

Klosterstandorte und Spiritueller Tourismus.

Annäherungen an Potentiale und Chancen – nicht nur im ‚Covid19-Jahr‘ 2020

Klöster sind, wie ganz allgemein auch Kirchen, Orte mit einer besonderen Aura. Und das gilt ganz unabhängig davon, ob sie heute noch von Mönchen und Nonnen bewohnt werden oder ob sie als museale oder kulturelle Einrichtungen anders genutzt werden. Wie stark diese Wirkung sein kann hat gerade erst Alexander Krex, der sich selbst einen Atheisten nennt, in der ZEIT beschrieben: „[...] Kirchen sind Bauwerke, denen man sich kaum entziehen kann – mal wuchtig, mal filigran, mal modern, mal barock, immer sichtbar. Betrete ich eine Kirche, macht das was mit mir.“¹

Das Reisesegment des Spirituellen Tourismus bietet Möglichkeiten und Perspektiven diese besondere Aura von Kirchen und Klöstern auch als touristische Destinationen mit Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln. Das liegt dann durchaus auch im Zug der Zeit – und ist nicht erst im Jahr 2020, das durch die Corona-Pandemie geprägt wurde, zu beobachten. Diese Beobachtung sei im Folgenden in fünf Anläufen umkreist. Doch zuvor noch einige eher zufällig aus dem Internet ausgewählte Beobachtungen zum Spirituellen Tourismus 2020, die diesen Trend verdeutlichen können.

So betitelte beispielsweise BR24 auf seiner Website am 15. Mai 2020 einen Beitrag mit: „Reisen für die Seele: Spirituelle Auszeiten trotz Corona“.² Die Nachricht machte dabei auf durchaus kreative Umgangsweisen und Lösungen im Bereich des Spirituellen Tourismus aufmerksam – und lieferte damit zugleich den Beleg, dass dies ein Thema ist, das auch in der Krise wichtig bleibt, vielleicht sogar an Bedeutung zulegen kann. BR24 spricht davon, dass in Anbetracht der derzeitigen Pandemiesituation die Notwendigkeit bestehe, Angebote für Einzelreisende im Bereich des Spirituellen Tourismus zu entwickeln. Dies klingt zunächst nach Notlösung, liegt aber bei genauerem Hinsehen durchaus im allgemeinen Tourismustrend, der zunehmend von individualisiertem Reisen geprägt ist (davon später noch mehr). Die Site zitiert u.a. Thomas Roßmerkel vom Tourismus-Referat der Evangelischen Landeskirche in Bayern: „Wir werden uns neue Angebote überlegen. Zum Beispiel kleine spirituelle Wanderungen zu besonderen spirituellen Orten wie Wasserfällen, besonderen Bäumen, kleine Spaziergänge.“³ Solche Vorschläge fasst er unter dem Begriff des Solo-Pilgerns zusammen, die es zwar schon länger gebe, doch gewinnen diese nun an neuer Bedeutung: „Da gibt es spirituelle und Nachdenk-Impulse, mit denen man sich alleine auf den Weg begeben kann, für einen Tag, so dass man den staatlichen Regelungen entspricht und trotzdem ein bisschen ins Pilgern hineinkommt.“⁴ Unter Corona-Bedingungen kann dieses Solo-Pilgern auch auf ein Familienpilgern hin erweitert werden. Impulse dafür stellt die Evangelisch-Lutherische Kirche in Bayern auf

¹ Krex, Alexander: Warum missioniert mich keiner?, in: Die ZEIT 50/2020 (3.12.2020), S. 69f., hier: S. 70.

² Dechert, Antje: Reisen für die Seele: Spirituelle Auszeiten trotz Corona | BR24 (15.5.2020), <https://www.br.de/nachrichten/kultur/reisen-fuer-die-seele-spirituelle-auszeiten-trotz-corona,Rz2Rgf6> (zul. aufg. 2020-12-28).

³ Ebd.

⁴ Ebd.

ihrem Portal pilgern-bayern.de zur Verfügung, die u.a. auch die Pandemie-Situation ausdrücklich thematisieren. Dazu gehören Angebote „von professionellen Pilgerbegleitern wie Michael Kaminski. Er ermuntert Solo-Pilger dazu, sich auch mit der aktuellen Situation zu beschäftigen und sich beim Gehen zu fragen, welche Probleme einem persönlich durch die Corona-Krise entstanden sind, aber auch welche schönen Momente es gab. ‚Da kann ich am Wegesrand nach Blüten Ausschau halten und mich fragen, was blüht in unserer Gesellschaft durch diese Krise?‘“⁵

Auf evangelisch.de war am 17. August 2020 unter der Überschrift „Corona: Mehr Pilger in Norddeutschland unterwegs“ zu lesen: „Die Corona-Pandemie hat zu einem Anstieg von Pilgern auf einigen Wegen in Norddeutschland geführt. ‚Es gibt eine deutlich größere Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr‘, sagte der Beauftragte für die Region Norddeutschland der Deutschen Jakobus-Gesellschaft, Martin Gottschewski, am Montag dem Evangelischen Pressedienst (epd). So kämen vermehrt Menschen aus anderen Regionen wie Süddeutschland oder Brandenburg aber auch aus der Region selbst, um den norddeutschen Jakobswegen zu folgen.“⁶

Auch aus dem Bereich der Katholischen Kirche sind im Jahr 2020 im Internet Vorschläge für ein Solo-Pilgern zu finden. So hat beispielsweise Miriam Penkhues, die Leiterin der Pilgerstelle Bistum Limburg, einen Geistlichen Spaziergang für ein Solo-Unterwegssein entwickelt: „Ich lade Sie ein – bei diesen schönen Sonnentagen – spazieren zu gehen. Alleine laufen und beten kann, das weiß ich aus eigener Erfahrung, nichtsdestotrotz ein Gemeinschaftsgefühl entfachen – vielleicht sogar mehr denn je in diesen Tagen, in denen man sich Europa und der Welt in deren Leiden durch Kriege, Flucht und der Corona-Pandemie verbunden fühlt.“⁷

Diese Beispiele verdeutlichen m.E. einen bestehenden Trend nach Reisen und Unterwegssein, die mit einem Interesse nach Spiritualität und Reflexion verbunden sind. Im ‚Corona-Jahr‘ scheinen sie noch einmal deutlicher konturiert zu werden – und damit einen bereits vorhandenen Trend zu befördern.

