Arbeitenden sind zentrales Element des Tourismus.[6] Zumal an dieses Faktum soll im Folgenden erinnert werden.

Die Fassade und das Entree

Das Draußen ist mit dem Drinnen, der Alltag der Einen vor Ort ist mit dem Reisen und dem Gegenalltag der Anderen enger verbunden als imaginiert. Dieses Ineinander von Drinnen und Draußen, von Reise und Alltag bildet sich auch im Ineinander der Erzählungen, der Narrative über Hotels ab. Zum Image und zum Selbstbild der »Einheimischen« gehören Hotels – die großen, repräsentativen ebenso wie die kleinen, unspektakulären oder intimen. Der Neu- oder auch nur der Umbau eines Hotels kann dann zum viel diskutierten und emotional aufgeladenen Politikum werden. Die verdichteten Raumprogramme von Hotels bedingen, dass derartige Bauvorhaben als »Höhenzeichen«[7] oftmals mehr oder weniger umstritten sind. In der Rangordnung architektonischer Repräsentation und der Identitätspolitik eines Raumes kommt Hotels – ähnlich wie Museen, Banken und Gebäuden von Versicherungsgesellschaften – nicht erst heute, besonders aber heute eine zentrale Bedeutung zu.

Hotels fungieren als Diskursräume, als Erzählorte und Versatzstücke der veröffentlichten, verschriftlichten oder verfilmten Geschichten, aber auch des Hörensagens, der Skandale und lokalen Aufreger. Gerade auch Peinlichkeiten, die an einem Ort geschehen beziehungsweise erzählt werden, lassen sich exterritorialisieren, indem sie in Hotels verlegt werden. Verschwinden solche Häuser, so »geht viel von der Seele einer Stadt dahin«, wie es Stefan Zweig in seinem Nekrolog auf das *Hotel Schwert* in Zürich betrauert.[8] Hotels sind also auch in einem anderen als einem marketingspezifischen Gebrauch des Wortes »Traditionshäuser«.

Diese Verquickung in den Geschichten – der Stadt und ihrer Hotels – spiegelt sich in der Wechselbeziehung der Entwicklung der

jeweiligen Räume. Dies muss nicht so monumental und offensichtlich sein wie in Wien, wo sich entlang des sogenannten Rings Palais Hotels und Museen zu einem den Raum beherrschenden »Architekturkomplex«[9] formieren und sich imperiale und bürgerliche Repräsentationsarchitekturen vermischen. Was Habbo Knoch für die Grandhotels um 1900 beschreibt, trifft heute noch für viele Hotels jenseits der Metropolen, in Städten und ländlichen Regionen zu: Sie stellen »wichtige Scharniere« in der lokalen Vergnügungskultur dar, mit Gastronomie, Neben- und Sonderräumen im Erdgeschoss, die vom lokalen Publikum frequentiert werden.[10]

Besonders engmaschig ist die Figuration Stadtraum–Hotelraum; sie materialisiert sich in der Gestaltung der Eingangssituation. Welcher Kategorie und Größenordnung ein Hotel, eine Pension, ein Gasthof, ein Motel etc. auch angehört, immer reicht dieser Raum hinein in die Topografie einer Destination. Mit ihren Lichtinstallationen verleihen Hotels besonders nachts dem sie umgebenden Raum Kontur – durchaus vergleichbar mit der Lichtregie an sakraler und profaner Architektur, die als sehenswert kanonisiert ist. Fahnen und Fähnchen an Hotels sind Zeichensetzungen, die nicht nur die Gasträume, sondern auch die sie umgebenden öffentlichen Räume als »internationale« bestimmen. Über die Hotelarchitekturen exponiert sich ein Raum als weltläufiges Ziel.

Der ästhetische Aufwand solcher Fassaden, solcher Visitenkarten ist unterschiedlich hoch. Je größer die Dimensionen eines Gebäudes, desto zurückhaltender ist oft die Fassadengestaltung Doch fällt auf, dass Charakteristika des Innenraums in den Außen- und Straßenraum relativ häufig gekippt sind. Vordächer von Hotels überspannen den öffentlichen Raum; je nach Maß und Materialität stellen sie Verbindungen zu diesem her, können aber auch als hegemoniale Geste gelesen werden. Auch die Anwesenheit eines Pagen oder Portiers – bei Häusern der Luxuskategorie oft in Livree vor dem Gebäude postiert – wirkt keineswegs nur einladend, sondern immer auch als Filter, als Hürde, die einzig der »richtigen« Klientel ein angemessenes Entree bietet.

Das Hotel, das Reisen und der Alltag – im Dreieck besehen

Von Nikola Langreiter, Klara Löffler und Johanna Rolshoven

Die Hotelhalle ist ein Transitraum. Ein Raum, so schreibt Gisela Welz in Anlehnung an James Clifford, der einen Rahmen, ein mobiles Setting ermögliche, in dem »Menschen verschiedener Herkunft zeitweilig zusammenkommen«.[1] Mit einer fluiden Situation also haben wir es zu tun, die stellvertretend für das Fluidum moderner Gesellschaften stehen mag. Sie lässt sich darum nicht einfach durch Beschreibung festhalten, sondern verlangt nach anderen Formen der Darstellung. Erfahrungen und Begegnungen sollen herangezogen werden, Erinnerungen und Gedankensplitter, Diskurse und Bilder. Sie sind es, die ein dichtes Bild dieses Raumes vermitteln. Denn er soll uns etwas erklären, ihm kommt eine heuristische Funktion im Sinne einer kulturanalytischen Tourismusforschung zu. Das zumindest ist der Anspruch dieser Überlegungen, die die Auseinandersetzung mit dem Topos Hotel leiten.

