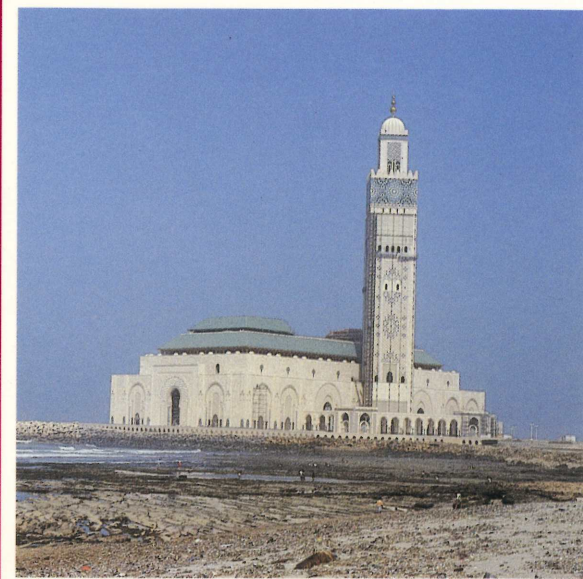
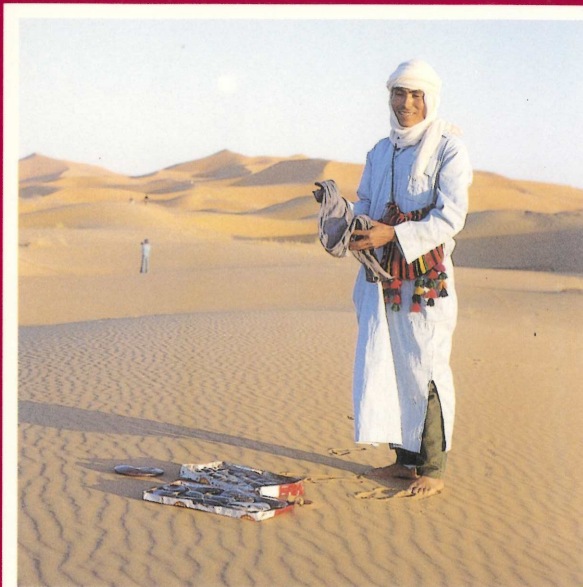


DIE SICHT DES ANDEREN –

**DAS MAROKKOBILD DER DEUTSCHEN,
DAS DEUTSCHLANDBILD DER MAROKKANER**

Herausgegeben von Herbert Popp



Referate des deutsch-marokkanischen
Symposiums in Rabat, November 1993

Inhaltsverzeichnis

Seite

5 Vorwort

7 Inhaltsverzeichnis

■ Das Marokkobildder Deutschen

● *Historische Aspekte*

13 Dietrich RAUCHENBERGER, Hamburg:

Ein besonderer Aspekt des Marokkobildes der Kaiserzeit: der Holzstich als Vehikel für Information und Vorurteil

31 Mohammed KENBIB, Rabat:

„Marokkanische“ Impressionen deutscher Reisender um die Jahrhundertwende: Pietsch (1878), Horowitz (1887), Artbauer (1911)

39 Omar AFA, Rabat:

Die deutsche Präsenz in Südmarokko am Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts

45 Boussif OUSTI, Tétouan:

„Die deutsche Meinung zur Marokkofrage“ oder Wie man die öffentliche Meinung manipuliert

53 Hans-Jürgen LÜSEBRINK, Saarbrücken:

Die marokkanischen Kolonialsoldaten (*Tirailleurs*) in Deutschland 1919–1923. Präsenz, Wahrnehmungsformen, Konflikte

65 Hubert LANG, Bonn:

Die Darstellung Abd el Krims in der zeitgenössischen deutschen Publizistik

71 Erhard GABRIEL, Ahrensburg:

Ouarzazate aus der Sicht deutscher Kriegsgefangener (1944–1946)

● *Literarische und kulturelle Aspekte*

- 79 Khadija MOUHSINE, Rabat:
Hans Stumme – Erzähler des marokkanischen Tazerwalt
- 85 Ute FAATH, Karlsruhe:
Das Bild Marokkos in der deutschen Fremdenlegionärliteratur
- 91 Regina KEIL, Heidelberg:
Zur Rezeption marokkanischer Literatur französischer Sprache in Deutschland
- 101 Hanspeter MATTES, Hamburg:
Das Bild Tangers im deutschen Schrifttum des 20. Jahrhunderts
- 113 Hans-Joachim BÜCHNER, Mainz:
Das Bild der saharischen Oasen des Maghreb im deutschen Erdkunde-Schulbuch
- 131 Ulrich MEHLEM, Berlin:
Wie nehmen deutsche Lehrer ihre marokkanischen Schüler wahr und was wissen sie über deren Herkunftsland und Kultur?
- 139 Lucette HELLER-GOLDENBERG, Köln:
Das Marokkobild deutscher Studenten. Empirische Ergebnisse einer Befragung an der Universität Köln
- 145 Gerd BECKER, Hamburg:
Marokkanische Migranten in Norddeutschland und ihre Wahrnehmung durch Studenten der Ethnologie an der Universität Hamburg
- *Touristische Aspekte*
- 149 Gerhard KUHN, Marburg/L.:
Wahrnehmungen und Einschätzungen deutscher Studienreiseteilnehmer in Marokko
- 153 José A. SERRANO, Hamburg:
Die Reisemotive und Reiseerwartungen deutscher Marokko-Reisender aus der Sicht eines Studienreisenveranstalters

- 161** Herbert POPP, München:
Das Marokkobildd in den gegenwärtigen deutschsprachigen Reiseführern
- 171** Jochen PLEINES, Bochum:
Die Sprachlosigkeit des Touristen