1. Anlauf: Eine touristische Perspektive: Suche nach Sinn?

Bereits vor der Covid19-Pandemie zeichneten sich zwei Trends bei deutschen Tourist*innen ab: zum einen die Tendenz, im eigenen Land Urlaub zu machen, und zum anderen eine stärkere Akzentuierung des Urlaubs in Richtung Ruhe und Lebensreflexion. Zwei Beobachtungen der Stiftung Zukunft für 2019 unterstützen diese Perspektive:

Beobachtung 1: der Trend, in Deutschland Urlaub zu machen!⁸

Im Jahre 2019 unternahmen 61% der Gesamtbevölkerung Deutschlands eine Reise von mindestens fünf Tagen, die als touristisch eingeschätzt werden kann. Dabei zeigte sich: „Deutsche

⁵ Ebd.

⁶ <https://www.evangelisch.de/inhalte/173742/17-08-2020/wegen-corona-mehr-pilger-norddeutschland-unterwegs-jakobsweg-harzer-klosterwanderweg> (zul. aufg. 2020-12-28).

⁷ Stichwort: Geistlicher Spaziergang; vgl. <https://pilgern.bistumlimburg.de/searchList/>; geistlicher spaziergang.pdf. (zul. aufg. 2020-12-28).

⁸ Vgl. Reinhardt, Ulrich: Zur Zukunft des Freizeit- und Reiseverhaltens, in: Wort und Antwort 57/2016/3, S. 102–108, hier: S. 106.

Feriengebiete blieben auch im Jahre 2019 die mit Abstand beliebtesten Reiseziele der Bundesbürger. Mehr als jeder dritte Reisende (34%) verbrachte seinen Haupturlaub zwischen den Küsten im Norden und den Bergen im Süden. Besonders häufig wurden in den vergangenen zwölf Monaten erneut die Seen und Ostseegemeinden in Mecklenburg-Vorpommern besucht. Aber auch die süddeutschen Destinationen in Bayern und Baden-Württemberg sowie in Schleswig-Holstein und Niedersachsen konnten sich über zahlreiche Gäste freuen.“⁹

Beobachtung 2: wichtige Reismotive liegen zwischen Erholung und spiritueller Erfahrung

Seit vielen Jahrzehnten sind sowohl Erholung und Entspannung als auch der Kontrast zum alltäglichen Trott zentrale Reismotive der deutschen Bevölkerung. Im Vergleich dazu sind andere Reismotive (wie etwa Erlebnis und Entdecken, Erotik oder Sonne und Strand) eher von sekundärer Bedeutung. Diese Erkenntnis passt dann auch sehr gut zu einer weiteren Erkenntnis der Tourismusforschung.¹⁰ So fand bei der Auswertung der Untersuchung, was Deutsche mit ‚Urlaubszeit‘ verbinden bei „allen Alters- und Gehaltsgruppen sowie in sämtlichen Lebensphasen und Bildungsschichten [...] sowohl Erholung als auch Kontrast zum Alltag die größte Zustimmung. [...] Ebenso ist auch das Abschalten und Zu-sich-selbst-Finden für viele Bürger eine Kernassoziation mit dem Urlaub. Der Urlauber will die Seele baumeln lassen, über sich und seine Umwelt nachdenken.“¹¹

Es verwundert unter diesen Bedingungen daher nicht, dass religiös konnotierte Destinationen weiterhin sehr beliebt sind. Dazu zählen einerseits Wege und Routen – wie etwa der Jakobsweg –, andererseits spirituell aufgeladenen Orte – wie etwa Lourdes in Frankreich, Fatima in Portugal oder Montserrat in Spanien. Etwa 20% der Deutschen äußern darüber hinaus das konkrete Interesse, einmal eine Pilgerreise unternehmen zu wollen, und ein Drittel beabsichtigt, während des Urlaubs eine Kirche zu besichtigen.

Insgesamt zeigt dies, dass religiös konnotierte Reisen und Reiseziele aus ganz unterschiedlichen Interessenlagen heraus unternommen werden. Die Destinationen können und sollten darauf ebenso differenziert reagieren und die unterschiedlichen Motivationen für die Gestaltung von gastfreundlichen spirituellen und/oder religionstouristischen Angeboten berücksichtigen.¹² Ganz in dieses Bild passt dann auch eine weitere Beobachtung: Der Besuch von Städten mit spiritueller Bedeutung wird zu einem Trend mit zunehmender Bedeutung. Dies zeigt u.a. die (vor Covid19-Zeiten) enorm gestiegene Zahl an Tourist*innen, die das Pilgerbüro des Vatikan verzeichnet. Um die etwa sechs Millionen Besucher*innen besser zu koordinieren, kooperiert es seit einiger Zeit direkt mit Fluglinien.¹³

Hinzu kommt ein weiterer Trend im Bereich des Tourismus, der nicht ohne Auswirkungen auf das Segment des Spirituellen Tourismus bleiben dürfte: „‘Individualität statt Mainstream‘ lautet das Motto vieler Urlauber. Immer reiseerfahrener wollen sie wieder mehr Authentizität, Atmosphäre und individuelle Angebote vorfinden, als austauschbare Bettenburgen an über-

⁹ Reinhardt, Ulrich: Tourismusanalyse 2020, hrsg. v. Stiftung für Zukunftsfragen, Hamburg 2020, S. 10; <http://www.tourismusanalyse.de/> (zul. aufg. 2020-12-28).

¹⁰ Vgl. Reinhardt, Zukunft, S. 106.