Methodologisches

Was passiert, wenn wir im Hotel Quartier machen, an diesem Ort der Ansammlung multilokaler Erfahrungen? Das Hotel verstehen wir als ein Drittes, es verweist auf die Notwendigkeit des Dritten für das Funktionieren jener Beziehungen, jener Dyaden, über die Vergangenheit und Gegenwart organisiert sind: jene zwischen Arbeit und Freizeit, zwischen Alltag und Reise, zwischen Wünschen und Wirklichkeiten. Ohne die Bedeutung der binären Codierungen zu verkennen und deren Praxis in Alltagskulturen zu ignorieren, bestehen wir

für die wissenschaftliche Systematik auf der Öffnung dieser Dyaden. Während in den Handlungen, in den Räumen und in den Zeiten des Reisens von den beteiligten Akteurinnen und Akteuren und durch die Dinge eine binäre Ordnung der Gegensätze praktiziert und reproduziert wird, nähern wir uns der Logik dieser Praxis mithilfe der Figur des Dritten.[2]

Attraktiv scheint uns diese Denkfigur nicht nur, weil sie – wie »Figuration«, »Netzwerk« etc. – grundsätzlich auf Polyvalenzen in Relationen verweist, sondern weil sich aus der Arbeit mit ihr methodologische Konsequenzen ergeben: Es gibt keinen festen Standpunkt »des Dritten«, vielmehr sind wir »als Dritte« gezwungen, die Positionen und Perspektiven wandern und wechseln zu lassen. Wie Robert Gernhardt in seiner Erzählsammlung »Kippfigur« vorführt, kann sich die Konstellation – je nach Situation und deren Dynamik, aber auch nach dem jeweiligen Blickwinkel – schnell verändern, sie kann kippen.[3] Erving Goffmans Modell der Vorder- und Hinterbühnen,[4] das zumal für eine Tourismus- und Hotelforschung noch immer hilfreich ist, ergänzen wir also um die Technologie der Drehbühne. Mit dem Blick in die Hotelhalle zeigen wir, wie fragil und brüchig die Inszenierungen hier sein können. Die Hotelhalle wird hier zunächst einmal als Vorderbühne verstanden; allerdings – wie zu zeigen ist – gibt es in der Öffentlichkeit dieses Raumes auch Hinterbühnen.

Für die Versuchsanordnung des Dritten, die wir hier vorschlagen (im Hotel, mit der Hotelhalle und – gleichsam als Ausblick: mit dem Korridor) haben wir uns auch als Autorinnen zu dritt entschieden.[5] Das »Wir« im Text ist also nicht der Konvention wissenschaftlicher Rhetorik geschuldet, sondern entspricht Korrespondenzen im mehrfachen Sinne des Wortes. Ausgehend von der Drehbühne Hotelhalle arbeiten wir in einem Dreieck unterschiedlicher Interessen und Fragen, die in der Forderung nach erhöhter Aufmerksamkeit für die Vieldeutigkeit und Vielseitigkeit touristischer Kulturen zusammenlaufen. Auch wenn es in der Tourismusforschung noch immer nicht wirklich angekommen ist: Nicht nur Freizeit, sondern auch die Arbeit und die

Die Linie der Vordächer wird durch die Oberflächenstruktur am Boden aufgenommen. Mit einer Pflasterung, fein gegliedert und gepflegt wie Parkett, wird ein Raum markiert, der sich vom Groben und Gewöhnlichen, vom Asphalt des Bürgersteigs abhebt. Bisweilen ist ein (roter) Teppich ausgerollt; dessen Ikonografie – als ideale Oberfläche des Defilees, der Prominenz im Raum – erscheint eindeutig. In zumeist symmetrischer Anordnung flankiert freundliches Geranien- oder auch herrschaftliches Buchsbaum-Grün von Topfpflanzen den Eingang. Die Lichtschranken-Mechanik der heute meist gläsernen und schwellenlosen Eingangstüren nivellieren den Unterschied zwischen innen und außen – auch wenn wir diese Angleichung längst noch nicht habitualisiert haben, halten wir doch zumeist die Hände vor dem Körper, wenn wir derartige Eingänge durchschreiten, ganz so, als wollten wir eine Türe öffnen. Solche Requisiten sind beides: Verweise auf den Außenraum der Destination und Verweise auf die Dienstleistung im Innenraum.

Der Empfang

Im Gastgewerbe geht es nicht nur darum, Essen, Trinken, Unterkunft und damit verbundene Arbeitskraft zu verkaufen. Die Attraktivität der Dienstleistung und ihre Inanspruchnahme macht es vielmehr aus, dass sie als Service, in einem Arrangement der Gastfreundschaft, angeboten wird und dabei Arbeit und Bezahlung weitgehend ausgeblendet bleiben. Formalitäten werden dezent abgewickelt, das Informieren und Umsorgen – »Vertrauens- und Glaubensgüter«[11] also – stehen im Mittelpunkt. In einem sehr zeittypischen Modus soll dieser Service geleistet werden: diskret und persönlich zugleich. Eine, wenn nicht die Leitkategorie der Dienstleistung Hotel ist Diskretion, in der das »Recht auf Frage durch das Recht auf Geheimnis«[12] begrenzt wird. Dieses Prinzip soll in einer Form des beständigen und persönlichen Interesses an den jeweiligen Gästen, deren Belangen und Bedürfnis-

sen, umgesetzt werden. Die Ankommenden sind nicht als Kundschaft, sondern als willkommene Individuen, eben als Gäste zu behandeln.

Der ersten Begegnung zwischen professionellen Gastgeberinnen oder Gastgebern und Gästen kommt daher große Bedeutung zu. Ein weitgehend ritualisierter und formalisierter Beginn der Beziehung gewährt – allen Beteiligten – Orientierung in einer Situation mit vielen Unbekannten. Begrüßungszeremonien erleichtern den Neuankömmlingen das Zurechtfinden, vermitteln Sicherheit und ein Angenommen-Sein. Für die Fremden ist die Hotelhalle ein gewisser Ort im ungewissen Raum. Den Gastgebenden ermöglichen die Standardisierungen des Empfangs ein erstes Einschätzen der Fremden.

Bei allen Beteiligten dieses kommunikativen Handelns sind es Technologien der freundlich-unverbindlichen Konversation, derer sich für gewöhnlich alle befleißigen. So lässt sich auch unter den Bedingungen des temporären Aufenthalts ein Provisorium des Vertrauens herstellen. Schon in Kinderbüchern, die sich mit dem Thema in pädagogischer Absicht befassen, wird diese Freundlichkeit als Standard vorgestellt, den es auch für Kinder nicht nur zu beachten, sondern auch zu beherrschen gilt.[13] Alle Beteiligten sind um die Darstellung von routinierter Leichtigkeit bemüht. Wer viel, aber auch wer wenig reist, demonstriert Routine in diesem Vorgang. Man tritt ein, orientiert sich mit kurzem Rundblick und steuert auf die Rezeption zu. Heute wird das meist mit dem Anglizismus »einchecken«[14] auf die kürzeste, auch lautmalerisch kürzeste aller Sprachformeln gebracht.

