



WAS NEHMEN WIR VON DEN REISEN ODER VOM URLAUB MIT?

BEGLEITMATERIAL ZUM FILM

BEEEN THERE

Themen:

FERIEN, TOURISMUS, REISEBEDÜRFNISSE, GLOBALISIERUNG

Schulstufe:

ZYKLUS 3, SEK II

DOKUMENTARFILM VON CORINA SCHWINGRUBER ILIC

Filmlänge: 10 Minuten

Altersempfehlung: Ab 8 Jahren

Produktion: freihändler Filmproduktion GmbH, SRF Schweizer Radio und Fernsehen, Stella Händler

Produktionsjahr: 2023

Kamera: Nikola Ilic

Ton: Homolka Hartmut

Land: Schweiz

Sprache: ohne Sprache

INHALTSVERZEICHNIS

1. ZUM FILM

2. UMSETZUNG IM UNTERRICHT

1.1. INHALT



- Beschrieb** Der Dokumentarfilm beleuchtet den modernen Massentourismus aus verschiedenen Blickwinkeln. Er zeigt Touristinnen und Touristen, die ihre Reisen und Ferien vor allem durch die digitale Linse erleben. Man fragt sich, was sie - abgesehen von einem Bildnachweis - von ihrer Reise mitnehmen. (vgl. [SwissFilm](#)).
- Botschaft** «Been there» zeigt Menschen, die berühmte Sehenswürdigkeiten besuchen und ihre Anwesenheit fotografisch dokumentieren. Kaum ist ein Foto oder ein Video gemacht, geht es zum nächsten Ort. Man erhält den Eindruck, dass sie sich überhaupt nicht mit der Kultur oder der Geschichte des Ortes auseinandersetzen. Das führt dazu, dass der wahre Wert des Reisens vermindert und zu einer oberflächlichen Erfahrung wird. Dieser Film regt dazu an, über den (eigenen) Sinn und Zweck von Reisen und Urlaub nachzudenken.

1.2. ZUM FORMAT



Filmanalyse



Die Situationen mit den Touristinnen und Touristen sind uns sehr vertraut und werden im Film ohne Kommentare oder Erklärungen gezeigt. Der Film bietet einen Blick auf den modernen Massentourismus und ermöglicht durch seine Machart einen grossen Interpretationsspielraum. Die Zuschauenden entdecken neue Perspektiven und Details und reflektieren zwangsläufig ihr eigenes Reiseverhalten.

Die Filmemacherin Corina Schwingruber schafft es, die gezeigten Personen von ihrer Umwelt zu entkoppeln. Die Personen im Film wirken dadurch inmitten der Menschenmassen oder Landschaften etwas «verloren». Damit unterstreicht sie auf dezente Weise den Filmtitel, der aufzeigt, dass es oft nur darum geht, da gewesen zu sein.

Dramaturgie

«Been there» hat einen klaren dramaturgischen Aufbau. Im ersten Teil sind nach einem kurzen Intro Menschen zu sehen, die im Tourismus ihr Geld verdienen und sich auf den Besuch von Touristinnen und Touristen vorbereiten: Ein Fiaker in Wien schaut erwartungsvoll auf sein Handy oder ein Gondoliere in Venedig putzt seine Gondel. Dann kommen nach und nach immer mehr Menschen an verschiedenen touristischen Hotspots an. Die Personen sind im nächsten Teil damit beschäftigt, Fotos zu machen oder sich für Fotos in Szene zu setzen. Am Ende des Films sind wieder Einheimische zu sehen, die den Müll, den die Reisenden hinterlassen haben, wegräumen. Es entsteht eine Art Kreislauf, der die automatisierten Abläufe des Massentourismus aufzeigt.

