

# Spiritualität als Attraktivitätsfaktor im Tourismus

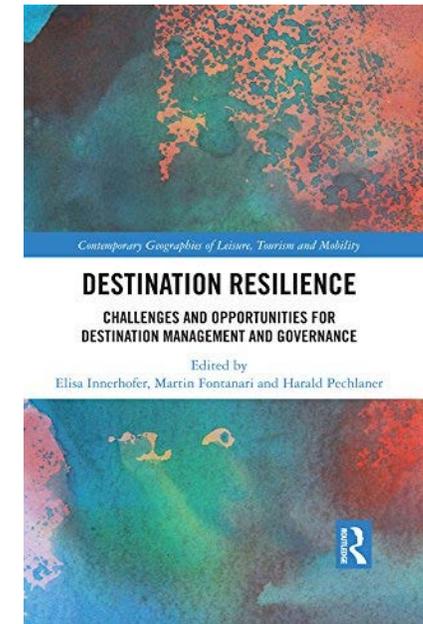
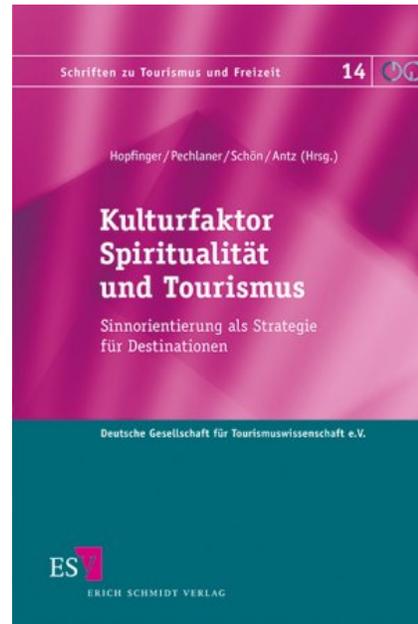
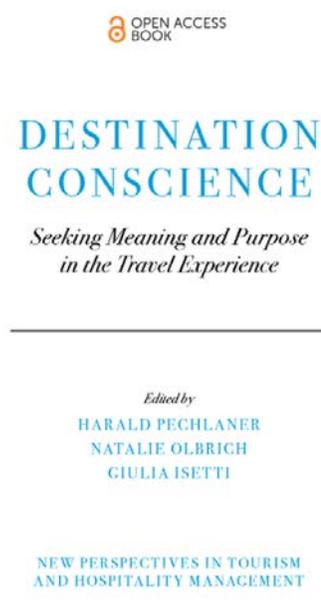
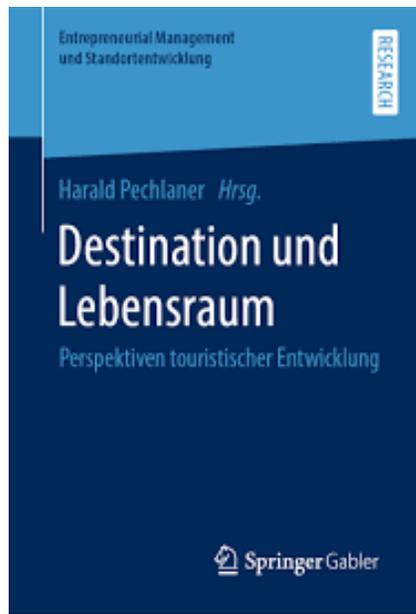
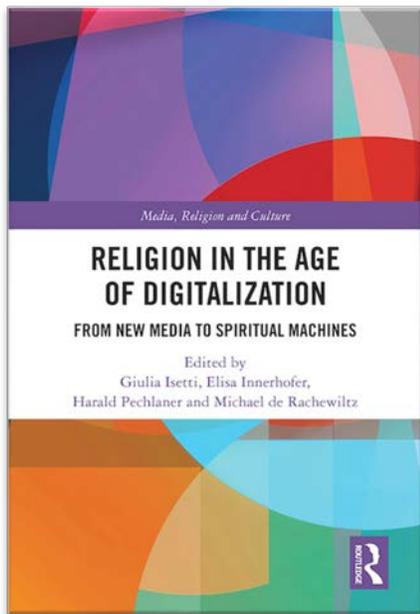
Prof. Dr. Harald Pechlaner/Natalie Hofstetter