¹¹ Ebd., S. 106f.

¹² Vgl. u. die Unterscheidung von Spirituellem Unterwegssein und Religionstourismus!

¹³ Vgl. Reinhardt, Zukunft, S. 107.

füllten Stränden. Besonders in Spanien und der Türkei waren daher deutlich weniger deutsche Urlauber zu Gast als noch vor zehn Jahren. Zulegen konnten dagegen vor allem skandinavische Ferienregionen sowie die Beneluxstaaten, Griechenland und Frankreich.“¹⁴

2. Anlauf: Abstand vom Alltag als ‚spirituelle Dynamik‘¹⁵

Seit 1971 wird jährlich eine empirische und repräsentative Analyse des Reiseverhaltens der deutschen Bevölkerung durchgeführt.¹⁶ Dabei zeigte sich einerseits, dass die Motive, die für das Unternehmen von Reisen angegeben werden, eine gewisse Stabilität aufweisen, andererseits machen sich dennoch neue Gewichtungen bemerkbar. So steigt das Interesse an Genuss, während zugleich das Interesse an Aktivität und Risiko abnimmt.¹⁷ Das in der Tourismuswissenschaft entwickelte Motiv-Set ‚Entspannen, erholen, frei sein‘ verfügt in diesem Zusammenhang über insgesamt sehr hohe Werte. Gefolgt wird es vom Set ‚Sonne, Spaß, Menschen, Genuss‘.¹⁸ „Vereinfacht gesagt besteht ein Hauptreisemotiv der Bevölkerung in Deutschland demzufolge darin, unter möglichst angenehmen Bedingungen und ohne Stress Abstand zum Alltag zu gewinnen, um genau für diesen wieder aufzutanken.“¹⁹ Nach Christian Eckert zeigt sich in dem hierbei aufscheinenden Wunsch nach Abstand zu einem häufig als hektisch empfundenen Alltag eine touristische Tendenz, die eine „gewisse ‚spirituelle Dynamik‘“ beinhaltet. Diese kann natürlich durch religiöse Aspekte geprägt sein, muss dies aber nicht unbedingt.²⁰ „‚Spirituell‘ reist demnach, wer Orte aufsucht, die in bestimmter Weise (subjektiv) bedeutsam sind, an denen sich Bedeutsames verdichtet und wer dabei eine Bedeutsamkeit geistiger oder geistlicher Art verfolgt – bezogen auf das eigene Seelenleben“.²¹

Global gesehen geht es bei einem solch weit gefassten Begriff von Spirituellem Tourismus nicht lediglich um Pilger-, Kloster- und Kirchenreisen (diese sind dabei als ein Teilgebiet durchaus von Bedeutung – vor allem dann, wenn es um zu den jeweiligen Orten passende, ‚authentische‘ Angebote geht), sondern um ein Unterwegssein, das geprägt ist von einem Abschaltenwollen vom gewöhnlichen Alltag. „In diesem Zusammenhang beinhaltet Spiritueller Tourismus eine breite Palette an Subkategorien, die beispielsweise von Kulturtourismus über Natur- und Ökotourismus, Gesundheitstourismus, Aktivtourismus und Volunteer-Tourismus bis hin zu Wellness-Tourismus reichen können.“²² Aufs Ganze gesehen sind dann Angebote im

¹⁴ Reinhardt, Tourismusanalyse 2020, S. 10.

¹⁵ Vgl. Eckert, Christian: Aktuelle Entwicklungen im Tourismus unter besonderer Berücksichtigung von Spiritualität und Gastfreundschaft, in: KAMP kompakt 7, Tobias Kläden (Hg.): Gastfreundschaft und Resonanz. Perspektiven zu Freizeit und Tourismus, Erfurt 2020, S. 8–26, hier: S. 14.

¹⁶ Vgl. Lohmann, Martin: Urlaubsmotive: Warum wir Urlaubsreisen machen. Eine „Grundsuche“ auf der Basis der Daten der Reiseanalyse aus mehr als 40 Jahren, in: Pechlaner, Harald/Volgger, Michael (Hg.): Die Gesellschaft auf Reisen. Eine Reise in die Gesellschaft, Wiesbaden 2017, S. 49–68, hier: S. 56.

¹⁷ Vgl. Eckert, S. 13; Lohmann, S. 61.

¹⁸ Vgl. Eckert, S. 13f.

¹⁹ Ebd., S. 14.

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Melchers, Christoph B./Moser, Patricia: Spiritueller Tourismus. Beweggründe – Formen – Pflege touristischer Marken, in: Pechlaner, Harald u. a. (Hg.): Wirtschaftsfaktor Spiritualität und Tourismus. Ökonomisches Potenzial der Werte- und Sinnsuche, Berlin 2012, S. 9–19, hier: S. 10; vgl. Eckert, S. 14f.

²² Eckert, S. 15.

Gesamtrahmen ‚Spirituelle Tourismus‘ sehr vielfältig. Klosterstandorte (ob sie nun von Mönchen und Nonnen bewohnt werden oder ob sie durch andere Träger bespielt werden) besitzen aufgrund ihrer Geschichte und ihrer immer noch vorhandenen architektonischen und geografischen Besonderheiten eine unverwechselbare Aura, die ihnen eine Unique Selling Proposition (USP) verleiht, um das Potential für Spirituellen Tourismus in konkrete Angebote umzusetzen, um eine gewisse Unverwechselbarkeit zu erlangen. Sie können auf diese Weise in einem größeren Rahmen von Angeboten des Spirituellen Tourismus durchaus sichtbar sein.

