

Nr. 94, November 2021, 46. Jg.

informationen

Wissenschaftliche Zeitschrift des Studienkreises Deutscher Widerstand 1933 – 1945

Tourismus



& Nationalsozialismus

Hasso Spode

Gleichschaltung und Imagepflege

Der „freie Fremdenverkehr“ im „Dritten Reich“

Das NS-Regime schenkte dem Tourismus mehr Beachtung als je eine deutsche Regierung zuvor und danach. Das galt nicht nur für den spektakulären Sozialtourismus der *NS-Gemeinschaft Kraft durch Freude* (KdF). Auf diesem Feld beschritt das Regime ganz neue Wege, im Bereich der kommerziellen Touristik hingegen knüpfte es an vorgefundene Strukturen an – und das mit beachtlichem Erfolg.

Durch die krisenhaften Entwicklungen nach dem Ersten Weltkrieg war der Fremdenverkehr erstmals ein Gegenstand der Wirtschaftspolitik geworden.¹ Allmählich erkannte man die volkswirtschaftliche Bedeutung dieser Branche, die sich im Laufe des 19. Jahrhunderts herausgebildet hatte. Der Rückschlag der Globalisierung hatte sich auch verheerend auf die grenzüberschreitende Mobilität ausgewirkt. Sie trat als Faktor der Zahlungsbilanz ins Bewusstsein, und allenthalben wurden protektionistische Maßnahmen ergriffen, um ausländische Touristen anzulocken, inländische aber im Lande zu halten. Die Mittel der Wahl waren entsprechende Visa- und Devisenbestimmungen und zentrale Werbeagenturen. Zweimal – 1924 und 1931 – belegte die Reichsregierung Auslandsreisen für kurze Zeit mit einer Strafgebühr.

Für die Auslands- und Inlandswerbung gleichermaßen wurde 1920 nach dem Vorbild der Schweiz und Italiens eine nationale PR-Agentur installiert, die 1928 als *Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr* (RDV) der Bahn übertragen wurde. Die Reichsbahn war als wichtigster Anteilseigner eng verfilzt mit dem *Mittel-europäischen Reisebüro* (MER), dem mit Abstand größten Reiseveranstalter in Deutschland. 1930, kurz bevor die Weltwirtschaftskrise wirksam wurde, erzielte es einen Rekordumsatz von 202 Millionen Reichsmark (RM), über seine 750 Auslandsvertretungen kurbelte es den Inbound-Tourismus an. Auch der *Deutsche Bäderverband*, der *Bund der Verkehrsverbände* und der nur beratende *Reichsausschuß für Fremdenverkehr* (RAFV) betrieben ein wenig Deutschlandwerbung. RDV und MER waren erfolgreiche Konstruktionen. Doch ein übergreifender Spitzenverband kam nicht zustande; die Organisation des Fremdenverkehrs gestaltete sich chaotisch: Jeder gegen Jeden. Alle Versuche einer verbandspolitischen Orchestrierung der Branche verliefen im Sande.

Nationalsozialistische Tourismuspolitik

Das NS-Regime wollte die Urlaubsreise mit KdF sozial und technisch revolutionieren, doch an den Grundlinien der Weimarer Fremdenverkehrspolitik hielt es fest: Förderung des Binnen- und des Inbound-Tourismus, Drosselung des Outbound-Tourismus. Neu war die Verve, mit der dies geschah – und dass es im Kontext einer diktatorischen Politik erfolgte. Das hieß erstens, den Tourismus auch für die Außenpolitik

in Dienst zu nehmen. Und zweitens, die Organisationen des Fremdenverkehrs durch Gleichschaltung unter Kuratel zu stellen.²

Ganz anders als in der Sowjetunion und später in der DDR, wo die private Touristik rasch ausgeschaltet wurde, sollte sich die etablierte Fremdenverkehrswirtschaft nach marktwirtschaftlichen Grundsätzen kräftig entwickeln. Lediglich die Rahmenbedingungen galt es politisch zu kontrollieren und dabei zu verbessern. Umgehend machten sich die neuen Machthaber daran, das Kompetenz-Durcheinander in dieser Branche nach dem „Führerprinzip“ zu straffen.

Zentrale Figur dabei war der Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda Joseph Goebbels, der auch zusammen mit dem Arbeitsfront-Leiter Robert Ley das sozialtouristische KdF-Projekt voranbrachte. Neben Goebbels stieg der bayerische Provinzpolitiker Hermann Esser zum Oberherren des kommerziellen Tourismus auf.

