

Berge, Seen, Instant-Nudelsuppen

Schweizer Ansichten von ausländischen Facebook-Usern unter der Lupe

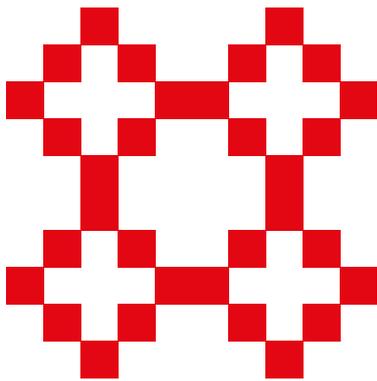
Zürcher Hochschule der Künste
Departement Design
Vertiefung Style & Design

Bachelorthesis 2014
Theoretischer Teil

eingereicht von Sabrina Haefeli
Zürich, 7. März 2014

Betreuer Christoph Müller und Basil Rogger

Inhaltsverzeichnis



1.	Die Ankunft	1
2.	Der Reiseverlauf	3
2.1	Einstieg in die Thematik	3
2.2	Die Hypothese	5
2.3	Untersuchung der Motive	6
2.4	Untersuchung der Orte	11
2.5	Untersuchung der Posen	12
2.6	Untersuchung der Ästhetik	15
2.7	Sonderfälle	18
2.7.1	Sonderfall spezifische Interessen	18
2.7.2	Sonderfall unspektakuläre Orte	19
2.7.3	Sonderfall wegen anderen Verpflichtungen	20
2.7.4	Sonderfall Identifikation mit eigener Herkunft	20
3.	Auf Wiedersehen!	21
4.	Anhang	22
4.1	Quellenverzeichnis	22
4.1.1	Bücher	22
4.1.2	Internet	24
4.1.3	Abbildungen	25
4.2	Liste der untersuchten Facebook-User	27



1.

Die Ankunft

Eine pittoreske Landschaft hier – klick! Ein exotisches Tier da – klick!

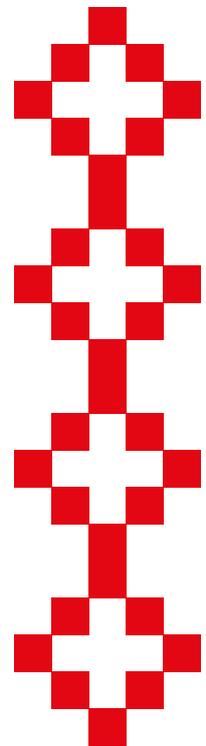
Zwei meiner grossen Leidenschaften sind das Fotografieren und das Reisen. Dementsprechend oft möchte ich die Kombination dieser beiden Aktivitäten ausüben. Ich bereise einen Ort, nehme ihn mit allen Sinnen wahr, bestimme die für mich wichtigen Elemente dieses Flecks und fotografiere sie. Mit fetter Daten-Beute kehre ich heim, kopiere sie auf meinen Computer, begutachte sie. Welche Bilder sind meiner Meinung nach besonders repräsentativ für die Destination? Welche sind in meinen Augen besonders gelungen? Nicht selten lade ich eine Auswahl davon auf mein Facebook-Profil, um meine Freunde und Bekannten ebenfalls an meinen vergangenen Erlebnissen teilhaben zu lassen.

Für diese Arbeit wollte ich allerdings die Perspektive für einmal umkehren: Mich interessiert, wie ausländische Touristen die Schweiz wahrnehmen und präsentieren.

Um dies herauszufinden, suchte ich nach einer geeigneten Quelle von Ferienfotos. Auf Tourismus-Bewertungsseiten wie Tripadvisor¹ steht die Dokumentation einzelner Elemente (wie Hotel etc.) im Mittelpunkt, während bei Fotografie-Portalen wie Flickr² mehr das eigene Können hinter der Kamera in Szene gesetzt wird.

Tatsächlich erwies sich Facebook als ideale Wahl. Auf diesem sozialen Netzwerk veröffentlichen Benutzer Visualisierungen ihrer eigenen, persönlichen Sicht auf den Schweiz-Aufenthalt. Sie bestimmen, welche Elemente für sie wichtig sind, welche Dinge ihre Freunde zu Gesicht bekommen sollen.

Also habe ich die Facebook-Fanpage von «Schweiz Tourismus»³ nach Einträgen von ausländischen Gästen durchsucht – die Möglichkeit, Fotos und Kommentare darauf zu hinterlassen, wird regen genutzt. Der Klick auf die jeweiligen Benutzernamen führt zum Facebook-Profil der betreffenden Person



1 

1 Website www.tripadvisor.com

2 Website www.flickr.com

3 Website www.facebook.com/MySwitzerland

und überraschend oft auch auf eine Vielzahl an veröffentlichten Ferienfotos. Diese sind meine Objekte der Begierde, von 51 Usern habe ich insgesamt 1000 Bilder angesammelt. Die erwähnten Benutzer wohnen überdies in 22 verschiedenen Ländern, ausser Afrika sind sämtliche Kontinente vertreten.

Während der anschliessenden Verschlagwortung habe ich mir bei jedem Foto überlegt, welche Elemente, die jeweils darauf erscheinen, von einem Betrachter klar wahrgenommen werden.

Bei der darauffolgenden Analyse standen Faktoren wie Herkunft der Touristen, Ästhetik, Bildaufteilung, abgebildete Personen, Körperhaltungen und Gesten sowie allfällige Bildunterschriften im Fokus. Auch die Orte und Motive sind aufschlussreich, wo handelt es sich um klassische Klischees und wo um «alltägliche» Szenen?

Der direkte Kontakt mit den Fotografen würde sicherlich viele Einsichten bezüglich Intentionen liefern, ich habe mich aber bewusst für die Aussensicht auf die Bilder entschieden, da diese auch der Sicht ihrer Facebookfreunde entspricht. So bin ich eine externe Beobachterin, ohne dass die betreffenden User Kenntnis meiner Untersuchung haben. Ich kann sie nicht beeinflussen und sie können sich nicht verstellen.

Die Resultate sollten letztendlich zu den Antworten auf meine Fragestellung führen: Welche Kategorien/Reisetypen von ausländischen Touristen in der Schweiz lassen sich anhand der Analyse von Facebook-Reisefotos erstellen? Wie unterschiedlich nehmen sie die Schweiz wahr?

Als es darum ging, eine Hypothese aufzustellen, konnte ich mir folgende drei Reisetypen auf Anhieb vorstellen:

«Ich war da»-Touristen: Sie stammen meist aus Asien und posieren als «Beweis» für ihre Reise stets vor Klischee-Sehenswürdigkeiten. Sie nehmen die Schweiz als putziges Alpenland wahr.

«Ich geniesse meine Reise»-Touristen: Diese stammen aus unterschiedlichen Ländern, fotografieren Essen, Hotels, Landschaften, Stimmungen und teilweise auch sich selbst in den erwähnten Situationen. Sie sind vor allem auf den eigenen Genuss und weniger auf die Entdeckung des Landes fixiert. Die Schweiz ist für sie ein Ort, der ihnen die Verwirklichung ihrer Ferienwünsche und die Bestätigung ihres Status bieten kann.

«Ich reise alternativ»-Touristen: Vorwiegend Europäer und Nordamerikaner, die kunstvolle Fotos von alternativen Dingen und Orten fernab von Klischees schiessen. Sie wollen bewusst die Schweiz so authentisch wie möglich erfahren und dies ihren Facebookfreunden auch mitteilen.

Geeignete Buch- und Internet-Quellen sollen generell den Zugang in die Thematik öffnen und spezifischer meine Hypothesen und Ergebnisse bestätigen oder widerlegen.



Hinweise:

Werden Personenbezeichnungen aus Gründen der besseren Lesbarkeit lediglich in der männlichen oder weiblichen Form verwendet, so schliesst dies das jeweils andere Geschlecht mit ein.

Die Namen der User sind anonymisiert. Namens-Signaturen auf den Fotos wurden abgedeckt.

Die gesammelten Facebook-Fotos sind weder bearbeitet, noch beschnitten.





2.

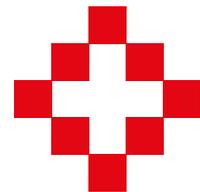
Der Reiseverlauf

2.1 Einstieg in die Thematik

Wir leben in einer durch und durch digitalisierten Welt. Früher klebte man in den eigenen vier Wänden, Wochen nach der Heimkehr, die entwickelten Reise-fotos in ein Album ein. Heute setzen viele Menschen ihre Bilder gleich nach der Aufnahme per WLAN in die Öffentlichkeit des Internets, hoffen dabei auf Anerkennung und Feedback.