Dass diese spezifische Sichtbarkeit immer mehr ein herausforderndes Thema wird, zeigt nicht zuletzt auch die Tatsache, dass mittlerweile nicht nur einzelne Destinationen das Potential des Spirituellen Tourismus erkannt haben, sondern auch Destinationscluster sich dieses Themas annehmen. Ein Beispiel hierfür ist die Kampagne von Bayern Tourismus Marketing GmbH 2019, die unter dem Titel „stade zeiten“ („stille Zeiten“) firmiert.²³ Ihre touristische Botschaft war und ist sehr präzise auf den oben beschriebenen Tourismustrend abgestimmt: „Zwischen Aschaffenburg und Königssee, zwischen Passau und Bodensee kann man das gesamte Jahr ‚stade zeiten‘ finden. Ruhe, Stille und den Raum für sich selbst. Nicht nur in der Adventszeit“.²⁴ Dabei geht es um Angebote, die Entschleunigung, Erholung und Nachhaltigkeit ins Zentrum von vier Angebotssäulen stellen:

- „Momente der Stille spiegeln sich primär durch den Aufenthalt in der ursprünglichen, ländlichen Umgebung wider, um so für sich selbst zur Ruhe zu kommen und den Alltag in den Hintergrund treten zu lassen.
- Stille Nächte in Bayern beziehen sich im Wesentlichen auf Unterkünfte, die beispielhaft aus abgelegenen Hotels oder Bauernhöfen auf Bergalmen bestehen können, welche bestmögliche Ruhe und Stille ermöglichen sollen.
- Spirituelle Auszeiten zielen in erster Linie auf Angebote in einem kirchlich-religiösen Kontext ab, wie beispielsweise Kirchen und Klöstern, aber auch Wanderungen auf Pilgerwegen.
- Aktive Auszeit soll destinationsspezifische, anregende Erfahrungen mit ‚Entschleunigung im Tun‘ vermitteln, bei denen der Körper arbeitet, und gleichzeitig das Innere sich zur Ruhe kommt. Zwei exemplarische Beispiele hierfür sind die Unterstützung beim Einbringen von Heu oder auch die Mitarbeit bei der Weinlese in Unterfranken.“²⁵

3. Anlauf: ‚Spiritualität‘ als Unique selling proposition von Klosterstandorten?

Dieses Beispiel aus der bayerischen Tourismuswerbung verdeutlicht m.E. gut einen Trend des Reisemarkts: Stille, Selbstreflexion und Auszeiten für sich selbst gewinnen an Bedeutung. Die Erfahrungen des Corona-Jahres 2020 dürften diese Entwicklung noch verstärken. Für Klosterstandorte könnten dadurch touristische Perspektiven entstehen, die diesen Trend aufgreifen.

²³ Vgl. Eckert, S. 15f.; vgl. Bayern Tourismus Marketing GmbH, Entschleunigung in Bayern, www.bayern.by/erlebnisse/stade-zeiten; Spantig, Martin: Stille und Ruhe – Luxus der Zukunft im Tourismus?; in: Pechlaner, Harald/Innerhofer, Elisa (Hg.): Sinnsuche im Urlaub. Chancen und Perspektiven für den Tourismus, Bozen 2016, S. 121–129.

²⁴ Spantig, Martin: Stille und Ruhe – Luxus der Zukunft im Tourismus?, in: Pechlaner, Harald/Innerhofer, Elisa (Hg.): Sinnsuche im Urlaub. Chancen und Perspektiven für den Tourismus, Bozen 2016, S. 121–129, hier: S. 126.

²⁵ vgl. Bayern Tourismus Marketing GmbH 2019; zit. n. Spantig, Stille und Ruhe, S. 126.

Aufgrund ihrer Baulichkeiten, die als Destinationen für Menschen, die im Rahmen des Spirituellen Tourismus unterwegs sind, Interesse erwecken können, eröffnen sich hier Potentiale für eine Unique selling proposition (USP) von ‚lebendigen‘ und auch von mittlerweile anderweitig kulturell genutzten Klöstern. Um diese USP ‚in den Griff‘ zu bekommen, soll im Folgenden zunächst der Begriff ‚Spiritualität‘ kurz näher beleuchtet sein, bevor unterschiedliche Reiseformen im Rahmen eines Spirituellen Tourismus dargelegt werden, auf die die Klosterstandorte mit differenzierten Angeboten für die Besucher*innen reagieren können.

‚Spiritualität‘ – ein Begriff für vielfältige Inhalte

So wie der Begriff ‚Spiritualität‘ heute verwendet wird, ist er noch relativ jung. Er stammt – unbeschadet seines lateinischen Wortursprungs – aus dem französischen Kulturraum des 17. Jahrhunderts (‚spiritualité‘). Doch erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts wird er zu einem „Terminus technicus für das Spirituelle, Religiöse, Fromme, Mystische etc. [...]. Nach dem II. Weltkrieg gewann die deutsche Übersetzung Spiritualität immer stärker an Bedeutung und boomt seit den 1980er Jahren als Sammelbegriff für zahlreiche spirituelle Phänomene, die sich zwischen esoterischen Praktiken und mystischen Erfahrungen zum großen Teil jenseits von etablierten Religionen und Konfessionen auch unter dem Sammelbegriff New Age ansiedeln. [...] So wird allmählich Spiritualität zum Ausdruck eher heutiger Kultur als kirchlicher Praxis.“²⁶

‚Spiritualität‘ ist damit ein sehr weiter Begriff, der sehr unterschiedlich gefüllt werden kann – eben auch im Sinne eines unverwechselbaren Angebots an konkreten Klosterstandorten, die zum jeweiligen Ort passen. Dabei gilt es zu beachten, dass auch christliche – und hierbei insbesondere auch monastische – Spiritualität insgesamt immer in lebendigem Austausch mit anderen Spiritualitätsformen stand und weiterhin steht und sich dadurch inspirieren und befruchten ließ und lässt. Eine solche Befruchtung ist dann fern von Synkretismen und Beliebigkeiten, wenn sie in konkreten Orten stattfindet und dort rückgebunden ist. Das gilt eben auch für eine Spiritualität, die ihre Lokalisierung bei Klosterstandorten findet. Gerade aus einer solchen Verortung heraus können so auch unverwechselbare Angebote für den Spirituellen Tourismus im Sinne einer USP entwickelt werden.