■ Wechselseitige Wahrnehmung

- 179** Gustav DEUTSCH, Wien:
Augenzeugen der Fremde – Témoins oculaires de l'étranger. Ein authentisches Filmexperiment
- 187** Andrea GAITZSCH-LHAFI, Rabat:
Gemeinsamkeiten im Anders-Sein. Gedanken zur Notwendigkeit eines umfassenden Ansatzes

■ Das Deutschlandbild der Marokkaner

● *Historische Aspekte*

- 193** Jamma BAIDA, Rabat:
Die Wahrnehmung der Nazi-Periode in Marokko. Indizien für den Einfluß der deutschen Propaganda auf die Geisteshaltung der Marokkaner
- 197** Mokhtar EL HARRAS, Rabat:
Die Printmedien und das Deutschlandbild in der spanischen Protektoratszone von Nordmarokko (1934 bis 1945)
- 209** Driss BENSALD, Rabat:
Die marokkanischen Ulemas und der Krieg, 1914–1945

- 221** Mostafa HASSANI IDRISSE, Rabat:
**Die Wahrnehmung Europas und speziell Deutschlands im Geschichts-
unterricht Marokkos**
- *Literarische, kulturelle und touristische Aspekte*
- 225** Ahmed BOUHSANE, Rabat:
**Der Stellenwert der deutschen Literaturwissenschaft in Marokko – die
Rezeptionstheorie als Impuls**
- 229** Rahma BOURQIA, Rabat:
Die Wahrnehmung der Fremde bei marokkanischen Landfrauen
- 239** Mohamed BERRIANE, Rabat:
**Die Wahrnehmung Deutschlands durch marokkanische Gastarbeiter in
der Bundesrepublik**
- 251** Mohamed KERBOUT, Rabat:
**Das Image deutscher Technologie in Marokko: am Beispiel der Statio-
nen zur Gewinnung von Solarenergie im Gharb**
- 261** Anton ESCHER, Berlin:
**Die Wahrnehmung und Einschätzung deutscher Touristen in Fes aus
der Sicht der marokkanischen „Guides“**

Anton Escher (Berlin)

Die Wahrnehmung und Einschätzung deutscher Touristen aus der Sicht der marokkanischen „Guides“ in Fes

Mit 4 Abbildungen

Einleitung

Mit dem Auftreten von ausländischen Touristen – Mitte der fünfziger Jahre kamen jährlich ungefähr 100.000 und zu Beginn der neunziger Jahre über 1,5 Millionen Ausländer nach Marokko – entstand die Tätigkeit des Touristenführers. Insbesondere in Fes, wo sich jeder, der zum ersten Mal die Medina besucht, unweigerlich verläuft, bedienen sich die Fremden bereitwillig der marokkanischen Touristenführer. Bereits für 1964/65 verzeichnet der Reiseführer „*Villes et Montagnes Marocaines*“ 30 offizielle Touristenführer in Fes, von denen neben Französisch sechs Englisch, einer Deutsch und zwei Spanisch sprechen. Heute werden die „offiziellen Touristenführer“ in drei Kategorien eingeteilt: „*Guides Nationaux*“ (Führer für ganz Marokko), „*Guides Locaux*“ (lokale Führer) und „*Guides Auxiliaires*“ (Hilfsführer). Die Unterlagen der *Délégation Régionale du Tourisme* weisen im Jahr 1993 44 „*Guides Nationaux*“ aus, die berechtigt sind, im gesamten Staatsgebiet Marokkos zu führen. Weiterhin sind namentlich 148 „*Guides Locaux*“ aufgeführt, die ausschließlich in der Stadt Fes ihren Beruf ausüben dürfen. Außerdem gibt es mindestens noch einmal soviele „*Guides Auxiliaires*“, die die „*Guides Locaux*“ bei der Führung durch die Medina unterstützen oder die weniger schwierigen und weniger lukrativen Abschnitte der Führung übernehmen. Hinzu kommen noch die unzählbaren „*Guides faux*“, die illegalen Touristenführer, die ohne behördliche Genehmigung arbeiten. Sie werden je nach Laune der lokalen Autoritäten geduldet, von Zeit zu Zeit verfolgt und hin und wieder in das Gefängnis geworfen. Es ist noch zu erwähnen, daß in Marokko laut Gesetz jede Touristengruppe, die eine Stadt wie Fes besucht, von einem offiziellen Führer begleitet werden muß.

Die Arbeit als Fremdenführer ist insbesondere in Fes sehr lukrativ, da neben dem Entgelt für die Führung hohe Provisionen bei den Einkäufen der Touristen für den Fremdenführer anfallen. Um einen guten Verdienst zu erzielen, muß der *Guide* dem Touristen eine attrakti-

ve Führung bieten, die ihn zufrieden stimmt und dadurch seine Kauffreudigkeit anregt. Aus den genannten Gründen ist es für den *Guide* sehr wichtig, die Reisenden zutreffend wahrzunehmen und richtig einzuschätzen. Wahrnehmung und Einschätzung deutscher Touristen durch die *Guides* in Fes ist das Thema der weiteren Ausführungen.

Doch zunächst sollen noch einige kurze Anmerkungen zur Methode der vorliegenden Untersuchung gemacht werden. Im Frühjahr 1993 wurden 14 Touristenführer aus Fes interviewt. Die Leitfadeninterviews hatten durchwegs narrativen Charakter und wurden zum Teil als Gruppeninterviews (mit bis zu drei Personen) durchgeführt. Die Interviews wurden hauptsächlich in arabischer, teilweise in deutscher und zum geringsten Teil in französischer Sprache geführt und auf Tonband aufgezeichnet¹⁾. Die nachfolgend geschilderten Wahrnehmungen und Einschätzungen deutscher Touristen durch Touristenführer aus Fes können in hohem Maße als repräsentativ für alle Feser *Guides* gelten, da – wie von den Interviewpartnern und mehreren anderen Touristenführern, die der Verfasser seit über zehn Jahren kennt, bestätigt wurde – die intensive Kommunikation unter den Führern über ihre Wahrnehmungen und Einschätzungen der Touristen zu deutlich abgrenzbaren Meinungen und klar feststehenden Mustern führt. Die Ergebnisse und die Darstellung der Befunde wurden mit ausgewählten Touristenführern in Fes in einem zweiten methodischen Schritt ausführlich diskutiert.

