

Gastfreundschaft durch «gastfreundschaftlichen» Stil?

Eine ethnographische Fallstudie zum kommunikativen Stil einer Gästeführerin in ihren Gesprächen mit Gästen einer Schweizer Bergbahn

Esther Galliker (Luzern)

Abstract

This paper analyses interactions between a host of a Swiss mountain destination and her guests. The conversations take place in a scenic gondola. The analysis is conducted in the format of an ethnographic case study and focuses on the interactants' speech style. The case study constitutes a part of a larger, applied and interdisciplinary project of the Business School of the University of Applied Sciences of Lucerne. The aim of the main project is to specify what could be defined as “hospitality” in a touristic context and to develop tools to enhance hospitality at touristic destinations in Central Switzerland.

The aim of the present ethnographic case study is to analyse interactions between hosts and their guests. It seeks to find communicative elements which let the guests perceive an interaction as hospitable and to discuss if generic features of a “hospitable speech style” may be identified.

1 Einleitung

Die vorliegende Studie ist Teil eines grösseren von der KTI¹ geförderten Forschungsprojektes an der Hochschule Luzern Wirtschaft zum Thema “Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz” (GAFZ). Das Projekt unter der Leitung von Prof. Dr. Jürg Stettler wurde von 2014–2017 gefördert und hatte das Ziel zu untersuchen, was Gastfreundschaft in einem touristischen Umfeld genau ist. Weiter sollten in Zusammenarbeit mit diversen Praxispartnern aus dem Tourismusbereich Tools entwickelt werden, um Mitarbeitende in Tourismusdestinationen und auch die lokale Bevölkerung in Bezug auf Gastfreundschaft zu sensibilisieren und weiterzubilden. Der Projektbericht (cf. Stettler et al.: 2021) liefert genauere Auskünfte über das Projekt.

Bei der Erarbeitung des Forschungsstandes zum Thema “Gastfreundschaft” zeigte sich, dass das Thema Gastfreundschaft noch kaum empirisch untersucht ist, insbesondere auch was die Sicht der Gäste auf Gastfreundschaft betrifft (cf. Stettler et al. 2021: 7–13). Die vorliegende Studie hatte zum Ziel, das Konzept von “Gastfreundschaft” aus linguistischer Sicht zu untersuchen.

¹ “Kommission für Technologie und Innovation”, neu “Innosuisse”. Förderinstrument des Schweizer Bundes für praxisorientierte Forschung.

chen. Linguistische Studien zum Thema gibt es praktisch keine. Einzig etwa das Thema der “Kundenorientierung” (cf. z. B. Fiehler/Schmitt 2002; Bendel Larcher 2020: 741–743) lässt sich ansatzweise aus kommunikativer Sicht mit “Gastfreundschaft” in Verbindung bringen. Einige sozialwissenschaftliche und volkskundliche Beiträge wie Broszinsky-Schwabe (2011:161–175) und Kammerhofer-Aggermann (1997) gehen zumindest auf die kommunikativen Themen “Rituale der Gastlichkeit” und “Interaktionsrituale” im Kontakt zwischen Gästen und Gastgebenden ein, beide jedoch ohne empirischen Zugang. Zudem gibt es Ratgeberliteratur (z. B. Weier 2011; Zanetti 2008 u. a. m.), die jedoch nicht empirisch und linguistisch/kommunikationstheoretisch abgestützt ist (cf. Kritik von Rothe 2007, die immer noch aktuell ist).

Aus sprachwissenschaftlicher Sicht ist Gastfreundschaft etwas, das wohl primär durch (sprachliche) Interaktion entsteht. Damit es bei den Interagierenden zu einem Gefühl der Gastfreundschaft kommen kann, braucht es mindestens einen Gast und eine Gastgeberin, die miteinander interagieren. In diesem Artikel werden zwei Gesprächsausschnitte zwischen einer Gästeführerin und Gästen einer Bergbahn genauer analysiert, in welchen laut der Beteiligten (aus emischer Perspektive) Gastfreundschaft spürbar ist. In den Interviews mit den Gästen der Destination wurde immer wieder betont, wie freundlich und zuvorkommend die Gästeführerinnen die Gäste an dieser Destination begrüßen und auf ihre Bedürfnisse eingehen und dass dies bei ihnen ein Gefühl der Gastfreundschaft hervorruft.

Dies führte zur These, dass unter anderem ein bestimmter kommunikativer Stil der Gästeführer dazu beitragen könnte, dass die Gäste Gefühle der Gastfreundschaft hegen beim Besuch des Berges.

Anhand der Beispielanalysen sollen dementsprechend folgende Fragen geklärt werden:

- Welche kontextuellen Faktoren lassen sich in konkreten Kommunikationssituationen ausmachen, die die Entstehung eines Gefühls der Gastfreundschaft in der Interaktion begünstigen oder verhindern?
- Kann in der Interaktion zwischen Gastgebenden und Gästen so etwas wie ein “gastfreundschaftlicher Stil” festgemacht werden? Und was wären die spezifischen Merkmale eines solchen Stils?

Lassen sich aus den wissenschaftlichen Beobachtungen auch Handlungsempfehlungen für eine gelingende Kommunikation zwischen Gastgebenden und Gästen ableiten?

2 Theoretischer Rahmen

Im folgenden Kapitel werden knapp die wichtigsten Untersuchungen zum Thema Gastfreundschaft aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht vorgestellt. Zudem wird der theoretische Rahmen der Ethnographie der Kommunikation skizziert, welcher die Grundlage für den hier verwendeten Forschungsansatz bildet.

2.1 Gastfreundschaft zwischen Tradition und Kommerz

Es gibt eine Vielzahl von Studien, welche sich mit dem Thema Gastfreundschaft auseinandergesetzt haben. Ein detaillierter Überblick über den Forschungsstand findet sich in Stettler et al. (2021: 7–13). Hier werden diejenigen Ansätze kurz vorgestellt, welche für die sprachwissenschaftliche Perspektive auf Gastfreundschaft relevante Bezugspunkte liefern. Keine der zitier-

ten Studien geht allerdings detailliert auf kommunikative Prozesse zwischen Gästen und Gastgebenden ein.

Traditionelle Gastfreundschaft

In der Theorie wird zwischen zwei Grundformen von Gastfreundschaft unterschieden: zwischen “traditioneller” und “kommerzieller” Gastfreundschaft. Unter “traditioneller Gastfreundschaft” wird verstanden, dass Gastgeber mit bekannten, aber auch unbekanntem Personen ohne kommerzielle Gegenleistung in Kontakt treten, sie bewirten und/oder beherbergen. Dabei gibt es sehr viele verschiedene kulturelle Ausprägungen und Traditionen mit eigenen Ritualen wie zum Beispiel dem Überbringen von Gastgeschenken (cf. z. B. Boszinsky-Schwabe 2011: 167–169 und Kammerhofer-Aggermann 1997 sowie Stettler et al. 2021: 8–13). In dieser Perspektive gilt Gastfreundschaft als elementares soziales Prinzip und bedeutet die “kulturelle Verpflichtung der Aufnahme, des Schutzes und der Bewirtung des Menschen” (Schrutka-Rechtenstamm 1998: 45).

Kommerzielle Gastfreundschaft

Im Fokus touristischer oder wirtschaftswissenschaftlicher Untersuchung steht jedoch meistens die “kommerzielle Gastfreundschaft”, also eine Interaktion zwischen Gästen und Gastgebenden in einem kommerziellen Umfeld, in welchem Gäste für erhaltene Servicedienstleistungen bezahlen. Wie Slattery (2002) beschreibt, geht in diesem Kontext Gastfreundschaft allerdings über die klassischen Dienstleistungen von Unterkunft und Verpflegung hinaus. Auch die Unterhaltung der Gäste sowie Freizeitaktivitäten, also alle Elemente entlang der Dienstleistungskette, sind Kontexte, die für die Entstehung von Gastfreundschaft zu betrachten sind.

Pechlaner/Raich (2007) fügen diesem Grundsetting von Gastfreundschaft eine wichtige Dimension hinzu: Für sie ist Gastfreundschaft nicht eine reine Dienstleistung, sondern in erster Linie eine Interaktion und eine Beziehung, die zwischen den Interagierenden hergestellt wird. Zentral an ihrer Definition von Gastfreundschaft ist, dass bei dieser Interaktion Werte entstehen, die über den bezahlten Wert von Produkten oder Dienstleistungen hinausreichen. “Das Prinzip der Gastfreundschaft im Tourismus umfasst das Gefühl, besondere Interaktionen und Beziehungen erleben zu können, die über die bezahlten bzw. in monetären Werteinheiten ausdrückbaren Produkte und Dienstleistungen hinausgehen” (Pechlaner/Raich 2007: 17). Wichtig sind nach Pechlaner/Raich bei der Gestaltung dieser Interaktionen vor allem die folgenden Kompetenzen der Gastgeber: “Freundlichkeit”, “eingehen auf den Gast”, “Schaffen von Emotionalität und Sympathie” (ibid.). Sie betonen zudem, dass Gastfreundschaft ein “bipolarer” Prozess ist (ibid.: 19), wobei auch der Gast dem Gastgeber “Respekt” und “Wertschätzung” entgegenbringen soll.

Die Beziehung zwischen einer Servicedienstleistung und “dem, was darüber hinausgeht” fassen die Autoren in den beiden Begriffen “Gastlichkeit” und “Gastfreundschaft”. Gastlichkeit ist dabei eine grundlegende Dienstleistungsqualität, die auf Freundlichkeit basiert (cf. ibid.: 19f.), i. e. sie beinhaltet “Aufmerksamkeit, Ermutigung, Hilfsbereitschaft, Geduld oder Dankbarkeit, Liebenswürdigkeit, Interesse, Rücksicht, niemand soll an einem Anstoß nehmen”. Auf einem Kontinuum kann man sich der “Gastfreundschaft” nähern. Unter “Gastfreundschaft” wird dabei “Vertrauen, Hilfe, Zuneigung und Respekt” verstanden und zwar mit zeitlicher Ausdehnung in die Vergangenheit und Zukunft (cf. ibid.).