Offenbar passen dann auch Angebote wie die des meditativen Bogenschießens zu einer klösterlichen Spiritualität. Sie werden u.a. von Martin Scholz angeboten, einem Diplom-Ingenieur und Psychologischen Berater, der zudem seit 2016 Oblate der Benediktinerabtei Kornelimünster ist.²⁷ „Scholz, der ‚Bogenschießen im Kloster‘ seit 2007 anbietet, ist unter anderem im Zisterzienserinnenkloster St. Marien in Helfta (Sachsen-Anhalt), in der Benediktinerinnenabtei Varenzell (Ostwestfalen) und in den Benediktinerabteien Kornelimünster in Aachen, Gerleve in Billerbeck (Westfalen) und Münsterschwarzach in Unterfranken unterwegs. Von den Teilnehmern her sei ‚alles vertreten von der Studentin bis zum Vorstandsvorsitzenden und von der Krankenschwester bis zum Chefarzt‘. Auch altersmäßig sei es bunt gemischt: ‚Von 18 bis 84 Jahren war schon alles dabei, wobei die 40- bis 70-jährigen am meisten vertreten sind.‘“²⁸

²⁶ Snela, Bogdan: Spiritualität. Religionsgeschichtlich, in: Eicher, Peter (Hg.): Neues Handbuch theologischer Grundbegriffe. Neuausgabe, Bd. 4, München 2005, S. 174–181, hier: S. 174.

²⁷ Vgl. <https://bogenschuessen-im-kloster.de/> (zul. aufg. 2020-12-28).

²⁸ https://www.zeit.de/news/2020-09/14/meditatives-bogenschuessen-im-kloster-maria-laach?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.startpage.com%2F (zul. aufg. 2020-12-28).

Klosterstandorte üben eine Faszination aus und sind als auratische Räume zu begreifen, zu deren Spezifika eben auch die Erwartung von ‚Spiritualität‘ gehört. Dieses Potential kann dann auch für eine touristische Erschließung genutzt werden, um eine USP für den jeweiligen Standort zu entwickeln. Klosterstandorte sind so gewissermaßen architekturgewordene historische Landkarten, die die Besucher*innen dazu einladen (können), ihren eigenen Weg, nach Michel de Certeau²⁹: ihren Parcours, innerhalb dieses klösterlichen Orts zu entwickeln und ihn so zu ihrem Raum zu machen. Das ist Spiritualität ganz konkret und ohne falsche Absichten. Mithin geht es also darum, gastfreundliche Orte zur Verfügung zu stellen, die dazu einladen, sich selbst und andere in Ruhe wahrnehmen zu können. Und Klöster mit christlicher Tradition bieten – besonders dann, wenn sie aus der benediktinischen Tradition stammen – große Chancen für unverwechselbare, eben spezifische Angebote (im Sinne eines Zurverfügungstellens von ‚Karten‘) aus dem Geist der Benediktsregel heraus.

Dies kann auf vielfältige Weise geschehen und kann auch bereits vor dem eigentlichen Besuch des Klosters stattfinden. Klassisch ermöglicht dies beispielweise ein gedruckter Reiseführer, der nicht nur Informationen über Geschichte, Kunst und Architektur enthält, sondern ganz bewusst auch spirituelle Impulse, Denkanstöße, die zum jeweiligen Ort passen. Der von Stefan Beier verfasste Kulturreiseführer „Klosterlandschaft Sachsen-Anhalt“ setzt dies für 50 ausgewählte Klosterstandorte in diesem Bundesland exemplarisch um.³⁰

Vielfältige Möglichkeiten bietet auch das Internet. Im Jahre 2020 sind diese aufgrund der pandemiebedingten Schließung vieler – v.a. museal genutzter – Klöster noch wichtiger geworden. Dabei konnten auch die USP dieser Standorte in besonderer Weise herausgestellt werden. Gelungen ist dies m.E. durch die Aktion „Klösterliche Hintertürchen“ der Harzklöster, die sehr bewusst auf das zisterziensisch-benediktische Motto „Das Tor ist offen, das Herz noch mehr“ rekurrten: „Für die sechs Klöster im Harzer Klostersommer hat der Leitspruch der Zisterzienser ‚Das Tor ist offen, das Herz noch viel mehr‘ in diesen Tagen eine besondere Bedeutung. Die Tore sind für Besucher jetzt (noch) geschlossen, vielen wird bewusst, welch ein Privileg für jeden Einzelnen die Bewegungsfreiheit ist, schreibt der Harzer Tourismusverband (HTV) in einer Pressemitteilung. Klöster aber hätten nicht 1000 Jahre überdauert, wenn sie sich nicht beständig auf Veränderungen eingestellt, und Krisen und Umbrüche klug und innovativ bewältigt hätten. Das Herz der Anlagen bleibt offen, und solange die Tore geschlossen bleiben, gehen stattdessen ‚Hintertürchen‘ auf. Hier zeigt der HTV andere und kreative Zugänge zu den Klöstern Drübeck, Michaelstein, Burchardi in Sachsen-Anhalt, und Walkenried, Wöltingerode und Brunshausen in Niedersachsen, um die besucherfreie Zeit zu überbrücken. Auch virtuelle Klosterluft kann wirken! [...]“³¹

Wie das konkret aussieht, mag das Hintertürchen des Klosters Burchardi in Halberstadt illustrieren, das das dort zentrale Musikprojekt „As Slow as Possible“ in den Mittelpunkt stellt: „Seit Oktober 2013 klingt ein Ton aus fünf Orgelpfeifen einer kleinen Orgel in der zurzeit leider

²⁹ Vgl. Certeau, Michel de: Praktiken im Raum, in: Dünne, Jörg u. Günzel, Stephan (Hg.): Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften, Frankfurt/M 2006, S. 343–352 (orig. frz.: *Pratiques d'espace*, in: *L'invention du quotidien I. Arts de faire*, Paris 1990, S. 139–191; zuerst in: *Arts de faire*, Paris 1980, S. 175–227).