1.3. HINTERGRUNDINFORMATIONEN



Informationen Warum verreisen wir eigentlich? zum Filmthema

Jede Person hat eigene Gründe und Vorstellungen vom Reisen und Urlaub machen. Mögliche Motive und Anforderungen können sein:

1. Kulturelles Verständnis: Verschiedene Kulturen, Traditionen und Lebensweisen kennen lernen und dadurch interkulturelles Verständnis aufbauen.
2. Persönliches Wachstum: Selbständigkeit festigen, die eigene Flexibilität ausbauen und lernen, mit ungewohnten Situationen umzugehen.
3. Erholung und Entspannung: Dem Alltag entfliehen, Stress abbauen und sich erholen.
4. Abenteuer und Entdeckung: Neugier wecken, neue Orte entdecken und Abenteuer erleben.
5. Bildung: Horizont erweitern und praktische Lernmöglichkeiten ausserhalb des Klassenzimmers erblicken.



Welchen Stellenwert haben soziale Medien?

Der Tourismus wird heute unter anderem auch durch soziale Medien angekurbelt. Eine 2019 veröffentlichte [Studie von booking.com](#) zeigt, dass diese das Reiseverhalten vor allem der Generation Z (geboren zwischen 1995 und 2010) stark beeinflussen. Über die Hälfte der Befragten lassen sich bei der Wahl ihres Reiseziels von Social Media inspirieren, wobei Instagram für 40% die Hauptquelle ist. Influencer spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Etwa 40 % der Generation Z vertrauen ihren Empfehlungen und 20% folgen diesen. Orte, die auf Fotos gut aussehen, werden bevorzugt und rund ein Drittel teilt selbst Reisebilder auf Social Media. Zudem achten viele junge Menschen darauf, dass ihre Reiseziele «instagrammable» sind.

Dadurch entstehen neue Trends oder konzentrierte Besuchsorte (Hotspots), was gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Chancen und Probleme mit sich bringt. Die Herausforderung besteht darin, den Einfluss durch und mit Social Media nachhaltig und aktiv mitzugestalten, negative Auswirkungen (vgl. Seite 8 und 9) zu minimieren, Chancen zu nutzen und zukunftsorientierte Möglichkeiten aufzuzeigen.

Was nützen Bilder und Videos ferner Orte?

Was Menschen fotografisch festhalten, hängt von ihren Interessen und Bedürfnissen ab. Manchmal sind Orte, Personen, Gegenstände oder alles zusammen auf einem Bild oder Video zu sehen. Visuelle Dokumentationen ermöglichen den Rückblick auf ein spezifisches Erlebnis. Doch was wird da genau erlebt und was wird über das Reisen berichtet? Es gibt verschiedene Arten und Gründe, über eine Reise zu berichten. Reisebilder ermöglichen zum Beispiel...

- ...einen virtuellen und emotionalen Zugang zu einem bestimmten Ort.
- ...das Erlebte aus unterschiedlichen Blickwinkeln und Perspektiven nochmals aufleben zu lassen.
- ...die Weitergabe von ungefilterten und praktischen Informationen.
- ...neue Orte zu entdecken und zu lokalisieren.
- ...Anreize für neue Fragen und Diskussionen zu schaffen.
- ...Inspiration für zukünftige Reisen.

Viele Reiseblogs enthalten Geschichten, Tipps, Sammlungen, Fakten usw. Oft werden diese mit Bildern visuell unterstützt. Hier einige Beispiele:

- Nomadic Matt (nomadicmatt.com): Diese Webseite bietet eine Vielzahl von Reiseberichten, Tipps und Geschichten aus aller Welt.
- Lonely Planet (lonelyplanet.com): Neben Reiseführern und praktischen Tipps gibt es auch zahlreiche Reiseerzählungen und Erfahrungsberichte von Reisenden.
- The Blonde Abroad (theblondeabroad.com): Ein Blog, der von einer weiblichen Reisenden geführt wird und viele inspirierende Reise Geschichten, Fotos und Tipps bietet.
- Travel Blog (travelblog.org): Eine Plattform, auf der Reisende ihre eigenen Reiseblogs erstellen und veröffentlichen können, wodurch eine grosse Sammlung von Reiseerzählungen entsteht.
- Globetrotter Girls (globetrottergirls.com): Die Seite bietet detaillierte Reiseberichte, Tipps und inspirierende Geschichten von verschiedenen Destinationen weltweit.
- National Geographic Travel (nationalgeographic.com/travel): – Auf dieser Seite finden sich professionelle Reiseerzählungen und atemberaubende Fotos von National Geographic-Reisenden, Journalisten und Journalistinnen.