Als erstes wurden die verfeindeten Verkehrs- und Bäderverbände zum *Bund Deutscher Verkehrsverbände und Bäder* (BDVB) zwangsvereinigt. Zugleich wurde der Reichsausschuß für Fremdenverkehr vom Verkehrs- zum Propagandaministerium verschoben und zu einer Art Behörde aufgewertet. Goebbels richtete ein Referat „Verkehrswesen“ ein und war nun faktisch nicht nur Propaganda- sondern auch Tourismusminister („Bevollmächtigter der Reichsregierung“). Allerdings blieb der Reichsverkehrsminister für die Schifftouristik und die Reisebüros zuständig; letztere wurden in der „Fachgruppe Reiseunternehmen“ zusammengefasst, eine Art Zwangsinnung, die vor allem unqualifizierte „Newcomer“ vom Markt fernhalten sollte.

Präsident des BDVB wurde Hermann Esser. Er verdankte seinen Posten hauptsächlich der Tatsache, dass er ein Mitstreiter Hitlers während der Münchener „Kampfzeit“ gewesen war. 1935 wurde er außerdem Leiter der Reichsgruppe Fremdenverkehr in der Reichswirtschaftskammer – dass der Tourismus zu den sieben Reichswirtschaftsgruppen zählte, unterstreicht seinen Stellenwert beim Regime. Esser übernahm auch die Leitung des konkurrierenden RAFV und baute den BDVB zum *Reichsfremdenverkehrsverband* (RFV) um.

Präsident des neuen Spitzenverbands wurde formal Goebbels, geschäftsführender Präsident wurde Hermann Esser (der sich stets ‚Präsident‘ nennen ließ). Er war ein korrupter Postensammler und löste den nun eigentlich überflüssigen RAFV nicht auf, sondern übertrug ihm zunehmend – in gewisser Konkurrenz zur Reichsbahn-Agentur RDV – die In- und Auslandswerbung; ein Prestigeprojekt war das in mehreren Sprachen produzierte Edelmagazin „Deutschland“, das noch bis 1944 gedruckt wurde (obschon Goebbels Tourismuswerbung längst verboten hatte).³ Die Aufgabenverteilung zwischen den beiden Pseudo-Behörden RFV und RAFV blieb

Prof. Dr. Hasso Spode

Historiker und Soziologie. Er ist Archivar an der TU Berlin, Privatdozent an der Leibniz-Universität Hannover und freier Autor. Über 200 wissenschaftliche Arbeiten in zwölf Sprachen sowie zahlreiche Medienbeiträge, insbesondere zur Historischen Tourismusforschung und zum Nationalsozialismus.

unschärfe, dennoch war im Vergleich zur Weimarer Republik eine einigermaßen übersichtliche Struktur geschaffen.

Konkurrenz zu Kraft durch Freude

Der RFV suchte primär den Binnentourismus anzukurbeln und artikulierte die Interessen seiner Mitglieder, die sich bevorzugt gegen „Kraft durch Freude“ richteten. Betonte KdF, die billigen Volksreisen „stellen einen zusätzlichen Verkehr dar“, sodass „keinerlei Reibung mit dem normalen Touristenverkehr auftreten“ könne, so forderte Esser, „wir werden im Fremdenverkehr dafür zu sorgen haben, [...] daß die Zahl der sozial [d.h. durch KdF] zu Betreuenden dauernd abnimmt“. ⁴ Einkommensüberprüfungen bei der Buchung von KdF-Fahrten waren wirkungslos; das wichtigste Resultat des Konflikts war dann vielmehr die räumliche Trennung von staatlichem und kommerziellem Fremdenverkehr: ⁵ KdF zog sich aus den „etablierten Fremdenplätzen“ zurück, die nun wieder dem exklusiven Publikum allein gehörten. Essers Wehklagen zum Trotz erwies sich, dass die Branche mit der staatlichen Konkurrenz gut leben konnte. In der Tat erschloss KdF dem Tourismus (auch) Schichten, die bislang nicht verreisen konnten. Zugleich allerdings übten die Billigreisen einen beträchtlichen Preisdruck auf das Reisevermittlungsgewerbe aus. Dessen ungeachtet boomte die Branche: ⁶ Zwischen 1932/33 und 1938/39 stiegen die Inländer-Übernachtungen von 46 auf 121 Millionen. Der KdF-Sozialtourismus erreichte einen Anteil von rund einem Zehntel am gesamten und von einem Fünftel am touristischen Binnenreiseverkehr (er machte gut die Hälfte der Fremdenübernachtungen aus, der Rest entfiel auf Geschäftsreisen, Heilkuren etc.). Das *Mitteuropäische Reisebüro*, der vornehme Branchenprimus, erzielte 1938