Die Halle

Die Hotelhalle ist nicht nur Drehbühne bestimmten Handelns, sie ist auch Handlungsanleitung. Der Ort der Kommunikation zwischen den Hotelgästen und dem Personal beschränkt sich auf »Fronträume, die speziell für den Umgang mit Gästen arrangiert sind«.[15] Diese Räume sind entlang der hauseigenen Mikrostruktur definiert: die Rezeption

und die Lobby, der Frühstücksraum, das Restaurant, die Korridore. Sie sind jeweils bestimmten Bedürfnissen und Interaktionen zugedacht. Ein spezifisches, nicht allen selbstverständliches und nicht immer allen präsentes Wissen darüber leitet die Beteiligten und ihre Handlungen. Dass sie sich aus völlig unterschiedlichen Motiven hier aufhalten, wird dabei selten zum Problem. Gestaltet sind diese Räume als relativ offen und frei zugänglich. Doch sind es bestimmte Zeiten und bestimmte Zonen, innerhalb derer Kontakte zwischen Personal, Hoteliers und Gästen vorgesehen sind. Und diese Kontakte wiederum sind durchaus formalisiert.

Wer sich legitimerweise in der Hotelhalle aufhalten darf, unterliegt einer klaren Ordnung und einer spezifischen Logik des Sichaufhaltens. Hierbei fallen die Wahrnehmungen und Zugangsberechtigungen je nach Personengruppe unterschiedlich aus. Wer im Hotel eine Weile Quartier genommen hat, wird die Halle – mit Ausnahme des Rezeptionsbereichs hinter dem Tresen – als Teil des derzeitigen Zuhauses betrachten; für temporäre Besucherinnen und Besucher, die nicht im Hotel abgestiegen sind, und für die Dienstleistenden ist sie ein außerhäuslicher Raum. Dem lokalen Publikum steht die Lounge aber durchaus offen; großstädtische Hotels umwerben diese Zielgruppe mit besonderen Angeboten. Undenkbar hingegen ist es, dass sich der Rezeptionist, jemand vom Küchenpersonal oder die Masseurin nach getaner Arbeit gemütlich in der Halle niederlassen. Auch für die Hotelbetreiberinnen und Hotelbetreiber scheint dies ein Durchgangsort, seltsam undefiniert, zu sein. An der Art und Weise, wie diese Personen den Raum durchqueren, lässt sich der Stil des Hauses ablesen: Schlendernd oder raschen Schrittes, aufmerksam und doch unauffällig werden die Menschen und ihr Verhalten in dieser »liminalen« Übergangszone beobachtet.

Selbst wenn Interessenlagen und Hintergründe des Aufenthalts in der Hotelhalle sehr unterschiedlich sein können, herrscht über das richtige Verhalten normalerweise stillschweigende Übereinkunft. Diese sichert die Stabilität der Performanz der Dienstleistung und die

Stabilität innerhalb des Ensembles derer, die hier arbeiten. Insofern ist die Hotelhalle mit Karl Schlögel als temperierte Zone zu charakterisieren,[16] die vor allem anderen dazu dient, Personengruppen und ihr Handeln zu kanalisieren.

Zu den diskursiven Bildwelten von Hotels gehören heute auch die Webcams, die Hotelhallengeschehen dokumentieren und Sicherheit signalisieren sollen. Sie zeigen, wenn es darauf ankommt, die Mörder eines Hamas-Führers in einem Hotel in Dubai, verkleidet als amerikanische Touristen mit kurzen bunten Shorts und Golfgeschirr. Sie zeigen Lady Di zum letzten Mal lebend, wie sie mit Dodi und dem unseligen Chauffeur durch die Drehtür des Pariser *Ritz* geht.

Die Hotelhalle kann zu bestimmten Tageszeiten, in historischen Phasen und biografischen Situationen zum »heißen Ort«[17] werden: Dieses Moment des Umkippens der Stetigkeit diskreter Abläufe ist dramaturgisch besonders ergiebig. Filmsequenzen – etwa in den Filmen der Marx Brothers,[18] in denen allerlei Turbulenzen und anarchische Ausbrüche in Hotelhallen genüsslich durchgespielt werden – verweisen wiederum auf das, was hier Normalität sein sollte: die ruhige, verlässlich professionelle Abwicklung einer Dienstleistung.

Die räumliche Ordnung und materielle Ausstattung eines Hotels entsprechen dem Ziel der Darstellung als sicherer Ort, als Zuhause. In Angebot und Anordnung der Räume spiegeln sich zeitgenössische Wohnstile und Ansprüche an das Wohnen. Der Kundschaft soll die dingliche Ausstattung eines Hotels Komfort bieten; das meint vor allem eine, wie es Wolfgang Ullrich am Beispiel zeitgenössischer Konsumkulturen diskutiert, »fiktional überhöhte Stimmung«.[19] Die Gäste sollen sich »wie zu Hause« fühlen, ohne an die banalen, lästigen Seiten des Wohnens und Haushaltens erinnert zu werden; in der Lounge wird nicht sauber gemacht, sie ist schon sauber.

Zwar gilt es, mit der Halle wie mit dem gesamten Einrichtungskonzept einen »Stil des Hauses« zu repräsentieren, doch geschieht dies im Vergleich zu den Hotelzimmern eher dezent. Siegfried Kracauers Charakterisierung der Hotelhalle als ein »ästhetisch neutraler Raum«[20]

bestätigt sich auch im Blick auf zeitgenössische Beispiele; soll doch die Hotelhalle für unterschiedlichste Begegnungen und Interaktionen den richtigen Rahmen bieten. Hier treffen Geschäftsleute künftige Partner, hier stellt sich der Star den Journalisten, hier wartet die Hostess, aber auch der Einsame auf ein Rendezvous, das nie stattfinden wird. Tatsächlich sind Hotelhallen eher von einer architektonischen Semiotik als von innenarchitektonischen Finessen geprägt; ein großer Teil der Möblierung ist wandnah angeordnet, wenn nicht wandfest montiert. Nicht nur das akustische Milieu solcher Räume lässt sich als gedämpft beschreiben. Auch die Anordnung der Dinge im Raum ist konventionell und konservativ, geht es doch hier vor allem anderen um die Vorhersehbarkeit und Sicherheit der Interaktionen im Raum. Unverwechselbarkeit, ein zentrales Argument von Marketingstrategien, tritt demgegenüber in den Hintergrund.

Am Rande: Die Rezeption

Beherrscht wird die Raumordnung und -logik der Hotelhalle von der Rezeption als einer Installation, an der alle räumlichen, zeitlichen und sozialen Merkmale jener für das Reisen zentralen Interaktion – das Organisieren eines Schlafplatzes, das Anmieten eines Zimmers andernorts für eine bestimmte Frist – symbolisch verdichtet sind und körperlich erfahrbar werden.