# Inhalt

1. Wo sich Spiritualität und Reisen treffen
2. Mehr als Urlaub: Kirche als Wegbegleiterin auf Reisen
3. Ausblick und Diskussion

# 1. Wo sich Spiritualität und Reisen treffen



# Tractatus philosophico touristicus -



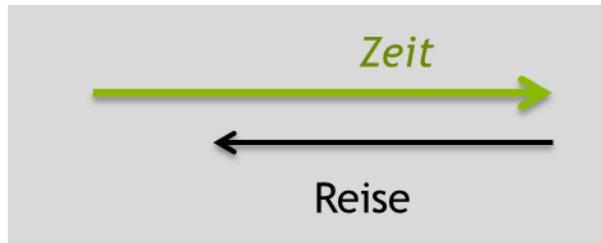
„In anthropologischer Sicht ist **Tourismus in das Feld der Entlastungsphänomene** einzuordnen. Als entlastet können menschliche Verhaltensweisen gelten, wenn sie für ihren Vollzug seitens der Akteure keinen vollen Ernst und kein letztes Engagement einfordern. Als Paradigma des entlasteten Verhaltens gilt darum die Kunst, mit deren Hilfe Menschen in eine zweite Welt, ein Universum aus Simulationen übertreten, wo die Bedingungen und Segnungen der ersten Realität nicht gelten. **Der Mangel an Ernst darf nicht als Mangel und Makel verstanden werden**“.

(Sloterdijk, 2017, S. 12)

# Reisen und Zeit: Die Bedeutung der Zeit - Qualität

## 1 Umkehren des Zeitstrahls

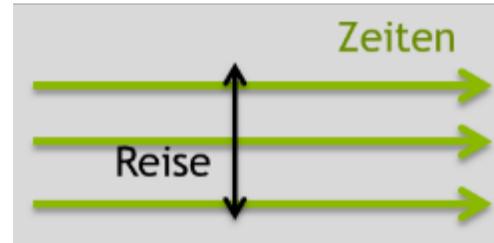
„Sehnsucht“



- Reise entlang des Zeitstrahls
- (oft in entgegengesetzter Richtung)
- Ortsbewegung als Mittel zur Zeitbewegung
- Reise als genealogische Bewegung

## 2 Vervielfältigung des Zeitstrahls

„Multioptionalität“  
„Erreichbarkeit“



- Reise in der Gleichzeitigkeit
- Entkoppelung von Orts- und Zeitwechsel
- Ortsbewegung als Mittel zur Zeitstrahlvermehrung
- Reise als Parallelbewegung auf mehreren Zeitstrahlen (“Zeitstrahlhopping”)

## 3 Aufhalten/Negieren des Zeitstrahls

„Aufmerksamkeit“



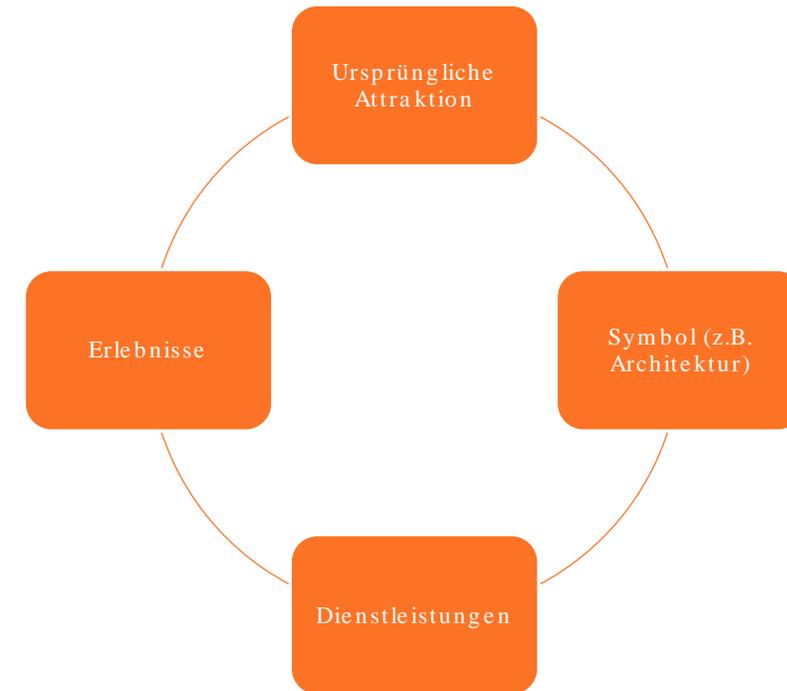
- Bewusster anderer Umgang mit Zeit
- Reise als Änderung des Zeitverständnisses
- Ortsbewegung als Mittel zur Zeitvermehrung