Ebenfalls fragt man bei Wissensfragen häufig reflex-artig Wikipedia. Was weiss Wiki über die Reisefoto-grafie? Im betreffenden Artikel steht, dass sie ihren Ursprung in der Dokumentation von wissenschaft-lichen Erkundungen des 19. Jahrhunderts habe und ihr dank technischen Fortschritten gemeinsam mit dem Aufkommen des Massentourismus der Durchbruch gelungen sei⁴. Diese Aussage stimmt mit Informationen von Larsen und Ziehe überein⁵. Begünstigende Faktoren waren gemäss Robinson/Picard die Globalisierung, wachsende Mobilität, Kommunikation und Wissensverbreitung sowie der Wohlstand der Mittelschicht. Heute bedeute Tourist zu sein fast immer auch zwangsläufig, Fotograf zu sein. Es gehöre schlichtweg dazu, das Fotografieren sei so wichtig wie der Urlaub als Ganzes⁶. «[...]; <it seems positively unnatural to travel for pleasure without taking a camera along»⁷, meinte bereits 1977 Susan Sontag dazu.

Der Tourismus sei gemäss Larsen auch generell sehr visuell aufgebaut⁸. Die meisten persönlichen Fotos würden laut Bærenholdt/Haldrup/Larsen/Urry, Robinson/Picard und Schurian-Bremecker in dieser Zeit gemacht⁹.



4 vgl. Wikipedia, 2013, de.wikipedia.org

5 vgl. Larsen, 2011, S. 91–92
vgl. Ziehe, 2013, S. 341

6 vgl. Robinson/Picard, 2009, S. 1–4

7 Sontag, 1977 zitiert nach Robinson/Picard, 2009, S. 1

8 vgl. Larsen, 2011, S. 89–90

9 vgl. Bærenholdt/Haldrup/Larsen/Urry, 2004, S. 69
vgl. Robinson/Picard, 2009, S. 8
vgl. Schurian-Bremecker, 2002,
www.trouble-in-paradise.de

«Fotografie und Urlaub ergänzen sich dabei perfekt: die Konsumhaltung des Urlaubs entspricht der des Fotografierens.»¹⁰ Es gehe gemäss Bærenholdt/Haldrup/Larsen/Urry darum, Orte zu begehen und zu konsumieren¹¹.

Während diesem festlichen, kurzen Teil des Lebens flieht man aus dem Alltag. Übereinstimmend kommen Brandin und Frankland zum Schluss, dass das Aussergewöhnliche, das Andere dabei gesucht werde¹². Wenn ich dies nun mittels Fotografie festhalten möchte, dann lasse ich automatisch auch einen grossen Teil der Landschaft und der Zeit weg. Ausser den visuellen werden sämtliche Sinneseindrücke nicht festgehalten.

Und trotzdem haben die Fotos für mich eine grosse Bedeutung: Als Erinnerung, als festgehaltene Orte oder Momente meines Lebens, als eingefangene Welt, als selbstgemachte Souvenirs, als Sammlung. Ein fremder Betrachter würde meine Aufnahmen jedoch sicherlich anders wahrnehmen und interpretieren als ich das tue.

Mit Bildern kann ich die Welt und somit auch die Realität nach meinem Gusto gestalten und idealisieren. Die für mich schönen, passenden, interessanten Seiten will ich festhalten. Misslungene Bilder hingegen kann ich auf meiner Digitalkamera sofort aussortieren.

Subjektivität zeigt sich also bei meiner Thematik in vielfacher Hinsicht, ich muss dementsprechend bedacht damit umgehen.

In der Motivwahl beeinflusst werde man indes gemäss Pocock, Robinson/Picard und Yeh durch berühmte und professionell erstellte Fotos, Postkarten sowie Medien und Reiseführer¹³. Klischees scheinen dabei eine grosse Rolle zu spielen: «Tourismus lebt von Klischees, bewirbt und verkauft Stereotype, Bilder und Projektionen der zu bereisenden Länder.»¹⁴ So wirbt auch Schweiz Tourismus auf ihrer offiziellen Website¹⁵ und Facebook-Präsenz¹⁶ mit den gängigen Sujets. Nach Frankland wollen Klischees bestätigt

werden, die Leute verspürten eine Sehnsucht, mittels wiederholten Fotografien Klischees in die Realität transferieren zu können¹⁷.

17 vgl. Frankland, 2009, S. 95–114



Abb. 1: Webpräsenz von Schweiz Tourismus (Quelle: Schweiz Tourismus, 2014, www.myswitzerland.com)



Abb. 2: Facebook-Präsenz von Schweiz Tourismus (Quelle: Schweiz Tourismus/Facebook, 2014, www.facebook.com)

10 Magg, Datum nicht bekannt, www.trouble-in-paradise.de

11 vgl. Bærenholdt/Haldrup/Larsen/Urry, 2004, S. 1–2

12 vgl. Brandin, 2009, S. 218
vgl. Frankland, 2009, S. 95–114

13 vgl. Pocock, 2009, S. 194–195
vgl. Robinson/Picard, 2009, S. 8–16
vgl. Yeh, 2009, S. 205

14 Goethe, Datum nicht bekannt, www.trouble-in-paradise.de

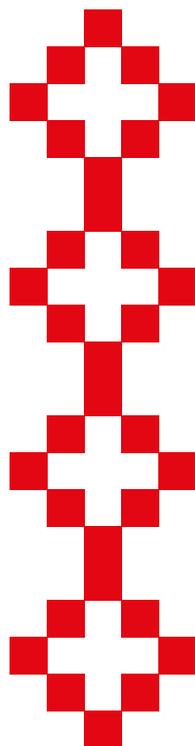
15 Website www.myswitzerland.com

16 Website www.facebook.com/MySwitzerland

2.2 Die Hypothese

Mit Klischees lebt es sich einfacher. Auch ich greife manchmal tief in die Stereotypenkiste, sogar wenn es um die Definition von Hypothesen anlässlich einer Bachelorarbeit geht. Doch die Konsequenz folgt sogleich: Und zwar konnte ich zwischen Herkunftsländern, Altersstufen und auch generell zwischen den Fotografen nur wenige markante Unterschiede bezüglich ihres Foto-Stils (Motive, Ästhetiken, Posen) ausmachen. Schon früh wurde mir klar, dass meine Reisetypen-Vermutungen sich nicht bewahrheiten werden. Ich wollte im Grunde mit deutlich erkennbaren und belegbaren Tendenzen arbeiten, die Differenzen sind jedoch zu klein, um klare Gruppen einteilen zu können.

Somit beschloss ich, mich fortan den Gemeinsamkeiten der Fotos anstelle den Unterschieden zu widmen. Also wie genau das klassische Bild der Schweiz aussieht, welches die Touristen über Facebook ihren Freunden (und der Welt) vermitteln. Zudem sind auch die Bilder, die von meiner «Norm» abweichen, von besonderem Interesse. Doch bevor diese genauer unter die Lupe genommen werden, möchte ich im Folgenden auf die Ergebnisse des Vergleichs bezüglich Motive, Orte, Posen und Ästhetik eingehen.



2.3 Untersuchung der Motive

Beim Durchsehen der gesammelten Reisebilder wird sogleich klar: Die Natur steht grösstenteils im Zentrum. Berge erscheinen auf über der Hälfte (504) aller Fotos und sind in den Alben fast aller (48) User zu finden. Auch Seen kommen oft vor (auf 191 Fotos, bei 36 Usern) sowie Bäche und Flüsse (auf 129 Fotos, bei 25 Usern). Daneben werden ab und an auch Blumen fokussiert (auf 52 Fotos, von 13 Usern). Ein Enzian kommt dabei vor, aber kein einziges Edelweiss. Dies hängt eventuell mit der Seltenheit und der schwierigen Erreichbarkeit dieser symbolträchtigen Pflanzen zusammen.



Abb. 4: Natur in Lauterbrunnen
(Quelle: Luiz aus Brasilien, 2013, www.facebook.com)



Abb. 5: See und Berge
(Quelle: Isaac aus England, 2013, www.facebook.com)



Abb. 6: Der Bildkommentar lautet «Interlaken - What a wonderful world :-))» (Quelle: Callie aus Singapur, 2013, www.facebook.com)



Abb. 3: Das Matterhorn, der Berg schlechthin (Quelle: Do-hyun aus Südkorea, 2013, www.facebook.com)



Abb. 7: Eine Enzian-Art
(Quelle: Alessio aus Italien, 2013, www.facebook.com)

Bei etlichen Aufnahmen sind auch von Menschenhand gebaute Gebilde in der landschaftlichen Idylle zu finden, zum Beispiel Schiffe (auf 65 Fotos, bei 19 Usern) sowie Berg-/Luftseilbahnen (auf 47 Fotos, bei 21 Usern). Chalets als Inbegriff des alpinen, ländlichen Haustyps sind auf 110 Fotos (von 24 Usern) zu sehen, wobei dieser Baustil in gewissen Ferienorten wie beispielsweise Grindelwald, Gsteig oder Zermatt sogar per Baureglement vorgeschrieben ist¹⁸ und solche Häuser folglich dort auch überall auftauchen. Kirchen erscheinen auf 73 Fotos, 24 User haben diese festgehalten und veröffentlicht.