Mögen auch Höhe und Länge von Rezeptionstheken variieren, so fällt doch immer deren massive Konstruktion, gleichsam als Architektur im Raum, auf. Auch im Puppenhausformat, etwa des Spielsets »Erlebnisferien Hotel« der Firma *Polly!pocket*, findet sich die Theke, hier in einer rosaroten, geschwungenen Variante. Häufig höher als die Körpermitte der dahinter oder davor Stehenden zwingt die Theke in eine spezifische Körperhaltung und Kommunikationssituation. Zur schriftlich abzuleistenden Identifikation – man füllt Formulare aus, gibt Unterschriften – stehen die Gäste eng an die Theke gelehnt. Die

Personen dahinter, ob Portier, Rezeptionist, Concierge, ob Angestellte oder Angestellter, Chef oder Chefin beugen sich ihrerseits zu den Gästen hinüber.

Das Davor und das Dahinter sind mit der Theke klar definiert; im Grunde und merkwürdigerweise in jenem Muster eines (Raum-)Verhaltens, an das wir in bürokratischen Zusammenhängen gewöhnt waren und zum Teil noch sind. Die Theke markiert eine Grenze. Dahinter, ob auf der Rückseite der Theke oder in Büroräumen, die sich hinter der Theke anschließen, werden Tätigkeiten erledigt, die für Gäste weitgehend unsichtbar sind und bleiben sollen. Das reibungslose Funktionieren dieser Arbeit, in der sich zumeist mehrere Personen abwechseln und koordinieren müssen, ist abhängig von der unbedingten und unveränderlichen Ordnung aller Utensilien dieser Tätigkeiten.

Der Rezeptionist oder die Rezeptionistin ist Inbegriff der Effizienz und Diskretion, die geforderten Dienstleistungen werden von hier aus unsichtbar arrangiert und dann möglichst unauffällig durchgeführt – das übrige Hotelpersonal sorgt an dieser Stelle nur für Verwirrung und Unruhe. Kommunikationskompetenz und Multitasking sind gefragt, ein sicheres Auftreten ebenso wie Langmut und Beherrschtheit.

Ob in der Physiognomie der gemütlich proportionierten Figuren in der Fernsehserie »Hallo, Hotel Sacher [...] Portier!«[21] oder des alerten, quirligen Filmhelden in der Hollywood-Produktion »Ein Concierge zum Verlieben«[22] – idealerweise verkörpert der Rezeptionist den ebenso unerschütterlich wie freundlich Entgegenkommenden, der alle Probleme zu lösen imstande ist und den Allwissenden, den eigentlichen Herrscher über das Reich Hotel. Wie den Butler oder Diener im herrschaftlichen Haushalt umgibt ihn eine »Aura bescheidener Omnipotenz und unaufdringlicher Allwissenheit«.[23]

Nicht von ungefähr beantwortet der vielgereiste Cees Nooteboom die Frage »Wo beginnt das Territorium eines Hotels?« mit sicherer Bestimmtheit: »Hier im Ritz erstrecken sich die Hoheitsgewässer, soweit der Portier blicken kann.«[24] Die geradezu panoramatische Aufmerksamkeit des Portiers gilt, so will es die Legende, nicht nur den Gästen,

sondern auch dem Personal des Betriebes. Den dichten Beschreibungen in Reiseerzählungen unterschiedlichster Formate über die Arbeit am Empfang entspricht in gewisser Weise eine ungewöhnliche hohe Anzahl von Fachliteratur und Lehrbüchern zur Organisation des sogenannten Front Office, zur Ausübung von »praktischer Macht«.[25]

Die Hoteliers selbst halten sich nur gelegentlich hier auf, sie sollten sich – ganz Gastgeber – nicht mit der nötigen Bürokratie, nicht mit Details wie Beschwerdemanagement oder Abrechnung abgeben müssen, zumindest sollte diese Arbeit nicht sichtbar werden. Ein ständig in der Rezeption sitzender Patron irritiert das Arrangement.

Auf anderer Ebene, etwa des Zimmerservice, sind Rezeptionisten bei aller Zurückhaltung mitunter zuständig fürs Grobe. Möglicherweise ist die meist überdimensionierte, von außen kaum überwindbare Theke immer auch ein Schutzwall, ein Ort, um sich zu verschanzen. Der Zimmerservice hat dazu immerhin den mitgeführten Servier- oder Putzwagen.

An der Rezeptionstheke wird mitunter energisch geklingelt, Klage geführt, reklamiert; hier bekommen Gäste allerdings zum Schluss auch die Rechnung präsentiert.[26] Für die Dauer des Aufenthalts wird seitens des Personals angestrengt vermieden, den Gast auf die Geschäftsmäßigkeit des Aufenthalts hinzuweisen. Die Gäste wiederum schätzen All-inclusive-Angebote, das große Geld kann im Safe bleiben, das Trinkgeld wird auf dem Tisch liegen gelassen oder rasch zugesteckt. Die Protagonistinnen und Protagonisten beteiligen sich sämtlich am Aufbau einer Gegenwelt zur stets so dominanten Ökonomisierung der Lebenswelten. Möglichst individuell und durchaus mit Elementen privater Gastlichkeit werden Kundin und Kunde verwöhnt, und so kann der Moment der Rechnungslegung, das Auschecken insgesamt, regelrecht peinlich werden – selbst wenn die Gäste nicht lautstark nach einer Erklärung für die vielen ausgewiesenen Posten auf der Rechnung verlangen.

Über das Reklamieren, die Beschwerdeführung von Reisenden, etwa über die Qualität eines Hotelzimmers, wissen wir allzu wenig;

groben Schätzungen und regelmäßigen Pressemeldungen gegen Ende der Hauptsaison zufolge nimmt die Bereitschaft zur Reklamation zu. Gerade Beschwerden aber können wichtige Aufschlüsse geben über Vorstellungen, Erwartungshaltungen und deren Frustration und damit nicht nur über die Fantasien und Praktiken des Reisens im Speziellen, sondern auch über die Lebensstile im Allgemeinen. Die Reklamation, und wie darüber kommuniziert und verhandelt wird, ist freilich nur ein Beispiel für eine Störung in dem so sorgsam aufgebauten Arrangement um die Dienstleistung Hotel, in deren Zentrum die Rezeption steht. Das möglichst unauffällige Management von Störungen gibt wichtige Einblicke in heikle Balancen zwischen Routinen und Brüchen sowie in Strategien und Taktiken des Wiedergewinnens oder Durchsetzens von Routinen.