Tourismus im Wandel

Früher: Im 18. Jahrhundert reisten immer mehr Menschen in die Schweiz, weil die Begeisterung für die Alpen und die Verbindung von Natur und Kultur stets attraktiver wurde. Im 19. Jahrhundert trug der Ausbau der Eisenbahn entscheidend dazu bei, die Schweiz besser zugänglich zu machen. Reiseführer, Reisebüros und die Entwicklung touristischer Infrastruktur wie Hotels und Bergbahnen führten dazu, dass die Schweiz zu einem begehrten Reiseziel wurde.

Heute: Der Massentourismus in der Schweiz bringt wirtschaftliche Vorteile für bestimmte Regionen und Branchen. Gleichzeitig verursacht Über-tourismus auch erhebliche Probleme. Vor allem in stark besuchten Orten wie Luzern, Lauterbrunnen und dem Tessin ist das spürbar. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, ergreifen einige Gemeinden und Institutionen Massnahmen wie Zugangsbeschränkungen oder erheben Gebühren, um die Besucherzahlen zu reduzieren oder Menschenansammlungen zu verteilen. Im SRF-Artikel [«Massentourismus in der Schweiz: vorteilhaft oder schädlich?»](#) werden konkrete Beispiele aufgezeigt, wie an verschiedenen Orten versucht wird, die negativen Auswirkungen des Tourismus zu minimieren oder gerechter zu verteilen.

Welche Vor- und Nachteile bringt der Tourismus?

Der Frage soll aus den verschiedenen Perspektiven einer nachhaltigen Entwicklung nachgegangen werden.

Vorteile

- Wirtschaft: Touristinnen und Touristen geben Geld für Einkäufe, Unterkünfte, Restaurants, Attraktionen und Souvenirs aus. Das führt zu infrastrukturellen Aufwertungen wie dem Ausbau von Verkehrsverbindungen, dem Bau neuer Hotels oder der Modernisierung von Strassensystemen. Dies wiederum schafft Arbeitsplätze und fördert die lokale und regionale Wirtschaft.
- Gesellschaft: Der Austausch von und zwischen Kulturen erweitert das kulturelle Bewusstsein und stärkt den sozialen Zusammenhalt. Zudem ermöglichen die Einnahmen aus dem Tourismus Investitionen in den Erhalt historischer und kultureller Stätten sowie in die Pflege von Parks und Treffpunkten.

Nachteile

- Umwelt: Die steigenden Besucherzahlen sind in einigen Orten kaum noch zu bewältigen und belasten die Natur. Müllberge türmen sich oder die Kläranlagen können die Kapazität der Wassermengen nicht verarbeiten. Der Ausbau und der Unterhalt von Sehenswürdigkeiten braucht Platz, verdrängt natürliche Habitate von Tieren und Pflanzen und beeinflusst die Ökosysteme.
- Gesellschaft: Die lokale Bevölkerung muss sich stetig an die Dynamik des Massentourismus anpassen: Umgang mit Umweltverschmutzung und -veränderung, ungleiche Arbeitsverteilung über das Jahr, plötzliche gesellschaftliche und finanzielle Veränderungen durch Naturkatastrophen oder gesellschaftspolitische Ereignisse, stetige Suche nach Aktualität und Innovation usw. Zudem kann das Gefühl entstehen, von den Besuchern und Besucherinnen immer mehr verdrängt zu werden.
- Wirtschaft: Viele durch den Tourismus geschaffene Arbeitsplätze sind saisonabhängig und instabil, oft gering qualifiziert oder schlecht bezahlt. Orte, die stark vom Tourismus abhängig sind, leiden unter mangelnder wirtschaftlicher Vielfalt, wodurch Menschen ausserhalb touristischer Zentren und Dienstleistungen wirtschaftlich benachteiligt werden. Zudem treibt der Tourismus die lokalen Preise oft in die Höhe, was für die einheimische Bevölkerung problematisch werden kann.