Abb. 9: Pilatusbahn, am Boden (Quelle: László aus Ungarn, 2013, www.facebook.com)

18 vgl. Perren/Wettstein/Rajiv/
Einwohnergemeinde Grindelwald, 2007,
www.gemeinde-grindelwald.ch
vgl. Reichenbach/Gemeindeverwaltung
Gsteig bei Gstaad, 2014, www.gsteig.ch
vgl. Einwohnergemeinde Zermatt, 2010,
www.gemeinde.zermatt.ch



Abb. 10: Pilatusbahn, in der Luft
(Quelle: Patryk aus Polen, 2013, www.facebook.com)



Abb. 11: Die typischen Chalets (Quelle: Callie aus Singapur, 2013, www.facebook.com)



Abb. 8: Schiff, See, Berge (Quelle: Claudia aus Deutschland, 2013, www.facebook.com)



Abb. 12: Kirche, See, Berge (Quelle: Felipe aus Venezuela, 2012, www.facebook.com)

Eine besondere Bedeutung hat der Schnee als Motiv, wird er doch bei Touristen aus wärmeren Gebieten als Sensation angesehen. Bilder von Gästen aus Südostasien und Südamerika machen dies deutlich: Vergnügliche Posen in und Interaktionen mit der weissen Pracht weisen auf die Aussergewöhnlichkeit hin, die auch den Facebook-Freunden gezeigt werden soll. Bei bereits schneerprobten Gästen sind jedoch Situationen, die auf eine ausserordentlich grosse Menge an Schnee hinweisen, auch einen Schnappschuss (z.B. von einem zugedeckten Auto) wert. Ebenfalls reizvoll scheint generell die Ästhetik von verschneiten Landschaften, Bäumen und Häusern zu sein, dementsprechend oft kommen solche Ansichten bei Reisenden jeglicher Herkunft vor. Vermutlich spielt hier auch die Klischee-Assoziationskette «Schweiz = Berge = Schnee» eine Rolle.



Abb. 13: Der Bildkommentar verrät
«It snowing, too bad the view wasn't that good»
(Quelle: Aria aus Singapur, 2013, www.facebook.com)



Abb. 14: Verschneite Sichtverhältnisse (Quelle:
Tommaso aus Italien, 2013, www.facebook.com)

Apropos: Weitere klassische Klischee-Motive kommen seltener vor, als ich das im Vorfeld vermutet hatte. Bei 22 Fotos mit Esswaren (von 11 Usern) bilden gerade drei Fotos (von zwei Usern) Käse ab, bloss fünf Schokoladen-Bilder (von vier Usern) finden sich in meiner Sammlung. Eventuell mögen etliche Reisende diese Nahrungsmittel nicht und kommen so auch visuell weniger mit ihnen in Kontakt bzw. sind nicht explizit auf der Suche danach.



Abb. 15: Bildkommentar zur Käseauslage:
«I'm in Switzerland XD» (Quelle: Ji-min aus Südkorea,
2014, www.facebook.com)



Abb. 16: Schokolade in allen Variationen
(Quelle: Isaac aus England, 2012, www.facebook.com)

Bauernhöfe erscheinen nur auf sechs Aufnahmen (von zwei Usern), Kühe sogar lediglich auf fünf (von fünf Usern). Ob dies mit der äusseren Gegebenheit zusammenhängt, dass in der Schweiz immer weniger Bauernhöfe betrieben werden?

Alphörner sind auf bloss zwei Fotos des gleichen Users zu finden. Dies hat womöglich ebenfalls mit dem dünn gesäten Vorhandensein dieser Objekte zu tun.

Komplett fehlen Armbanduhr und Sackmesser. Wirklich exponiert werden diese aber meist auch einzig in Verkaufsläden und Schaufenstern, allenfalls noch auf Werbeplakaten. Scheinbar ist der Reiz zu klein, dies fotografisch festzuhalten und zu publizieren.



Abb. 17: Bauernhofidylle (Quelle: Willem aus den Niederlanden, 2011, www.facebook.com)



Abb. 18: Ein seltenes Alphorn (Quelle: Felipe aus Venezuela, 2012, www.facebook.com)

Da es in Gebieten mit grossem Touristenaufkommen häufig verwendet und als Fahne aufgehängt wird, zierte hingegen das Schweizer Kreuz 88 Bilder (von 27 Usern). Gezieltes Posieren vor der Flagge kommt auch vor. Dass sich eine Nationalflagge gut als Fotomotiv eignet, weiss ich aus eigener Erfahrung, bei jeder Rückkehr aus einem fremden Land habe ich sicher mindestens eine solche Aufnahme auf der Speicherkarte. Auch nach intensiver Grübelelei kann ich konkrete Gründe dafür nicht benennen. Vielleicht lasse ich mich jeweils von meiner «Tradition», dieses Sujet jedes Mal aufzunehmen, leiten.

Bemerkenswert fand ich derweil die Feststellung, dass zeitgenössische Kunst nur wenige der untersuchten Fotografen für abbildungswürdig halten, 20 Bilder von 5 Usern tragen ein solches Motiv.

Natürlich ist nicht bewiesen, dass all diese Motive «bewusst» aufgenommen wurden. Bewegt man sich in einem Bergdorf, erscheinen die Alpen auf einer Vielzahl der dort erstellten Fotos, weil diese schlichtweg die dortige Umgebung bilden. Die Wirkung auf die Facebook-Freunde hingegen ist für mich eindeutiger. Wenn auf Fotos Klischees abgebildet sind, werden diese meiner Meinung nach zementiert: Der Tourist fotografiert beispielsweise Berge, lädt das Bild auf Facebook, die Freunde betrachten es, die Assoziation «Schweiz = Berge» festigt sich, die Freunde fotografieren bei einer allfälligen Schweiz-Reise natürlich auch die Alpen, da diese ja so «typisch» sind für dieses Land, und das Spiel beginnt wieder von vorne.



Abb. 19: Posieren mit der Flagge (Quelle: Ji-min aus Südkorea, 2014, www.facebook.com)



Abb. 20: Flagge mit Bergen (Quelle: Diego aus Italien, 2012, www.facebook.com)



Abb. 21: Kunsthaus Zürich (Quelle: Gonçalo aus Portugal, 2013, www.facebook.com)

2.4 Untersuchung der Orte

Leider wurden nicht allen Bildern Ortsmarkierungen¹⁹ oder ortsbezogene Kommentare hinzugefügt. Wenn dazu noch sichtbare Schriftzüge fehlen und ich den Ort auch anderweitig nicht erkennen kann, bleibt die Aufnahmeort im Dunkeln. Generell wird aber rein aufgrund der Motive schnell klar, dass ein Grossteil der Fotos in den Alpen und Voralpen erstellt wurde. Ausserhalb dieses Landesteils gibt es bloss in Zürich und für mich überraschend am Rheinfall eine Häufung.

Dies ist interessant, ist doch das Mittelland bekanntermassen dicht be- und zersiedelt: «Zwei Drittel der Schweizer Bevölkerung konzentrieren sich im Gebiet zwischen Jura und Alpenbogen, das nur einen Drittel der Landesfläche ausmacht.»²⁰

Das ist höchstwahrscheinlich nicht das Bild, welches Touristen sich von der Schweiz machen möchten oder welches sie während ihrer Reise überhaupt zu Gesicht bekommen, dementsprechend selten ist es in den Facebook-Alben zu sehen.

Ganz klar dominieren folglich auch ländliche, nicht zu stark besiedelte Ansichten. Man könnte fast vermuten, dass zu viel Zivilisation nicht erwünscht sei.

Stadtphotos zeigen grösstenteils Altstadtmotive, historische Anlagen und Gebäude. Die moderne Seite der Schweiz scheint weniger attraktiv zu wirken. Dies deckt sich mit Informationen von Delfin, Kürti und Martinez/Albers, die besagen, dass die Rückständigkeit, die Abwesenheit des Modernen und eine ländlich geprägte, «heile» Welt von vielen Menschen als idyllisch wahrgenommen werde. Historische Motive blieben aufgrund der ausgestrahlten Stabilität extrem lange aktuell²¹.

¹⁹ Facebook-Funktion, mit welcher der Aufnahmeort eines Fotos angegeben und angezeigt werden kann.

²⁰ Müller-Jentsch, 2012, www.avenir-suisse.ch

²¹ vgl. Delfin, 2009, S. 139–149
vgl. Kürti, 2004, S. 62
vgl. Martinez/Albers, 2009, S. 39–59



Abb. 22: Die Alpen als touristischer Hotspot (Quelle: William aus Australien, 2013, www.facebook.com)



Abb. 23: Historisches Genf (Quelle: Lucía aus Spanien, 2013, www.facebook.com)

2.5 Untersuchung der Posen

Asiatische Touristen, posierend vor Attraktionen, die Finger zum Victory-Zeichen²² geformt: Ich hatte ursprünglich viele solcher Bilder in meiner Sammlung erwartet. Dass trotz etlicher Fotografen aus Ostasien keine einzige solche Handgeste vorkommen würde, hat mich doch verwundert – wieder bin ich angesichts meiner eigenen Klischees aufs Glatteis geraten.

Nichtsdestotrotz lassen sich bei 391 Fotos (von 43 Usern) mit Personen darauf eine Vielzahl von Posen und Gesten ausfindig machen. Regelmässigkeiten bezüglich Herkunft konnte ich keine finden.