einen neuen Rekordumsatz von 250 Millionen RM – mehr als das Doppelte des KdF-Tourismus-Umsatzes. Und zwar bei ungleich weniger verkauften Reisen. 1937, vor dem „Anschluss“ Österreichs, hatte KdF gut anderthalb Millionen „Volksgenossen“ zu einer Urlaubsreise verholfen, ⁷ das MER brachte es auf nicht einmal 60.000 Teilnehmer an Gesellschaftsreisen, darunter aber auch wohlhabende Ausländer, die Geld ins Land spülten.

Die Welt zu Gast bei Nazis

Politik und Wirtschaft unternahm große Anstrengungen, Ausländer nach Deutschland zu locken. ⁸ Während die Devisenbestimmungen für Ausreisende im Sinne der schon von Brüning eingeführten Regeln fortgeführt und verschärft wurden, wurde der Urlaub für Einreisende verbilligt: Sie konnten Reisemark – eine Variante der Registermark, mit der seit 1931 Auslandsschulden über Treuhänder beglichen wurden – zu einem vergünstigten Kurs erwerben, und die Reichsbahn musste ihnen Rabatte einräumen. Dazu kam eine breite Imagekampagne, gleichermaßen von wirtschaftlichen wie politischen Motiven getragen. In Rundschreiben wurde ein besonders zuvorkommender Umgang mit ausländischen Gästen angemahnt, bis hin zu Debatten, ob ihnen der „Hitler-Gruß“ zuzumuten sei. So ließ die Landesstelle Köln-Aachen des Propagandaministeriums die Kommunalverwaltungen den „ausdrücklichen Wunsch des Führers“ wissen, dass den Auslandsgästen „jedes Entgegenkommen erwiesen wird und ihnen der Aufenthalt in Deutschland so angenehm wie möglich zu gestalten ist“. ⁹

Für die umfangreiche Auslandswerbung blieb – Goebbels unterstellt – die Reichsbahn-Agentur RDV bestehen. Sie unterhielt nun rund 50 eigene Auslandsbüros und gab neben Zeit-

Politik durch Tourismus

Hermann Esser – Auf und Ab eines Nationalsozialisten

Barometergleich schwankte die Bedeutung des bayrischen Nationalsozialisten Hermann Esser (1900–1981) vor und während des „Dritten Reiches“: Mit kaum 20 Jahren war er 1920 Schriftleiter des „Völkischen Beobachters“ und übernahm 1925 als NSDAP-Mitglied (Mitgliedsnummer 2!) das Amt des Propagandaleiters. Esser büßte im internen Streit um die Ausrichtung der Partei 1925/26 massiv an Bedeutung ein, konnte allerdings als Herausgeber der NS-Illustrierten „Illustrierter Beobachter“ bis 1932 seine Position wieder festigen. Nach zwei Ministerämtern in Bayern fand er für seine Affären berüchtigte Esser im Bereich des Tourismus ein neues Wirkungsfeld. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde er zunächst als „Mitläufer“ eingestuft, 1949 von einer deutschen Entnazifizierungskammer hingegen als Hauptschuldiger – Urteil: fünf Jahre Arbeitslager. Nach der Entlassung verdiente er seinen Lebensunterhalt ironischerweise in führender Position beim Tourismusunternehmen „Bayrisches Reisebüro“.



Hermann Esser mit Blumenmädchen aus Wiesbaden beim Fest der deutschen Reise. Quelle: Bundesarchiv, Bild 183-2006-1128-501.

schriften, Broschüren, Plakaten und Werbefilmen 17 fremdsprachige Pressedienste heraus. Es gelang, ein friedfertiges Deutschland zu vermarkten, das Romantik und Natur mit sozialem und technischem Fortschritt verband. Ab 1934 verstärkte Goebbels zudem mit Großereignissen wie den Heidelberger Reichsfestspielen die internationale Aufmerksamkeit. Sie waren die Wiederbelebung eines 1926/28 veranstalteten Freilicht-Theaters und sollten vor allem den etablierten Salzburger Festspielen Konkurrenz machen, war doch Österreich ein Kampfplatz zwischen den beiden „Führern“ Mussolini und Hitler geworden, der versuchte, mit einem faktischen Ausreiseverbot („1000-Mark-Sperre“), den österreichischen Tourismus in die Knie zu zwingen.¹⁰