Die Sitzecke

Zu diesen Routinen im Hotelbetrieb gehört das Warten. Die Halle oder Lounge ist in der Regel spärlich möbliert, doch fehlen selten ein, wenn auch noch so kleiner Wartebereich und eine wie auch immer Raum greifende Thekenkonstruktion. Das Warten als Wartenmüssen oder Wartensollen wird mit zumindest angedeuteten Ensembles aus kleinen Tischen und tief gelegten Sesseln gleichsam abgefedert. Es soll komfortabel sein. Dazu werden Wohnzimmersituationen zitiert. Dennoch lassen sich die meisten Arrangements wie in anderen öffentlichen und privaten Wartebereichen auch mit Billy Ehn und Orvar Löfgren als »nondescript rooms«[27] charakterisieren, als Räume, deren Merkmal es ist, keine besonderen Merkmale zu haben.

In Kinderbüchern wie in Romanen, in TV-Serien wie in Spielfilmen wird deutlich, dass und wie die Hotelhalle nicht nur Raum spezifischer Kommunikation, sondern auch Beobachtungsfeld ist. Die Wartenden beobachten, wer wann vom Zimmer oder von draußen kommt, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Rezeption

haben die Bewegungen aller Personengruppen im Blick zu behalten, die Ankommenden treten ein und orientieren sich zunächst einmal visuell. Das Moment des Beobachtens, das zu jedem Reisen gehört, ist in der Raumsituation Hotelhalle von besonderer Bedeutung. Dieses Beobachten, dessen Fluchtpunkte und Perspektiven bei allen Anwesenden durchaus unterschiedlich sind, hat vor allem anderen diskret, hat eine Form der verdeckten Beobachtung zu sein.

Und die Bar

Oft findet sich in der Nähe der Lobby oder in der Lobby selbst eine Bar, und auch sie ist ein Bereich, wo lokales Publikum und Gäste zusammentreffen können. Anders als hinter der Rezeption oder in der Halle werden hier bestimmte Aspekte von Arbeit sichtbar gemacht, sogar vorgeführt. Der Barkeeper agiert mitunter wie ein Zauberer, zieht mit seinen Flaschen, Bechern und Rührgeräten eine kleine oder große, jedenfalls wohleinstudierte Show ab. An eine Bardame werden üblicherweise andere Ansprüche gestellt; sie soll ein offenes Herz oder zumindest ein offenes Ohr für alle gequälten Existenzen haben, die sich an den Tresen hängen.[28]

Wie in anderen Bereichen des Hotels gelten auch in der Bar bestimmte Regeln der Raumnutzung. Diese Regeln sind geteiltes Wissen, sie müssen nicht ständig neu ausgehandelt werden: Gäste treten nicht hinter die Theke, und umgekehrt ist es – jedenfalls in den sogenannten besseren Häusern – für sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tabu, sich an die Bar zu setzen.

Die so fixiert und selbstverständlich wirkende Rollenverteilung im Hotel hat im Grunde etwas Fragiles. Schon durch kleine Grenzüberschreitungen scheint das Personal das Gefüge von Gast–Gastgeber infrage zu stellen. Zu geringe ebenso wie zu große Distanz gegenüber den Gästen stört den Service empfindlich und nachhaltig. Die Situation kippt zur Gänze, wenn die Arbeitenden in die Rolle des Gastes

schlüpfen und das Modell eines hierarchischen Verhältnisses, wie es Dienstleistungen nach wie vor prägt, damit offensichtlich und prinzipiell infrage gestellt wird. Das Skandalöse am Rollenwechsel scheint vor allem darin zu liegen, dass damit die Idee der Exklusivität der Gastrolle nicht mehr aufrechtzuerhalten ist. Auch wenn alle Beteiligten davon ausgehen können, dass auch Zimmermädchen, Putzfrauen, Köche, Rezeptionisten Urlaub nehmen, auf Reisen gehen und ganz selbstverständlich Gast sind.

Der Korridor

Darauf läuft es hinaus: auf die Korridore und auf deren Enden. Hotelhalle und Hotelzimmer stehen in enger Relation zueinander, und die Korridore repräsentieren diese Relationen. Der Ort, an dem weder die Gäste noch das Personal der Vorläufigkeit und Relativität ihrer Rollen ausweichen können, ist der Korridor. Anders als in den »Dienstbarkeitsarchitekturen« etwa eines Schlosses ist der Korridor eines Hotels nicht nur ein Kanal des »diskreten Verkehrs«,[29] sondern auch ein Ort des Aufeinandertreffens, an dem wechselseitige Abhängigkeiten bewusst werden und sich Machtgefüge verschieben können.

Wer sich im Korridor eines Hotels aufhält, kann schnell verdächtig wirken (nicht nur, wer sich wie Mister Bean aus dem eigenen Hotelzimmer ausgesperrt hat und nackt auf dem Gang steht).[30] Der Korridor ist ein Raum der Peinlichkeiten und der Gefahren, ein Raum im Zwielicht, zumindest was die Ikonografien und Narrative moderner Medienwelten anlangt. Die Räume der Hinterbühne – ein finsterer, bedrohlicher Keller, kahle, schmale Korridore, die die Rezeptionistin Irene zu diversen Lagern, Arbeitsräumen und zu den tristen Personalzimmern führen – haben etwa in Jessica Hausner Film »Hotel« eine tragende Funktion. Sie spiegeln die Situation der Rezeptionistin, die wie schon ihre Vorgängerin auf mysteriöse Weise verschwindet. Und jene Szenen, die Interaktionen zwischen Irene, die eben erst ihre Stelle

in dem renommierten Berghotel angetreten hat, und den Gästen sowie der übrigen Belegschaft des Hauses zeigen eindrücklich die Probleme touristisch-dienstleisterischer Begegnung.