# Die Destinationsraum - Perspektive



# Touristische Attraktionspunkte

- Geographische Einheiten, definierte Punkte oder begrenzte Räume
- Motivieren Menschen dazu, ihre Freizeit für einen bestimmten Zeitraum an diesen Orten zu verbringen
- Konzentrierte Kombination aus Dienstleistungen und Aktivitäten um die eigentliche Attraktion herum
- Zentrale Größe der Besucherlenkung
- Intrinsische Anziehungskraft vieler Attraktionspunkte (z.B. Atmosphäre)



# Wettbewerbsfähige Produkte und Angebote als Standortentwicklungsstrategie





# Der atmosphärische Blick als Leitprinzip in der touristischen Produkt - und Destinationsentwicklung

## 1. Stimme des Ortes verstehen

- Zuhören und wahrnehmen

## 2. Stimme des Ortes verstärken

- Ordnen, re-arrangieren, nachjustieren (Destination Design: räumliches Layout verbessern, Begegnungen erleichtern, Beschilderung optimieren, neue Aktivitäten anbieten etc.)

## 3. Interpretationsmuster bereitstellen

- Gewünschte Reaktion auf die Stimme des Ortes fördern (Mindscapes/Storyscapes: Dominant Stories z.B. spirituelle Aspekte etablieren)



„Muss der moderne Mensch nicht wie die Mönche lernen, dass der Himmel gar nicht so weit weg ist? Dass es eher eine »innere Reise« braucht, die natürlich auch Zeit in Anspruch nimmt, um diesen zu entdecken?“

(Wienhardt, 2025, S. 95)

## Rethinking Mass Tourism: Embracing Destination Conscience as a Guiding Approach

Harald Pechlaner<sup>a,b</sup>, Natalie Olbrich<sup>a</sup> and Giulia Isetti<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Catholic University Eichstatt-Ingolstadt, Germany

<sup>b</sup>Eurac Research, Italy

Overall, the future role of travellers in tourism will be characterised by making conscious choices and initiating positive change. Travellers have the power to influence the tourism sector by, for example, supporting sustainable practices, strengthening local communities and promoting environmental protection and avoiding certain forms of travel (e.g. mass tourism). Through responsible and respectful behaviour, they can contribute to the sustainable and positive development of tourism.