Interessant ist auch die Verbindung zum Hintergrund, also die eigentliche Aussage der Kombination von beidem. Bei der Analyse konnte ich drei unterschiedliche Ansätze aufspüren:

Einerseits Aufnahmen, bei denen Menschen vor Landschaften, Attraktionen und Schildern posieren. Dies dient wahrscheinlich vor allem der Bestätigung der Anwesenheit, sagt «schaut, ich war da!». Der Adressat könnte sowohl jemand anderes als auch eine der darauf abgebildeten Personen sein, für welche das Bild womöglich ein Souvenir verkörpert. Die Mimik ist eher unaufgeregt, es kommt ein neutraler Gesichtsausdruck oder höchstens ein Lächeln vor. Auch die Gestik ist nüchtern. Verschränkte oder in die Hüften gelegte Arme sowie im Hosensack verstaute Hände erwecken in Kombination mit einer aufrechten Haltung bei manchen Personen einen «stolzen» Eindruck. Es findet wenig Interaktion statt. Solche Fotos akzentuieren die Wichtigkeit des Hintergrundmotivs – gemeinsam mit diesem auf einem Bild verewigt zu werden, liegt den darauf erscheinenden Touristen vermutlich speziell am Herzen. Also wird der Zusatzaufwand mit Posieren, evtl. Betätigen des Selbstausers oder Bitte um Hilfe von anwesenden Personen sowie allfälligen Wiederholungen bei Nichtgefallen in Kauf genommen.

22 «Das Victory-Zeichen (englisch victory «Sieg») ist eine Handgeste, bei der der Zeige- und Mittelfinger zu einem «V» ausgestreckt werden, während der Ringfinger und der kleine Finger eingezogen bleiben. Der Daumen wird über die beiden Finger gelegt und die Handinnenseite zeigt vom Ausführenden weg. [...] In ostasiatischen Ländern wie Japan, Südkorea und Taiwan wird die Geste auch sehr oft auf Fotos oder Filmaufnahmen gemacht. Hierbei ist die Bedeutung in etwa glücklich, soll also einfach nur ein Lächeln unterstreichen.»

(Wikipedia, 2013, de.wikipedia.org)

Leider musste ich allerdings feststellen, dass sich die Hintergrund-Sujets nicht von den in den beiden letzten Kapiteln beschriebenen Mustern unterscheiden. Schade, wären Tendenzen zu ganz bestimmten Motiven doch sehr aufschlussreich.

Für die Wahrnehmung der Destination glaube ich, dass solche Arrangements positive Signale an die Facebookgemeinde aussenden. Sie teilen mit, dass es an diesem Ort «auserkorene» Ansichten gibt, zu denen die Reisenden eine sehr persönliche Verbindung zeigen.



Abb. 24: Posieren vor See und Stadt (Quelle: Vincent aus Malaysia, 2013, www.facebook.com)



Abb. 25: Posieren vor Bergpanorama (Quelle: Kumar aus Indien, 2013, www.facebook.com)



Abb. 26: Posieren vor Logo (Quelle: Gonçalo aus Portugal, 2013, www.facebook.com)

Zum Zweiten traf ich etwas seltener auch das Betonen von und Interagieren mit Elementen, denen die Touristen auf ihrer Reise begegnet sind, an. Hierbei zeigen die Personen mit dem Finger auf Objekte, fassen sie an oder halten sie in der Hand, um sie zusätzlich hervorzuheben und die Aufmerksamkeit auf sie zu lenken. Das Motiv beeinflusst somit die Posen. Die Mimik unterscheidet sich jedoch nicht von der vorhergehenden Kategorie.

Auch solche Gesten dürften teilweise als eine Art Aufenthalts-Nachweis verstanden werden. Andererseits könnte auch die Intention dahinter stecken, das Auge von Betrachtern auf persönlich für wichtig empfundene Dinge zu leiten. Als Empfänger kommen also wiederum sowohl die abgebildete Person als auch andere Betrachter in Frage.

Die Motive und der Hintergrund stimmen zum einen oft erneut mit den bereits beschriebenen Feststellungen überein, zeigen aber zum anderen in einigen Fällen Objekte, die vermutlich als skurril oder lustig wahrgenommen werden.

Auch hier würde ich behaupten, dass solche Bilder eine positive Sicht auf eine Destination werfen, erhalten die Objekte durch die direkte Interaktion einer Person abermals eine erhöhte Relevanz.



Abb. 28: Auf einen Schriftzug hinweisen (Quelle: Paitoon aus Thailand, 2013, www.facebook.com)



Abb. 29: Auf ein Schild hinweisen (Quelle: Jens aus Deutschland, 2011, www.facebook.com)



Abb. 27: Auf ein merkwürdiges Gebilde hinweisen (Quelle: Aria aus Singapur, 2013, www.facebook.com)



Abb. 30: Auf den Schnee hinweisen, mit dem (im Original portugiesischen) Bildkommentar «Wer möchte ein wenig?» (Quelle: Luíz aus Brasilien, 2013, www.facebook.com)

Drittens gibt es auch Fotos, die meiner Meinung nach die Emotionen der darauf abgebildeten Menschen in Szene setzen sollen. Sie sagen «ich bin glücklich, uns geht es gut hier, ich genieße die Reise, es ist so toll hier». Ausgestreckte Arme, die «Daumen-hoch-Geste» oder sogar akrobatische Luftsprünge – oft in Verbindung mit einem breiten Lachen – zeigen Wohlbefinden oder geradezu Euphorie. Gestellte, lustige, selbstironische Situationen werden mit vorhandenen Elementen inszeniert und improvisiert, um den Spass während des Aufenthalts zu betonen. Auch Schnapsschüsse während vergnüglichen Tätigkeiten sagen «schaut, was ich erlebt habe!». Ebenfalls dürften mit sich umarmenden Paaren sowie einer Familie oder Gruppe, deren Mitglieder nahe beieinander stehen und so eine Einheit symbolisieren, harmonische zwischenmenschliche Beziehungen dargestellt (oder auch simuliert) werden. Anderen Betrachtern könnten auf diese Weise Gefühle mitgeteilt werden, für die Protagonisten selbst die Erinnerung an diese aufgezeichnet werden. Der Hintergrund tritt hier interessanterweise häufig wortwörtlich in den Hintergrund, stellenweise ist kaum erkennbar, wo der Schnapsschuss erstellt worden sein könnte. Vermutlich ist in diesem Fall die festgehaltene Emotion wichtiger als der Destinations-Kontext. Ich denke, solche Aufnahmen sind auf eine andere Weise als die beiden vorherigen für das Image eines Ortes sehr förderlich: Sie teilen nämlich den Facebook-Freunden mit, dass der Besuch hier kurzweilig und amüsant war.



Abb. 31: Ein Freudensprung (Quelle: Callie aus Singapur, 2013, www.facebook.com)

Nicht jede Aufnahme lässt sich zweifellos in nur eine Kategorie einordnen, die Grenzen sind stellenweise fließend, deshalb liess ich ein genaues Auszählen bleiben.

Bei der Interpretation der Posen hatte ich im Übrigen die Möglichkeit, auf meinen eigenen Reise-Erfahrungsschatz hinter und vor der Kamera zurückzugreifen. Dementsprechend konnte ich auch für mich selber analysieren, was jeweils der Grund für welche Inszenierung war. Dies war hilfreich, auch wenn mir bewusst ist, dass ich nicht von mir automatisch auf alle anderen schliessen kann, denn persönliche Vorlieben und Hintergründe spielen bei diesem Thema wohl eine grosse Rolle.



Abb. 32: Gruppenfoto mit nebensächlichem Hintergrund (Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2013, www.facebook.com)



Abb. 33: Spass beim Grillieren (Quelle: Willem aus den Niederlanden, 2011, www.facebook.com)

2.6 Untersuchung der Ästhetik

Mir ist schon früh aufgefallen, dass in meiner Sammlung Weitwinkel-Fotografien von Umgebungen – vielfach auch mit Personen darauf – in grossem Masse vorkommen. Bilder mit begrenztem Bildausschnitt, kleineren Details oder sogar Makro-Aufnahmen sind hingegen dünner gesät.

Generell ist es auch so, dass spezielle Ansichten, Perspektiven und Proportionen selten zu finden sind. Ich konnte im Gegenteil sogar Muster herauskristallisieren:

Bei der Formsprache haben die zahlreichen Umgebungsbilder einen grossen Einfluss. Häufig lässt sich eine Dreiteilung feststellen: Oben befindet sich der Himmel – entweder ein gleichmässiger Farbverlauf oder weiche Wolkenformen. Im mittleren Teil folgen Berge oder (seltener) Gebäude, was sich durch vermehrt härtere, gezahnte Konturen äussert. Unten kommen mit Hügeln, Wiesen, Schnee oder Seen wieder etwas weichere Formen vor. Die Fotografen bevorzugen somit, die gesamte Szene vom Boden bis zum Himmel aufzunehmen, nicht nur einen Ausschnitt davon.