³⁰ Vgl. Beier, Stefan: *Klosterlandschaft Sachsen-Anhalt*, Wettin-Löbejün 2011.

³¹ <https://www.volksstimme.de/lokal/wernigerode/coronavirus-kloesterliche-hintertuerchen> (zul. aufg. 2020-12-28).

geschlossenen romanischen Burchardikirche in Halberstadt. ‚As Slow as Possible‘ heißt das berühmte Orgelstück, Teil des John-Cage-Orgel-Kunst-Projektes Halberstadt. Wie das klingt? Bitte hier lauschen: www.aslsp.org/de/das-projekt.html.³² Dieses Projekt ist einerseits tatsächlich eine USP dieses Standorts und ist andererseits eben aufgrund des Instruments, der Musikauswahl und des Standorts in einer ehemaligen Zisterzienserinnenkirche ein Projekt mit hoher Bedeutung für Spirituellen Tourismus. Diese bereits genutzten Möglichkeiten bieten den Besucher*innen eine ‚Karte‘, die diese zu einem eigenen Parcours einladen kann. In Kombination mit weiteren Denkanstößen, wie sie etwa der eben erwähnte Reiseführer von Stefan Beier, der dieses Kloster ebenfalls beschreibt, bietet, lassen sich hier weitere Potentiale eröffnen.³³

4. Anlauf: Eine Begriffsklärung: Spiritueller Tourismus als Spirituelles Unterwegssein und als Religionstourismus

Das Potential von Klosterstandorten für das Reisesegment ‚Spiritueller Tourismus‘ kann auf unterschiedliche Weise aktiviert werden. Dabei gilt es, unterschiedliche Reisemotivationen im Blick zu behalten, aus denen heraus Besucher*innen die Klosterstandorte zum Ziel einer Reise machen, um so Angebote zu entwickeln, die tatsächlich geeignet sind, den ‚Spirit‘ des jeweiligen Klosters zu erschließen und zu unterstützen.

Eine Unterscheidung zweier unterschiedlicher Arten des Reisens, die mit ‚Religion‘ verbunden sind und unter dem gemeinsamen Dach ‚Spiritueller Tourismus‘ verortet sind, kann hier bei der Entwicklung von ‚Landkarten‘ für die Klostertouristen weiterhelfen. Darauf hat vor einiger Zeit schon Michael Stausberg hingewiesen, der einen „religiösen (beziehungsweise religiös motivierten) oder spirituellen Tourismus“ von einem „Religionstourismus“³⁴ unterscheidet.³⁵

Beide Reiseformen können sich zwar bei einer Reise überlappen, müssen dies aber nicht, denn „[w]ährend religiöser/spiritueller Tourismus primär aus religiösen/spirituellen Motiven unternommene Reisen umfaßt [sic!] (Warum?), erfolgt die Kennzeichnung von Religionstourismus über die Bestimmung der Reiseziele (Wohin?).“³⁶

Unterstützt wird eine derartige Einteilung religionsbezogener Reiseformen auch durch eine Klassifizierung von Reisemotiven, derer sich die Tourismusforschung ganz allgemein bedient. So wurden schon in den 1960er Jahren touristische Reisemotive untersucht und diese zwei verschiedenen Grundmotivationen zugeordnet: ‚Fort-von‘- und ‚Hin-zu‘-Motiven. „Während die erste eine Fluchtbewegung betont und somit gleichzeitig die Suche nach einer Gegenwelt impliziert, treten bei der letzteren Motivationsgruppe vermehrt Forscherdrang und Neugierde in den Mittelpunkt. Erst diese Motivationsstruktur gibt dem Urlaubsverhalten eine Richtung.

³² Ebd.

³³ Der Reiseführer bietet als Denkanstoß, der den ‚Spirit‘ des Ortes vertieft, einen Text zur Grafik „Celestial music for imaginary trumpets“ (1974) von Tom Johnson; vgl. Beier, S. 84f.

³⁴ Stausberg, Michael: Religion und moderner Tourismus, Berlin 2010, S. 21.

³⁵ Vgl. zu den folgenden Überlegungen: Schwillus, Harald: Auf spirituellen Wegen. Spiritueller Tourismus zwischen Religion und Reise, in: Ranft, Andreas u. Schenkluhn, Wolfgang (Hg.): Kulturstraßen als Konzept. 20 Jahre Straße der Romanik, Regensburg 2016, S. 271–278, hier: S. 274ff.

³⁶ Stausberg, S. 22.

Ohne sie wäre der Urlaub an irgendeinem zufälligen Ort mit beliebigem Verhalten schon Befriedigung genug.³⁷ Diese Motivklassifizierungen können in Beziehung gesetzt werden zu den von Michael Stausberg vorgenommen Differenzierungen, so dass den ‚Fort-von‘-Motiven die ‚Warum‘-Motive des spirituellen Tourismus, den ‚Hin-zu‘-Motiven die ‚Wohin‘-Motive zugeordnet werden können. Auf diese Weise werden die beiden unterschiedlichen Ausprägungen von Reisen, die unter dem Dach des Spirituellen Tourismus zusammengefasst sind, gegeneinander abgrenzbar, ohne dass ihr mögliches Aufeinanderbezogensein geleugnet werden muss:

- **Spirituelles Unterwegssein:** ‚Warum‘-Reisen aus religiöser Motivation mit ‚Fort-von‘-Grundierung, bei denen die Reisenden in den Erzähl- und Erinnerungsraum ‚Kirche‘ beziehungsweise ‚Religionsgemeinschaft‘ eintauchen, um ihre eigenen religiösen und spirituellen Möglichkeiten zu erweitern, zu hinterfragen oder neu auszurichten. Beim spirituellen Unterwegssein werden zugehörige Angebote mehrheitlich bei Kirchen, Klöstern und Religionsgemeinschaften nachgefragt und von diesen i.d.R. auch entwickelt. Dazu zählen Formate wie Kloster auf Zeit, Besinnungstage an religiösen Orten ebenso wie die schlichte Erwartung von Stille in einem Kloster, die Manager vor gewichtigen Entscheidungen suchen. Häufig ist damit auch eine ‚Flucht vor Lärm und Stress des Alltags‘ verbunden.