..... Quellen

- Historisches Lexikon der Schweiz (HLS) (2022): Tourismus.
<https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/014070/2022-03-08/>
(zuletzt abgerufen am 21.08.2024).
- <https://www.revfine.com/de/touristische-bedeutung/#social-cultural-disadvantages>
(zuletzt abgerufen am 25.07.2024).
- <https://news.booking.com/de/generation-z-und-social-media-nicht-so-eindeutig-wie-gedacht/> (zuletzt abgerufen am 25.07.2024).
- <https://www.studysmarter.de/schule/geographie/humangeographie/social-media-tourismus/> (zuletzt abgerufen am 25.07.2024).
- <https://www.srf.ch/news/dialog/was-findet-sie-massentourismus-in-der-schweiz-vorteilhaft-oder-schaedlich> (zuletzt abgerufen am 21.08.2024).

..... Weiterführende Links

- Über Ferienerlebnisse schreiben und erzählen: [5 Ideen für deinen Unterricht](#)
- Lernmedium Zyklus 3, Sek II «[Shape your Trip](#)» über nachhaltiges Reisen
- [Selbsteinschätzung](#) über die Einflüsse von Reisezielen (Myclimate)
- Unterrichtseinheit von Shape your Trip: [Szenarien und Ideen für das Reisen in der Zukunft](#)
- Themendossier «[Reisen](#)» von [éducation21](#)

2.1. ZIELE

BNE-Trilogie

DIMENSIONEN	KOMPETENZEN *	PRINZIPIEN *
<ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaft (Zweck, Sinn) • Wirtschaft (Treiber, Einflüsse) • Umwelt (Konsumfolgen) • Zeit (Wandel durch Social Media) • Raum (Globalisierung, Reisen) 	<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzt Denken • Eigene und fremde Werte reflektieren • Verantwortung übernehmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vernetzendes Denken • Wertereflexion und Handlungsorientierung • Entdeckendes Lernen

*bezieht sich auf das Kompetenzen- und Prinzipienraster von éducation21

BNE-Relevanz

Viele Menschen reisen um die Welt und posten Bilder und Videos auf Social Media. Schöne und viel fotografierte Orte ziehen den Tourismus an, der oft einen Menschenansturm zur Folge hat. Damit wird auch die natürliche Umwelt in Mitleidenschaft gezogen. Es ist wichtig, dass in Schulen die Auswirkungen des Reisens auf Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und die damit verbundenen Einflüsse mit und von Social Media thematisiert werden. Durch die gezielte Reflexion über das eigene Reiseverhalten sollen Kinder und Jugendliche sich mit dem Sinn und Zweck von Reisen und Urlaub auseinandersetzen und somit ein Bewusstsein für ihr eigenes Wohlbefinden und nachhaltige Reiseentscheidungen erlangen.

Bezüge zum Lehrplan

Zyklus 3:

Die Schüler/-innen können...

- RZG.2.5.b ...Formen des Tourismus beschreiben, sowie die wirtschaftliche Bedeutung für ausgewählte Regionen charakterisieren.
- WAH.3.1.b ...unterschiedliche Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen und benennen, sowie deren Bedeutung für das eigene Konsumieren reflektieren.
- ERG.2.2.a ...erlebte, beobachtete oder erzählte Situationen anhand der Perspektiven verschiedener Beteiligter beurteilen.

Sek II ABU:

- Wirtschaft: Bildungsziel A: Verantwortungsvoll konsumieren.
- Ökologie: Bildungsziel C: Nachhaltige Handlungsmöglichkeiten entwickeln.
- Technologie: Bildungsziel A: Einfluss der Technologien analysieren.