Der Korridor wirkt, so großzügig er auch angelegt sein mag, meistens irgendwie zu eng; er ist kein Aufenthaltsort. Aufeinandertreffen ist hier unvermeidbar. Die Anderen, die hinter den Kulissen Ordnung schaffen oder die die Zimmer bewohnen, lassen sich nicht mehr ausblenden, sie bekommen Gesichter. Mehr oder weniger flüchtige Mutmaßungen und Eindrücke bestimmen solche Begegnungen: Das Stubenmädchen, das über den Gang huscht, wird mitleidig beäugt: Hat sich nichts Besseres gefunden, keine Ausbildung, keine Zukunft? Vielleicht hat der Gast, auf die Blicke oder auch nur die Anwesenheit der Raumpflegerin reagierend, plötzlich ein schlechtes Gewissen wegen der im Bad zurückgelassenen Haare, des zerwühlten Bettes etc. Dem Hotelier wird beim Zusammentreffen in der Enge des Korridors, der keine Fluchten, kein Wegblicken zulässt, womöglich bewusst, wie angewiesen er auf die Zuverlässigkeit und Toleranz seiner Mitarbeiterinnen ist und wie abhängig vom Gast, dessen Zahlungskräftigkeit und dessen Treue.

Stammgäste, wie sie Julia Franck in ihrem Roman »Der neue Koch« beschreibt, können noch so lästig sein, doch verzichten kann man auf sie nicht: »Madame Piper sagt, sie liebt mich wie eine Mutter. [...] Beim Treppensteigen braucht sie meine Hilfe. [...] Schon mehrmals habe ich Madame angeboten, das Zimmer Nr. 1 auszuprobieren, es liegt im Parterre, gleich neben dem Empfang, aber sie lehnt jedes Mal ab und besteht auf ihrem Eckzimmer im ersten, das sie regelmäßig seit ihrem ersten Besuch vor einunddreißig Jahren bewohnt. Sie besucht mein Hotel schon länger, als ich lebe, das sagt sie mir häufig [...].«[31]

Solche Verfügungsansprüche sind in hohem Maße geschlechtsspezifisch ausgerichtet. Dies gilt für die Anforderungen der Vorgesetzten und mehr noch für jene der Kundschaft an das Personal. Selbst die strenge Definition von Kontakten und Kontaktzonen bietet nicht immer Schutz vor Zudringlichkeiten des Gastes, wie folgende

Begebenheit zeigt. Peter Altenberg, verehrter Wiener Kaffeehausliterat, schildert seine Begegnung mit einem Stubenmädchen in einem Semmering-Hotel: »Sie saß nachts, ganz zerpatscht von Stiegensteigen, Sorgsamkeit für fremde Menschen, Aufmerksamkeit fremder Wünsche, in der Portiersloge, zählte einen Haufen Trinkgelder in ihre Schürze.« Der Literat beobachtete sie, trat näher und fühlte sich offenbar bemüßigt, der Frau ins Haar zu greifen, denn sie setzte sich zur Wehr: »›Rühren Sie mich nicht an, es paßt mir nicht.‹« Woraufhin ihr Altenberg ein Geldstück gab: »›Wofür geben Sie mir das?!‹ ›Gewesene Dorfschönheit!‹, erwiderte ich. Da begann sie zu weinen.«[32]

Diese Szene ist merkwürdig ambivalent, denn die sensible Beobachtung und die Begegnung enden mit klassischen Gesten der Verdinglichung. Das Subjekt wird zum (sexualisierten) Objekt einer wirtschaftlichen Transaktion. Damit ist etwas in ein Bild gesetzt, was die Dienstleistung insbesondere im Hotel ausmacht – vielleicht ausgemacht hat, denn auch in diesem Dienstleistungsbereich setzen sich eine zunehmende Technisierung und Automatisierung durch. Damit findet eine Transformation statt: Das Subjekt wird zum Objekt.

Abspann

Alle diese Räume – der Korridor, die Hotelhalle, die Bar etc. – lassen sich wie das Hotel insgesamt, aber auch die Pension und das Motel nach Georges Perec als »kritische Räume« nutzen: Im Hotel kann man den Gleichzeitigkeiten und Ambivalenzen der Jahrhunderterfahrung Reisen und Mobilität unter den Zeichen von Kontingenz- und Risikovermeidung nicht lange aus dem Weg gehen. »Das Hotel ist die Welt«, sagt Joseph Roth.[33] Das macht es für eine Kulturanalyse des Reisens so überaus spannend.

Schon die Bilder vom Hotel, die die meisten von uns im Kopf haben, sind vielfältig, selten eindeutig, zumeist sogar widersprüchlich. Das eine schließt das andere nicht aus: die Vorstellung vom glamou-

rösen Ort der Reichen und Prominenten ebenso wie von gemütlichen, entspannten Familienferien, das Bild vom Schauplatz von Gewaltverbrechen und Selbstmorden, aber auch vom Fremdgehen und von Abenteuern, die Metapher vom Nicht-Ort der Mobilen und Zeitgemäßen, aber auch der Einsamen und Verlorenen.

Und auch das Hotel selbst erweist sich als kulturelles Bündel – zugleich Erfahrung wie Erfahrungsträger. Handlungen und Praktiken vermischen und überlagern sich unter den Bedingungen historischer Gegebenheiten, temporärer Gemeinschaften und mehrdeutiger Räume. Das Angebot etwa von Räumen und Dienstleistungen folgt ebenso internationalen Standards wie nationalen Prägungen. Spätestens beim Frühstück offenbart sich alltäglich-banal diese kulturelle Erkenntnis: helles Gummibrot, Dosenobstsalat mit gelben Pfirsichen, weißen Birnen und überroten Kirschen in Zuckerwasser, lauwarmes Rührei und Fruchtnektar zum Selber-Zapfen.

All jene, die als Concierges, Portiers, Liftboys, Zimmerfräulein, Hausdamen den Betrieb eines Hotels tragen, arbeiten einerseits saisonal abhängig in einem mehr oder weniger schlecht bezahlten Dienstleistungssektor und in einer Form von Standby-Betrieb – wie er freilich mittlerweile auch in anderen Branchen üblich geworden ist. Andererseits sind sie alle Transmitter, die über die Bühnen des Hotels nicht einfach nur Bescheid wissen, sondern über ein für das Funktionieren von Dienstleistungsgesellschaften durchaus entscheidendes Wissen verfügen.

Abb.: Hotelaufkleber.
Sammlung Langreiter.