Daneben findet (vorwiegend auf Fotos von Gegenständen und Objekten) oftmals eine Mittenbetonung statt. Viele Leute tendieren dazu, das ihnen wichtige Element auf dem Bild zu zentrieren.

Wenn Personen hingegen vor Attraktionen posieren, können die Menschen zugunsten einer «besseren Sicht» auf die Umgebung an den linken oder rechten Rand verschoben sein.

Dass sich Touristenfotos häufig stark ähneln, hat auch der Zürcher Fotograf und Medienkünstler Peter Baracchi in seiner Arbeit «Maximale Realität» gezeigt, bei der er Touristenfotos aus dem Internet nach typischen Sujets geordnet und überlagert hat. In der Werks-Dokumentation steht: «Alleine anhand



Abb. 34: Werk von Peter Baracchi, überlagerte Fotos von Bergsujets (Quelle: Peter Baracchi, 2010, www.peterbaracchi.com)

des absolut unverkennbaren Farbverlaufes der touristischen Landschafts-Sujets, sieht der Betrachter sofort, was auf dem Bild dargestellt wird. Aufgrund der Tatsache, dass wir in der heutigen Gesellschaft in der ganzen Welt umher reisen und dabei aber immer auf der Suche nach identischen, uns wohlbekannten Bildsujets sind, war es ohne Probleme möglich, Fotos von Touristen von praktisch allen Kontinenten der Welt zu vereinen, ohne dass sie sich sichtlich voneinander unterscheiden.»²³

Kurzerhand habe ich diese Methode mit meinen gesammelten Bildern ebenfalls ausprobiert. Der grosse Einfluss der Landschaftsaufnahmen sowie die Mittenbetonung bei hochformatigen Fotos sind gut erkennbar.

23 Baracchi, 2010, www.peterbaracchi.com



Abb. 35: Alle hochformatigen gesammelten Fotos überlagert (Quelle: Sabrina Haefeli/diverse Facebook-User, 2014, www.facebook.com)



Abb. 36: Alle querformatigen gesammelten Fotos überlagert (Quelle: Sabrina Haefeli/diverse Facebook-User, 2014, www.facebook.com)

Ein aufschlussreiches Thema ist das Farbspektrum, das sich aus der Gesamtheit der Fotos ergibt (siehe Übersicht sämtlicher 1000 Bilder auf der nächsten Seite).

In der Unbuntreihe sind weisse und hellgraue Nuancen wegen der Wolken und des Schnees zahlreich vorhanden. Schwarz ist meist in Schatten oder bei vereinzelt Nachtaufnahmen zu finden.

Blautöne sind aufgrund der häufig vorkommenden Schnee-, Eis- und See-Motive sowie wegen des blauen Himmels dominant. Aber auch Grün kommt oft vor, was sich ebenfalls mit den beliebten Natur- und Landschaftsaufnahmen erklären lässt. Vereinzelt rote Farbtupfer stechen heraus.

Entsprechend überwiegen «kalte» Farben, die wärmer wirkenden Grün- und wenigen Rottöne setzen dazu einen Kontrast.

Dies finde ich bemerkenswert. Meist wird sonst aufgrund der Flaggenfarbe Rot mit der Schweiz assoziiert und dementsprechend in Logos und Erscheinungsbildern verwendet, wie die Beispiele auf dieser Seite (oder auch das Layout der vorliegenden Bachelorarbeit) verdeutlichen.



Abb. 37: Webpräsenz von Schweiz Tourismus (Quelle: Schweiz Tourismus, 2014, www.myswitzerland.com)



Abb. 38: Logo der Swiss International Air Lines (Quelle: Swiss International Air Lines AG, 2014, www.swiss.com)



Abb. 39: Logo von hotelleriesuisse (Quelle: hotelleriesuisse, 2014, www.hotelleriesuisse.ch)

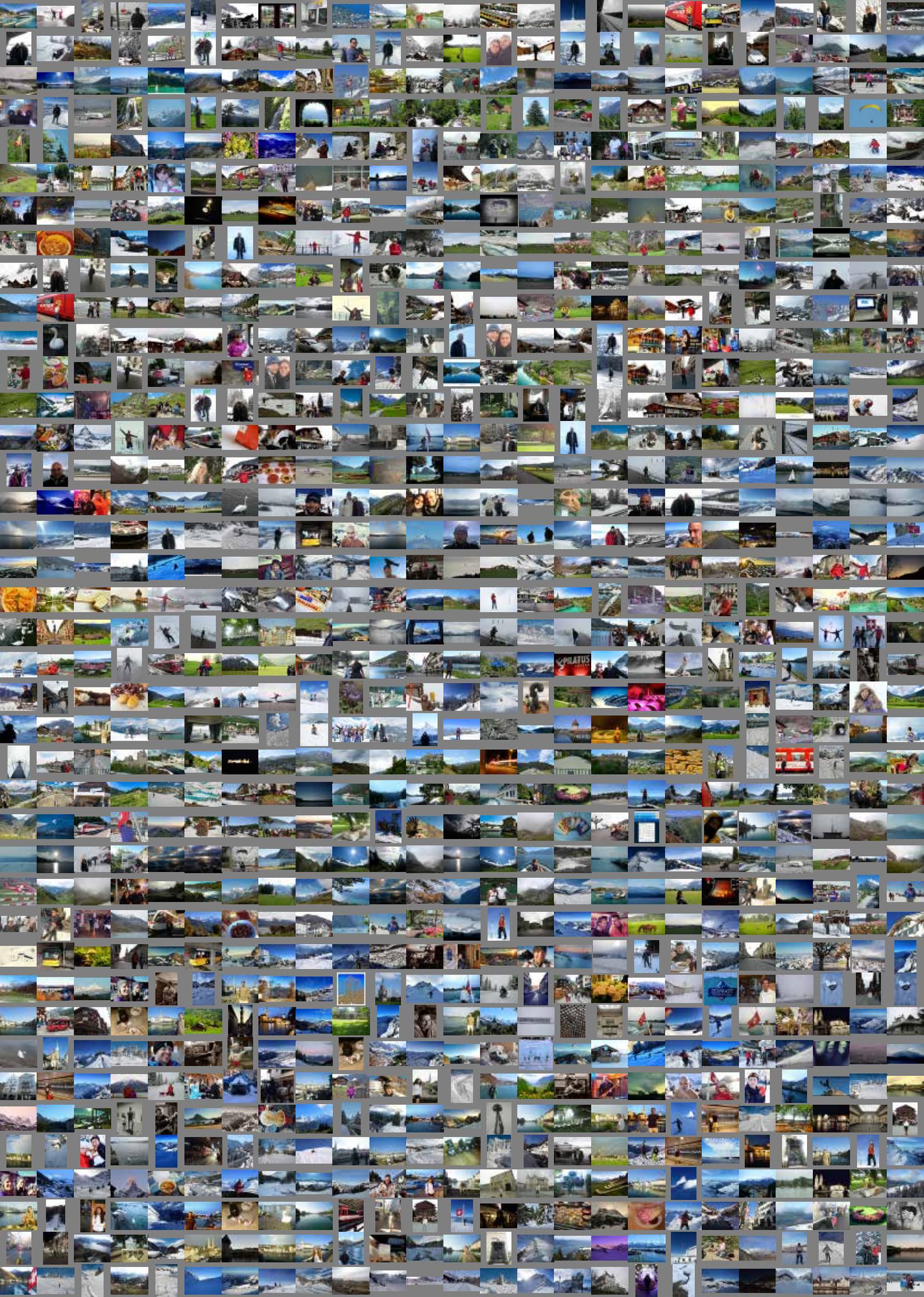


Abb. 40: Logo von Bed and Breakfast Switzerland (Quelle: Bed and Breakfast Switzerland, 2014, www.bnb.ch)



Abb. 41: Logo von GastroSuisse (Quelle: GastroSuisse, 2014, www.gastrouisse.ch)

Nächste Seite: Abb. 42: Übersicht aller 1000 gesammelten Fotos (Quelle: diverse Facebook-User, verschiedene Aufnahmedaten, www.facebook.com)



2.7 Sonderfälle

Ausnahmen bestätigen die Regel, das gilt auch hier. Besonders in Relation zur Thematik «Klischee – Realität» sind diese Abweichungen beachtenswert. Auf vier, die mir besonders aufgefallen sind, möchte ich an dieser Stelle näher eingehen.

2.7.1 Sonderfall spezifische Interessen

So lassen sich beispielsweise besondere Interessen der Touristen aus ihren Fotostrecken herauslesen. László aus Ungarn scheint ein Bahnfan zu sein: Auf 12 von seinen insgesamt 16 Aufnahmen sind selbige abgebildet. Dass neben den bei Touristen generell beliebten Bergbahn-Motiven auch gewöhnliche SBB-Züge vorkommen, zeigt wohl seine besondere Passion für dieses Thema.

In der umfassenden Fotokollektion von Ravith (ursprünglich aus Sri Lanka, wohnhaft in Italien) nehmen demgegenüber Blumenbeete und -kübel viel Platz ein. Auch Flugzeuge, sowohl dekorativ als Silhouette am Abendhimmel wie auch dokumentarisch und liebevoll beschriftet in Nahaufnahme am Flughafen Zürich, sind für ihn offenbar bedeutsam. Etliche seiner Bilder hat er auf Facebook mit dem Kommentar «My Photo» versehen, was besitzanzeigend wirkt, wie bei einer Art Sammlung.