Die nachfolgende Darstellung des Images der deutschen Touristen bei den marokkanischen *Guides* läßt sich in folgende Abschnitte untergliedern:

- „Wer und wie ist ein deutscher Tourist“ (Kap. 1 und Kap. 2);
- Die typischen Eigenschaften der deutschen Touristen (Kap. 3 bis Kap. 6);

¹⁾ Die arabischen Texte übertrug Herr Dr. Rachid Jai-Mansouri, Germanistikprofessor an der *Faculté des Lettres* (Philosophischen Fakultät) der Universität Fes, ins Deutsche. Ihm sei für diese Hilfe vielmals gedankt.

- Neugier und Angewohnheiten beim „Feilschen“ als deutsche Eigenarten (Kap. 7 und Kap. 8);
- Wie soll man deutsche Touristen behandeln (Kap. 9) sowie das Image der deutschen Frau (Kap. 10).

Die Schilderungen orientieren sich sprachlich, soweit dies bei Übersetzungen möglich ist, eng an den Ausführungen der Touristenführer. Manche Textpassagen wurden aus verschiedenen Aussagen zusammengestellt, einige Formulierungen geändert und inhaltlich dem Textzusammenhang angepaßt. Vergleiche mit Angehörigen anderer Nationalitäten, die von den Befragten immer wieder angeführt wurden, werden teilweise beibehalten, um die Aussagen über die Deutschen stärker zu akzentuieren.

Eine weitere Vorbemerkung sei noch erlaubt: Alle interviewten Guides legten großen Wert darauf, daß nicht alle Deutschen mit den Eigenschaften, Kategorien und Aussagen belegt werden können, die sie im Laufe der Interviews genannt hatten. Es gibt viele feststehende Muster und klar aufzeigbare Trends, die auf die meisten Deutschen zutreffen, aber es gibt auch Ausnahmen und Modifikationen, meinen die Führer aus Fes.

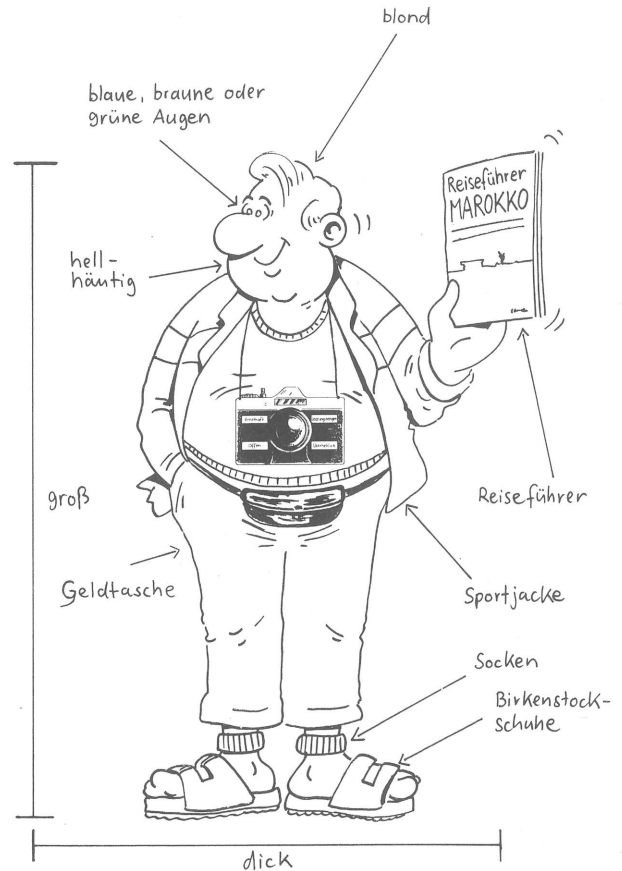
1. Wer und wie ist ein deutscher Tourist?

Die Touristenführer aus Fes beschreiben Deutsche mit folgenden äußerlichen Merkmalen (Abb. 1):

„Ein deutscher Tourist ist groß, hellhäutig und dick. Meist hat er blonde Haare und blaue, braune oder grüne Augen. Deutsche haben auch ein Buch dabei als Reiseführer. Wenn auf dem Reiseführer Marokko mit doppeltem K und mit O geschrieben ist, weiß man sofort: dies ist ein deutschsprachiger Tourist. Die Birkenstockschuhe unterscheiden den Deutschen vom Österreicher und Schweizer. Meistens haben sie auch Socken an. Auch ihr Dialekt spielt eine wichtige Rolle. An ihm kann man erraten, aus welcher Region der Tourist kommt. Die Deutschen sind in der Regel mit guten und modernen Kameras ausgerüstet. Sie tragen funktionale, zweckmäßige und einfache Kleidung, oftmals spezielle sportliche Winterjacken. Sie sind nicht elegant gekleidet, dennoch sind ihre Taschen voller Geld.“