# DESTINATION CONSCIENCE

*Seeking Meaning and Purpose  
in the Travel Experience*

*Edited by*

HARALD PECHLANER  
NATALIE OLBRICH  
GIULIA ISETTI

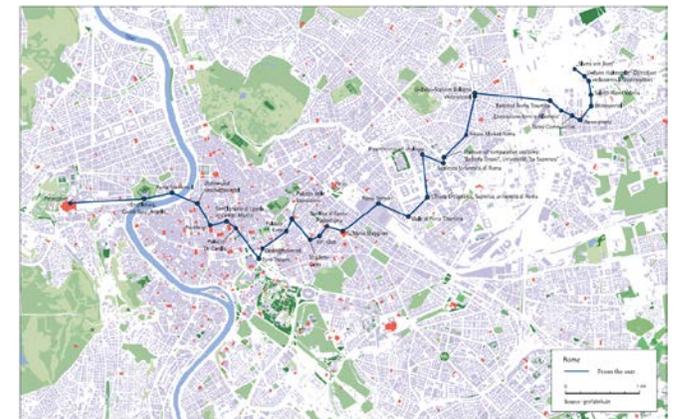
NEW PERSPECTIVES IN TOURISM  
AND HOSPITALITY MANAGEMENT

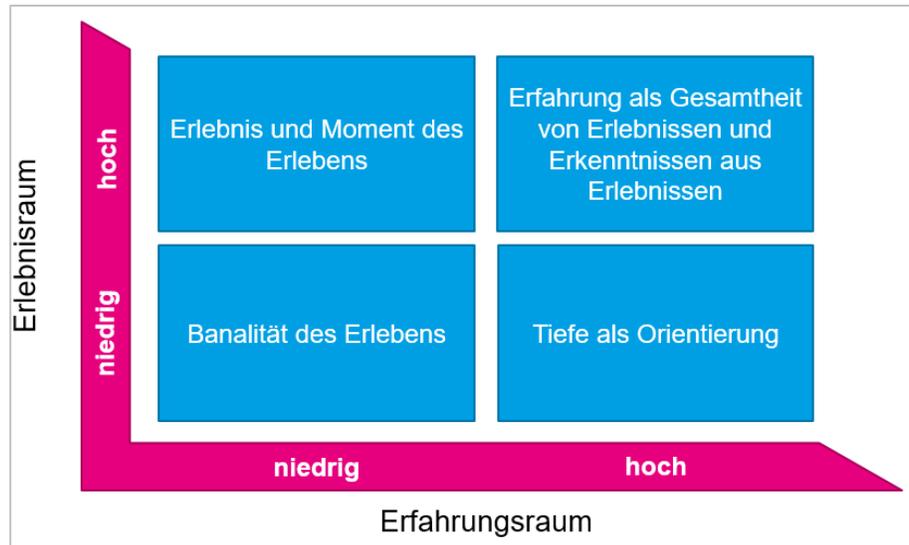
## From the Periphery to the Centre – Beyond the Traditional Destination Experiences

Harald Pechlaner<sup>a,b</sup> and Natalie Olbrich<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Catholic University Eichstatt-Ingolstadt, Germany

<sup>b</sup>Eurac Research, Italy





# „Durch die Kirchen kann Tourismus wieder an Tiefe gewinnen“

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT  
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

05.07.2021



Sommerzeit ist Urlaubszeit – in einigen Bundesländern haben die Ferien bereits begonnen und sind für Gäste und Gastgeber geprägt von Gedanken rund um die Pandemie. Für Prof. Dr. Harald Pechlaner, Inhaber des Lehrstuhls für Tourismus an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU), gehören auch die Kirchen zu wesentlichen Impulsgebern, um die Reisebranche zukunftssicher zu machen: „Wir haben in der letzten Zeit die Tiefe des Reisens etwa durch Pauschalangeboten verloren. Es war häufig egal, wohin man reist, vor allem billig musste es sein. Kirche kann auch inhaltlich dazu beitragen, wieder Tiefe in das Reisen zu bringen“, so Pechlaner.

# Covid -19-Krise – Entsteht eine kritische Distanz zum Tourismus?

## Zurück auf Los oder Neustart? Kirchen und nachhaltiger Tourismus in Corona-Zeiten

Fachtagung vom 6.–8. Juli 2021,  
Thomas-Morus-Akademie, Bensberg

Mit der Corona-Pandemie stellen sich die Fragen von Ressourcen und Rahmenbedingungen im Tourismus noch einmal mit neuer Dringlichkeit. Auswirkungen sind bei Geschäfts- und Konferenzreisen sowie natürlich bei Privatreisen zu spüren. Nach der Debatte um Overtourism stehen nun wieder vermehrt die Fragen nach einem nachhaltigen Reisen und nach einem Resonanztourismus auf der Tagesordnung.