Sek II Gymnasium:

- Geografie: Nachhaltigkeitsrelevante Fragestellungen gemeinsam bearbeiten.
- Wirtschaft/Recht: Verantwortung übernehmen und Handlungsspielräume nutzen.
- Philosophie: Eigene und fremde Werte reflektieren.

Lernziele Die Schülerinnen und Schüler können ...

- ...können Interessen und Bedürfnisse für ihre eigenen Reisen benennen.
- ...haben eine Idee davon, ob oder wie sie Social Media an einem nächsten Besuchsort verwenden oder bewusst einsetzen möchten.
- ...beurteilen die Qualität von eigenen Urlauben/Reisen.

Handlungs- aspekte Die Schülerinnen und Schüler...

- ...erkennen verschiedene Nutzungen und Vorstellungen von Urlaub. (Die Welt wahrnehmen)
- ...analysieren den oberflächlichen Tourismus und erkennen die damit verbundenen sozialen und gesellschaftlichen Konsequenzen. (Sich die Welt erschliessen)
- ...beurteilen die Qualität ihrer bisherigen Urlaube/Reisen und reflektieren den eigenen Wert und Sinn von Urlaub/Reisen. (Sich in der Welt orientieren)
- ...entwerfen eine Idee, wie und ob Social Media beim nächsten Urlaub genutzt werden soll. (In der Welt handeln)

2.2. VORSCHLAG UNTERRICHTSEINHEIT (2-4 Lektionen)

Übergeordnete Leitfrage:

Was nehmen wir von den Reisen oder vom Urlaub mit?

Didaktischer Aufbau nach Querblicke¹:

EINSTIEG	WISSENSAUSBAU UND VERNETZUNG	VISIONSENTWICKLUNG	BEANTWORTUNG DER LEITFRAGE	TRANSFER
<ul style="list-style-type: none"> • Besteht ein Unterschied zwischen Reisen und Urlaub machen? • Was nehme ich aus meiner letzten Reise / meinem letzten Urlaub mit? 	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Urlaubsbilder sprechen (mich) an? • Wie können Touristen und Touristinnen mit ihrem Verhalten die Umwelt, die Gesellschaft und die Wirtschaft beeinflussen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Was ist mir auf meinen eigenen Reisen und im Urlaub wichtig? • Wie werde ich meine nächsten Reisen dokumentieren? Worauf achte ich? 	<ul style="list-style-type: none"> • Was sollten Urlaubsbilder erzählen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Wie nehme ich meine Umwelt wahr? • Was kann ich ausser Bildmaterial von den Reisen/vom Urlaub mitnehmen?

EINSTIEG		
SEQUENZ	INHALT	MATERIAL
Vorbereitung	Die SuS bringen Bilder oder Gegenstände von ihrer letzten Reise/ihrem letzten Urlaub mit, die sie der Klasse präsentieren wollen.	Bilder, Gegenstände
Einstieg	<p>Was nehme ich von meiner letzten Reise/ meinem letzten Urlaub mit? (10min)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die SuS stellen die Bilder/Gegenstände auf ihren Tischen aus und kommentieren sie in Kurzform (#, Emoji, Kurzkomentar). • Die SuS laufen umher und sehen sich die Präsentationen der anderen an (Vernissage). • Im Schnelldurchlauf kommentiert jeder SuS mündlich, was er/sie von dieser Reise/diesem Urlaub ausser dem Foto/ Gegenstandmitgenommen hat. 	Bilder, Gegenstände, Beschriftungskarten
HAUPTTEIL 1/2		
Wissensausbau	<p>Film (15min)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die LP macht die Brücke zum Film: «Was nehmen die Leute im Film von ihren Reisen mit?» • Film schauen. Anschliessend Frage im Plenum diskutieren. • Weiterführende Frage: Haben die Personen im Film die Fotos für sich selbst oder für andere gemacht? 	Film, Beamer

¹ Muheim, V., Wüst, L., Künzli David, Ch., Bertschy, F., Buchs, Ch., Bänniger, Ch., Gysin, S., Isler-Wirth, P. (2014). Bildung für eine Nachhaltige Entwicklung vertiefen. Grundlagenband aus der Reihe ‚Querblicke‘. Herzogenbuchsee, Ingold Verlag.