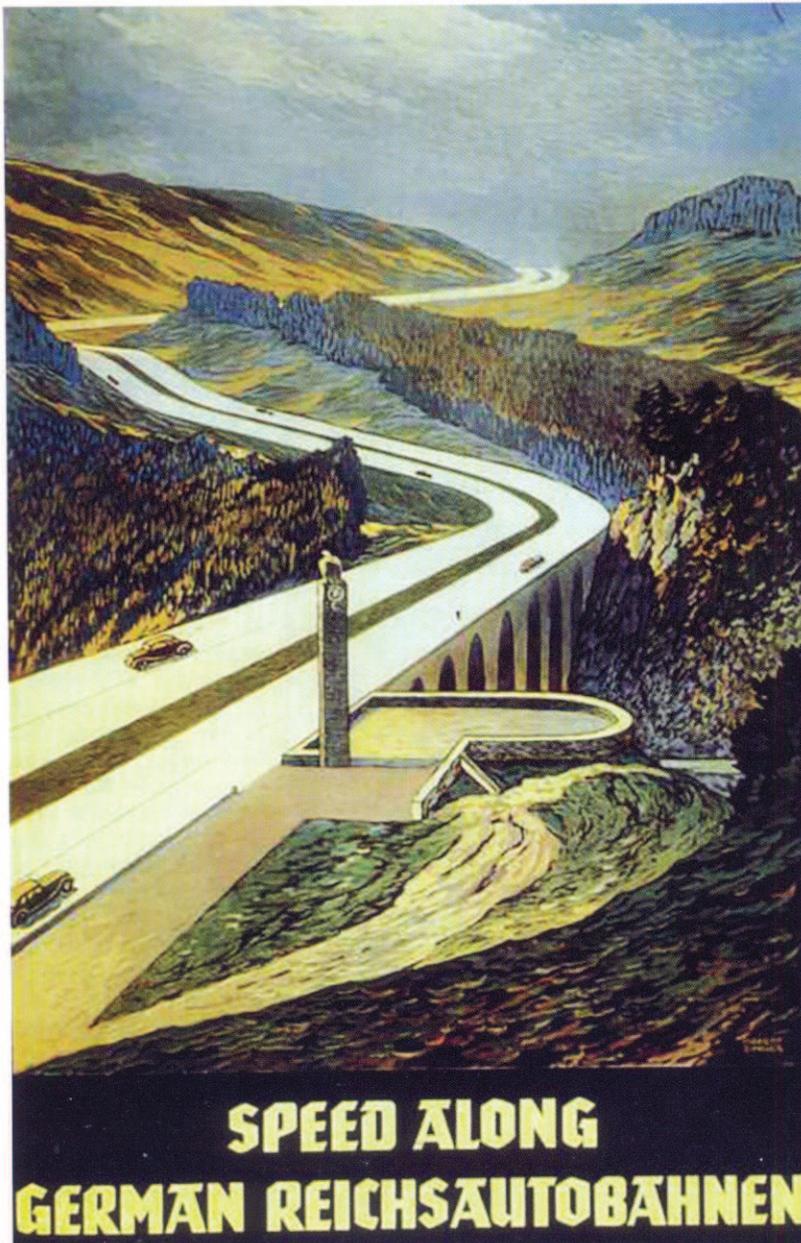
Die wohl auch in diesem Kontext ebenfalls 1934 außerplanmäßig veranstalteten Oberammergauer Passionsspiele lockten 400.000 in- und ausländische Gäste an. Später wurde sogar die bis dahin einzigartige Autobahn beworben, bei deren ästhetischer Gestaltung als riesiges

Gesamtkunstwerk die Tourismusförderung eine zentrale Rolle gespielt hatte – „Speed along German Reichsautobahnen“.¹¹