Die Vorliebe, die vermutlich daheim auch besteht, will auch im Urlaub ausgelebt werden. Solche Fotos bilden gewisse Kategorien von Dingen ab, die es in ähnlicher Form an anderen Orten auch gibt, aber doch auf ihre Weise einzigartig sind. Ein Sammeltrieb oder generell die Auslebung von spezifischen Interessen kann meiner Meinung nach dahinter stecken. Bei derartigen Leidenschaften rückt die Schweiz als Aufnahmeort etwas in den Hintergrund, nimmt vielleicht die Rolle eines positiven Nebeneffekts an, die übliche Inszenierung von Schweiz-Symbolen fällt teilweise sogar ganz weg. Dies führt zu Bildern, die etwas mehr an Alltag und etwas weniger an Klischees beinhalten.



Abb. 43: Bildkommentar «Stadler, KISS» (Quelle: László aus Ungarn, 2013, www.facebook.com)



Abb. 44: Blumenbeet (Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2013, www.facebook.com)



Abb. 45: Flugzeug in stimmungsvoller Umgebung (Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2013, www.facebook.com)



Abb. 46: Bildkommentar «My Photo.....Ukraine International Boeing 737-500 Zurich International Airport / Switzerland» (Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2012, www.facebook.com)

2.7.2 Sonderfall unspektakuläre Orte

Ravith weist aber auch anderweitig spezielles Fotografie-Verhalten auf. Etliche Aufnahmen zeigen Dorfansichten von Hochfelden, einer Ortschaft im Bezirk Bülach (die normalerweise keine magnetische Wirkung auf Touristen besitzt). Nachforschungen meinerseits haben ergeben, dass offenbar ein Teil seiner Verwandtschaft dort ansässig ist.

Persönliche Beziehungen können also auch ein Grund für Ausschläge ausserhalb der «Foto-Norm» sein. Die betreffenden Menschen sowie ihr Lebensraum werden zum Sujet, der Einblick in ein anderes Leben wird dokumentiert.

Die Fotos zeigen bewusst oder unbewusst den Facebook-Freunden eine unspektakuläre, für Ausenstehende «untypische» Schweiz, befinden sich dabei aber viel näher bei der Alltags-Realität.



Abb. 47: Bildkommentar «My Photo.....»
(Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2012, www.facebook.com)



Abb. 48: Quartier in Hochfelden
(Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2014, www.facebook.com)



Abb. 49: Bildkommentar «My Photo.....Hochfelden village / Switzerland» (Quelle: Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2012, www.facebook.com)

2.7.3 Sonderfall wegen anderen Verpflichtungen

Isaac, ein DJ aus England und Carsten, ein Mitglied einer Band aus Deutschland, haben sich wie es scheint jeweils für Auftritte in die Schweiz begeben. Neben Szenen dieser Ereignisse durften auch die klassischen Touristen-Aufnahmen nicht fehlen.

Dies wäre also eine weitere Ursache für normabweichende Fotos: Leute «müssen» aufgrund von Verpflichtungen die Schweiz besuchen und fotografieren die – möglicherweise sogar alltägliche – Tätigkeit, da sie an einem anderen Ort als sonst stattfindet. Oder weil sie, wie in jenem Fall, ihre Auftritte generell stets ablichten. Diese Aufnahmen mit wenig Klischeegehalt stehen bei den beiden Fotografen im Gegensatz zu ihren restlichen Schweiz-Bildern, die gängige Ansichten zeigen. Der Betrachter sieht also gleichzeitig zwei verschiedene Präsentationen eines Landes.



Abb. 50: DJ an der Arbeit
(Quelle: Isaac aus England, 2012, www.facebook.com)



Abb. 51: Konzertfoto (Quelle: Carsten aus Deutschland, 2013, www.facebook.com)

2.7.4 Sonderfall Identifikation mit eigener Herkunft

Letztendlich möchte ich noch einen Sonderfall beleuchten, der zwar nur bei einer Person zu beobachten ist, den ich aber in ähnlicher Form ausserhalb dieses Bachelorarbeits-Kontexts schon öfter gesehen habe. Und zwar zeigt Hye-ja aus Südkorea eine asiatische Instant-Nudelsuppe inklusive Essstäbchen, laut Ortsmarkierung aufgenommen auf dem Jungfrauojoch.

Der Grund dafür wird vermutlich sein, dass die darin steckende Verbindung zur Heimat als wichtig empfunden wird. Vielleicht erwartete die Fotografin nicht, dieses Objekt in der Schweiz anzutreffen und findet es super, einen Teil ihrer Identität sogar in einem entfernten Land wiederzufinden. Ich persönlich habe im Ausland auch schon Schweizer Produkte fotografiert, da ich diese dort nicht vermutete und ich die Überschneidung von Heimat und Reisedestination den Daheimgebliebenen zeigen wollte. Betrachter eines solchen Bildes können so vielleicht eine Internationalität feststellen und sich überlegen, dass sie bei einer allfälligen Reise dorthin sich ebenfalls ein wenig wie zuhause fühlen dürften.

Bezüglich der Klischee-Frage sind solche Fotos ebenfalls bemerkenswert. Einerseits «passen» diese fremdländischen Symbole nicht richtig in das Bild der «traditionellen Schweiz», andererseits bilden sie im vorliegenden Fall aber auch gleichzeitig ein weiteres Klischee ab: Das der vielen asiatischen Gäste auf dem Jungfrauojoch.

Meiner Meinung nach könnte dieses Foto auch symbolisch für die Bemühungen der Tourismus-Verantwortlichen stehen, den Gästen Annehmlichkeiten ihrer Herkunftsländer bieten zu wollen, natürlich immer mit dem Ziel der Umsatzsteigerung.



Abb. 52: Die Instant-Nudelsuppe, das Foto liegt im Facebook-Album tatsächlich quer vor (Quelle: Hye-ja aus Südkorea, 2014, www.facebook.com)



3.

Auf Wiedersehen!

Dass ich mit meiner ursprünglichen Hypothese ein Opfer meiner eigenen Klischees geworden bin, habe ich bereits beschrieben. Die vermuteten Reisetypen waren nicht auszumachen. So konnte ich mich mehr auf die Sprache und die Wirkung der Bilder und weniger auf das Kategorisieren von Menschen konzentrieren.

Als roter Faden hat sich über sämtliche Ergebnisse hinweg die Fixierung der Fotografen auf die Natur hindurchgezogen. Sie zeigt sich in den Motiven, in den eher ländlichen und wenig besiedelten Umgebungen, in der Häufung der Alpen und Voralpen als Aufnahmeort. Ebenfalls wird sie mit den Hintergründen, vor denen Personen posieren, deutlich. Auch die gefundenen Muster bezüglich Ästhetik mit den charakteristischen Umgebungsbildern, Proportionen und den dominierenden Farben bestätigt sie.

Sehr bemerkenswert fand ich, dass andere wohlbekannte Klischees wie Käse, Alphörner, Kühe, Uhren oder Sackmesser nicht so häufig wie erwartet vorkommen. Womöglich werden solche Elemente dafür eher in Form oder als Bestandteile von Souvenirs erworben statt fotografiert, denn Klischees halten sich bekanntlich meist hartnäckig.

Auch die Feststellung, dass die traditionelle Schweiz fotografisch öfter vorkommt als die moderne, zeigt die Schwierigkeit, die bei allfälligen Bemühungen um eine Imagekorrektur oder um die Etablierung von zeitgemässeren Symbolen auftauchen würde.

Dass spezielle Ansichten, Blickwinkel und Proportionen nur sporadisch zu finden sind, könnte vielleicht auch darauf hindeuten, dass viele der Fotografen einen Hang zum Konventionellen haben.

Hierzu fand ich die untersuchten Sonderfälle erfrischend, senden sie doch einen vermutlich meist unbewusst eingefangenen Kontrast der Schweiz-Darstellung in die Facebook-Welt hinaus.

Auch das Farbspektrum der Fotos bildet ein Gegengewicht, geht es doch weit über das gern genutzte und assoziierte Standard-Rot hinaus.

Etwas enttäuscht bin ich allerdings von den Ergebnissen der Posen-Untersuchung. Ich hatte mir erhofft, Tendenzen zu ganz bestimmten Hintergrundmotiven zu finden, welche äusserst bedeutsam bezüglich ihrer Gewichtung gewesen wären.

Als wichtig erachte ich, eine mögliche Verzerrung der Ergebnisse zu bedenken. Da ich die Fotos ausschliesslich von Facebook-Benutzern gesammelt habe, welche einen Eintrag auf der «Schweiz Tourismus»-Fanpage hinterliessen, handelt es sich um eine spezielle Gruppe von Personen. Sie sind vielleicht ausgesprochene Schweiz-Fans, wollen mit ihren platzierten Fotos und Kommentaren noch mehr Leute an ihren Erfahrungen teilhaben lassen oder geben schlichtweg gerne Feedback zu Orten und Erlebnissen. Benutzer ohne Aktivitäten auf der Fanpage wurden folglich von mir nicht erfasst. Hier wäre es interessant zu wissen, ob und inwiefern sich jene Fotos von den anderen unterscheiden.