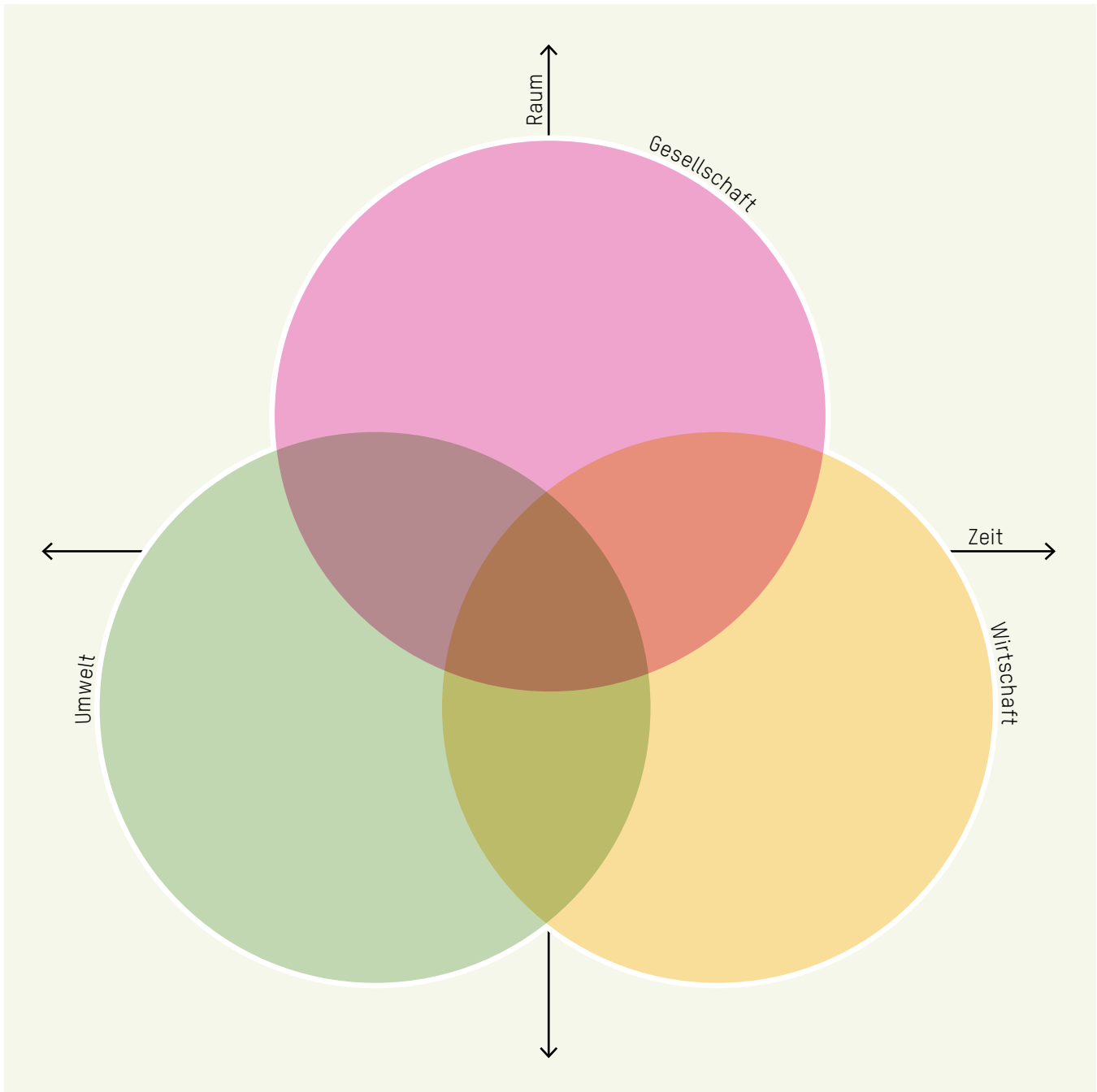
HAUPTTEIL 2/2		
Vertiefung I	<p>Reiseberichte analysieren (40min)</p> <ul style="list-style-type: none"> «Welche Urlaubsbilder sprechen (mich) an?» Die SuS recherchieren auf verschiedenen Plattformen (vgl. Links in den Hintergrundinformationen) oder in physischen Reiseprospekten. <p>Weiterführung: Selbsteinschätzung über die Einflüsse von Reisezielen (Myclimate)</p>	Tablet/Laptop, Bilder, Broschüren, Zeitschriften, Links aus Hintergrundinformationen
Vertiefung II	<p>Einfluss auf Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft (40min)</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Klasse bereitet sich auf ein Streitgespräch vor zur Frage: «Brauchen wir mehr oder weniger Tourismus?». Die Klasse wird in eine Pro- und eine Kontragruppe eingeteilt. Jede Gruppe bespricht Beispiele, sucht nach Gründen (vgl. Hintergrundinformationen) und entwickelt Argumente als Vorbereitung zur Diskussion. Danach wird die Frage im Plenum diskutiert. Es ist keine eindeutige Lösung zu erwarten. Die SuS sollen sich selbst eine Meinung bilden. Je nach Dynamik der Diskussion bespricht die LP mit den SuS die einzelnen Argumente und warum sie die eigene Meinung mehr/weniger beeinflusst haben. 	AB1
SCHLUSS		
Visions-orientierung und Beantwortung Leitfrage	<p>Ich als Tourist/in (15min)</p> <ul style="list-style-type: none"> Die SuS überlegen sich, wie sie selbst als Tourist/in unterwegs sein wollen (in Bezug auf Gesellschaft, Umwelt, Wirtschaft). Sie überlegen sich auch, welche Art von Fotos sie machen möchten oder was sie von ihren Reisen/ihrem Urlaub mitnehmen wollen. Die LP verteilt Post-it-Zettel. Die SuS schreiben ihre Gedanken, Wünsche und Bedürfnisse als Stichworte auf und kleben sie an die Tafel. So entsteht eine Sammlung von Ideen und Gedanken, die anderen SuS als Denkanstoss oder Orientierungshilfe für ihre eigenen Anliegen dienen kann. <p>Zur Unterstützung: Modul 1: Was wünsche ich mir von den Ferien? (myclimate.org)</p>	Post-it-Zettel