Touristischer Volltreffer: Olympia 1936

Die beste Gelegenheit, das Dritte Reich zu vermarkten, boten die XI. Olympischen Sommerspiele 1936 in Berlin (und Kiel) sowie, quasi als Probelauf, die IV. Winterspiele in Garmisch-Partenkirchen.¹² Fünf Jahre zuvor hatte der Sportfunktionär Theodor Lewald die Spiele nach Deutschland geholt und damit die sportpolitische Ächtung der Weimarer Republik beendet. Vielen Nazis war die „internationalistische“ olympische Idee zuwider, doch Lewald gelang es, Hitler dafür zu begeistern, und der beließ den „Halbjuden“ auf dem Posten des Präsidenten des Organisationskomitees. Boykott-Bestrebungen in den USA machte federführend der spätere IOC-Präsident Avery Brundage zunichte. Der vom Nationalsozialismus begeisterte Sportfunktionär witterte eine „jüdisch-kommunistische Verschwörung“ und tat die Nürnberger Gesetze von 1935, die Juden zu Deutschen zweiter Klasse machten, als innere Angelegenheit ab – sein Club in Chicago nehme schließlich auch keine Juden auf, und Rassengesetze seien in Amerika schon längst in Kraft. In der Tat: Die „Jim Crow“-Gesetze zur Trennung von Schwarz und Weiß hatten die Blaupause für die Nürnberger Gesetze geliefert. Deutsche Stellen versicherten, keinesfalls würden jüdische Sportler diskriminiert, und so war Brundages Wirken erfolgreich: Die US-Mannschaft reiste mit über 300 Teilnehmern und Teilnehmerinnen an. Insgesamt entsandten 49 Länder fast 4000 Athleten, dreimal soviel wie vier Jahre zuvor bei den Olympischen Spielen in Los Angeles.

Das Regime ließ sich die Chance nicht entgehen und machte aus den bis dato nur mäßig beachteten Spielen ein wirkliches Weltereignis. Es hat Olympia instrumentalisiert und zugleich neu erfunden. Erstmals gab es den Fackellauf (eine Idee Lewalds) und eine Live-Berichterstattung. Weltweit ausgestrahlte Radio-Reportagen – im Berliner Raum sogar Fernsehübertragungen – zogen die Menschen in den Bann, und Leni Riefenstahls pathetische Olympiafilme heimgelassen anschließend internationale Preise ein. Das Olympiastadion stellte alle bisherigen Sportbauten ästhetisch und funktional in den Schatten; und erstmals waren die Athletinnen und Athleten in einem Olympiadorf untergebracht (das „Dorf des Friedens“ ging anschließend an die Wehrmacht). Für 15.000 Gäste mit schmalerem Geldbeutel wurde am Funkturm eine hölzerne „KdF-Stadt“ errichtet. In Berlin herrschte ein weltoffenes, auf den ersten Blick tolerantes Flair. Coca-Cola startete eine Werbekampagne; die Presse mäßigte sich und durfte nicht über Rassenschande-Prozesse berichten; die antisemitische Propaganda verschwand aus dem Stadtbild; Juden hängten statt der für sie verbotenen Hakenkreuzfahne eine Olympia-Flagge aus dem Fenster. Und selbstredend unterblieb jegliche Diskriminierung der angereisten Athleten. Zum deutschen Kader zählte eine in den USA lebende Alibi-Jüdin, die Silber im Florett holte und vom „Führer“ mit freundlichen Worten bedacht wurde (wogegen eine jüdische Hochspringerin vorab ausgeschlossen worden war). Unumstrittener



RDV-Plakat „Speed along German Reichsautobahnen“, ca. 1939. Quelle: Historisches Archiv zum Tourismus, D060/00-8.

Liebling des Berliner Publikums wurde just ein Afroamerikaner, der Leichtathlet Jesse Owens aus den USA – was Hitler im Stadion zu einem kaum verhohlenen Wutanfall provozierte. Owens hatte sich zunächst für einen Boykott ausgesprochen und sah seinen Triumph zeitlebens mit gemischten Gefühlen. Brundage hingegen bekundete noch 1971, die Berliner Spiele seien „die besten in der modernen Geschichte“ gewesen. Dem Ausland demonstrierte das NS-Regime damit jedenfalls Deutschlands Leistungskraft, Friedfertigkeit und Kultiviertheit und kurbelte zugleich den Tourismus an.