Generell lässt sich von meiner Personengruppe nicht auf die Eindrücke weiterer Touristen schliessen, die vielleicht ihre Aufnahmen gar nicht veröffentlichen oder sich der Touristenfotografie sogar ganz verweigern.

Während dieser Arbeit wurde mir nach und nach bewusst, wie umfassend mein Thema eigentlich ist. Eine vertiefte Auseinandersetzung wäre bei vielen Aspekten gewiss ertragreich, was aufgrund des beschränkten Umfangs aber nicht möglich war.

So hätte ich mich beispielsweise gerne intensiver mit den Bildkommentaren, ihrer Aussage und ihrem Bezug zum Foto auseinandergesetzt. Ebenso wäre ein Fokus auf das Thema «Klischees» sicherlich aufschlussreich. Auch den Gründen, wieso Menschen überhaupt Ferienfotos auf Facebook laden, wäre ich gerne weiter nachgegangen.

Es war für mich interessant, mit der Touristenfotografie eine Thematik zu behandeln, die gemäss Robinson/Picard noch verhältnismässig wenig Aufmerksamkeit in der Forschung geniesse²⁴. Ausserdem ist die Frage nach dem Image und der Identität der Schweiz brandaktuell, was dem Inhalt eine zusätzliche Relevanz verleiht.

Diese Arbeit liefert zwar objektive Ergebnisse, die Interpretationen, wieso diese so sind, bleiben jedoch oft Mutmassungen. Die Erfahrung, mich mit Subjektivität in verschiedenster Hinsicht auseinanderzusetzen, war wertvoll.

Meine Aufmerksamkeit für diese Themen bleibt aufgrund meiner persönlichen Interessen sowie in Anbetracht der gestalterischen Arbeit bestehen.

²⁴ vgl. Robinson/Picard, 2009, S. 9



4.

Anhang

4.1 Quellenverzeichnis

4.1.1 Bücher

Bærenholdt, Jørgen Ole und Haldrup, Michael und Larsen, Jonas und Urry, John (2004): *Performing Tourist Places*. Aldershot: Ashgate, 1. Auflage, S. 1–2, 69.

Brandin, Elisabeth (2009): *Disposable Camera Snapshots: Interviewing Tourists in the Field*. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): *The Framed World. Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate, S. 218.

Delfin, Teresa E.P. (2009): *From Images to Imaginaries: Tourism Advertisements and the Conjuring of Reality*. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): *The Framed World. Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate, S. 139–149.

Frankland, Stan (2009): *The Bulimic Consumption of Pygmies: Regurgitating an Image of Otherness*. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): *The Framed World. Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate, S. 95–114.

Johler, Reinhard und Marchetti, Christian und Tschofen, Bernhard und Weith, Carmen (Hg.) (2013): *Kultur_Kultur. Denken, Forschen, Darstellen*. 38. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Tübingen vom 21. bis 24. September 2011. Münster: Waxmann, 1. Auflage, S. 341.

Kürti, László (2004): *Picture Perfect: Community and commemoration in postcards*. in: Pink, Sarah und Kürti, László und Afonso, Ana Isabel (Hg.) (2004): *Working Images: Visual Research and Representation in Ethnography*. London: Routledge, S. 62.

Larsen, Jonas (2011): *Gazing at Landscapes*. in: Lindergård, Inka und Holmström, Niclas (Hg.) (2011): *Inka Lindergård & Niclas Holmström. Watching Humans Watching*. Heidelberg: Kehrer, S. 89–92.

Lindergård, Inka und Holmström, Niclas (Hg.) (2011): *Inka Lindergård & Niclas Holmström. Watching Humans Watching*. Heidelberg: Kehrer, 1. Auflage, S. 91–92.

Martinez, Matthew J. und Albers, Patricia C. (2009): *Imaging and Imagining Pueblo People in Northern New Mexico Tourism*. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): *The Framed World. Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate, S. 39–59.

Pink, Sarah und Kürti, László und Afonso, Ana Isabel (Hg.) (2004): *Working Images: Visual Research and Representation in Ethnography*. London: Routledge, 1. Auflage, S. 62.

Pocock, Celmara (2009): *Entwined Histories: Photography and Tourism at the Great Barrier Reef*. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): *The Framed World. Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate, S. 194–195.

Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): *The Framed World. Tourism, Tourists and Photography*. Farnham: Ashgate, 1. Auflage, S. 1–4, 8–16, 39–59, 95–114, 139–149, 194–195, 205, 218.

Robinson, Mike und Picard, David (2009): Moments, Magic and Memories: Photographing Tourists, Tourist Photographs and Making Worlds. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): The Framed World. Tourism, Tourists and Photography. Farnham: Ashgate, S. 1–4, 8–16.

Yeh, Joyce Hsiu-yen (2009): The Embodiment of Sociability through the Tourist Camera. in: Robinson, Mike und Picard, David (Hg.) (2009): The Framed World. Tourism, Tourists and Photography. Farnham: Ashgate, S. 205.

Ziehe, Irene (2013): Visualisierung des Unbekannten. Fotos für Touristen als ethnografische Quellen. in: Jöhler, Reinhard und Marchetti, Christian und Tschöfen, Bernhard und Weith, Carmen (Hg.) (2013): Kultur_Kultur. Denken, Forschen, Darstellen. 38. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Tübingen vom 21. bis 24. September 2011. Münster: Waxmann, S. 341.

4.1.2 Internet

Baureglement, Peter Perren/Hansjakob Wettstein/Tharany Rajiv/Einwohnergemeinde Grindelwald, 2007, <http://www.gemeinde-grindelwald.ch/uploads/media/Baureglement.pdf>, Stand vom 27. Februar 2014.

Bau- und Zonenreglement, Einwohnergemeinde Zermatt, 9. Juni 2010, <http://gemeinde.zermatt.ch/pdf/reglement/bau-und-zonenreglement2010.pdf>, Stand vom 27. Februar 2014.

Ferien, Reisen, Urlaub – Schweiz Tourismus, Schweiz Tourismus, 2014, <http://www.myswitzerland.com/de-ch/home.html>, Stand vom 4. März 2014.

gsteig.ch: Gemeindeversammlung, Paul Reichenbach/Gemeindeverwaltung Gsteig bei Gstaad, 10. Januar 2014, <http://www.gsteig.ch/gemeindeversammlung.html>, Stand vom 27. Februar 2014.

Reisefotografie – Wikipedia, Wikipedia, 4. April 2013, <http://de.wikipedia.org/wiki/Reisefotografie>, Stand vom 4. März 2014.

Reviews of Hotels, Flights and Vacation Rentals – TripAdvisor, TripAdvisor, 2014, <http://www.tripadvisor.com>, Stand vom 20. Januar 2014.

Switzerland | Schweiz | Suisse | Svizzera, Schweiz Tourismus/Facebook, 2014, <https://www.facebook.com/MySwitzerland>, Stand vom 4. März 2014.

trouble-in-paradise: Coloured Wildlife - Afrika in Reiseführern, Tina Goethe, <http://www.trouble-in-paradise.de/01dreamfactory/text0102.html>, Stand vom 1. März 2014.

trouble-in-paradise: Durch die Linse auf Distanz: Der fotografische Blick auf die Hinterbühnen des Tourismus, Rosaly Magg, <http://www.trouble-in-paradise.de/01dreamfactory/text0101.html>, Stand vom 1. März 2014.

trouble-in-paradise: Urlaubsfotografie, Christiane Schurian-Bremecker, 2002, <http://www.trouble-in-paradise.de/01dreamfactory/text0101.html>, Stand vom 1. März 2014.

Victory-Zeichen – Wikipedia, Wikipedia, 7. Oktober 2013, <http://de.wikipedia.org/wiki/Victory-Zeichen>, Stand vom 4. März 2014.

Wie dicht ist die Schweiz besiedelt? | avenir suisse, Daniel Müller-Jentsch, 1. März 2012, <http://www.avenir-suisse.ch/15211/wie-dicht-ist-die-schweiz-besiedelt>, Stand vom 4. März 2014.

Willkommen bei Flickr – Fotosharing, Flickr, 2014, <http://www.flickr.com>, Stand vom 20. Januar 2014.

www.peterbaracchi.com/maximal.pdf, Peter Baracchi, 2010, <http://www.peterbaracchi.com/maximal.pdf>, Stand vom 27. Februar 2014.

4.1.3 Abbildungen

Hinweis: Die genauen Adressen der Facebook-Fotos sind der Autorin bekannt, werden aber aus Gründen des Personenschutzes nicht bekanntgegeben.