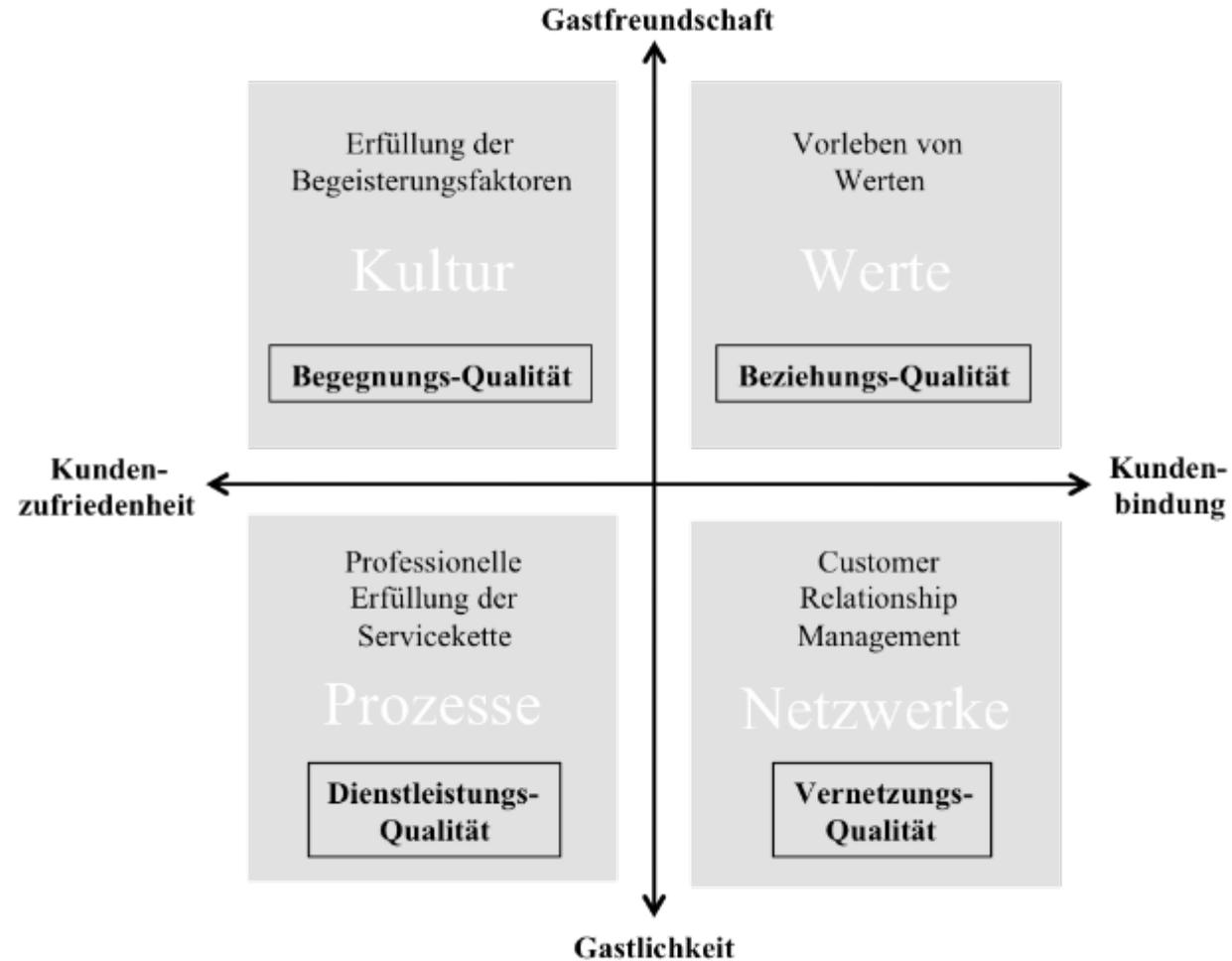
16.30 Uhr

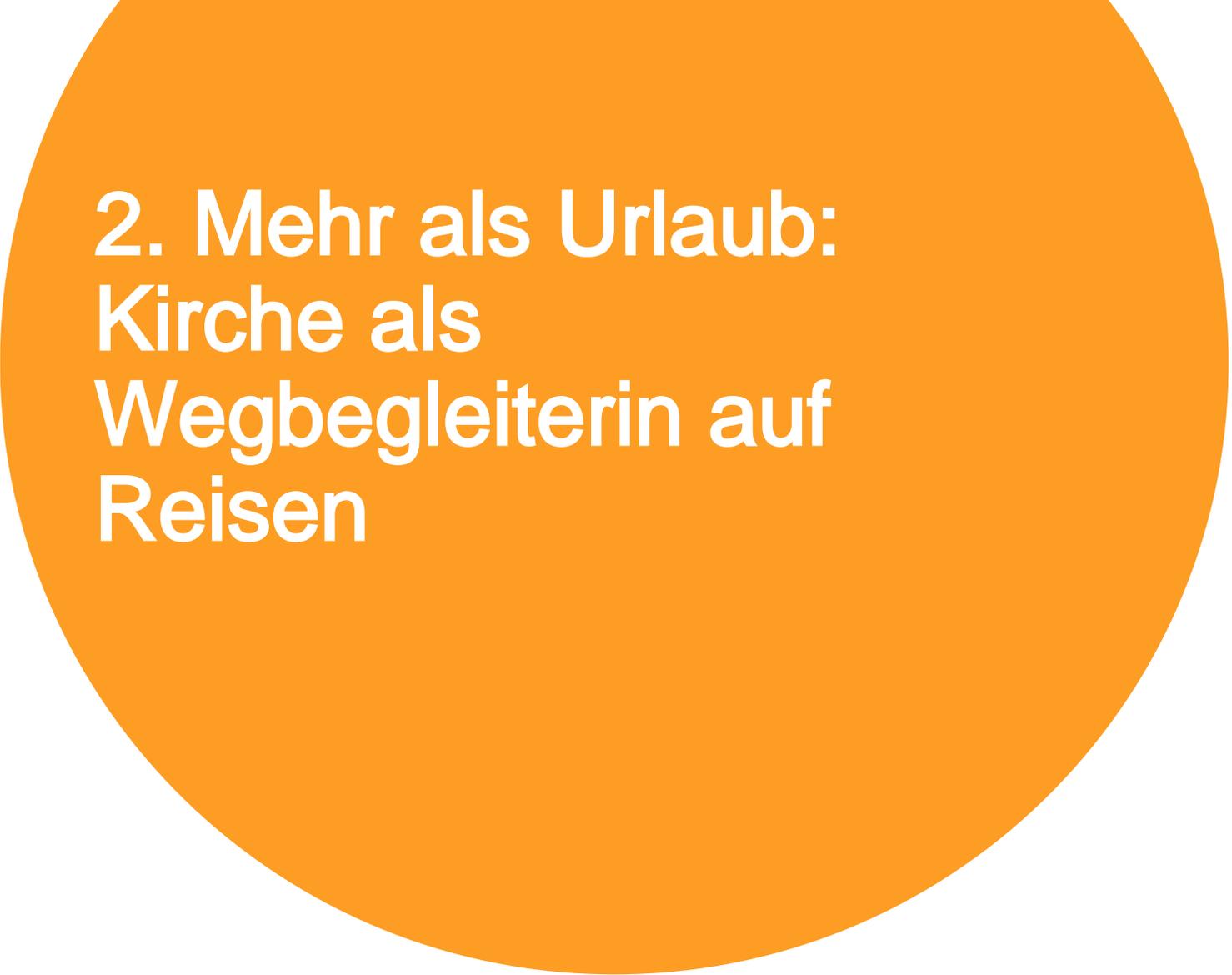
**Gesellschaften im Spannungsfeld von „Igelmodus“ und „digitaler Privatheit“**

Gedanken zum Reisen im Zeitalter der Resilienz

*Prof. Dr. Harald Pechlaner*, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt,  
Lehrstuhl Tourismus und Leiter des Zentrums für Entrepreneurship

# Kultur der Gastlichkeit und Gastfreundschaft



A large orange circle is positioned on the left side of the slide, containing the main text. The rest of the slide is white.

## 2. Mehr als Urlaub: Kirche als Wegbegleiterin auf Reisen

# Tractatus philosophico - touristicus



„Ferner könnten die mittelalterlichen Pilgerreisen als Vorläufer der touristischen Mobilisierung gelten, obschon bei ihnen der **heilige Vorwand die spielerische Evasion aus dem immobilen Alltag** noch weitgehend überdeckt.“

(Sloterdijk, 2017, S. 13)

# Pilgern, Beten, Entdecken

**εὐangel** | *magazin für  
missionarische pastoral*

---

» Übersicht · Ausgabe 2 | 2023 · Wandern und Spiritualität · Pilger oder Tourist?

