. Hübsch bunt soll es sein – quasi die allseits beliebte *power-point*-Präsentation auf Glanzpapier. Die notorische Wissensferne dieses riesigen Wirtschaftszweigs, gepaart mit dem verständlichen Wunsch nach Selbstdarstellung, gebiert so manche Peinlichkeit. Auch dieses Werk ist nicht ganz frei davon, und man wünschte sich, daß wenigstens ein Teil der beträchtlichen Energie und Mittel, die in die Ausstattung geflossen sind, auf den Inhalt verwandt worden wäre.

Und dennoch möchte ich das ambitionierte Unterfangen ausdrücklich loben. Solche Bücher gleichen naiven Gemälden; sie haben ihren eigenen Charme und Nutzen – nicht als Abhandlung, sondern als Quelle. Also etwas für Kenner der Materie. Da stört das Fehlen von Gedankenarbeit kaum. Der Autor breitet stattdessen profundes Branchenwissen aus, plaudert ausgiebig aus dem Nähkästchen. Auch Nischenveranstalter werden – mit Foto vom lächelnden ›Chef‹ – gebührend gewürdigt. Für manche Beweihräucherung wird man durch kleine Seitenhiebe entschädigt, z.B. über die Tourismuspolitik der Deutschen Bahn: stümperhaft bis zur Selbstaufgabe. Zahllose Details machen das Buch mithin zu einer ergiebigen, wenn auch recht sperrig zu handhabenden Fundgrube. Ein Personenregister erleichtert Insidern zwar den Zugriff, aber das wichtigere Firmenregister fehlt; immerhin wird hierzu eine (verwirrenderweise »Register« genannte) Liste geboten.

Hasso Spode