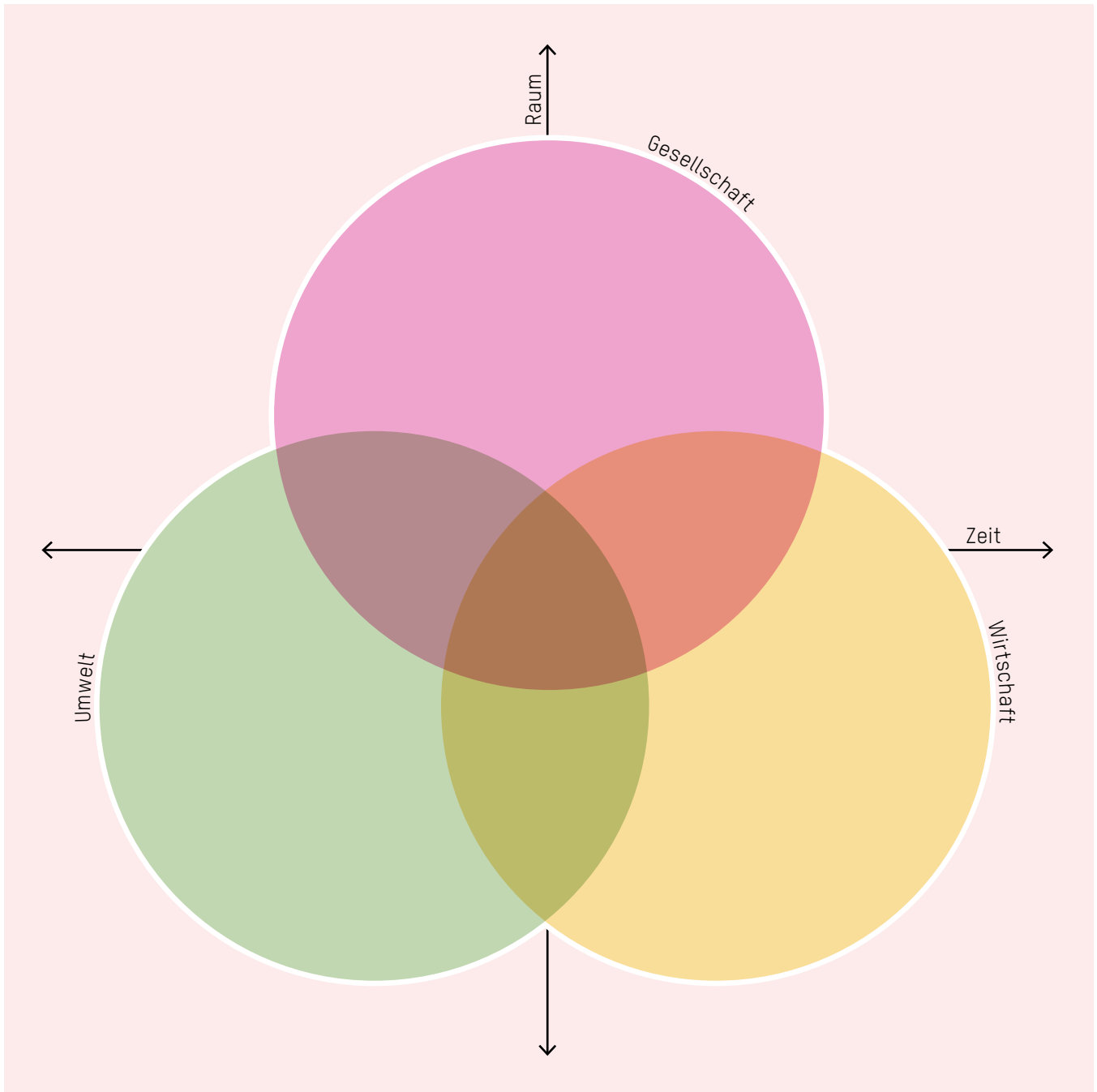
BRAUCHEN WIR MEHR/WENIGER TOURISMUS?