- **Religionstourismus:** ‚Wohin‘-Reisen aus kultureller Motivation mit ‚Hin-zu‘-Grundierung, bei denen die Eröffnung der Deutungsdomäne ‚Religion‘ integriert oder zumindest ermöglicht wird. Die bei dieser Reiseform im Rahmen kulturtouristischen Interesses aufgesuchten religionsbezogenen Orte, Feiern und Rituale werden nicht unbedingt primär aus einer spirituellen oder religiösen Motivation heraus aufgesucht. Reisende besichtigen zwar Orte mit besonderer Aura und Atmosphäre, doch erwarten sie i.d.R. keine nachhaltigen Wirkungen auf das eigene Leben. Anders als beim spirituellen Unterwegssein geht es dabei also eher um eine verstehende Konfrontation mit gelebter und tradiertem Spiritualität am konkret besuchten Ort. Diese wird von vielen Besucher*innen zunächst nicht direkt gesucht, sondern eher billigend in Kauf genommen. Auch nichtkirchliche Anbieter an Klosterstandorten, die nicht mehr von einer religiösen Gemeinschaft bewohnt werden, können jedoch die Vielschichtigkeit ‚ihrer‘ Sehenswürdigkeit und ihres Angebotes jedoch nur dann in allen Facetten erschließen, wenn sie die Domäne ‚Religion‘ im Sinne des ortsbezogenen ‚Spirits‘ berücksichtigen. Geschieht dies nicht, bleibt eine wichtige Perspektive und damit ein Teil des vorhandenen Potentials ungenutzt.

5. Anlauf: Angebote entwickeln und klösterliche Gastfreundschaft zeigen

Im Bereich des Spirituellen Unterwegsseins gibt es vielfältige Anbieter: von Kirchen und lebendigen Klöstern bis hin zu heute museal genutzten Klosterstandorten. Dennoch sind diese alle – schon allein wegen ihres Standorts – mit klösterlichen Traditionen verbunden und beziehen hiervon ihr spezifisches Potential, ihre Aura, ihre USP – und damit zugleich eine einzigartige Möglichkeit der Kommunikation religionsbezogener Marker für die Sichtbarmachung ihres Angebots. Angebote und Anregungen für Spirituelles Unterwegssein im Rahmen des Spirituellen Tourismus zeichnen sich daher besonders dadurch aus, dass sie die Reisenden – ob religiös

³⁷ Sommer, Aline u. Saviano, Marco: Spiritueller Tourismus. Religiöses Reisen in Deutschland, Berlin 2007, S. 138.

gebunden oder nicht – einladen, den Grundfragen des Menschseins (,Wer bin ich?', ,Woher komme ich?', ,Worauf zu lebe ich?') Raum zu geben und im Rahmen der äußeren Reise zu Reisezielen die Möglichkeit einer inneren Reise zu eröffnen.

Für Klosterstandorte – insbesondere für diejenigen, die Orte repräsentieren, die einen Bezug zur Benediktsregel besitzen – liegt hier eine besondere Chance zur Profilierung einer ,klösterlichen' Gastfreundschaft, da diese monastische Lebensregel in Kapitel 53 auch die Gäste des Klosters direkt in den Blick nimmt:

„Die Aufnahme der Gäste

1 Alle Gäste, die zum Kloster kommen, sollen wie Christus aufgenommen werden; denn er wird einmal sagen: ,Ich war Gast, und ihr habt mich aufgenommen.' (Mt 25,35) 2 Allen soll man die Ehre erweisen, die ihnen zukommt [...].“³⁸

Gastfreundschaft ist mittlerweile für die gesamte Tourismusbranche zu einem zunehmend wichtigen Faktor bei der Angebotsentwicklung geworden, dem sich auch Klosterstandorte nicht entziehen können. Damit ist mehr gemeint als professionelle Qualität im Sinne einer Stärkung des Produkts Kloster-, Kultur- und Spirituellem Tourismus. Neben diesen weiterhin unerlässlichen Qualitätsmerkmalen werden Akzentuierungen, die die Gäste als Menschen mit unterschiedlichen Anfragen und Bedürfnissen – eben auch religionsbezogenen und spirituellen – willkommen heißen, zunehmend an Bedeutung gewinnen. Hier eröffnen sich gerade für Klosterstandorte konkrete Chancen für eine Profilierung, wenn ihr Potential im Rahmen eines oben beschriebenen multiperspektivischen spirituellen Tourismus genutzt werden kann. Dies hätte dann zur Konsequenz, dass Konzepte (weiter) zu entwickeln wären, die in gastfreundschaftlichen Konkretionen das Spezifische der lokalen klösterlichen Aura zum Tragen bringen können. Dabei wird es nicht um eine schlichte Kopie der Tätigkeit eines Gastpaters oder einer Gastschwester in einem lebendigen Kloster gehen, sondern darum, wie der klösterliche ,Spirit' durch das Auftreten des Personals, die Zugänglichkeit und inhaltliche Aufbereitung des Standorts selbst und die Willkomm-Situation z.B. im Entre-Bereich etc. gestaltet sind.