Zum Marketing gehörte es auch, die Rassentrennung dezent zu handhaben.¹³ Anlässlich der Olympiade forderte Martin Bormann im Namen von Hitlers Stellvertreter Heß, dass Zutrittsverbote „ohne besondere Gehässigkeit zum Ausdruck bringen, dass Juden unerwünscht sein (Sic!)“.¹⁴ Besucher aus westlichen Ländern sollten nicht verschreckt werden, und auf „jüdisches“ Geld, ob Mark, Pfund oder Dollar, wollte man nicht verzichten. Schilder wie „Für Hunde und Juden verboten“ wären da kontraproduktiv gewesen. Deutsche Juden stellten ein kaufkraftstarkes Marktsegment dar, das ihren geringen Bevölkerungsanteil weit übertraf. Den lokalen Stellen und den Hoteliers blieb ein beachtlicher Spielraum: Manche wiesen Juden kategorisch ab, andere keineswegs. In etlichen Ländern der Welt sah dies nicht anders aus. Mit staatlicher Rückendeckung wurden nun viele Sommerfrischen und fast alle Seebäder für Juden bald Tabu (siehe dazu die Kurz-Beiträge in dieser Ausgabe der „informationen“). In vornehmen Kurorten schien es hingegen, als habe sich wenig geändert. Eigens für das „Judenbad“ Baden-Baden war 1933 das Spielbankverbot aufgehoben worden. Die Kurverwaltung betonte die „Gastfreundschaft gegenüber allen Besuchern [...] gleichgültig welcher Einstellung und Rasse“ – ein Affront gegen stramme Antisemiten.¹⁵ Doch 1937 kam die Wende. Zum Entsetzen der Hoteliers machte Reichsstatthalter Robert Wagner, ein blindwütiger Judenhasser, im Land Baden die Rassentrennung in Kurorten obligatorisch, und vom Reichsministerium des Inneren kam dann ein Runderlass über in- und ausländische „jüdische Kurgäste“ heraus. Esser, Antisemit aber auch Branchenlobbyist, hatte sich in dieser Frage zurückgehalten; er war vom Ministerium übergangen worden und ihm blieb nur, den Erlass als „Richtlinie Nr. 7“ seines RAFV zu übernehmen. Sie ließ noch Schlupflöcher offen, unterschied Kur- und Heilbäder und galt lediglich für „staatliche und gemeindliche Träger von Kureinrichtungen“: In Kurorten „können“ Juden von den Einrichtungen ausgeschlossen werden. In medizinischen Heilbädern dagegen sind „Gemeinschaftseinrichtungen, die Heilzwecken dienen, [...] auch den Juden zur Verfügung zu stellen“; es ist jedoch „angängig“ ihnen „bestimmte Badekabinen oder Badezeiten“ zuzuweisen – zudem dürfen sie nicht durch „deutschblütiges weibliches Personal unter 45 Jahren“ betreut werden.¹⁶ Die dumpf sexuell konnotierten Ängste um die „Rassenreinheit“ hatten Gesetzeskraft erlangt. Es entsprach dem Bürokratismus des Rassenwahns, dass Juden für eventuelle Beschränkungen bei der Benutzung der Kureinrichtungen ein Rabatt auf die Kurtaxe gewährt werden sollte. Die Richtlinie war ein Kompromiss zwischen fanatischen und weniger fanatischen Antisemiten in der Partei und nahm Rücksicht auf die Belange der Tourismus- und

Gesundheitsbranche. Bürgermeister, Kurdirektoren und Klinikmitarbeiter, denen sie nicht weit genug ging, gestalteten aber den Aufenthalt so erniedrigend wie möglich. Bei dieser Richtlinie blieb es nicht. 1939 wurde ein ärztliches Attest obligatorisch und 1940 waren dann die Bäder nahezu „judenfrei“. Schrittweise waren Juden immer radikaler ausgrenzt worden – was vielen ausländischen Gästen kaum aufgefallen war, wenn sie es denn nicht begrüßt hatten. In Amerika galt schließlich in vielen Bundesstaaten ebenfalls strikte Rassentrennung, informell oft auch für Juden.

Steigende Besucherzahlen

Durch die geschickte Imagepflege konnte das grimmige Bild der Diktatur zum großen Teil neutralisiert und der Inbound-Tourismus gesteigert werden.¹⁷ Im Olympiasommer 1936 nahmen die Meldungen von Ausländern um 48 Prozent zu. Die höchsten Werte wurden im Berichtsjahr 1936/37 mit 2,3 Millionen Meldungen und 6,9 Millionen Übernachtungen erreicht. Das waren 71 Prozent mehr als 1928/29, also vor der Weltwirtschaftskrise, bei einem fast gleichen Übernachtungsanteil von Ausländern von sieben Prozent. Dass dieser Anteil bei den stark steigenden absoluten Zahlen gehalten werden konnte, ist angesichts des Zusammenbruchs des Welthandels, der ja auch den internationalen Reiseverkehr schwer traf, als großer Erfolg zu werten. Allein bis 1935 (spätere Zahlen gibt es nicht) dürften sich die Einnahmen im Inbound-Tourismus von 180 Millionen RM im Jahr 1929 auf 320 Millionen erhöht haben.¹⁸ Das entsprach ungefähr einem Zwölftel der deutschen Exporterlöse.¹⁹ Die meisten Besucher kamen aus Großbritannien, den Niederlanden und den USA. Darunter dürften viele Bewunderer des Nationalsozialismus gewesen sein, zumindest Menschen, die naiv neugierig waren auf das „neue Deutschland“. Jedenfalls werden nur die wenigsten die unsichtbaren „giftigen Ausdünstungen von Unterdrückung, Verfolgung und Angst“ – so der US-Schriftsteller Thomas Wolfe über das bunte Treiben am Kurfürstendamm im sommerlichen Berlin 1936 – bemerkt haben. Der Alltag in Deutschland erschien von erstaunlich unspektakulärer Normalität:²⁰ ein kultiviertes, prosperierendes und im Grunde friedfertiges Land, das gegen seine Diskriminierung durch Versailles vorgeht – neben dem außenwirtschaftlichen ein mindestens ebenso großer außenpolitischer Gewinn.