Bemerkenswert ist dabei, daß die Führer nicht nur über ein äußerliches Klischee verfügen, um einen deutschen Touristen identifizieren zu können, sondern daß sie darüberhinaus so gute Deutschkenntnisse besitzen, um Dialekte zu erkennen und sie bestimmten Herkunftsgebieten zuzuordnen. Nicht alle Merkmale treffen jedoch auf jeden Deutschen gleichermaßen zu: Deshalb können Situationen auftreten, in denen sich die Führer der Herkunft der Touristen nicht sicher sind. Zudem ist es für die Organisation der Führung oft wichtig, Informationen über die Gruppen oder über andere Touristen, auch unmittelbar vor den Touristen, auszutauschen, ohne daß die Touristen wissen, daß über sie gesprochen wird. Da im Arabischen die Bezeichnungen der Nationalitäten für die Touristen verstehbar klingen, wurden die Angehörigen der verschiedenen Nationen von den Feser Touristenführern mit Code-Namen bedacht: so heißen die Franzosen *harf el-fa* (Buchstabe F), die Spanier *giran* (Nachbarn), die Italiener *saria* (Nudel), die Schweizer *harf el-sin* (Buchstabe S), die Holländer *zeb-*

Abbildung 1: Der typisch deutsche Tourist in den Augen der marokkanischen Guides in Fes



da (Butter), die Engländer *dum al-barid* (kaltes Blut) oder *sam* (Gift) und die Amerikaner *maka* (Kaugummi). Jeder der Namen ist in seiner recht eindeutigen Beziehung zu der zu bezeichnenden Nation unmittelbar einsehbar. Anders beim Codenamen für die Deutschen; sie werden als *Chleuh*, als Berber bezeichnet. Die Führer geben auf die Frage: Warum nennt ihr die Deutschen *Chleuh*, mehrere Erklärungen:

- „Die Franzosen bezeichneten die Deutschen früher im Zweiten Weltkrieg als *Chleuh*. Dies war für sie eine Bezeichnung für Barbaren. Man meinte damit insbesondere die Nazis.“
- „Die Berber der Rif-Region, des Mittleren Atlas und des Anti-Atlas haben mit den Deutschen wie alle germanischen Stämme dieselbe Abstammung.“
- „Die deutsche Sprache klingt wie die Berber-Sprache.“
- „Die meisten marokkanischen Gastarbeiter, die in Deutschland sind, kommen aus dem Nador-Gebiet und dem Rif.“
- „Die Deutschen haben die gleiche Haltung wie die Berber: sie sind *aragas*; das bedeutet soviel wie geradlinig, korrekt und ehrlich.“

Ein Touristenführer kommentierte die Frage kurz und bündig: „Für mich sind die Deutschen wie die Berber, echte Berber.“

2. „Die Deutschen sind nicht alle gleich“

Die Touristenführer von Fes unterscheiden bei der Wahrnehmung und Einschätzung der deutschen Touristen nach ihrem Alter, ihrer Herkunft und dem Reiseveranstalter, mit dem sie nach Marokko kommen.

Die Deutschen unterscheiden sich für die *Guides* ganz deutlich, je nachdem ob sie sich im „Ersten, Zweiten oder Dritten Alter“ befinden. Hier ist anzumerken, daß die Feser *Guides* unter „Erstem Alter“ Personen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren, im „Zweiten Alter“ zwischen 30 und 50 Jahren und im „Dritten Alter“ Menschen über 50 Jahre verstehen. Die Übergänge sind fließend, da noch weitere Kriterien, die dem Verfasser nicht explizit zugänglich waren, bei der Zuordnung eine Rolle spielen. Die Touristenführer kommentieren die Altersunterschiede wie folgt:

„Die Deutschen im »Ersten Alter« kommen meist mit dem Rucksack nach Marokko. Sie reisen mit der Bahn und mit dem Bus; hauptsächlich sind sie an Drogen und insbesondere an Haschisch interessiert. Die Deutschen im »Zweiten Alter« kommen mit einem Studienreiseveranstalter oder privat in Kleingruppen nach Marokko. Sie betreiben oftmals Studien über Keramik oder Geologie und sind in der Regel sauber und spießig. Schließlich sind noch die Deutschen des »Dritten Alters« anzuführen. Dies sind meist Rentner; sie verbringen drei Monate hier, fahren dann nach Ceuta lassen sich die Pässe neu stempeln und kommen wieder hier her. Sie sind nicht an Geschichte und Denkmälern interessiert; sie wollen in Agadir am Meer liegen, sich die Zeit vertreiben und gut essen; sie wollen auch nichts besichtigen.“

Die Feser Touristenführer haben es in erster Linie mit den Deutschen im »Zweiten Alter“ zu tun.

Die zweite Einteilung treffen die Feser *Guides* nach der räumlichen Herkunft der deutschen Touristen. Früher unterschieden sie die Deutschen vor allem nach Nord und Süd. Dieser Unterschied ist aber in den letzten Jahren mit der Unterteilung in *Wessis* und *Ossis* in den Hintergrund getreten. Diese neudeutschen Bezeichnungen wurden von den Feser Führern aufgegriffen und werden von ihnen wie selbstverständlich gebraucht. Der *Wessi* wird von den Feser *Guides* vom *Ossi* durch folgende Merkmale unterschieden: Er trägt Puma oder Adidas-Schuhe bzw. -Kleidung; er ist besser ausgebildet und hat viele Vorurteile über den Islam. Der *Wessi* ist anspruchsvoller und erwartungsvoller, denn er reist viel. *Wessi*-Frauen kleiden sich mit mehr Geschmack als ihre *Ossi*-Schwestern.

Auf der anderen Seite erkennt der Feser *Guide* den Ostdeutschen an den „typischen Jacken“ und an billigen Jeans. Meist ist er im »Dritten Alter« und besitzt einen alten und kleinen Photoapparat. Er hat wenig Geld und kauft keine Teppiche, kein Messing und keine anderen Gegenstände. Aus diesem Grund wird sich kein Führer um den *Ossi* bemühen. Bei Gruppenreisen nimmt er an allen Ausflügen teil, denn er will etwas erleben, er hat vieles nachzuholen. Leider gibt der *Ossi* unverschämt wenig Trinkgeld.