Pechlaner/Raich (2007) machen darauf aufmerksam, dass es für die Gastgebenden eine grosse Herausforderung sein kann, sich auf eine solche (Gast-)Freundschaft einzulassen. Einerseits sind die Erwartungen vieler heutiger Gäste an eine individuelle und einmalige Betreuung hoch. Die Gastgebenden andererseits pflegen unzählige Kontakte zu verschiedenen Gästen und müssen selbst auch abschätzen lernen, wie stark sie sich einbringen können und möchten und wo sie sich abgrenzen müssen (cf. *ibd.*: 20). Eine gute Balance zwischen Gastlichkeit und Gastfreundschaft ist für die Autoren demzufolge eine wichtige Strategie für einen längerfristig erfolgreichen Tourismus.

Referenzrahmen der Gastfreundschaft

Der folgende Referenzrahmen für kommerzielle Gastfreundschaft ist ein Ergebnis aus dem oben vorgestellten GAFZ-Projekt. Er bildet die zentralen Einflussfaktoren für Gastfreundschaft ab und zeigt auf verschiedenen Ebenen auf, welche Elemente das Gelingen oder das Nicht-Gelingen von Gastfreundschaft beeinflussen. Die verschiedenen Einflussfaktoren wurden in einem ersten Schritt über Literaturrecherchen zusammengetragen und in Experteninterviews und -workshops überprüft und ergänzt. Sie wurden zudem in grösseren Fragebogenerhebungen bei Gästen und Gastgebenden empirisch überprüft. Auch Beobachtungen aus der hier vorgestellten Fallstudie flossen in die Entwicklung des Referenzrahmens mit ein. Genauere Information finden sich unter Stettler et al. (2021:40–46).

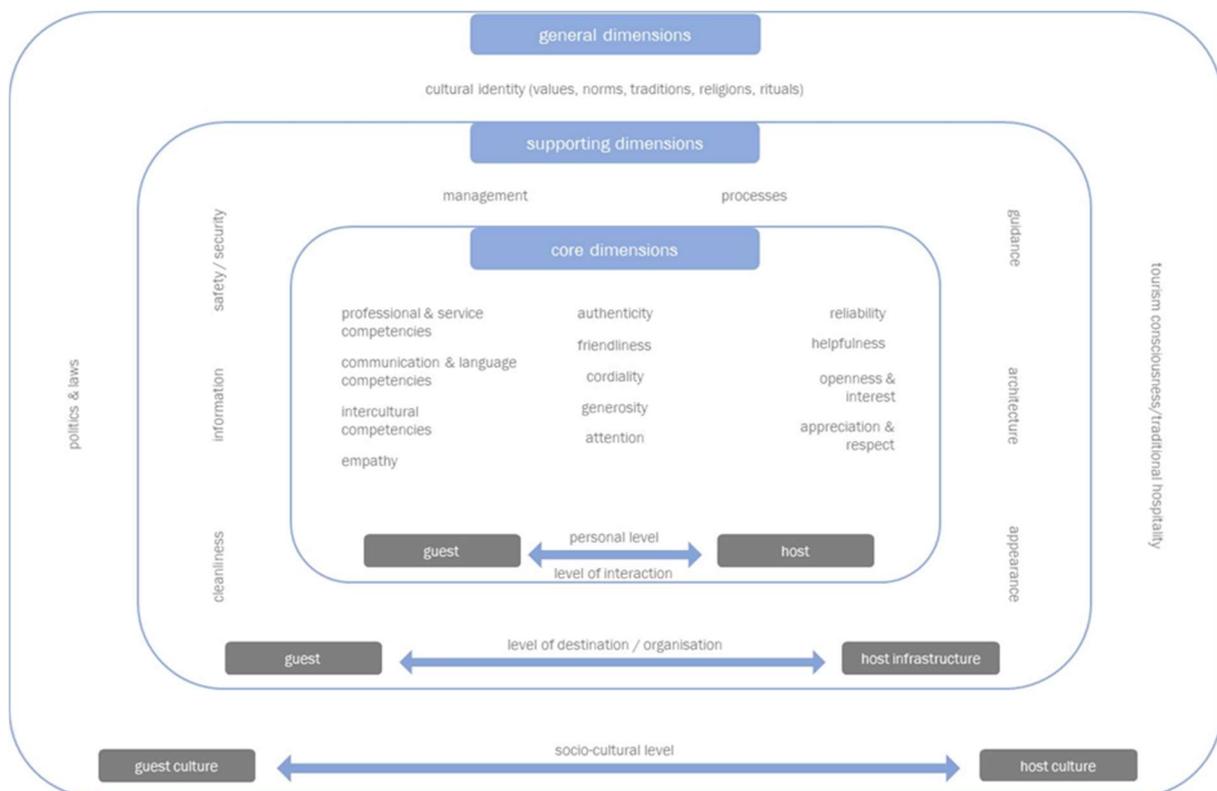


Abbildung 1: Referenzrahmen der Gastfreundschaft (nach Stettler et al. 2021: 47)

Im Referenzrahmen werden drei Ebenen unterschieden: Auf einer generellen Ebene sind die Gäste sowie die Gastgebenden geprägt von ihrer Kultur, von Werten und Traditionen, rechtlichen und politischen Grundlagen.

Auf der Ebene der Tourismus-Destination respektive eines besuchten Unternehmens gibt es sogenannte unterstützende Faktoren, welche einen Einfluss auf Gastfreundschaft haben. Dazu gehören beispielsweise die Sauberkeit, Sicherheit und Führung, aber auch die Architektur und Abläufe einer touristischen Infrastruktur. Diese Faktoren sind Grundvoraussetzungen dafür, dass in einer Destination Gastfreundschaft entstehen kann.

Die dritte Ebene des Referenzrahmens ist die persönliche Ebene, sie bildet die Interaktion zwischen Gästen und Gastgebenden ab. Sie wird besonders geprägt durch Faktoren wie die Dienstleistungs-Expertise sowie die kommunikativen Kompetenzen der Beteiligten. Dabei spielen die Offenheit gegenüber anderen Kulturen, Empathie, Verlässlichkeit und Grosszügigkeit der Interagierenden eine Rolle. Auch ihre Authentizität sowie ihre Freundlichkeit, Höflichkeit, Aufmerksamkeit und ihr gegenseitiger Respekt sind zentrale Faktoren für die Entstehung von Gastfreundschaft.

Gastfreundschaft als sensitivierendes Konzept

Diese Darstellung wichtiger Aspekte und Einflussfaktoren auf Gastfreundschaft dient als Basis, um hier “Gastfreundschaft” im Sinne eines “sensitivierenden Konzepts” (Denzin 1989: 14) zu umreissen. Es ist ein Modell, das im Rahmen eines interdisziplinären Forschungsprojektes entstanden ist und weist deshalb aus (sozio-)linguistischer Perspektive an gewissen Stellen Ungenauigkeiten auf, die im Rahmen des Projektes in Kauf genommen werden mussten.

Gastfreundschaft im kommerziellen Kontext wird darin verstanden als Interaktion zwischen Gastgebenden und Gästen. Sie ist demnach eine Art von Beziehung und geht über den rein monetären Wert einer Servicedienstleistung hinaus. Prägend für die Interaktion scheinen die Freundlichkeit und Höflichkeit der Interagierenden zu sein sowie das gegenseitige Aufeinander-Eingehen und der Respekt. Gastfreundschaftliche Interaktionen finden in spezifischen Kontexten statt, in einer Destination oder einer besuchten Institution. Dieser physische Kontext sowie auch die Kultur der Gäste sind Faktoren, welche einen zentralen Einfluss auf die Entstehung von Gastfreundschaft haben.

2.2 Ethnographie der Kommunikation und Stilansatz

Die Ethnographie der Kommunikation ist ein soziolinguistischer Ansatz, der sprachliche Handlungen in konkreten Kommunikationssituationen untersucht und sie als soziale und kulturelle Handlungen in einem erweiterten gesellschaftlichen Kontext betrachtet. Sie geht dabei primär von einem Kompetenzansatz aus, der sprachliches Handeln als Wissen und Anwenden-Können von sprachlichen Normen und Regeln zur gesellschaftlichen Partizipation versteht. Sie versucht, Strukturen und sprachliche Muster sowie ihre spezifischen Funktionen in der Kommunikation zu eruieren, die sich in verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen herausbilden (cf. Hymes 1974; Gumperz/Hymes 1986; Kallmeyer 1994).

Diese verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen bezeichnet Gumperz als “Netzwerke”, als “institutionalisierte interpersonelle Verbindungen, die regelmässige und häufige Kommunikation mit bestimmten Kommunikationszielen mit sich bringen“ (Gumperz 1994: 623). Gumperz (1994: 623) konnte aufzeigen, dass „die Beteiligung an solchen Netzwerkbeziehungen mit spezifischen Kommunikationszielen verbunden ist und dass diesen Zielen bestimmte Kommunikationsverfahren entsprechen“. Im vorliegenden Fall könnten die Mitarbeitenden der Bergbahn

als ein solches soziales Netzwerk betrachtet werden, das durch die gemeinsame Arbeit und auch über die Kommunikationsstrategie des Unternehmens (s. u.) gemeinsam verwendete kommunikative Verfahren herausbildet (cf. auch das Konzept der “Community of Practice” nach Wenger 1998, weitergeführt im Konzept der “sozialen Welt” in Kallmeyer 1994: 22; cf. auch Galliker 2014: 20).

Die Ethnographie der Kommunikation geht davon aus, Sprachverwendung als von Natur aus variabel zu betrachten. Das impliziert, dass Sprechende einer Gesellschaft oder eben eines Netzwerks die Kenntnis von und die Wahl zwischen grammatischen und lexikalischen Möglichkeiten haben, um sich auszudrücken (cf. Gumperz 1994: 612–614). Fügen sich mehrere Variablen (grammatische oder lexikalische Möglichkeiten) zu einem typischen Bündel zusammen, spricht man von “Stil”. Nach Auer (1989: 30) ist ein Stil “die Menge interpretierter, kookkurrierender sprachlicher und/oder nichtsprachlicher Merkmale, die (Gruppen/Rollen von) Personen, Textsorten, Medien, etc. zugeschrieben werden. Stile werden also meistens von den Gesprächsteilnehmenden selbst als solche identifiziert.” Auer (1989: 29) fasst dies wie folgt zusammen: “Von Stil kann erst die Rede sein, wenn Strukturmerkmale nicht nur zu einem gewissen Grad über eine längere Textpassage harmonieren, sondern auch zusammen oder jeweils individuell von den Mitgliedern einer Kultur bzw. Sprechgemeinschaft konsistent interpretiert werden.”