Hinter dem Entschluss, ins Hotel zu gehen, können sehr unterschiedliche Motivationen oder Gründe stehen. Möchte man sich zurückziehen oder verbergen, sich erholen, will man etwas erleben oder entdeckt werden, oder möchte man wie Joseph Roths Protagonist Zwonimir Pansin ganz einfach im Hotel wohnen und dem Provisorium der eigenen Existenz dadurch Dauer verleihen? Dauerhaft im Hotel zu wohnen, scheint das Geschäft der Schönen und Reichen zu sein und das der ganz Armen. Die Zeiten – es war zwischen 1880 und 1930, als vier Prozent der Bevölkerung von Los Angeles im *Palace Hotel* wohnten[34] – scheinen, glaubt man Medienberichten, wiederzukehren. Auch ältere Menschen, vor allem Frauen, ziehen dem Altersheim, das als Institution nicht mehr auf der Höhe der Zeit scheint, zunehmend das Hotel als Wohnung für den Lebensabend vor. Ein breites Marktangebot konkurriert hier mit städtischen Einrichtungen.

Der unfreiwillige Aufenthalt im Hotel gerät selten in den Blick. Hotels waren in der Geschichte auch Orte staatlicher Kontrolle und Gewalt und wurden für Unzählige zum Sinnbild der Angst und des Grauens. Unter der deutschen Besatzung im Zweiten Weltkrieg hat die Gestapo Hotels – etwa in Frankreich, Italien, Griechenland – zu Verhörzentren umgebaut.

Das Lyoner Bahnhofshotel *Terminus* war zwischen 1942 bis 1944 unter dem Gestapo-Kommandanten Klaus Barbie, genannt der »Schlächter von Lyon«, zu einem Gefängnis, einem Ort von Verhör und Folter umfunktioniert worden.[35]

Abb.: Hotelaufkleber.
Sammlung Langreiter.

Zeitgleich waren Hotels Fluchtstätten, Übergangsräume für die Exilierten, für Menschen auf der Flucht. Hotels wurden zu Warteräumen der Geschichte: Anna Seghers Romanheld Seidler verbringt auf der Flucht vor den Nazis die Zeit in einem Marseiller Hotel mit dem Warten auf ein Transitvisum und unzählige andere Papiere, die zur rettenden Flucht mit einem Ozeandampfer, einem Hotelschiff, nach Amerika verhelfen – ganz zu schweigen von den vielen kleinen amerikanischen Hotels, die für die Vertriebenen zur dauerhaften Bleibe wurden. Auch diese Momente der Geschichte haben das Hotel als gesellschaftlichen Ort mit Bedeutung aufgeladen. Literatur wie Anna Seghers »Transit«, Vicki Baums »Hotel Shanghai« oder Fred Wanders »Hôtel Baalbek« erzählt uns diese Geschichte als eine die Gegenwart durchdringende.[36]

Diese Weltläufigkeit – im mehrfachen Wortsinne – zeichnet das Hotel, jedes Hotel als kritischen Raum aus. Mit der Kulturanalyse des räumlich und sozial bestimmten Neben- und Ineinanders von verschiedensten Dienstleistungen und deren Inanspruchnahme durch unterschiedlichste Reisende lässt sich die gängige Praxis einer oftmals auf spezifische Ausschnitte des Reisens konzentrierten Tourismusforschung durchkreuzen. Damit möchten wir auch die Möglichkeit, mehr noch: die Notwendigkeit betonen, intensiver als bislang das breite Instrumentarium des Ethnografierens auf das Hotel anzuwenden. Joseph Roth, dessen Biografie und Werk für jenes Unbehaustsein steht, das der Moderne nachgesagt wird, zeigt uns in seinem Roman »Hotel Savoy« mit der Figur des Hotelgastes Zwonimir Pansin, was unsere Aufgabe als Kulturwissenschaftlerinnen und Kulturwissenschaftler im Hotel sein sollte:[37] Er macht »selbständige Ausflüge im Hotel, er geht in leere Zimmer, läßt Zettel mit Grüßen zurück und kennt alle Menschen nach drei Tagen. Er kennt Taddeus Montag, den Karikaturisten, der Schilder malt und nicht viel Arbeit bekommt, weil er die bestellten Arbeiten verpatzt. Er kennt den Buchhalter Katz, den Schauspieler Nawarski, die nackten Mädchen, zwei Schwestern Mongol, Helene und Irene Mongol, zwei ältliche Jungfern. Zwonimir

begrüßt alle laut und herzlich. [...] Zwonimir ist schon in den Kellern des Hotels gewesen, im Souterrain [...]. Er kennt den Koch, einen Schweizer, der nur Meyer heißt, aber gute Mehlspeisen macht. Zwonimir erhält Gratisproben.« Als Gast ist Zwonimir eher die Ausnahme, als Ethnograf sicher ein Vorbild.

Anmerkungen

1 Gisela Welz: »Eher eine Hotelhalle, ein Kaffeehaus, ein Passagierschiff oder ein Überlandbus«. Feldforschung in der globalen Kulturökonomie. In: Anthropolitan 7 (1999), S. 22–29, hier S. 25 f.

2 Damit folgen wir einer langen Tradition der triadischen Grammatik, die ihrerseits, wie Albrecht Koschorke in einer Einführung zur neuerlichen Konjunktur dieser Figur einräumt, durchaus nicht frei ist von Mythologisierungen. In: Eva Eßlinger et al. (Hrsg.): Die Figur des Dritten. Ein kulturwissenschaftliches Paradigma, Frankfurt a. M. 2010, S. 9–31.

3 Vgl. Robert Gernhardt: Kippfigur. Erzählungen, Zürich 1986.

4 Erving Goffman: Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag, München 1991.

5 Dies ist nicht der Konvention wissenschaftlicher Rhetorik geschuldet, sondern entspricht Korrespondenzen im mehrfachen Sinne des Wortes. Ausgehend von der Drehbühne Hotelhalle arbeiten wir in einem Dreieck unterschiedlicher Interessen und Fragen, die aber in der Forderung nach erhöhter Aufmerksamkeit für die Vieldeutigkeit und Vielseitigkeit touristischer Kulturen zusammenlaufen.

6 So blieben die Arbeit und die Arbeitenden etwa im Rahmen der 9. Tagung der Kommission für Tourismusforschung der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde »Quartier machen – Sterne deuten. Kulturwissenschaftliche Tourismusforschung über das Hotel« (Wien, 4.–6. März 2010) weitgehend unberücksichtigt – ungeachtet der intensiven Bezugnahme darauf im Call for Papers unter: hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/termine/id=10996.

7 Habbo Knoch: Das Grandhotel. In: ders./Alexa Geishövel (Hrsg.): Orte der Moderne. Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt a. M./New York 2005, S. 131–140, hier S. 139.