Ein letztes Unterscheidungskriterium, das für die Touristenführer relevant ist, ist das Reiseunternehmen, mit dem die Touristen nach Marokko kommen. „Kommen sie mit Studiosus oder Athena, weiß man, daß die Touristen sehr anspruchsvoll sind und differenzierte

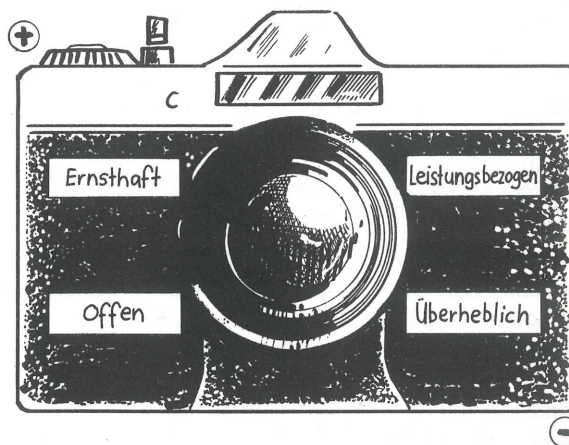
Ausführungen erwarten. Sind die Touristen mit Neckermann unterwegs, muß man sich auf seichtere Unterhaltung für die Kunden einstellen.“

3. Die kennzeichnenden Eigenschaften der Deutschen

Die Deutschen heben sich durch mehrere Eigenschaften von anderen Nationen ab. In den Augen der Feser *Guides* sind die Eigenschaften, die die Deutschen als Deutsche kennzeichnen, Ernsthaftigkeit, Leistungsbezogenheit, Offenheit und Überheblichkeit.

Einerseits bewundern die Führer die Ernsthaftigkeit und die Leistungsbezogenheit der Deutschen. Andererseits verwundert die *Guides* die Offenheit der Deutschen bei der Beurteilung anderer Menschen, da – so meinen sie – diese Offenheit oft in Überheblichkeit und Arroganz einmündet. Unbegreiflich ist für die Führer die Photographiersucht der Deutschen, durch die auch die vorher genannten Eigenschaften ihren Ausdruck finden (Abb. 2).

Abbildung 2: Die typisch deutschen Eigenschaften spiegeln sich – so die marokkanischen *Guides* in Fes – in ihrer Photographiersucht wider



a. Die Deutschen sind ernsthaft und leistungsbezogen

Die Touristenführer aus Fes äußern sich folgendermaßen über die Ernsthaftigkeit der Deutschen:

„Die Deutschen sprechen geradeheraus und sind in allen Dingen, über die sie sprechen, sehr ernsthaft. Wenn der Deutsche ja sagt, meint er ja, und wenn er nein sagt, meint er nein. Die Ernsthaftigkeit zeigt sich vor allem beim Respekt der Sitten und der Tradition. An einem Beispiel wird dies deutlich. Im Ramadan gehen viele Spanier, Engländer und Italiener mit kurzen Hosen durch die Stadt; besonders die Frauen. Die Deutschen aber machen das nicht, sie respektieren den Islam sehr gut. Die Deutschen rauchen auch im allgemeinen nicht in der Öffentlichkeit im Ramadan. Die Deutschen sind in dieser Hinsicht den Japanern ähnlich.“

Über die Leistungsbereitschaft der Deutschen wissen die *Guides* endlos zu berichten; nachfolgend kurze Auszüge aus ihren Kommentaren:

„Die deutschen Touristen legen viel Wert auf Leistung. Nicht nur, daß sie von anderen Leistung erwarten, sie selbst sind gerne leistungsbereit. Das zeigt sich deutlich bei den Führungen durch die Altstadt von Fes. Die Deutschen werden – im Gegensatz zu den Amerikanern – nie müde, und die Stadtführung durch Fes nimmt manchmal von 8.30 Uhr bis 13 Uhr in Anspruch. Am Nachmittag geht es mit der Führung weiter von 14.30 Uhr bis 18.30 Uhr, und nachher sind die Leute immer noch fit und begierig, mehr zu hören und mehr zu sehen. Für eine Mittagspause genügt den Deutschen eine halbe Stunde oder sogar nur 10 Minuten. Oftmals finden sie es besser, nur einen Kaffee zu trinken, und dann sagen sie sofort: Gehen wir weiter! Bei einem Halt mit dem Bus sagen die Franzosen und Spanier oft: Hier können Sie alleine aussteigen! Das kommt bei den Deutschen nie vor. Sie sind sehr diszipliniert und pünktlich. Die Deutschen fordern jedoch auch eine entsprechende Leistung vom Touristenführer. Die Deutschen erwarten immer Information. Es ist dem Touristenführer in einer deutschen Gruppe nicht möglich, schweigend zu gehen oder zu führen. Die Reiseführer ohne Allgemeinbildung haben mit den Deutschen Schwierigkeiten. Das zählt bei den Deutschen auch als Leistung. Also, da steht auf dem Prospekt, daß sie einen deutschsprachigen Reiseführer haben, die möchten gern einen, aber sie begnügen sich nicht mit irgendeinem, sondern möchten einen perfekten, der etwas erklären kann. [...] Und den sie über alles, über Essen, über Islam, über Tradition [...] fragen können. Sie sind sehr anspruchsvoll. Dazu kommt, daß die Deutschen über das Reiseland Marokko gut informiert sind. Sie kennen den Unterschied zwischen Hanbalit und Malekit und fragen: Können sie etwas über Ibn Khaldun erzählen. So etwas kommt bei den Spaniern und Italienern nicht vor.“