So ist es wahrscheinlich, dass auch die relativ konstanten dominanten Funktionen der Informationsvermittlung und der phatischen Kommunikation im Sinne von Beziehungspflege (cf. Hymes 1979: 67; nach Jakobson 1956 und 1960, zusammengefasst in Galliker 2014: 17, zu Emotionen in der Kommunikation cf. Fiehler 2012) in der Gastgeber-Gäste-Interaktion einer ländlichen Bergbahn zu einem spezifischen Stil der Kommunikation der Mitarbeitenden und unter Umständen auch von bestimmten Gästen führen. Umgekehrt betrachtet, kontextualisieren die Interaktanten über die Verwendung dieses Stils eben genau eine gastfreundschaftliche Situation.

In Bezug auf die vorliegende Arbeit stellt sich dementsprechend die Frage, ob das, was in den Interaktionen zwischen Gastgebenden und Gästen von den Gastgebenden selbst oder auch von den Gästen in der Interaktion als “Gastfreundschaft” bezeichnet wird, eine Art der Beziehung, eine geteilte Wahrnehmung ist, die auch über einen “gastfreundschaftlichen Stil” hervorgerufen wird. Es soll untersucht werden, ob es sich wiederholende, typische sprachliche Merkmale gibt, welche als Bündel einen solchen Stil auszeichnen und welcher von den Gesprächsteilnehmenden auch als solcher erkannt wird. Dies wird exemplarisch anhand des kommunikativen Stils einer Gästeführerin in der Interaktion mit ihren Gästen untersucht.

Kallmeyer und Keim (2002: 37) halten in ihrer Theorie der kommunikativen sozialen Stile fest, dass Stil ein holistisches Konzept ist, in welchem sich verschiedene Ausdrucksformen zu einer Figur bzw. zu einem Hyperzeichen zusammenformen. Dementsprechend speisen sie sich aus verschiedenen Ressourcen. Als besonders bedeutsame Ressourcen haben sich folgende erwiesen:

- die “Regeln des Sprechens” (wie z. B. Umgang mit Höflichkeit, Themenrelevanzen, soziale Regulierung)
- die “Sprachvariation” (wie z. B. phonologisch, lexikalisch, grammatikalisch)

- das “formelhafte Sprechen” (z. B. Redewendungen, Phraseologismen oder rituelle Beschimpfungsformen, cf. auch Kallmeyer 1994: 27)
- die “sprachlichen Ausdrücke für soziale Kategorisierungen oder Typisierungen” (z. B. “Die Chinesen” mehr dazu s. u.)
- die “paraverbalen Ausdrucksweisen” (z. B. Artikulationsmuster, ausgeprägte Intonation, Lautstärke)
- die “Eigenschaften des nicht-sprachlichen Ausdrucksverhaltens” (z. B. Gestik, Bewegungsformen)
- die “Geschmackspräferenzen bei Kleidung und Kulturkonsum” (z. B. Uniformen).

Folgt man dieser breiten Auffassung von Stil, ist es unerlässlich, nicht nur einzelne Interaktionen auf typische Merkmale hin zu untersuchen, sondern diese eingebettet in den grösseren kommunikativen Kontext zu analysieren.

3 Methodischer Zugang

3.1 Feldzugang und Auswahl des Fallbeispiels

Die Daten für diese Studie wurden in Form einer Fallstudie an einer Schweizer Tourismusdestination gesammelt. Es ist eine sogenannte Einzelfallbeobachtung, welche exemplarischen Charakter besitzt (cf. Bortz/Döring 2002: 323). Die Destination wurde ausgewählt, weil sie als Projektpartner am GAFZ-Projekt beteiligt war. Es handelt sich bei der Destination um eine Bergbahn und ein Restaurant, welche sich bereits seit längerer Zeit mit der Thematik der Gastfreundschaft befasst hat und unter Gästen wie auch Tourismusexpert:innen als Best-Practice-Beispiel für vorbildhafte Gastfreundschaft gilt. Der Direktor der Bergbahn führt u. a. mit externen Kommunikationstrainern regelmässige Weiterbildungen des Personals durch und schult es u. a. in “entgegengehender Freundlichkeit” und “positiver Sprache”, zwei Aspekten, die aus seiner emischen Perspektive einen positiven Einfluss auf die von den Gästen erlebte Gastfreundschaft haben.

Der Feldzugang wurde top-down über den Direktor der Bergbahn organisiert. Der Direktor half bei der Auswahl von Bahnbegleitenden (sogenannte Gästeführer und Gästeführerinnen), die aus seiner Sicht besonders erfolgreich Kontakt zu den Gästen pflegen und deren Beziehung zu den Gästen er als «gastfreundschaftlich» einstuft.

3.2 Datenerhebung, -aufbereitung und Analyseverfahren

Die Datenerhebung fand an mehreren Einsatztagen statt. Über die teilnehmende Beobachtung wurden Notizen zum sprachlichen Verhalten der Gäste und Gastgebernden gesammelt sowie Kurzinterviews zu spezifischen Interaktionen und zum Thema Gastfreundschaft mit diesen geführt. Des Weiteren erhielten die Gästeführer:innen Aufnahmegeräte umgehängt, um ihre Gespräche mit den Gästen aufzuzeichnen. So wurde versucht, verschiedene Perspektiven auf den Untersuchungsgegenstand zu triangulieren, um möglichst valide Daten und Interpretationen der Interaktionen zu erlangen (cf. Gumperz 1982: 15 nach Pike 1964; Galliker 2014: 46–50).

Die folgenden Daten wurden im Rahmen dieser Fallstudie erhoben:

- **10 h Gesprächsaufnahmen** von Gastgeber-Gäste-Kommunikation, z. T. begleitet, z. T. nur Aufnahmegerät umgehängt
- **2 h Interviews** mit Gästen und Gästeführerinnen direkt vor Ort
- **1.5 h Interview** mit Bahndirektor zu Kommunikationsstrategie und Schulungen
- Feldprotokolle
- Werbe- und Informations-Material der Bahn
- Fotos von Aufnahmeorten und Informationsmaterial

Die Daten wurden auf verschiedene Weise aufbereitet. Alle Gespräche wurden angehört, Gesprächsabläufe erstellt und auf Basis der Fragestellung “Schlüsselereignisse” (Kallmeyer 1995: 6) ausgewählt, die transkribiert und gesprächsanalytisch analysiert wurden. Die Analyse erfolgte in der Tradition der Ethnographie der Kommunikation nach Gumperz (cf. Galliker 2014: 78–81) und der ethnographischen Gesprächsanalyse bei Deppermann (2000). Dieser Analysezugang verbindet feine linguistische Mikroanalysen mit ethnographisch erhobenem Material auf der Meso- und Makroebene. Er versucht, vorgefundene linguistische Strukturen in den sozialen und kulturellen Kontext einzubetten und zu interpretieren (cf. zur Verbindung der beiden Ansätze cf. Galliker 2014: 78–81).

4 Ethnographische Einordnung des Fallbeispiels

Um verstehen und nachvollziehen zu können, wie die Mitarbeitenden der Bergbahn mit ihren Gästen kommunizieren, soll als erstes eine kurze ethnographische Beschreibung der Kommunikationssituationen vor Ort vorgenommen werden. Im zweiten Teil der Analyse wird exemplarisch an einzelnen Gesprächsausschnitten aufgezeigt, was Merkmale eines gastfreundlichen Stils in der Gastgeber-Gäste-Interaktion auf dem besuchten Berg sein könnten.

Ort, Infrastruktur und Personal

Der untersuchte Betrieb führt auf einen Berg in den Zentralschweizer Alpen. Die gesamte Infrastruktur auf dem Berg wird von einem Direktor geführt und ist im Sommerhalbjahr in Betrieb. Dazu gehören eine Standseilbahn und eine zweistöckige Bergbahn mit offenem Deck, die auf den Gipfel führt. Beide Bahnen werden begleitet von sogenannten “Gästeführer:innen”. Das sind Bahnangestellte, die sich um die Gäste und den reibungslosen Ablauf des Transportes kümmern und den Gästen die nötigen Informationen über die Attraktionen auf dem Berg präsentieren. Auf der Bergspitze befinden sich ein Restaurant und Aussichtsplattformen.

Gäste

Die Gäste bestehen zu ca. 85 % aus Schweizer Touristinnen und Touristen, darunter viele Senioren und Seniorinnen (Angabe des Direktors). Der Berg wird als “Faulenzerberg” vermarktet. Dadurch werden gezielt ältere Gäste angeworben, die auf der Bergspitze entspannen und feines Essen genießen möchten. Unter den Gästen gibt es ziemlich viele Stammgäste und insgesamt herrscht unter ihnen eine heitere und entspannte Stimmung.

Die übrigen 15 % der Gäste sind Individualtouristen und Gruppen aus dem Ausland. Die Gruppen reisen meist mit einer Reisebegleitung und werden häufig separat von den Tagestouristen und zu festgelegten Zeiten auf den Berg und wieder nach unten transportiert. Kommunikativ

bedeutet dies, dass die Gruppen relativ abgeschottet von den anderen Touristen reisen und höchstens auf der Terrasse oder dem Rundgang mit den einheimischen Gästen in Kontakt kommen.

Erhebungstage

Die Erhebungstage fanden an sonnigen Herbsttagen während der Schulferien statt mit äusserst zahlreichen Gästen – sehr vielen Individualtouristen aus der Schweiz und dem nahegelegenen Ausland, aber auch einigen Reisegruppen aus China, Kanada und Indien. Schon um 10.00 Uhr herrschte Hochbetrieb und die Bahnen fuhren im engstmöglichen Takt.

5 Analyse des kommunikativen Stils der Gästeführerin mit ihren Gästen

Kontext

Die Gästeführerin begleitet die Gäste bei ihrer Fahrt in der Bergbahn auf die Bergspitze und wieder hinunter. Hier steht sie in der Gondel bei Ankunft der Gäste und begrüsst diese.