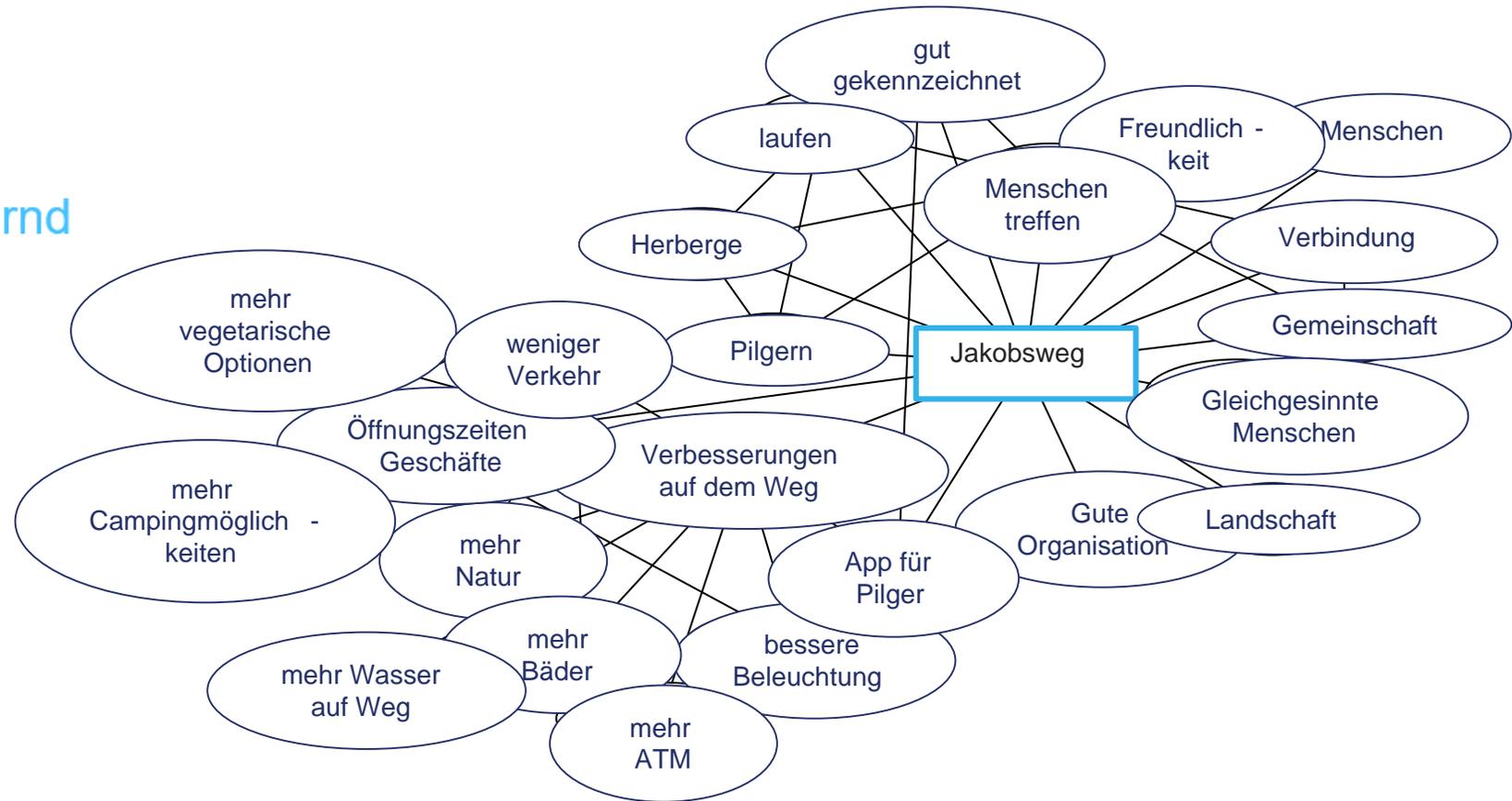
---

## **Pilger oder Tourist?**

**Junge Menschen auf dem Jakobsweg – erste empirische Befunde**

*Aus Sicht der Tourismuswissenschaft charakterisieren Harald Pechlaner und Natalie Olbrich das Pilgern als Beispiel einer resilienten Form des Tourismus. Sie untermauern dies mit Einblicken einer qualitativen Feldstudie, die die Motivation von jungen Menschen verschiedener Nationen auf dem Jakobsweg erforschte.*

# Pilgern entlang dem Jakobsweg: Assoziationen



# „Resilientes Reisen als neues Paradigma?“

DE GRUYTER OLDENBOURG

ZfTW 2019; Volume 11 (3): 451-464

Harald Pechlaner\*, Daniel Zacher

## Resilientes Reisen als neues Paradigma?

Perspektiven einer Reise zwischen dem Selbst und der Welt

DOI 10.1515/tw-2019-0026

**Zusammenfassung:** Die zunehmend größer werdende Reiseerfahrung bringt sowohl für die touristischen Destinationen als auch für die Reisenden selbst neue Herausforderungen mit sich. Aktuelle Debatten um den so genannten Overtourism brechen einer neuen Tourismuskritik Bahn, die unter geänderten Vorzeichen zu betrachten ist. Reisende werden im vorliegenden Beitrag als resilient Reisende charakterisiert; ihre Bedürfnisse, Wünsche und potenziellen Reaktionen auf aktuelle Entwicklungen werden diskutiert.