Die aus der Sicht der Führer übertriebene Leistungsbereitschaft und Leistungsforderungen der Deutschen werden von ihnen – im Gegensatz zur Ernsthaftigkeit – bereits nicht mehr uneingeschränkt positiv gesehen.

b. Die Deutschen sind offen und überheblich

Die beiden weiteren grundlegenden Eigenschaften der Deutschen sind für die Touristenführer Offenheit und Überheblichkeit. Der Offenheit können die Führer – soweit sie dadurch nicht direkt persönlich betroffen sind – in einigen Punkten noch positive Aspekte abgewinnen. Zusammen mit der Überheblichkeit jedoch lehnen sie diese Eigenschaften der Deutschen entschieden ab; ja, man kann sagen, sie verachten sie. Die Führer äußern sich dazu:

„Die Deutschen sind sehr offen, wenn sie ihre Bemerkungen zu den Hotels, den Führern und den anderen Dienstleistungen sagen. Die Deutschen geben den Führern auch die schlechteste Note, wenn sie der Meinung sind, daß der Führer ihren Ansprüchen nicht genügt hat. So etwas kann nur der Deutsche machen; der Italiener, Spanier und Franzose wird dies nicht tun. Die Deutschen erinnern sich bei der Beurteilung nur an die schlechten Sachen. Die Deutschen sind auf keinen Fall nachsichtig. Dies führt sogar soweit, daß man die Deutschen als überheblich und arrogant bezeichnen muß.“

Die Überheblichkeit der Deutschen drückt sich insbesondere in ihrer Haltung und Einstellung zu Marokko und den Marokkanern aus, sagen die Führer:

„In Marokko erlauben sich die Deutschen Sachen, die sie sich anderswo und vor allen Dingen daheim nicht erlauben könnten; denn sie meinen, hier ist ja die Dritte Welt und wir brauchen sie, weil sie Devisen bringen. Auf dieser Grundlage wollen die Deutschen mit

den Marokkanern umgehen. Sie versuchen, einen beim Gespräch immer fühlen zu lassen: Ich bin der Europäer und du bist nur der Afrikaner.“

Die Arroganz der deutschen Touristen kommt für die *Guides* auch in ihrem unversöhnlichen Auftreten zum Ausdruck.

„Man kann sagen, daß die Deutschen die anstrengendsten Touristen sind. Wenn man einem Deutschen etwas getan hat, dann kann er einen sogar schlagen. Hingegen wagt es ein Franzose, ein Belgier oder ein Schweizer gar nicht, sich hier in Marokko zu streiten. Und diese Charakteristik der Deutschen ist bei den Marokkanern bekannt, und sie versuchen sich dementsprechend zu verhalten. Zusätzlich kann man sagen, daß es nichts schlimmeres gibt als einen Deutschen, der recht hat; er wird nicht schweigen!“

Diese Verhaltensweise drückt für die Feser Touristenführer die Überheblichkeit und Arroganz der Deutschen aus.

c. Die Deutschen haben eine Photographiersucht

Die Leistungsbezogenheit und Überheblichkeit der Deutschen zeigen sich in einer Tätigkeit, die in diesem Maße bei keiner anderen Nation auftritt: „Die Deutschen haben eine Photographiersucht“, meinen die Touristenführer. „Die Deutschen fotografieren mehr als andere Touristen, wenn man von den Japanern absieht. Jedoch ist zu erwähnen, daß die Deutschen bei der Wahl ihrer Motive nicht nur die Sehenswürdigkeiten, Landschaften und Denkmäler fotografieren, wie auch andere Touristen, sondern daß sie eigenartige Motive auswählen.“ In den Augen der Führer bevorzugen die deutschen Touristen Polizei, Militär und Armut als Photomotive. „Die Deutschen haben uns Probleme mit den Polizisten und Soldaten geschaffen“, berichten alle befragten *Guides*. „Sie fotografieren gerne Polizisten, Soldaten und Kasernen, obwohl wir sie davor warnen. Manchmal werden sie verhaftet, und wir müssen stundenlang warten, bis wir sie wieder befreit haben. Also sie glauben, sie sind in der Dritten Welt und da können sie sich alles erlauben.“

„Wir bemerken oft, daß die Deutschen Bilder aufnehmen von Sachen, die uns nicht ehren und die uns selber nicht gefallen. Sie fotografieren gerne Bettler oder Leute, die nicht gut angezogen sind oder manche Frauen, die dabei sind, ihre Säuglinge auf der Straße zu stillen, nicht weil sie ganz arm sind, sondern weil sie Profis sind auf dem Bereich des Bettelns. Also die Deutschen erlauben sich, Bilder aufzunehmen, die für Marokko nicht repräsentativ sind und die kein gutes Bild von Marokko geben. Sie wollen oft Bilder aufnehmen, die es nicht wert sind, fotografiert zu werden.“

Außerdem zeigen die Deutschen, so die Touristenführer, eine weitere Eigenart, die sich an folgendem Beispiel verdeutlichen läßt:

„Wenn ein Deutscher durch Fes läuft und jemanden fotografieren will, dann will er unbedingt diese Person fotografieren, obwohl diese Person sich weigert, fotografiert zu werden. Sie bestehen darauf, diese Person zu fotografieren, obwohl es viele andere gleiche Personen gibt, die man eigentlich ohne Probleme fotografieren kann, aber sie bestehen auf dieser Person ...“

Der unsensible Umgang mit den Menschen in Marokko, ein diskriminierender Photo-Voyeurismus, den die Deutschen anscheinend in besonderem Maße praktizieren, ist für die *Guides* ein weiteres Zeichen ihrer

Überheblichkeit. Sie gipfelt darin, daß die Deutschen den „Photoobjekten“, unabhängig von Status und Beruf, nachdem sie das Bild geschossen haben, einen Dirham in die Hand drücken. „So sind die Deutschen!“

4. Die Deutschen, ihr Reiseführer und die Suche nach Originalität und Intimität

Die deutschen Touristen suchen – so meinen die *Guides* in Fes – nach dem originalen Marokko und nach der Intimität Marokkos. Unverständlich für die Führer ist, daß der Reiseführer, ein Buch, für die Deutschen dabei eine erhebliche Rolle spielt (Abb. 3).