Beispiel I: RO3, 02.10.14, 11.00–13.00 Uhr, (00:18:40–00:19:57)

Personen: GAF: Gästeführerin

GA1–GA5: Gäste 1–5

GAX: Gäste, unklare Zuweisung

Transkript: Esther Galliker, 05.11.2014, Angaben zu den verwendeten Transkriptionszeichen finden sich im Anhang. Eine hochdeutsche Übersetzung findet sich in eckigen Klammern jeweils gleich unterhalb des schweizerdeutschen Transkripts.

01 GAF: haha
[Haha]

02 <<fröhlich> griezi::↓ midenand>
[Grüezi miteinander].

03 GA1 griezi
[Grüezi]

04 GA2: daa ufe?
[Da rauf?]

05 GAF: ja.
[Ja.]

06 †graad ufe
[Gerade hinauf]

07 <<fröhlich> griezi midenand.>
[Grüezi miteinander]

08 †haloo
[Hallo]

09 (unverst. 10 Sek.)
((Piepsen des Zählkreuzes))

10 †haloo midenand=
[Hallo miteinander]

11 <<fröhlich> griezi::>
[Grüezi]

12 GAX: (unverst. 5 Sek.)
((Durcheinander, viele Geräusche))

13 GAF: ja.
[Ja.]

- 14 obe da isch stenderaat
[Oben, da ist Ständerat]
- 15 und do chame daa sitze.
[Und hier kann man sitzen.]
- 16 GAX: ja.
[Ja.]
- 17 AF: grüezi::
[Grüezi.]
- 18 de letscht (.) hä?
[Der Letzte, was?]
- 19 ((bezieht sich auf Passagier, zu GAF2))
- 20 GAF2: de letscht.
[Der Letzte.]
- 21 GAF: dann kann es loo:sgee:n ((Schweizerhochdeutsch))
[Dann kann es losgehen.]
- 22 ((Piepsen der automatischen Türe))
- 23 GAX: hend alli platz dobe?
[Haben alle oben Platz?]
- 24 GAF: ee driisg
[Eh dreissig.]
- 25 ((5 Sek., Piepsgeräusche und Füssestapfen))
- 26 GAF: sibe (.) acht (.) nüün ((zählt Gäste))
[Sieben, acht, neuen.]
- 27 s=sett eigentlech üfgaa
[Es sollte eigentlich aufgehen] ((mit den Plätzen)).
- 28 ((Füssestapfen, geht aufs Oberdeck))
- 29 GAF: wenn=s z=chald wird
[Wenn es zu kalt wird,]
- 30 oder e(xx) wenn=s z=fescht blaased
[Oder wenn es zu stark zieht,]
- 31 chender wider abechoo
[Könnt ihr wieder runterkommen.]
- 32 GA3: ääsoo?
[Ach ja?]
- 33 muemer nid dobä bliibä?
[Muss man nicht oben bleiben?]
- 34 hehe.
[Hehe.]
- 35 GA4: <<f> hehehe<>
[Hehehe.]
- 36 GAF: <<f> uhuhuu↑> ((Schlottergeräusch))
[Uhuhuuuu.]
- 37 zobercht achemend
((So dass ihr schlotternd)) [zuoberst ankommt.]

Beschreibung

In den Zeilen 01–12 begrüsst die Gästeführerin die Gäste fröhlich und gibt ihnen auf Anfrage Anweisungen, wie sie auf das Deck der Cabriobahn gelangen. In Zeilen 13–15 präzisiert sie die Informationen und erklärt anhand des Begriffs “stenderaat”, dass man oben in der Bahn stehen muss, unten jedoch sitzen kann. Anschliessend begrüsst sie die letzten Gäste und sichert sich beim Gästeführer der zuführenden Standseilbahn ab, dass alle Gäste eingetroffen sind. Auf Zeile 21 markiert sie den Start der gemeinsamen Bahnfahrt auf Hochdeutsch “dann kann es ja

loosgeen”. Ein Gast fragt nach, ob oben auf dem Deck alle Gäste Platz hätten. Sie antwortet, dass dreissig Gäste auf das Deck passen und zählt sogleich die Gäste in der Kabine durch, um zu schauen, wie viele sich dementsprechend auf dem Oberdeck befinden. Sie merkt an, dass die Verteilung der Gäste auf die beiden Decks eigentlich genau aufgehen sollte (Zeile 27). Dann geht sie aufs Oberdeck und informiert die Gäste, dass sie gerne auch wieder auf das Unterdeck wechseln können, sollte es zu kalt werden oder der Wind zu stark blasen. Ein Gast fragt nach, ob man nicht oben bleiben müsse und rahmt seine Aussage mit einem Lachen. Ein anderer Gast lacht laut und die Gästeführerin gibt ein Schlottergeräusch von sich. Sie erklärt, dass sie hoffe, die Gäste kämen nicht so schlotternd oben an.

Analyse

Verschiedene Aspekte fallen in diesem Gesprächsausschnitt auf: Auf verbaler Ebene ist die Interaktion sehr einfach gehalten und die Gästeführerin spricht die Gäste parallel in der Höflichkeitsform *griezii midenand* und mit der weniger formellen Wendung *halloo midenand an*. Mit dem Begriff *midenand* weitet sie die Ansprache explizit aus und versucht, möglichst viele Gäste zu adressieren. Durch die Kombination verschieden formeller Ansprachen kann sie einerseits Höflichkeit herstellen, aber gleichzeitig auch Nähe zu den Gästen signalisieren, indem sie sie quasi duzt im Kollektiv. Dies passiert ebenfalls über ein weiteres stilistisches Mittel: Auf Zeile 31 ist zu erkennen, dass sie die Gäste mit “ihr” anspricht. Diese Form wird in gewissen Schweizer Dialekten als Höflichkeitsform verwendet, hier ist sie allerdings eher als Zwischenform zwischen Siezen und Duzen anzusiedeln. Im freizeitlichen Rahmen eines Bergausflugs wird sie von den Gästen wahrscheinlich nicht als unhöflich eingestuft und dient hier wohl der Herstellung von Nähe und Fürsorge.

Auf Zeile 13 verpackt sie die Information, dass man oben nur stehen kann in das vermutlich nur für Schweizer Tourist:innen verständliche Wortspiel: oben sei “stenderaat”. Sie versucht dadurch, eine reine Sachinformation in eine unterhaltende, witzige Wendung zu verpacken und den Gästen mehr als nur Informationen zu bieten (cf. Kotthoff 2016: 357 und 174–190). Mit “Ständerat” wird die Vertretung der Kantone in der Schweizer Bundesversammlung bezeichnet. Der Begriff kommt allerdings von der früheren Bezeichnung der Kantone, die man “Stände” nannte. In der Umgangssprache wird der Begriff von älteren Leuten jedoch ab und zu in der hier sichtbaren volksetymologischen Verwendung gebraucht und fälschlicherweise vom Nomen *Stand* in Sinne von *das Stehen* abgeleitet.

In den Zeilen 29 bis 31 informiert die Gästeführerin die Gäste auf dem Oberdeck, dass sie bei zu starkem Wind auch wieder aufs Unterdeck wechseln können. Sie zeigt dadurch ihre Fürsorge und Empathie für die Gäste an. Der Gast antwortet auf Zeile 32 ironisch, indem er sich erstaunt zeigt, dass man nicht oben bleiben muss. Er rahmt die Ironie mit Lachen und schwächt sie somit höflich ab, was typisch ist für die Interaktion unter Unbekannten (cf. Kotthoff 2016: 287–288). Ein weiterer Gast sowie die Gästeführerin lachen laut und ratifizieren somit den Kommentar als unterhaltend. Die Gästeführerin ergänzt mit einem paraverbalen Schlottergeräusch, dass sie sich wirklich sorgt um die Gäste und möchte, dass diese nicht frieren müssen.

Auf paraverbaler Ebene fällt zudem während der Begrüssungssequenz die ausgeprägte Expressivität in der Intonation der Gästeführerin auf. Für einzelne Begriffe, aber auch dazwischen verwendet sie hohe Intonationssprünge und dehnt gewisse Vokale stark (Zeile 1–11). Dies

drückt Fröhlichkeit und Motivation aus. Sie erreicht über dieses Verhalten und ihre Lautstärke gleichzeitig eine gewisse Präsenz im Raum. Dadurch und auch durch die gezielte und häufige Wiederholung der Begrüßung erhält sie die Aufmerksamkeit der Gäste.

Auf der nonverbalen Ebene kann ergänzt werden, dass die Gästeführerin durch ihre Uniform, aber auch durch ihre Körperhaltung und Mimik sowie ihr Raumverhalten ebenfalls stark Präsenz markiert. Sie positioniert sich laufend neu an strategisch wichtigen Punkten: z. B. bei der Begrüßung am Eingang der Gondel und bei der direkten Ansprache der Gäste in der Mitte des Unterdecks. Sie wechselt während einer Fahrt jeweils mindestens einmal auf das Oberdeck. Sie hätte ein Mikrofon zur Verfügung und könnte beide Decks gleichzeitig ansprechen, zieht es allerdings vor, persönlich bei beiden Gruppen die Information vorzutragen. Ihre fröhlichen Aussagen werden häufig auch von einem offenen und lächelnden Gesichtsausdruck begleitet.

Zwischenfazit

An dieser Stelle sollen Eigenschaften dieser sprachlichen Interaktion zwischen Gastgeberin und Gästen zusammengefasst werden, welche potenziell dazu beitragen, dass die Gäste diese als gastfreundschaftlich empfinden. Sie könnten demnach als Stilelemente eines "gastfreundschaftlichen Stils" betrachtet werden. Sie werden geordnet nach den Kriterien von Kallmeyer/Keim (2002: 37, s. o.).

Regeln des Sprechens

- Es findet eine explizite Ansprache der Gäste sowie auch der Gastgeberin statt v. a. durch die aktive und ausgedehnte Begrüßung der Gäste. Es ist eine Form der positiven Höflichkeit (Brown/Levinson 1987): die Gästeführerin übernimmt die erste Kontaktaufnahme mit den noch fremden Gästen.
- Gastgeberin und Gäste gehen aufeinander ein. Fragen werden gestellt und diese beantwortet, die Gäste werden umsorgt und ernst genommen.

Formelhaftes Sprechen

- Es werden auf die Zielgruppe abgestimmte, unterhaltende Wendungen verwendet (Bsp. "Ständerat").