Abb. 1: Webpräsenz von Schweiz Tourismus, Schweiz Tourismus, 2014, http://www.myswitzerland.com .	4
Abb. 2: Facebook-Präsenz von Schweiz Tourismus, Schweiz Tourismus/Facebook, 2014, https://www.facebook.com/MySwitzerland .	4
Abb. 3: Das Matterhorn, der Berg schlechthin, Do-hyun aus Südkorea, 2013, https://www.facebook.com .	6
Abb. 4: Natur in Lauterbrunnen, Luíz aus Brasilien, 2013, https://www.facebook.com .	6
Abb. 5: See und Berge, Isaac aus England, 2013, https://www.facebook.com .	6
Abb. 6: Der Bildkommentar lautet «Interlaken - What a wonderful world :->», Callie aus Singapur, 2013, https://www.facebook.com .	6
Abb. 7: Eine Enzian-Art, Alessio aus Italien, 2013, https://www.facebook.com .	6
Abb. 8: Schiff, See, Berge, Claudia aus Deutschland, 2013, https://www.facebook.com .	7
Abb. 9: Pilatusbahn, am Boden, László aus Ungarn, 2013, https://www.facebook.com .	7
Abb. 10: Pilatusbahn, in der Luft, Patryk aus Polen, 2013, https://www.facebook.com .	7
Abb. 11: Die typischen Chalets, Callie aus Singapur, 2013, https://www.facebook.com .	7
Abb. 12: Kirche, See, Berge, Felipe aus Venezuela, 2012, https://www.facebook.com .	7
Abb. 13: Der Bildkommentar verrät «It snowing, too bad the view wasn't that good», Aria aus Singapur, 2013, https://www.facebook.com .	8
Abb. 14: Verschneite Sichtverhältnisse, Tommaso aus Italien, 2013, https://www.facebook.com .	8
Abb. 15: Bildkommentar zur Käseauslage: «I'm in Switzerland XD», Ji-min aus Südkorea, 2014, https://www.facebook.com .	8
Abb. 16: Schokolade in allen Variationen, Isaac aus England, 2012, https://www.facebook.com .	8
Abb. 17: Bauernhofidylle, Willem aus den Niederlanden, 2011, https://www.facebook.com .	9
Abb. 18: Ein seltenes Alphorn, Felipe aus Venezuela, 2012, https://www.facebook.com .	9
Abb. 19: Posieren mit der Flagge, Ji-min aus Südkorea, 2014, https://www.facebook.com .	10
Abb. 20: Flagge mit Bergen, Diego aus Italien, 2012, https://www.facebook.com .	10
Abb. 21: Kunsthaus Zürich, Gonçalo aus Portugal, 2013, https://www.facebook.com .	10
Abb. 22: Die Alpen als touristischer Hotspot, William aus Australien, 2013, https://www.facebook.com .	11
Abb. 23: Historisches Genf, Lucía aus Spanien, 2013, https://www.facebook.com .	11
Abb. 24: Posieren vor See und Stadt, Vincent aus Malaysia, 2013, https://www.facebook.com .	12
Abb. 25: Posieren vor Bergpanorama, Kumar aus Indien, 2013, https://www.facebook.com .	12
Abb. 26: Posieren vor Logo, Gonçalo aus Portugal, 2013, https://www.facebook.com .	12
Abb. 27: Auf ein merkwürdiges Gebilde hinweisen, Aria aus Singapur, 2013, https://www.facebook.com .	13
Abb. 28: Auf einen Schriftzug hinweisen, Paitoon aus Thailand, 2013, https://www.facebook.com .	13
Abb. 29: Auf ein Schild hinweisen, Jens aus Deutschland, 2011, https://www.facebook.com .	13
Abb. 30: Auf den Schnee hinweisen, mit dem (im Original portugiesischen) Bildkommentar «Wer möchte ein wenig?», Luíz aus Brasilien, 2013, https://www.facebook.com .	13
Abb. 31: Ein Freudensprung, Callie aus Singapur, 2013, https://www.facebook.com .	14
Abb. 32: Gruppenfoto mit nebensächlichem Hintergrund, Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2013, https://www.facebook.com .	14
Abb. 33: Spass beim Grillieren, Willem aus den Niederlanden, 2011, https://www.facebook.com .	14
Abb. 34: Werk von Peter Baracchi, überlagerte Fotos von Bergsujets, Peter Baracchi, 2010, http://www.peterbaracchi.com/images/maximale_realitaet/peter_baracchi_maximale_realitaet_1.jpg .	15
Abb. 35: Alle hochformatigen gesammelten Fotos überlagert, Sabrina Haefeli/diverse Facebook-User, 2014, https://www.facebook.com .	15
Abb. 36: Alle querformatigen gesammelten Fotos überlagert, Sabrina Haefeli/diverse Facebook-User, 2014, https://www.facebook.com .	15
Abb. 37: Webpräsenz von Schweiz Tourismus, Schweiz Tourismus, 2014, http://www.myswitzerland.com .	16
Abb. 38: Logo der Swiss International Air Lines, Swiss International Air Lines AG, 2014, http://www.swiss.com/PublishingImages/logos/swiss_logo_150x35.png .	16
Abb. 39: Logo von hotelleriesuisse, hotelleriesuisse, 2014, http://www.hotelleriesuisse.ch/img/logo-hotelleriesuisse.png .	16

Abb. 40: Logo von Bed and Breakfast Switzerland, Bed and Breakfast Switzerland, 2014, http://www.bnb.ch/images/structure/haut_gauche.jpg .	16
Abb. 41: Logo von GastroSuisse, GastroSuisse, 2014, http://www.gastrosuisse.ch/pix/main/logoGastroSuisse.gif .	16
Abb. 42: Übersicht aller 1000 gesammelten Fotos, diverse Facebook-User, verschiedene Aufnahmedaten, https://www.facebook.com .	16
Abb. 43: Bildkommentar «Stadler, KISS», László aus Ungarn, 2013, https://www.facebook.com .	18
Abb. 44: Blumenbeet, Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2013, https://www.facebook.com .	18
Abb. 45: Flugzeug in stimmungsvoller Umgebung, Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2013, https://www.facebook.com .	18
Abb. 46: Bildkommentar «My Photo.....Ukraine International Boeing 737-500 Zurich International Airport / Switzerland», Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2012, https://www.facebook.com .	18
Abb. 47: Bildkommentar «My Photo.....», Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2012, https://www.facebook.com .	19
Abb. 48: Quartier in Hochfelden, Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2014, https://www.facebook.com .	19
Abb. 49: Bildkommentar «My Photo.....Hochfelden village / Switzerland», Ravith, wohnhaft in Italien, ursprünglich aus Sri Lanka, 2012, https://www.facebook.com .	19
Abb. 50: DJ an der Arbeit, Isaac aus England, 2012, https://www.facebook.com .	20
Abb. 51: Konzertfoto, Carsten aus Deutschland, 2013, https://www.facebook.com .	20
Abb. 52: Die Instant-Nudelsuppe, das Foto liegt im Facebook-Album tatsächlich quer vor, Hye-ja aus Südkorea, 2014, https://www.facebook.com .	20

4.2 Liste der untersuchten Facebook-User

	<i>Geschlecht</i>	<i>Wohnort</i>	<i>Bemerkungen</i>
<i>Europa</i>			
Mathis	m	Belgien	
Daan	m	Belgien	
Jens	m	Deutschland	
Markus und Sonja	m/w	Deutschland	
Natalia	w	Deutschland	ursprünglich aus Polen
Claudia	w	Deutschland	
Carsten	m	Deutschland	
Isaac	m	England	
Amber	w	England	
Lucas	m	England	ursprünglich aus Brasilien
Lorenzo	m	Italien	
Ravith	m	Italien	ursprünglich aus Sri Lanka
Tommaso	m	Italien	
Alessio	m	Italien	
Giulia	w	Italien	
Francesca	w	Italien	
Diego	m	Italien	
Geertruida	w	Niederlande	
Hendrikje	w	Niederlande	
Ruben	m	Niederlande	
Willem	m	Niederlande	
Jinping	m	Niederlande/Frankreich	ursprünglich aus China
Patryk	m	Polen	
Letícia	w	Portugal	ursprünglich aus Brasilien
Gonçalo	m	Portugal	
Lucía	w	Spanien	
Petr	m	Tschechien	
Matyas	m	Tschechien	
Ádám	m	Ungarn	
László	m	Ungarn	
Zsófia	w	Ungarn	
<i>Asien</i>			
Susmita	w	Bangladesch	mit Studienaufenthalt in Indien
Mahesh	m	Indien	
Prajna	w	Indien	
Satish	m	Indien	
Kumar	m	Indien	mit Aufenthalt in Frankreich
Vincent	m	Malaysia	
Aria	w	Singapur	
Callie	w	Singapur	
Ji-min	w	Südkorea	
Hye-ja	w	Südkorea	
Jun-seo	m	Südkorea	
Do-hyun	m	Südkorea	
Paitoon	m	Thailand	
<i>Naher Osten</i>			
Shankar	m	VAE	ursprünglich aus Indien

Nordamerika

Evita	w	USA	vermutlich lateinamerikanische Abstammung
Dave	m	USA	

Südamerika

Luíz	m	Brasilien
Felippe	m	Venezuela

Australien

William	m	Australien
Samantha	w	Australien