Abbildung 3: Die Suche nach Originalität und Intimität Marokkos mit Hilfe des Reiseführers?



a. „So steht es im Reiseführer!“

Es gibt eine Reihe von Sehenswürdigkeiten in Fes, wie die Karaouiyne-Moschee und die Attarine-Medersa, die für alle Touristen wichtig sind. Aber die Deutschen heben sich bei der Suche der Sehenswürdigkeiten und Attraktionen von den anderen Touristen ab. Mit großem Erstaunen und mit völligem Unverständnis nehmen die marokkanischen Führer zu Kenntnis, daß die Deutschen einem Buch, ihrem Reiseführer, mehr Vertrauen und Glaubwürdigkeit entgegenbringen als einem Menschen. Für die *Guides* ist dies ein typisch deutsches Verhalten.

„Die Deutschen sind sehr neugierig und richten sich streng nach dem Buch, das sie als Reiseführer benutzen. Es kann sein, daß irgendein Denkmal nicht sehr wichtig ist, aber das Buch ausführlich über das Denkmal berichtet. In diesem Fall bestehen die Deutschen darauf, das Denkmal zu besichtigen. Die Deutschen zeigen, daß sie sehr neugierig sind, dadurch, daß sie die Bücher aufschlagen, auch wenn man ihnen die genauesten Informationen über irgendetwas gegeben

hat. Der Reiseführer ist für die Deutschen eine Instanz, die sie jeder anderen Autorität, und wenn es ein Marokkaner ist, vorziehen.“

b. Die Deutschen suchen Originalität und Intimität

Die Deutschen wollen – in der Vorstellung der Führer – immer bestätigt haben, daß Marokko, d. h. die Ereignisse in Marokko, auch original marokkanisch sind. Dies sind Einstellungen und Erwartungen, auf die sich die Führer in Fes erst einstellen mußten.

„Für die Deutschen ist es wesentlich, daß eine Sache typisch für Marokko ist. Sie fragen bei jeder Vorführung und bei vielen Verkaufsgegenständen: Ist das typisch für Marokko, oder ist das nur für Touristen gemacht?“ Die *Guides* verdeutlichen diese Haltung der Deutschen mit einem Beispiel aus Marrakech: „In Marrakech gibt es inzwischen Vorführungen von Tänzen, Musikgruppen und Reiterspielen, die ähnlich wie in Europa nur für Besucher veranstaltet werden. Die Einrichtungen gleichen Disney World. Die Deutschen lehnen Besuche bei solchen Veranstaltungen grundsätzlich ab. Solche kommerziellen Sachen kann man mit Spaniern und Italienern machen, aber nicht mit Deutschen.“

Nicht nur bei den Besichtigungen, sondern auch bei der Wahl der Souvenirs zeigt sich das Bedürfnis der Deutschen nach dem originalen Marokko, erläutern die Touristenführer. „Die Deutschen suchen das Originale. Wenn sich ein Deutscher für ein Ding interessiert, dann legt er großen Wert auf die Originalität. Er wird immer nach geschmackvollen und wertvollen Sachen suchen. Wenn der Deutsche etwas kaufen will, dann kauft er wenig, aber nur gute Sachen: ausgewählte Teile, die original sind, die teuer sein können, aber wenige Sachen.“

Die Feser Führer berichten, daß die Deutschen nur mit Besichtigungen von außen nicht zufrieden sind. Mit dem Bedürfnis, „hinter den Vorhang zu sehen“, überschreiten sie oftmals die Höflichkeitsregeln in Marokko. Von den Führern wird dies mit der Überheblichkeit der Deutschen in Zusammenhang gebracht.

„Die Deutschen geben sich nicht damit zufrieden, Gebäude und Häuser von außen zu besichtigen. Sie wollen immer die Sachen von innen sehen. Die Deutschen wollen immer marokkanische Familien in ihren Häusern besuchen. Der wichtigste Ort für die Deutschen ist jedoch die Gerberei in Fes. Sie bleiben – anders als die übrigen Touristen – über eine halbe Stunde und wollen die traditionellen Techniken ganz genau erläutert haben. Auch das Labyrinth der Gassen begeistert die Deutschen, denn hier zeigt sich das Innere der Stadt.“

Auch – wie bereits oben erwähnt – beim Fotografieren wird die Suche nach der Intimität deutlich. Sie bevorzugen Motive, die man eigentlich nicht fotografiert.

5. „Es muß so sein, wie es im Prospekt steht“

Ein großes Problem für die marokkanischen Touristenführer ist der Umgang der Deutschen mit den Reiseprospekten. Ein *Guide* formuliert dies wie folgt: „Bei den Deutschen müssen auf einer Reise alle Versprechen und

Leistungen, die im Prospekt angeführt sind, ganz genau erfüllt werden. Sie vergleichen immer den Ablauf eines Tages mit den Aussagen des Reiseprospektes.“ An zwei Beispielen, die für sich sprechen, läßt sich dies gut verdeutlichen.