Sprachvariation

- Es wird eine persönliche Beziehung hergestellt zwischen den Interagierenden auf verbaler Ebene: Herstellung von Nähe über das *ihr* und die variable Ansprache.
- Die dialektale Variation, welche für diese Kommunikationssituation unmarkiert ist, erzeugt wahrscheinlich auch ein Gefühl der Nähe und Vertrautheit, obwohl die Gästeführerin und die Gäste nicht den gleichen Ortsdialekt sprechen

Paraverbale Ausdrucksweisen

- Die Gästeführerin setzt eine stark expressive Stimme ein mit hohen Intonationssprüngen sowie ein paraverbales Schlottergeräusch.
- Anpassung des Stils: Reaktion auf Ironie des Gastes mit paraverbalem Schlottergeräusch und Lachen.

Eigenschaften des nicht-sprachlichen Ausdrucksverhaltens/Kleidung

- Kleidung, Körperhaltung und Präsenz markieren klar die Rolle als Gästeführerin.

Funktion (zusätzliches Kriterium): Beziehungspflege

- Die Beziehungspflege gelingt (die Gäste ratifizieren den Stil positiv mit Gelächter, die Stimmung ist heiter, Interaktionsmodalität ist spassig (cf. Hymes 1974).
- Erwartungen der Gäste an eine Bahnfahrt werden erfüllt (Führung und Informationen der Gästeführerin) und evt. sogar übertroffen (aktive Beziehungspflege, Unterhaltung).

Die Gästeführerin positioniert sich über diesen kommunikativen Stil klar als Gastgeberin und Mitarbeiterin des Unternehmens. Sie markiert über den Stil ihre Rolle als interessierte und fürsorgliche Führerin. Des Weiteren stellt sie über den kommunikativen Stil auch eine besondere Atmosphäre des Vertrauens und der Betreuung her und kontextualisiert die Fahrt als unterhaltsam und entspannt. Besonders die spassige Interaktionsmodalität und das gemeinsame Lachen ermöglichen es den unbekanntem Interagierenden sehr schnell Distanz abzubauen und in ein freundschaftliches Verhältnis zu treten (cf. Kotthoff 2016: 357). Dies gelingt allerdings nur im Zusammenspiel zwischen der Gästeführerin und den Gästen. Die Gäste signalisieren mit ihrem Gesprächsverhalten und insbesondere über die Ironie und ihr Lachen (cf. Kotthoff 2016: 357 et passim), dass sie gerne umsorgt und bespasst werden und tragen durch ihre Gesprächsbeiträge ebenfalls zur Herstellung der gastfreundschaftlichen Atmosphäre bei.

5.2 Beispiel 2: Samichlais – Adressatenorientierung und gemeinsames Phantasieren

Dieses Beispiel soll weiter verdeutlichen, dass die gemeinsame sprachliche Gestaltung der Beziehung in der Interaktion eine Schlüsselrolle spielt in der Erzeugung eines Gefühls der Gastfreundschaft.

Kontext

Dieser Gesprächsausschnitt stammt wieder aus der Gondelfahrt mit derselben Gästeführerin. Diesmal begleitet sie Gäste auf dem Weg nach unten ins Tal, in der zweiten Hälfte des Nachmittags. Zu diesem Zeitpunkt hat es stellenweise Nebel und die Gondel taucht während der Fahrt ins Nebelmeer ein.

Beispiel II: RO3, 02.10.14, 11.00–13.00 Uhr, (00:35:28–00:35:49)

Personen: GAF: Gästeführerin

GA1–GA2: Gäste 1 und 2

GAX: Gäste, unklare Zuweisung

Transkript: Esther Galliker, 05.11.2014

- 01 GAF: <<fröhlich> soo?
[So?]
- 02 gschetztzi gescht.
[Geschätzte Gäste,]
- 03 etz gseed mer wieder eppis?>
[Jetzt sieht man wieder etwas.]
- 04 GA1: jaa?
[Ja?]
- 05 GAX: ((erstauntes Raunen verschiedener Gäste))

- 06 GAF: isch nu spannend
[Ist noch spannend,]
- 07 hä?
[Was?]
- 08 (2.0)
(2.0)
- 09 was=er hitt als kä=hend? (.)
[Was ihr heute alles hattet?]
- 10 sunnä:?
[Sonne?]
- 11 näbel?
[Nebel?]
- 12 GA1: alles=
[Alles,]
- 13 [(was me will)]
[Was man will.]
- 14 GAAF: alles hä?
[Alles, was?]
- 15 besser chamers nid haa
[Besser kann man's nicht haben.]
- 16 [(guete taag.)]
[Guten Tag.]
- 17 GA2: [hend=ier so] vill graucht?
[Habt ihr so viel geraucht?]
- 18 das=es so=vill näbel hed?
[Dass es so viel Nebel hat?]
- 19 GAF: ja_ha_ha?
[Ja, haha?]
- 20 de samichlaus isch am=fiirle
[Der Nikolaus ist am Feuer machen.]
- 21 GA1: <<erstaunt> aha?>
[Aha?]
- 22 GAF: für läbchüeche z=mache oder was machter?
[Um Lebkuchen zu machen oder was macht er?]
- 23 (unverst.)
- 24 GA2: im winter fared er au?
[Im Winter fahrt ihr auch?]

Beschreibung

In diesem Gesprächsausschnitt richtet sich die Gästeführerin fröhlich an die Gäste auf ihrem Rückweg von der Bergspitze. Sie kommentiert die Situation, als sie durch den dichten Nebel fahren und durch die Nebeldecke stossen (Zeile 03). Die Gäste sind erstaunt, als sie das Dorf unter der Nebeldecke wieder in Sichtweite haben. Die Gästeführerin tritt dann in einen Dialog mit den Gästen und stellt eine rhetorische Frage zum angeblich spannenden Tag zwischen Nebel und Sonne (Zeile 9–11). Durch längere Pausen gibt sie auch den Gästen Raum zum Antworten. Ein Gast bestätigt, dass er alles erlebt habe, “was man will”. Die Gästeführerin ratifiziert seine Aussage, indem sie den Tag lobt “besser chamers nid ha”. Einer der Gäste fragt sie dann, ob Sie oder die Leute auf dem Berg so viel geraucht hätten, dass es zu dem ganzen Nebel kam (Zeile 17–18). Die Gästeführerin gibt zu verstehen, dass sie die Frage lustig findet, indem sie bejaht und betont silbisch lacht. Direkt im Anschluss bringt sie eine neue These ein: Sie

behauptet, der Nebel stamme vom Nikolaus, der hier gerade ein Feuer mache (Zeile 20).² Ein Gast äussert sich erstaunt über diese Aussage (Zeile 21) und die Gästeführerin spinnt die Idee noch etwas weiter: Sie sinniert darüber, ob er wohl am Lebkuchen backen sei. Die Gäste schmunzeln und ein Gast fragt daraufhin nach, ob denn die Bahn auch im Winter fahre.

Analyse

In dieser sehr kurzen Interaktion können folgende Beobachtungen zum kommunikativen Stil gemacht werden:

Regeln des Sprechens

- Die Gästeführerin engagiert sich aktiv, um die Gäste anzusprechen und mit ihnen in Kontakt zu treten. Sie bietet sich als Ansprechperson an (Begrüssung, Wetter als Thema, direkte Fragen und Pausen).
- Die Gästeführerin reagiert spontan auf individuelle Sprüche und den witzigen Stil der Gäste (Rauchen) und führt Ideen mit einem ebenfalls witzigen Stil und einem narrativen Ansatz fort (cf. Nikolaus/Lebkuchen).
- Die Interaktionsmodalität (cf. Hymes 1974) “Spaß” ist ein wichtiger Rahmen der Interaktion.

Sprachformeln/feste Wendungen

- Die Anrede (“gschezti gescht”) kommt in vielen Gesprächseröffnungen dieser Gästeführerin vor. Sie ist etwas markiert, da nicht sehr verbreitet, recht formell und höflich. Sie eignet sich somit als offizielle Eröffnung der Ansprache und als Aufmerksamkeitserzeuger. Die Bewertung des Tages im Superlativ (“besser chamers nid ha”) ist auch eine Wendung, die die Gästeführerin häufig verwendet.

Paraverbale Ausdrucksweise

- Die Gästeführerin ist gut aufgelegt, was deutlich hörbar ist in der Expressivität ihrer Stimme (Tonhöhe, Intonation).

Funktion: Beziehungspflege

- Die Gästeführerin gibt sich Mühe, die Gäste auch auf ihrem Rückweg zu begleiten und motiviert sie, das Erlebte mit ihr zu teilen.
- Sie unterhält die Gäste mit Sprachwitz und dem Weiterspinnen von Phantasien. Wie Kotthoff (2016: 357) beschreibt, ist die “konversationelle Herstellung gemeinsamer Phantasien [...] immer ein Akt der Beziehungstiftung jenseits des Instrumentellen. Scherzen deutet daraufhin, daß Phatizität zu einer relevanten Dimension des Diskurses wird.”
- Die Gäste reagieren überrascht und erfreut. Die fröhliche Art der Gästeführerin bewegt die Gäste, über den Nebel (der negative Teil ihres Aufenthaltes) zu witzeln.

² Zur Thematik des Nikolaus auf dem Berg lässt sich sagen, dass die Gästeführerin diese Geschichte nicht selbst erfunden hat. Gemäss der lokalen Tradition kommt der Nikolaus bei seinem Einzug ins Dorf im Dezember jeweils von seinem Lager auf dem Berg herunter unter dem Beisein vieler Schaulustiger. Den nicht-lokalen Gästen ist dies wohl nicht bekannt und versetzt sie umso mehr in Staunen.

- Die Atmosphäre führt die Gäste dazu, weitere Fragen über die Bergbahn und deren Winterbetrieb zu stellen. Der Gästeführerin ihrerseits eröffnet das die Möglichkeit, die Bahn und ihre Leistungen zu bewerben. Die Beziehung wird vertieft.

Über ihre Fröhlichkeit (Intonation) und Höflichkeit und auch ihre spontane Art, ihren kommunikativen Stil an denjenigen der Gäste anzupassen, trägt die Gästeführerin zu einer sehr entspannten Atmosphäre in der Bahn bei. Die Gäste treten dadurch noch mehr und persönlicher mit ihr in Kontakt und es entsteht eine individuelle Betreuung und Unterhaltung. Besonders über die spassige Interaktionsmodalität und das gemeinsame Phantasieren wird zwischen den unbekanntem Gästen und der Gästeführerin schnell Nähe hergestellt und fast schon Freundschaft inszeniert (cf. auch Kotthoff 2016: 122).