Doch 1938 – Hitler hatte mit Entlassung der Wehrmachtsführung und des Außenministers seiner aggressiven Politik freie Bahn geschaffen – begannen die wachsenden internationalen Spannungen den Inbound-Tourismus zu beeinträchtigen. Im Sommer gingen die Fremdenmeldungen um ein Viertel zurück. Mit der „Reichskristallnacht“, die Goebbels am 9. November kurz nach der Münchner Konferenz initiierte, hat er dann selbst die sorgsam gepflegte Fassade zum Einsturz gebracht. Chamberlains Hoffnung, „Herr Hitler“ würde nun Ruhe geben, schwand dahin. Der Vertragsbuch der Annexion der „Rest-Tschechei“ im März 1939 öffnete der Welt dann endgültig die Augen. Krieg lag in der Luft. Der Inbound-Tourismus brach nochmals um ein Drittel ein, bevor er im September praktisch zum Erliegen kam.

*Die meisten Besucher*innen kamen aus Großbritannien, den Niederlanden und den USA. Darunter dürften viele Bewunderer des Nationalsozialismus gewesen sein, zumindest Menschen, die naiv neugierig waren auf das „neue Deutschland“.*

Anmerkungen

- 1 Vgl. Ernst Bernhauer: Deutscher Fremdenverkehrsverband (DFV). Bonn 1972, S. 81ff.; Thilo Nowack: Rhein, Romantik, Reisen. Der Ausflugs- und Erholungsreiseverkehr im Mittelrheintal im Kontext gesellschaftlichen Wandels, 1890 bis 1970. Diss., Univ. Bonn 2006, S. 68ff.; Christine Keitz: Reisen als Leitbild. München 1997, S. 53ff.; Hasso Spode: Wie die Deutschen „Reiseweltmeister“ wurden. Erfurt 2003, S. 105ff.
- 2 Vgl. Hasso Spode: Tourismus, in: Marcel Boldorf (Hg.): Wirtschaft im Nationalsozialismus und im Zweiten Weltkrieg, Berlin/New York [im Erscheinen]; Christopher Görlich: Hermann Esser und die nationalsozialistische Fremdenverkehrspolitik. MA-Arbeit, FU Berlin 2003, S. 64ff.; Kristin Semmens: Seeing Hitler's Germany. Tourism in the Third Reich. Basingstoke 2005, Kap. 2; Bernhauer, DFV [wie Anm. 1], S. 88ff.; Nowack, Rhein [wie Anm. 1], S. 120ff.; Keitz, Reisen [wie Anm. 1], S. 230ff.; Mathias Frese: Naherholung und Ferntourismus, in: Wilfried Reininghaus/Karl Teppe (Hg.): Verkehr und Region im 19. und 20. Jahrhundert. Paderborn 1999, S. 339-386.
- 3 Deutschland, hg. v. RAFV 1 (1934) bis 10 (1944). Historisches Archiv zum Tourismus (HAT): ZSF-009.
- 4 Eberhard Moes: Aufbau und Leistungen der nationalsozialistischen Gemeinschaft „Kraft durch Freude“, in: Deutsches Arbeitsrecht Jg. 4 (1936), H. 11, S. 283-291, hier S. 286; Hermann Esser: Wirtschaftsfragen im Fremdenverkehr, in: Deutsche Volkswirtschaft Jg. 5 (1936), S. 695-696, hier S. 696.
- 5 Vgl. Semmens, Seeing Hitler's Germany [wie Anm. 1], Kap. 5; kurz: Spode, Reiseweltmeister [wie Anm. 1], S. 120; Zahlen: ders.: Some Quantitative Aspects of „Kraft durch Freude“ Tourism, 1934-1939, in: Margarita Dritsas (Hg.): European Tourism and Culture. Athen 2007, S. 123-148, Tab. 5, unter URL: <http://hist-soz.de/publika/EU-Tourism.pdf> [zuletzt: 06.10.2021].
- 6 Vgl. Spode: Tourismus [wie Anm. 2].
- 7 Spode, Aspects [wie Anm. 5], Tab. 1.