In leben die Leute vom Tourismus. Das birgt viele Chancen und Risiken. Versucht gemeinsam herauszufinden, ob dieser Ort weiterhin die Absicht verfolgen soll, den Tourismus zu fördern und was es braucht, damit es allen (Bewohner/innen, Touristen/innen, Pendler/innen, Tieren usw.) auch in Zukunft gut geht.

TOURISMUS ALS CHANCE



TOURISMUS ALS RISIKO



..... **Impressum**

Impulse für den Unterricht – Anregungen zum Film «Been There»

Herausgeberin: éducation21

Autorin: Angela Thomasius

Redaktion: Angela Thomasius, Lucia Reinert

Praxiserprobung: Julia, Svenja, Raffaella, Jon, Andres (Zyklus 3, AG, LU, ZG)

Lektorat: Martin Seewer

Gestaltungskonzept und Layout: GRAFIKREICH AG

Bilder: Film Been There

Copyright: éducation21, Bern 2024

Weitere Informationen: éducation21, Monbijoustr. 31, 3011 Bern, Tel 031 321 00 22

éducation21 | Die Stiftung éducation21 koordiniert und fördert Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) in der Schweiz. Sie wirkt im Auftrag der Erziehungsdirektorenkonferenz (EDK), des Bundes und der Zivilgesellschaft als nationales Kompetenzzentrum für die Volksschule und die Sekundarstufe II.

www.education21.ch

Facebook: @education21ch

LinkedIn: @éducation21

X (Twitter): @education21ch

#éducation21 #é21