Dieses engagierte Verhalten und die aktive Beziehungspflege der Gästeführerin sogar nach einem langen Tag und bei so vielen Gästen, ist etwas, das wohl die Erwartungen der Gäste übertrifft und sie mit einem positiven Erlebnis entlässt. Bei der Befragung der Gäste war es dann auch diese Art der Aufmerksamkeit und Individualität, die sie als Gastfreundschaft (ein-)schätzten.

6 Theoriebezüge und Fazit

In den folgenden Kapiteln werden die Beobachtungen und Analysen aus der ethnographischen Fallstudie mit den eingangs skizzierten theoretischen Grundlagen verknüpft und weitergeführt.

6.1 Einflussfaktoren auf Gastfreundschaft in der Fallstudie

Hier werden die analysierten Beispiele mit dem Referenzrahmen der Gastfreundschaft in Bezug gesetzt, um sie an den erweiterten Kontext des interdisziplinären Projekts anzuschliessen (cf. 2.1). Dies ermöglicht, die Vielschichtigkeit und Komplexität der Faktoren darzustellen, welche die Entstehung von Gastfreundschaft beeinflussen. Um das Verständnis der Begrifflichkeiten zu vereinfachen, werden die englischen Termini des Referenzrahmens hier auf Deutsch übersetzt. Es werden v. a. diejenigen Faktoren genauer beleuchtet, für welche entsprechende Bezugspunkte in der Fallstudie vorliegen.

6.1.1 Generelle Einflussfaktoren auf Gastfreundschaft

Die generellen Faktoren, welche Gastfreundschaft beeinflussen, sind gemäss des Referenzrahmens: Politik und Recht, kulturelle Identität (Traditionen, Werte, Religion, Normen und Rituale) sowie Tourismusbewusstsein.

Die Gäste sowie die “Gastgebenden”, also die Gästeführerinnen sind hier eher ältere, regional verankerte, einheimische Personen. Viele von ihnen sind bereits pensioniert oder nur in Teilzeit tätig. Betrachtet man diese Gästegruppe und die entsprechende Gästeführer-Gruppe, fällt auf, dass es zwischen den beiden Gruppen kulturell viele Gemeinsamkeiten gibt: Sie haben wohl ähnliche Wertvorstellungen, sind naturverbunden und unternehmungslustig. Beide Seiten haben offenbar ähnliche Vorstellungen von Freundlichkeit, Höflichkeit und Humor und es gefällt ihnen, miteinander in Kontakt zu treten. In den Gesprächsausschnitten ist deutlich erkennbar, wie über die Interaktion geteilte Wahrnehmungen entstehen und sich beide Seiten einerseits stilistisch einander anpassen und andererseits diese Stilwahl auch positiv ratifizieren über

Lachen und Weiterführung von Witzeleien beispielsweise. Es ist also nicht nur die Gästeführerin allein, die einen bestimmten kommunikativen Stil vorgibt. Die Gäste gehen auf ihre Stilvorgabe ein (Bsp. 1) und schlagen ihn selbst auch vor (Bsp. 2) – in beiden Beispielen wird er jeweils von der anderen Seite aufgenommen und weitergeführt. In einer weiten Auffassung des Netzwerkbegriffs (siehe 2.2) könnten diese (Stamm-)Gäste der Destination als Teile des sozialen Netzwerks betrachtet werden, die mit der Gästeführerin einen bestimmten kommunikativen Stil teilen (cf. auch 6.2).

Verschiedene in diesem Beitrag nicht genauer betrachtete Beispiele zeigen zudem, dass sich der sprachliche Stil der Gästeführerin ändert, wenn sie z. B. deutsche, asiatische oder kanadische Reisegruppen mit anderem kulturellen Hintergrund und einer anderen Sprache in der Bahn transportiert. Sobald sie nicht mehr in ihrer Muttersprache Schweizerdeutsch spricht und grössere, anonymere Gruppen betreuen soll, ist sie weit weniger spontan und auch individuell in ihren Formulierungen. Eine kanadische Touristin z. B. fühlte sich dadurch nicht so herzlich und persönlich empfangen. Hier werden auch kulturell verschiedene Erwartungen sichtbar. Asiatische Reisegruppenmitglieder fühlten sich beispielsweise genügend individuell angesprochen resp. war es für sie gar kein wichtiges Kriterium ihres Gasterlebnisses.

6.1.2 Unterstützende Einflussfaktoren auf Gastfreundschaft

Als unterstützende Faktoren werden im Referenzrahmen der Gastfreundschaft die folgenden genannt: Sauberkeit, Information, Sicherheit, Management-Prozesse, Führung, Architektur und Physische Erscheinung.

Der Direktor der Bergbahn betrachtet Gastfreundschaft als eine grundlegende Managementqualität. Er setzt diese um, indem er die Mitarbeitenden schult, aber auch, indem er die Prozesse seines Unternehmens sowie die Infrastruktur optimal an die Erfordernisse eines aus seiner Sicht «gastfreundschaftlichen Betriebes» ausrichtet.

Es gibt Situationen, in welchen jedoch auch die gute Infrastruktur, die Informationsvermittlung und die positive Stimmung der Mitarbeitenden beeinträchtigt werden. An dem sehr gut frequentierten Herbsttag in Beispiel zwei etwa war es der Gästeführerin später nicht mehr möglich, allen Gästen individuell zu helfen beim Ein- und Aussteigen und diese auch offiziell zu verabschieden. Dies geschieht wegen der schieren Menge an Gästen, aber auch weil rein von der Arbeitsbelastung her nicht über den ganzen Tag hinweg die gleiche Aufmerksamkeit der Gästeführerin erhalten bleiben kann und viele verschiedene Erwartungen der Gäste auf sie treffen. Die Gästeführer:innen waren an diesen Tagen auch selbstkritisch und bekundeten, dass sie nicht genügend Zeit und Kapazität gehabt hätten, um die Gäste für ihre Ansprüche genügend freundlich und individuell zu betreuen.

6.1.3 Kernfaktoren für Gastfreundschaft

Die Kernfaktoren, welche die Entstehung von Gastfreundschaft begünstigen, sind laut dem Referenzrahmen der Gastfreundschaft: Service- und Fachkompetenz, kommunikative Kompetenz, Offenheit, Empathie, Authentizität, Freundlichkeit, Höflichkeit, Grosszügigkeit, Aufmerksamkeit, Zuverlässigkeit, Hilfsbereitschaft, Interesse, Wertschätzung und Respekt.

Die folgenden Faktoren sind Elemente, die in direktem Bezug zu den obigen Gesprächsausschnitten stehen. Einige werden zu Bündeln zusammengefasst, da sie gleichzeitig in denselben Beispielen in Erscheinung treten. Einige besonders zentrale werden auch im nächsten Kapitel zum kommunikativen Stil noch weiter ausgeführt.

Empathie, Aufmerksamkeit und Hilfsbereitschaft

Die Gästeführerin ist in Beispiel zwei empathisch, als sie die Gäste durch die Fahrt im Nebel begleitet und für sie das Durchbrechen der Nebeldecke antizipiert. Sie legt eine aufmerksame Haltung an den Tag, indem sie sich an strategischen Stellen positioniert und wachsam darauf achtet, ob jemand Hilfe braucht oder eine Frage hat.

Freundlichkeit

Wie in den Gesprächsausschnitten gezeigt werden konnte, ist die Gästeführerin äusserst freundlich und fröhlich. Dies zeigt sich unter anderem an ihrer offenen Gestik und Mimik, aber auch an ihrer expressiven Intonation. Die persönliche und direkte Ansprache möglichst vieler Gäste zeugt ebenfalls von Freundlichkeit. Diese Freundlichkeit wird auch von vielen Gästen als erwähnenswert hervorgehoben und als zentrales Element der Gastfreundschaft bewertet.

Höflichkeit und Respekt

Die Gästeführerin behandelt in den betrachteten Ausschnitten die Gäste höflich, im Sinne einer positiven Höflichkeit (cf. Brown/Levinson 1987). Sie variiert zum Beispiel die Ansprache und Grüsse je nach Alter oder Gästegruppe. Durch die direkte Ansprache der Gäste in der zweiten Person Plural versucht sie zudem einen Mittelweg zu finden zwischen einer höflichen, aber etwas distanzierten Ansprache und dem für unbekannte Gäste unangebrachten Duzen. Die Mischform der Begrüssungsformeln führt auch bei grösseren Gruppen dazu, dass sie jüngere und ältere Personen gleichermassen anspricht und Höflichkeitsnormen nicht verletzt. Auch die humorvolle Rahmung von Kritik (in Bsp. 2) ist eine Form von Höflichkeit.

Kommunikative und sprachliche Kompetenz

Die Gästeführerin weist eine hohe sprachliche und kommunikative Kompetenz auf. So ist die Gästeführerin einerseits fähig, unterschiedliche sprachliche Strategien anzuwenden, um die Gäste in Gespräche zu involvieren. Andererseits ist sie auch flexibel genug, um z. B. auf ironische Äusserungen der Gäste spontan zu reagieren und deren humorvollen Stil weiterzuführen. Dadurch spricht sie die Gäste individuell an und erzeugt eine entspannte Atmosphäre. Auch das non- und paraverbale Verhalten der Gästeführerin (die offenen Gesten, der Blickkontakt und die expressive Intonation) sind Elemente der kommunikativen Kompetenz, die sich allesamt positiv auf die Herstellung einer gelungenen Gastgeber-Gästebeziehung auswirken.