- 8 Vgl. Nowack, Rhein, Kap. 5.3; Semmens, Seeing Hitler's Germany [wie Anm. 2], S. 124ff.; Frese, Naherholung [wie Anm. 2], S. 361f.
- 9 Zit. n. Nowack, Rhein [wie Anm. 8], S. 136.
- 10 Vgl. Eva Maria Mayrhuber: Wirtschaftsfaktor Fremdenverkehr. Die Geschichte des österreichischen Tourismus zwischen Weltwirtschaftskrise und 1.000-Mark-Sperre. MA-Arbeit, Univ. Wien 2010.
- 11 Titel eines RDV-Plakats, ca. 1939. HAT: D060/00-8; vgl. kurz Spode, Reiseweltmeister [wie Anm. 1], S. 123f.
- 12 Vgl. Arnd Krüger: Die Olympischen Spiele 1936 und die Weltmeinung. Ihre außenpolitische Bedeutung unter besonderer Berücksichtigung der USA. Diss., Univ. Köln 1971.
- 13 Zum Folgenden vgl. Frank Bajohr: „Unser Hotel ist jüdenfrei“. Bäder-Antisemitismus im 19. und 20. Jahrhundert. Frankfurt a.M. 2003, Kap. 3; Görlich, Hermann Esser [wie Anm. 2], S. 94ff.
- 14 Zit. n. Görlich, Hermann Esser [wie Anm. 2], S. 92.
- 15 Vgl. Angelika Schindler: Der verbrannte Traum. Jüdische Bürger und Gäste in Baden-Baden. Baden-Baden 1992, hier S. 106.
- 16 Der Fremdenverkehr Nr. 33, 10.8.1937.
- 17 Zahlen: Spode, Tourismus [wie Anm. 2].
- 18 Ohne Seeschiffahrt; das Passagieraufkommen war weltweit nachhaltig eingebrochen.
- 19 Das Statistische Reichsamt durfte ab 1936 keine Zahlungsbilanz mehr publizieren; angesichts der weiteren Steigerung des Inbound-Tourismus muss der Überschuss, und damit der Anteil am Exportvolumen, noch beträchtlich zugenommen haben.
- 20 Vgl. Semmens, Seeing Hitler's Germany [wie Anm. 2], Kap. 4; siehe auch: Angela Schwarz: Die Reise ins Dritte Reich. Britische Augenzeugen im nationalsozialistischen Deutschland. Göttingen 1993; Adam Rosenbaum: Bavarian Tourism and the Modern World. New York 2006.

Bäder-Antisemitismus in den USA

No dogs, no jews

Jüdische Bürger*innen waren nicht nur in vielen deutschen oder europäischen, sondern auch in US-amerikanischen Bädern nicht erwünscht. „Resort antisemitism“ trat dort bereits im 19. Jahrhundert auf. „No dogs! No jews!“ hieß es in manchen Hotels. Meist wurde die Ausgrenzung dezenter umschrieben: Es seien nur „selected guests“ zugelassen. Auch in Florida breitete sich der Antisemitismus aus. Noch 1957 (!) gaben in einer Umfrage zur Diskriminierung 23 Prozent der Hotels an, keine Juden beherbergen zu wollen.

Die jüdischen Feriengäste eroberten sich eigene Erholungsorte und -regionen. Dazu zählten die Catskill Mountains nordwestlich von New York. Wegen der rund 500 Hotels und Pensionen in jüdischer Hand wurde die Gegend Borscht Belt genannt, so bezeichnet nach der osteuropäischen Rote-Beete-Suppe. Auch Sanatorien und Heilstätten weigerten sich vielfach, jüdische Patienten aufzunehmen. Auch hier umschrieb man die Diskriminierung: Die nicht-jüdischen Gäste sollten sich „socially comfortable“ fühlen.

Lektüre:

Richard E. Fraenkel: ‚No Jews, Dogs, or Consumptives.‘ Comparing Anti-Jewish Discrimination in Late-Nineteenth-Century Germany and the United States, in: Nineteenth-Century Anti-Semitism in International Perspective – Open Peer Review, 05.12.2016, URL <https://antisem19c.hypotheses.org/630>