Und dies alles ist touristisch nicht aus der Luft gegriffen, sondern ruht auf einem allgemeinem Tourismustrend auf, wie ihn auch Christian Eckert unlängst beschrieben hat: „Die hohe Bedeutung der Beziehung zwischen Gast und Gastgeber unterstreicht auch eine am Lehrstuhl Tourismus der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und dem Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie und Tourismusforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München durchgeführte Studie aus dem Jahr 2018: Dabei wurden in Interviewgesprächen mit insgesamt 19 verantwortlichen Entscheidungsträgern aus europäischen Destinationen aktuelle Herausforderungen und Entwicklungsströme des Tourismus diskutiert. [...]“³⁹

Eckert weist in diesem Zusammenhang auf die für alle Akteure im Tourismusbereich geltende, aber für Klosterstandorte aufgrund ihrer auratischen ,Aufladung' noch einmal dringlichere Frage hin, wie denn im Verhältnis von Gastgeber*in und Gast ein gelingender Umgang mit ,Gastfreundschaft' gestaltet werden kann. „Schließlich muss diese in jedem Falle ehrlich sein

³⁸ Steidle, Basilius (Hg.): Die Benediktusregel. Latenisch-deutsch, Beuron ²1975, S. 151.

³⁹ Eckert, S. 20.

und darf nicht aufgesetzt wirken, möchte der Gast doch ein möglichst authentisches und damit nicht inszeniert wirkendes Erlebnis haben. In diesem Rahmen können die folgenden sechs ‚Regeln der Gastfreundschaft‘ eine gute Hilfestellung geben:

1. Gastfreundschaft muss vorgelebt werden.
2. Gastfreundschaft bedeutet ‚sich Zeit nehmen‘.
3. Gastfreundschaft geht einher mit dem Leben von Dankbarkeit.
4. Gastfreundschaft bedeutet, Gespür für Menschen zu haben.
5. Gastfreundschaft ist eng mit Empathie verbunden.
6. Gastfreundschaft bedeutet, Menschen zusammenzubringen.

Unter Berücksichtigung der genannten sechs Punkte könnte, kompakt zusammengefasst, ein Credo der touristischen Gastfreundschaft ganz nach Lukas 6,31 lauten: ‚Behandle andere so, wie du von ihnen behandelt werden möchtest‘.⁴⁰

In diesem Zusammenhang gilt es weiterhin zu beachten, dass im Tourismus die Entwicklung weg von Massen- und Gruppenangeboten hin zu individueller ausgerichteten Formaten zunehmen wird. Im Rahmen dieser Entwicklung werden Reiseformen an Bedeutung gewinnen, die inhaltlich profiliert und tiefergehend sind. Eckert erwartet daher eine zunehmende Nachfrage nach Reisen mit spirituellem Hintergrund, bei denen „– ganz im Sinne einer ‚touristischen Nächstenliebe‘ – die Kultur der Beziehungsqualität“ bedeutungsvoller wird „und die Grundlage für das erfolgreiche Miteinander von Gast und Gastgeber und damit auch den Tourismus in seiner Gesamtheit darstellt.“⁴¹ Für Klosterstandorte bieten sich hier gute Möglichkeiten für die Entwicklung einer unverwechselbaren USP.

...und zum Schluss

Statt einer Zusammenfassung sei an den Schluss dieser Überlegungen ein etwas ausführlicheres Zitat von Martin Spantig gestellt, das die touristischen Veränderungen hin zu mehr Individualbesucher*innen in den Einrichtungen in den Blick nimmt, die sich für die Museen im Jahre 2020 aufgrund der durch Covid19 ausgelösten Pandemie ergeben. Sie gelten m.E. für Klosterstandorte in gleicher, wenn nicht gar in verstärkter Weise.

„Eine weitere spürbare Veränderung (im Rahmen eines schon längeren Trends) wird es bei der touristischen Anreise zum Museum [und zum Klosterstandort] geben. Kurz- und mittelfristig werden nur wenige Reisebusse und vor allem keine Reisegruppen vor dem Museumseingang [bzw. Klostereingang] vorfahren. [...] Das bedeutet, Museen [und Klosterstandorte] müssen sich im Kulturtourismus [und im Spirituellen Tourismus] noch mehr als bisher dem Individualtouristen widmen. Daraus folgt, dass die digitalen Hausaufgaben von den kulturtouristischen Anbietern vollumfänglich erledigt sein müssen, will man den Individualtourist[en] kommunikativ erreichen. [...] Wir werden also vornehmlich Individualtouristen in 2020 und wohl auch in 2021 [sic!] in unseren Museen [und Klosterstandorten] zu Gast haben, darunter als Folge der Corona-Krise auch, einen längeren Trend nun verstärkend, mehr Authentizitäts- und Sinn-Sucher sowie Co-Kreative. Es wird daher nach Corona wahrscheinlich noch mehr als bis-

⁴⁰ Ebd., S. 21.

⁴¹ Ebd., S. 23f.

her Nachfrage nach dem ‚Warum?‘ statt nach (gelegentlich) nüchterner historischer Darstellung geben. Museen [und Klosterstandorte], die in ihren Ausstellungseinheiten und auch bereits in ihrer Ansprache an den potenziellen Gast im Tourismusmarketing die Frage ‚Was hat das mit mir zu tun?‘ beantworten können, werden klar im Vorteil sein.“⁴²

⁴² https://www.museen-in-bayern.de/fileadmin/Daten/Ab_2018_Material_Landesstelle/Themen_und_Projekte/Tourismus/Kulturtourismus_in_Corona-Zeiten_-_Update_24_07_20.pdf (zul. aufg. 2020-12-28); vgl. https://www.museen-in-bayern.de/fileadmin/Daten/Ab_2018_Material_Landesstelle/Themen_und_Projekte/Tourismus/Museen_im_Tourismusmarketing_2019.pdf; vgl. Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin 2017, S. 114; vgl. Spantig, Martin: Wie reisen wir in Zukunft?, in: Kulturgipfel GmbH/Bayern Tourismus Marketing GmbH (Hg.): Kulturtourismus 2030 neu denken. Dokumentation zur Tagung am 13.4.2016, München 2016, S. 3–6, hier: S. 4 (https://tourismus.bayern/wp-content/uploads/2016/03/Dokumentation_Kulturtourismus-neu-denken_2016.pdf) (zul. aufg. 2020-12-28).