6.2 Gastfreundschaft durch “gastfreundschaftlichen” Stil?

Im vorliegenden Fall gestaltet sich die Interaktion zwischen der Gastgeberin und den Gästen besondere sprachliche Merkmale auf: Einerseits sind die Beteiligten höflich und freundlich miteinander. Die vorherrschende Interaktionsmodalität ist eine spassige. Zudem lachen sie über die gleichen Wortspiele, Witze und Ironie (geteilte Regeln des Sprechens). Auch die Sprachvariation teilen sie: Sie sprechen zwar nicht alle den gleichen Dialekt, aber alle Schweizerdeutsch, was sie gemeinsam als Einheimische/Schweizer:innen positioniert. Die Gästeführerin

signalisiert zudem Nähe mit persönlichen Begrüßungsformeln und der Ansprache in der zweiten Person Plural. Sie ist auch darum bemüht, alle Gegebenheiten des Tages möglichst positiv darzustellen (Nebel). Durch ihre expressive Intonation gelingt es ihr, eine positive und vertrauensvolle Atmosphäre in der Gondel herzustellen (paraverbale Ebene). Auf diese Weise fühlen sich die Gäste wohl und auch animiert, mit ihr in Kontakt zu treten. Auf nonverbaler Ebene ist auffällig, dass die Gästeführerin eine hohe Präsenz hat und versucht, die gesamte Umgebung im Blick zu haben. Dabei ist sie sehr aufmerksam und fürsorglich und erkennt, wenn ein Gast Hilfe oder besondere Betreuung benötigt. Die Uniform ist für die Gäste auch ein offensichtliches Zeichen, dass es sich bei dieser Person um eine Ansprechperson handelt.

Die Frage stellt sich nun, ob dieses Set an Merkmalen bereits einen “gastfreundschaftlichen Stil” ausmacht. Dies ist nicht ganz einfach zu beantworten. Grundsätzlich können alle oben im Detail beschriebenen Elemente als Variablen eines gastfreundschaftlichen Stils betrachtet werden. Gegen eine Kategorisierung als “gastfreundschaftlichen Stil” spricht allerdings, dass z. B. der Umgang mit Höflichkeit stilistisch auch innerhalb dieser ähnlichen Settings noch viel Varianz aufweist und je nach Zielgruppe geduzt, gesiezt oder geihrt wird oder eine ganze Palette verschiedener Begrüßungsformeln verwendet wird. Das würde einem einheitlichen Stil im engen Sinn zuwiderlaufen.

Weiter könnte man sagen, dass diese Stilmerkmale einfach die Grundmerkmale eines Dienstleistungsstils sind (oder wie es Pechlaner/Raich (2007) nennen, eines Stils der “Gastlichkeit”). Weiterhelfen könnte an dieser Stelle die folgende Darstellung von Selting (1997: 12) über das Wechselverhältnis von Kontext und Stil:



Abbildung 2: Gegenseitige Beeinflussung von Kontext und Stil nach Selting (1997: 12).

Einerseits definiert ein bestimmter Kontext einen Stil und macht diesen erwartbar. Im vorliegenden Fall heisst das, dass der Kontext der Tourismusdestination und der Bergbahn den oben beschriebenen dienstleistungsorientierten Stil erwartbar macht. Die Gäste gehen davon aus, dass das Personal in der Bahn höflich ist und Fragen beantwortet. Was allerdings die meisten Gäste nicht prinzipiell erwarten, wenn sie eine Schweizer Bergbahn betreten, ist, dass sie aktiv und individuell angesprochen werden, dass sie mit persönlichen Geschichten und Humor unterhalten werden und nicht nur über das Wetter auf der Bergspitze informiert werden. Sie erwarten eher weniger, dass Gästeführer:innen ihnen individuelle Beziehungsangebote machen und in freundschaftlicher Nähe auf sie zu- und eingehen. Das sind diejenigen Elemente, die in den oben beschriebenen Interaktionen den Kontext in einen gastfreundschaftlichen Kontext verwandeln, ihn nach Sandig/Selting (1997) erst definieren. Die Eigenheiten eines gastfreundschaftlichen Stils, der sich von einem reinen Dienstleistungsstil unterscheidet, wären dann die betont individuelle Ansprache der Gäste, das empathische Eingehen auf verschiedene

Zielgruppen und deren Bedürfnisse, so dass auch in kurzen Interaktionen eine persönliche Beziehung entsteht, in welcher sich beide Parteien wertgeschätzt und verstanden fühlen und die somit über eine bezahlte Dienstleistung hinausreicht. Zentral scheint dabei zu sein, dass sich beide Parteien – die Gäste und die Gastgeberin – aktiv an der Gestaltung der Interaktion beteiligen und sich gegenseitig emotional bereichern und bestätigen, durch den geteilten sprachlichen Stil, die Werte und Geschichten. Eine besondere Rolle spielt hier der Spass resp. der Humor. Kotthoff (2016: 357) formuliert treffend: „Im gemeinsamen Lachen entsteht zumindest für einen Moment eine gemeinsame Situationsdefinition und ein geteiltes Gefühl. [...] Beziehungen entformalisieren sich geradezu durch Scherzen und Witzeln; darin liegt eine sozialdiagnostische Potenz.“ In Bezug auf die hier untersuchten Interaktionen werden also durch die scherzende Interaktionsmodalität und das gemeinsame Lachen, geteilte Wahrnehmungen gefördert und in den Interaktionen zwischen unbekanntenen Personen wird relativ schnell Formalität abgebaut und Beziehung aufgebaut. Diese Dimension entspricht auch dem von Pechlaner/Raich (2007: 17) beschriebenen “Schaffen von Emotionalität und Sympathie” sowie von Zuneigung, welche dienstleistungsbasierte “Gastlichkeit” in Richtung “Gastfreundschaft” verschieben.

Stile zeichnen sich nach Auer (1989: 29) auch dadurch aus, dass sie über Fremd- und Selbstwahrnehmung als solche erkannt werden. Aus emischer Sicht, erwähnten die befragten Gäste selbst v. a. die “Freundlichkeit” und die lustige Stimmung als typische (sprachliche) Elemente der Gastfreundschaft an der Destination. Die Gästeführerin, die geprägt ist vom internen Kommunikationskonzept, erachtet Elemente wie die “entgegengehende Freundlichkeit”, also das aktive Zugehen und Ansprechen der Gäste sowie auch die “lockere Stimmung” als typisch. Beide waren sich einig, dass diese Elemente in ausgeprägter Form wahrnehmbar seien in der Interaktion zwischen Gästeführer:innen und Gästen an dieser Destination. Die analysierten Gesprächsausschnitte wurden auch mehrmals Studierenden sowie Dozierenden an Hochschulen für Analysen vorgespielt. Aus ihrer etischen Perspektive schrieben diese externen Gruppen den darin ausgeübten Stil klar touristischen Seniorengruppen zu, nahmen ihn also als eine gewisse linguistische Einheit mit sozialem Bezug oder nach Kallmayer als kommunikativen sozialen Stil wahr. Bemerkenswert war, dass diese externen Gruppen den Stil gleichzeitig auch mit gewissen Fremdheitsgefühlen verbanden respektive sich selbst nicht als Anspruchsgruppen dieses Stils bezeichneten. Besonders die älteren Dozierenden empfanden den Stil als übertrieben fürsorglich und emotional und fühlten sich wenig angesprochen. Die emische sowie die etische Perspektive sprechen für eine Kategorisierung dieser sprachlichen Variation als Stil.

Der hier im Detail beschriebene Stil, der von den Gastgebenden und Gästen als gastfreundschaftlich eingeschätzt wird, umfasst also folgende Merkmale: Höflichkeit (höfliche und direkte Ansprache), dialektale Variation, geteilte Regeln des Sprechens (Ironie und Sprachwitz), paraverbale Ausdrucksweise (Expressivität) und non-verbales Verhalten (Präsenz und Uniform). Diese Merkmale vermögen es, in dieser spezifischen Situation zwischen dieser älteren Gästeführerin und den älteren, einheimischen Gästen eine gelte, positive Wahrnehmung und eine gewisse Nähe herzustellen. Dieser Stil würde aber nicht generell in allen Gastgeber-Gäste-Interaktionen das gleiche bewirken.

Da diese Fallstudie Teil eines interdisziplinären und angewandten Projektes für die Praxis war, wurden von den Praxispartnern auch konkrete Handlungsempfehlungen erwartet, welche sich aus den Forschungsergebnissen ableiten lassen. Verallgemeinern lassen sich jedoch lediglich

Funktionen, die eine Gastgeberin über ein bestimmtes sprachliches Verhalten in der Interaktion mit ihren Gästen anstreben könnte, damit sie diese als gastfreundschaftlich einschätzen:

- In der Dienstleistungsinteraktion eine (persönliche) Beziehung aufbauen, i. e. Nähe herstellen z. B. über geteilte Variation und Regeln des Sprechens,
- über das Erwartbare einer bezahlten Dienstleistung hinausgehen, z. B. die Gäste individuell ansprechen, auf sie eingehen und empathisch sein,
- Nähe herstellen, indem sprachlich flexibel und individuell auf die Bedürfnisse der verschiedenen Besuchergruppen und Situationen reagiert wird.

Für die Anwendung in der Praxis bedeutet das, dass es für die Entstehung eines Gefühls von Gastfreundschaft in der Interaktion von Vorteil ist, wenn Gastgebende ihre verschiedenen Gästegruppen und deren sprachliches Verhalten gut kennen, evt. auch genauer analysieren und möglichst individuell und situationsadäquat versuchen, darauf einzugehen. Je breiter der sprachliche und kulturelle Hintergrund der Gäste ist und mit zunehmender Gästezahl wird es immer anspruchsvoller in kurzer Zeit in der Interaktion Nähe aufzubauen. Auch die hier im Fokus stehende Gästeführerin war weit weniger souverän in der Umsetzung dieser Ziele, wenn Sie für spezifische Gästegruppen auf Hochdeutsch oder gar auf Englisch wechseln musste. z. T. mangelte es ihr auch an sprachlicher Kompetenz, um mit stilistischen Nuancen zu arbeiten, witzig zu sein oder die Interaktion wirklich auf eine persönliche Ebene zu bringen.

Fasst man Gastfreundschaft als eine Art Beziehung auf oder als ein geteiltes Gefühl der Vertrautheit und Nähe, das in der Interaktion zwischen unbekanntem Interaktanten einer Tourismusdestination entstehen kann, spielt ein geteilter kommunikativer Stil sicherlich eine tragende Rolle bei der Erzeugung dieses Gefühls. Man kann den Stil in den analysierten Beispielen “gastfreundschaftlich” nennen, da er bei den Beteiligten offenbar zu einer solchen geteilten Wahrnehmung führt. Es wird aber sogleich klar, dass es **den** gastfreundschaftlichen Stil nicht geben kann, da z. B. die spassige Interaktionsmodalität, die Ironie oder die expressive Intonation lange nicht von allen Zielgruppen als angemessen eingeschätzt respektive nicht mit allen Interagierenden zu geteilten Wahrnehmungen führen würde.