Der Resilienzansatz liefert in seiner multidisziplinären Verankerung aus mehreren Perspektiven einen Blick auf den Gast von Morgen. Einiges deutet darauf hin, dass Destinationen und Destinations-Managements den aktuellen gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen künftig in stärkerem Maße Rechnung zu tragen haben, wollen sie die resilient Reisenden erfolgreich adressieren.

Noch ist nicht klar, was dem Gast dazu motiviert, eine touristische Reise anzutreten. Der Mehrwert des Reisens wird von resilient Reisenden neu definiert. Wenn sich die Destinationen den Wünschen und Vorstellungen dieser Zielgruppen öffnen und die Gelegenheit wahrnehmen, im Rahmen geeigneter Beteiligungsformate eine aktive Partizipation an der Gestaltung des regionalen Destinationsraums hervorzurufen, stehen die Chancen gut, auch die resilient Reisenden künftig zu Ihren Gästen zählen zu können.

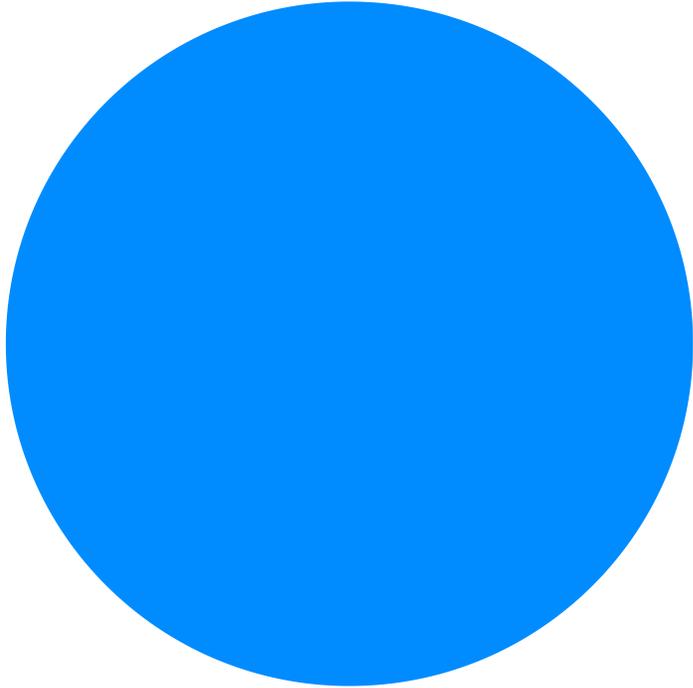
Für die resilient Reisenden rückt das Reisen als gesellschaftliches Phänomen in den Vordergrund – eine tiefgreifende Reflexion findet statt. Vor diesem Hintergrund entscheiden resilient Reisende, welche die Identifikationsorte sind, die einen Mehrwert des Reisens begründen und wann, auf welche Weise und ob sie überhaupt im klassischen Sinne eine Reise antreten.

Der nachhaltig Reisende stellt die Art des Reisens in Frage.  
Der resilient Reisende stellt das Reisen an sich in Frage.

# 3. Ausblick und Diskussion

# Zwischen Tiefe und Tourismus – Gedanken für die Zukunft“

- Spiritualität als Gegenmodell zu Overtourism: Entschleunigung, Tiefe und Sinn statt Masse und Beliebigkeit.
- Atmosphäre & Resonanzräume: Wie können Orte gestaltet werden, die echte Begegnung und innere Berührung ermöglichen?
- Tourismus mit Gewissen: Verantwortung von Gästen und Gastgebern – braucht es neue ethische Leitlinien?
- Paradigmenwechsel im Tourismusverständnis: Von Konsum zu Resonanz, von Erlebnis zu Innerlichkeit.
- Spiritualität im Tourismus – ausbaufähig: Welche Potenziale bleiben ungenutzt? Welche Formate und Partnerschaften sind zukunftsweisend?



**Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**