8 Stefan Zweig: Auf Reisen, Frankfurt a. M. 1993, hier S. 226.

9 Vgl. Deyan Sudjic: Der Architekturkomplex. Monumente der Macht, Düsseldorf 2006.

10 Knoch 2005, S. 137.

11 Karlheinz Wöhler: Aufhebung von Raum und Zeit. Realitätsverlust, Wirklichkeitskonstruktion und Inkorporation von Reisebildern. In: Christoph Köck (Hrsg.): Reisebilder, Produktion und Reproduktion touristischer Wahrnehmung, Münster u. a. 2001, S. 79–88, hier S. 82.

12 Georg Simmel: Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl, Frankfurt a. M. 1989, hier S. 158 [zuerst 1906].

13 Vgl. z. B. Norbert Golluch/Dorothea Tust: Wir entdecken das Hotel, Wien/München 2004.

14 In dem Spielfilm »Up in the Air« ist dieser Vorgang nochmals beschleunigt; die Routine und die Geschwindigkeit, mit der die zentralen Figuren – professionell Reisende und Vielflieger – diesen organisatorischen Akt abwickeln, gehören dabei zum dramaturgischen Grundgerüst: Up in the Air, Spielfilm, USA 2009, Regie: Jason Reitman, Drehbuch: ders./Sheldon Turner.

15 Jörn W. Mundt: Einführung in den Tourismus, München/Wien 2001, S. 212.

16 Karl Schlögel: Im Raume lesen wir die Zeit. Über Zivilisationsgeschichte und Geopolitik, Frankfurt a. M. 2006, S. 301 f.

17 »Heiße Orte sind überall, wo etwas passiert, wo vieles passiert, wo vieles passieren kann.« Ebenda, S. 296.

18 Vgl. A Night in Casablanca, Spielfilm, USA 1946, Regie: Richie Mayo.

19 Wolfgang Ullrich: Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?, Frankfurt a. M. 2006, S. 77.

20 Siegfried Kracauer: Das Ornament der Masse. Essays, Frankfurt a. M. 1963, hier S. 162.

21 Hallo, Hotel Sacher … Portier!, TV-Serie, Deutschland-Österreich 1973/74, 26 Folgen, Regie: Hermann Kugelstadt, Drehbuch: Fritz Eckhardt.

22 Ein Concierge zum Verlieben, Spielfilm, USA 1993, Regie: Barry Sonnenfeld, Drehbuch: Lawrence Konner, Mark Rosenthal.

23 Markus Krajewski: Der Diener. Mediengeschichte einer Figur zwischen König und Klient, Frankfurt a. M. 2010, S. 148.

24 Cees Nooteboom: Nootebooms Hotel, Frankfurt a. M. 2000, S. 494.

25 Krajewski 2010, S. 584.

26 Zu den mit diesem Faktum verbundenen Schwierigkeiten vgl. Nikola Langreiter: Einstellungssache. Alltagsstrategien und -praktiken von Tiroler Gastwirtinnen, Wien 2004, bes. S. 120–125.

27 Billy Ehn/Orvar Löfgren: The Secret World of Doing Nothing, Berkeley u. a. 2010, S. 18.

28 Kate Purcell: Women's Employment in UK Tourism. Gender Roles and Labour Markets. In: Thea M. Sinclair (Hrsg.): Gender, Work & Tourism, London/New York 1997, S. 47; prinzipieller: Arlie Russell Hochschild: Das gekaufte Herz. Zur Kommerzialisierung der Gefühle, Frankfurt a. M./New York 1990.

29 Krajewski 2010, S. 121.

30 Mr. Bean in Room 426, TV-Serie, Großbritannien 1993, Regie: John Birkin/John Howard Davies/Paul Wieland, Drehbuch: Rowan Atkinson.

31 Julia Franck: Der neue Koch, Frankfurt a. M. 2001, S. 7.

32 Peter Altenberg: Semmering 1912, Berlin 1919, S. 67.

33 Joseph Roth: Hotel Savoy, München 2009, S. 30 [zuerst 1924].

34 Vgl. N. Biland: Residential Hotels in America. Leben in Hotels zwischen 1880 und 1930, Dipl.-Arbeit, Zürich 2005, S. 12. Vgl. den Beitrag von Regina Bendix in diesem Band.

35 Hotel Terminus: Zeit und Leben des Klaus Barbie, Dokumentation, Frankreich 1988, Regie: Marcel Ophüls.

36 Fred Wander: Hôtel Baalbek, Berlin/Weimar 1991; Anna Seghers: Transit, Berlin/Weimar 1951 [zuerst 1944]; Vicki Baum: Menschen im Hotel, Wien u. a. 1929 und Hotel Shanghai, Amsterdam 1937.

37 Roth 2009, S. 69.

Voyage. Jahrbuch für Reise- & Tourismusforschung
(Studies on Travel & Tourism)
Bd. 9 (2011)

Das Hotel

Herausgegeben von
Nikola Langreiter, Klara Löffler
und Hasso Spode

Voyage.
Jahrbuch für Reise-
& Tourismusforschung
2011

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung
der Internationalen Tourismus-Börse Berlin (ITB)

Abb. Umschlag: Finale Ligure, um 1955 (Postkarte)
Abb. Innentitel: Aule-Alm, Garmisch-Partenkirchen, um 1955 (Postkarte)
Historisches Archiv zum Tourismus (HAT)

ISBN: 978-3-86331-064-6

© 2011 Metropol Verlag | Ansbacher Straße 70 | D-10777 Berlin
www.metropol-verlag.de
Alle Rechte vorbehalten
Druck: Arta-Druck, Berlin

Inhalt

7 **Editorial**

10 **Eine kurze Geschichte des Hotels**
Zur Industrialisierung der Gastlichkeit
Von Hasso Spode

32 **Epochenspiegel und Erinnerungsraum**
Das *Grandhotel Toblach* in Südtirol
Von Hans Heiss

48 **Der »Gute« und der »Schlechte Russentisch«**
Varianten von Segregation und Integration im
Kurort Davos der Belle Époque
Von Florian Rohner

60 **Das *Bellevue* in Andermatt**
Ein Hotel erzählt Kulturgeschichte
Von Silvia Scheuerer

73 **»Das ganze Dorf ein Hotel«**
Umnutzungsstrategien, Dorferneuerung und
Raumkonzeptionen in einem Engadiner Bergdorf
Von Daniel Habit

84 **Fantastische Räume**
Zum Zusammenhang von Kreativität und Marketing
in Themenhotels
Von Dorothee Hemme

103 **Reisen in eine schöne Zukunft**
Berghotels in der DDR
Von Ulrich Wieler