Weitere stilistische Analysen der Interaktionen zwischen Gästen und Gastgebenden müssten erst noch zeigen, ob es allenfalls sprachliche Merkmale gibt, die konstant auftreten, wenn Gäste eine Interaktion als gastfreundschaftlich einschätzen.

Literaturverzeichnis

- Auer, Peter (1989): “Über Natürlichkeit und Stil”. In: Hinnenkamp, Volker/Selting, Margret (eds.): *Stil und Stilisierung*. Tübingen, Niemeyer: 27–59.
- Bendel Larcher, Sylvia (2020): “Gesprächsrhetorik im Callcenter”. In: Hess-Lüttich, Ernest (ed.): *Gesprächsrhetorik. Ein Handbuch*. Berlin/Boston: de Gruyter: 737–756.
- Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (2002): *Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler*. 3. überarb. Aufl. Berlin: Springer.
- Broszinsky-Schwabe, Edith (2011): *Interkulturelle Kommunikation. Missverständnisse – Verständigung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brown, Penelope/Levinson, Stephen C. (1987): *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Deppermann, Arnulf (2000): "Ethnographische Gesprächsanalyse: Zu Nutzen und Notwendigkeit von Ethnographie für die Konversationsanalyse". *Gesprächsforschung. Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion 1*: 96–124. gesprachsforschung-ozs.de/heft2000/ga-deppermann.pdf [01.06.2018].
- Denzin, Norman (1979/1989): *The research act. A theoretical introduction to sociological methods*. 3. Ausg. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Dieth, Eugen (1986): *Schwyzertütschi Dialäktschrift*. 2. überarb. Aufl. Aarau: Sauerländer.
- Galliker, Esther (2014): *Bricolage. Ein kommunikatives Genre im Sprachgebrauch Jugendlicher aus der Deutschschweiz*. Frankfurt a. M.: Lang. (=Sprache – Kommunikation – Kultur. Soziolinguistische Beiträge 14).
- Fiehler, Reinhard (2012): *Kommunikation und Emotion. Theoretische und empirische Untersuchungen zur Rolle von Emotionen in der verbalen Interaktion*. Berlin/New York: de Gruyter. (=Grundlagen der Kommunikation und Kognition).
- Fiehler, Reinhard/Schmitt, Reinhold (2002): "Das Potenzial der angewandten Gesprächsforschung für Unternehmenskommunikation: Das Beispiel 'Kundenorientierung'". In: Haß-Zumkehr, Ulrike/Kallmeyer, Werner/Zifonun, Gisela (eds.): *Ansichten der deutschen Sprache. Festschrift für Gerhard Stickel zum 65. Geburtstag*. Tübingen, Narr: 501–527. (=Studien zur Deutschen Sprache 25).
- Gumperz, John (ed.) (1982): *Language and social identity*. Cambridge: Cambridge University Press. (=Studies in interactional sociolinguistics 2).
- Gumperz, John J. (1994): "Sprachliche Variabilität in interaktionsanalytischer Perspektive". In: Kallmeyer, Werner (ed.): *Kommunikation in der Stadt. Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim*. Berlin/New York, de Gruyter: 612–639.
- Gumperz, John J./Hymes, Dell (eds.) (1986) *Directions in sociolinguistics. The ethnography of communication*. 2. überarb. Aufl. Oxford: Blackwell.
- Hymes, Dell (1974/2010): *Foundations in sociolinguistics: An ethnographic approach*. New York: Routledge. (=Schriften des Instituts für Deutsche Sprache 4.1).
- Hymes, Dell (1979): *Soziolinguistik. Zur Ethnographie der Kommunikation*. In: Coulmas, Florian (ed.): 29–270. Frankfurt a. M.: Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft.
- Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (ed.) (1997): *Herzlich willkommen! – Rituale der Gastlichkeit*. Salzburg: Salzburger Landesinstitut für Volkskunde. (=Salzburger Beiträge zur Volkskunde 9).
- Kallmeyer, Werner (1994): "Das Projekt Kommunikation in der Stadt". In: Kallmeyer, Werner (ed.): *Kommunikation in der Stadt. Teil 1. Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim*. Berlin/New York: de Gruyter. (=Schriften des Instituts für Deutsche Sprache 4/1).
- Kallmeyer, Werner (1995): "Zur Darstellung von kommunikativem sozialem Stil in soziolinguistischen Gruppenporträts". In: Keim, Inken/Kallmeyer, Werner (eds.): *Kommunikation in der Stadt. Teil 3. Kommunikative Stilistik einer sozialen Welt „kleiner Leute“ in der Mannheimer Innenstadt*. Berlin/New York, de Gruyter: 1–39. (=Schriften des Instituts für deutsche Sprache 4.3).
- Kallmeyer, Werner/Keim, Inken (2002): "Eigenschaften von sozialen Stilen der Kommunikation. Am Beispiel einer türkischen Migrantinnengruppe". *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie 65*: 35–56.

- Kotthoff, Helga (1998/2016): *Spaß Verstehen. Zur Pragmatik von konversationellem Humor*. Berlin/Boston: de Gruyter.
- Pechlaner, Harald/Raich, Frieda (2007): “Wettbewerbsfähigkeit durch das Zusammenspiel von Gastlichkeit und Gastfreundschaft”. In: Pechlaner, Harald/Raich, Frieda (eds.): *Gastfreundschaft und Gastlichkeit im Tourismus. Kundenzufriedenheit und -bindung mit Hospitality Management*. Göttingen, Schmidt: 9–43.
- Rothe, Frederike (2007): “Die ‘Machbarkeit’ zwischenmenschlicher Kommunikation”. In: Pechlaner, Harald/Raich, Frieda (eds.): *Gastfreundschaft und Gastlichkeit im Tourismus. Kundenzufriedenheit und -bindung mit Hospitality Management*. Göttingen, Schmidt: 95–111.
- Sandig, Barbara/Selting, Margret (1997): “Einleitung. Sprech- und Gesprächsstile”. In: Margret Selting/Sandig, Barbara (eds.): *Sprech- und Gesprächsstile*. Berlin/Boston, de Gruyter: 1–8. degruyter.com/view/books/9783110820447/9783110820447.1/9783110820447.1.xml [26.01.2018].
- Schrutka-Rechtenstamm, Adelheid (1998): “Die Rolle der Gastgeber. Touristische Gastfreundschaft und wirtschaftliches Prinzip”. *Salzburger Volkskultur* 22: 39–48.
- Selting, Margret (1997): “Interaktionale Stilistik: Methodologische Aspekte der Analyse von Sprechstilen”. In: Selting, Margret/Sandig, Barbara (eds.): *Sprech- und Gesprächsstile*. Berlin/Boston, de Gruyter: 9–43. degruyter.com/view/books/9783110820447/9783110820447.9/9783110820447.9.xml [26.01.2018].
- Selting, Margret/Auer, Peter/Barth-Weingarten, Dagmar (2009): “Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT 2)”. *Gesprächsforschung – Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion* 10: 353–402. gespraechsforschung-online.de/index.php?id=16&eID=dam_frontend_push&docID=59 [01.06.2021].
- Slattery, Paul (2002): “Finding the Hospitality Industry”. *Journal of hospitality, leisure, sport and tourism education* 1/1: 19–28.
- Stettler, Jürg et al. (2021): “Understanding Hospitality. Results of a Literature Analysis and Empirical Studies”. *Open Education Platform*. doi: 10.25938/oepms.130.
- Weier, Michael (2011): *Gäste professionell führen. Ein Leitfaden für die Tourismuspraxis*. Gerlingen: KSB-Media.
- Wenger, Etienne (1998): *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zanetti Daniel (2008): *Das Love Story Prinzip*. Olten: Knapp.

Anhang

Transkriptionskonventionen: Die folgenden Transkriptionskonventionen wurden angewandt bei der Erstellung der Transkripte: Minimaltranskript nach GAT 2, angelehnt an Selting/Auer/Barth-Weingarten (2009: 359), adaptiert wie in Galliker (2014: 69–71).

Dialektverschriftung: Die Dialektverschriftung ist dabei angelehnt an Dieth (1986), adaptiert für den Nidwaldner Dialekt von Galliker (2014: 72–75).

Zeichen	Bedeutung
[]	Parallel gesprochene Passagen mehrerer Sprechender
(.)	Mikropause (bis 0.2 Sek.)
(-)	Kurze Pause (0.2 bis 0.5 Sek.)
(1.3)	Gemessene Pause in Sekunden
<<t >	Tiefes Tonhöhenregister
<<h >	Hohes Tonhöhenregister
?	Hoch steigende Intonation am Einheitsende
.	Tief fallende Intonation am Einheitsende
((lacht))	Beschreibung para- und non-verbaler Handlungen und Ereignisse, Kommentare
<<niessend> >	Sprachbegleitende para- und non-verbale Handlungen und Ereignisse mit Reichweite
<<erstaunt> >	Interpretierende Kommentare mit Reichweite
(xxx), (xxx xxx)	Ein bzw. zwei unverständliche Silben
(solche)	Vermuteter Wortlaut
→	Verweis auf im Text behandelte Transkriptzeile
=	Schneller, unmittelbarer Anschluss neuer Sprecherbeiträge oder Segmente, Verschleifungen und schnelle Anschlüsse innerhalb von Segmenten
:	Langvokale werden nach Dieth (1986) durch Verdoppelung markiert. Wird zusätzlich gedehnt, wird dies je nach Länge durch Doppelpunkte ausgedrückt
akzEnt	Starker Akzent oder Akzent, der nicht deckungsgleich ist mit dem üblichen Wortakzent
Akzent	Akzent
ak!ZENT!	Extra starker Akzent
↑	Intonationssprung nach oben
↓	Intonationssprung nach unten
<<f> >	Forte, laut
<<p> >	Piano, leise
<<cresc> >	Crescendo, lauter werdend
<<all> >	Allegro, schnell
<<len> >	Lento, langsam
((...))	Auslassung im Transkript
<i>kursiv</i>	Hochdeutsche Übersetzung