Beispiel 1: Wenn vier Sterne versprochen sind, muß es ein Vier-Sterne-Hotel sein! „Es war vorgesehen, daß die Gruppe in einem Vier-Sterne-Hotel in Fes übernachtet. Da jedoch an diesem Tag ein politisches Zusammentreffen in Fes war, mußten wir auf ein gutes Drei-Sterne-Hotel ausweichen. Da protestierten die Touristen sofort und meinten: Wir sollten doch in einem Vier-Sterne-Hotel untergebracht werden. Da sagte ich: Sehen Sie sich doch erst einmal die Zimmer an. Wenn es Ihnen nicht gefällt, können wir ja über eine Preisreduktion reden. Die Deutschen waren aber erst nach Stunden zu beruhigen.“

Beispiel 2: Es steht doch auf dem Prospekt! „Ich habe eine Geschichte erlebt, das war einmal, als es in Marrakech 35 bis 36 Grad Celsius hatte. Die Touristen, die mit mir unterwegs waren, hatten einen Prospekt, auf dem stand: Hotel mit fünf Sternen, mit Klimaanlage und Heizung und vielen anderen Dienstleistungen. Ich war im Flur und sah, daß eine Kundin von mir ihren Mann fragte: »Helmut guck mal, ob die Heizung läuft«. Ich bin dann zu ihr gegangen und sagte: »Gnädige Frau, was wollen Sie mit der Heizung, es ist doch warm genug!« Dann sagte sie: »Nein, es steht doch auf dem Prospekt.« Sie wolle einfach sehen, ob die Heizung funktioniert.“

6. Typische Probleme der Deutschen sind andere Deutsche und Juden

Es gibt zwei Probleme, die ausschließlich bei deutschen Touristen auftreten. Bei anderen Nationen sind diese Elemente überhaupt kein Gesprächsthema; viele Deutsche haben Probleme, sich in der Gesellschaft mit anderen Deutschen wohl zu fühlen, und viele Deutsche haben Probleme, wenn sie über Juden sprechen.

Aufgrund der Verhaltensweisen der Touristen meinen die Führer, daß es bei den Deutschen zwei grundlegend verschiedene Schichten gibt:

„Es scheint bei den Deutschen zwei Schichten zu geben. Eine Schicht kämpft ständig um diese vorhandene Differenz. Sie möchten gerne zeigen: wir sind etwas anderes, wir möchten nicht, was üblich ist. Sie machen dasselbe wie die anderen Leute. Wir trinken alle Kaffee, aber ich trinke nicht so gerne [...]. Gut, ich bin auch Deutscher, aber nicht wie die anderen, ich gehöre zu einer anderen Klasse, ich bedauere, daß ich mit dieser Gruppe bin. Ach hätte ich gewußt, daß die Leute bei dieser Gruppe so und so sind, hätte ich tausend Mark mehr bezahlt und wäre mit einer anderen Gruppe gekommen.“

„70 bis 80 % der Deutschen“ – sagen die Feser Guides – „versuchen zu zeigen, daß sie nur aus Versehen bei der Gruppe sind. Sie wollen sich aus der Masse hervorheben und haben Schwierigkeiten, sich so zu geben, wie sich die Anderen verhalten“ (Abb. 4).

Die Deutschen haben große Probleme, mit Juden umzugehen und über Juden zu sprechen, wissen die Guides zu berichten.

Abbildung 4: „Ja, ich bin auch Deutscher, aber nicht wie die anderen ...“



„Beim Besuch der Mellah von Fes Jdid wird unweigerlich über Juden gesprochen. Manchmal wird auch der schöne Judenfriedhof besucht. Die Judenfrage wird dann von den Deutschen bei der Besichtigung der Mellah immer wieder angeschnitten. Aber man kann immer noch spüren, daß sie manchmal Mitleid mit den Juden oder auch Sympathie haben. Aber man spürt auch, daß es versteckte Gefühle gibt. Manche Deutschen wollen sich sogar jüdischer zeigen als die Juden. Nicht aus irgendeiner Überzeugung, sondern als Ergebnis des Einflusses der deutschen Massenmedien auf sie und auch aufgrund des Schuldgefühles, das die Deutschen immer noch haben.“

7. Deutsche fragen nach Zeit, Sicherheit, Verdienst, Alltag und Emanzipation der Frau in Marokko

Die Deutschen sind für den Touristenführer im Vergleich mit anderen Nationen sehr neugierig; sie fragen sehr viel. Ihre Fragen drehen sich dabei immer um Zeit, Sicherheit, Verdienst, Alltag und die Emanzipation der Frau.

Die Zeit und Zeiteinteilung spielt für die Deutschen eine sehr große Rolle: „Wann essen wir? Wann kommen wir an? Wie lange fährt man nach Agadir? Es geht immer um die Zeit! Sie wollen genau wissen, wann etwas wo gemacht wird. Auch stellen sie viele Fragen, die die Zukunft betreffen: Wird die Medina von Fes in zehn oder zwanzig Jahren noch so sein wie heute? Werde ich in Zukunft, wenn ich mit meinen Enkel nach Marokko komme, Fes noch so wie heute vorfinden?“ Diese Fragen sind für die Deutschen sehr wichtig, meinen die Führer.

Die Deutschen stellen auch viele Fragen, die die Sicherheit und Gesundheit betreffen. „Darf ich das Gericht essen, oder kann man davon krank werden? Warum gibt es so viele Blinde in der Stadt? Wie funktioniert die Kläranlage in der Medina? Diese und ähnliche Fragen kann man bei den Deutschen immer wieder hören.“

Ebenso sind die Deutschen am Alltag der Marokkaner interessiert. „Was essen die Marokkaner zum Frühstück? Was essen sie am Mittag?“ usw. Außerdem folgen viele Fragen zur Wirtschaft und zur Ausbildung. Insbesondere wollen sie sich über Kinderarbeit, Schulpflicht, Verdienst der Handwerker, Rente, Krankenkasse, Sold der Polizisten, Durchschnittseinkommen u.a. informieren.

Eine sehr wichtige Thema – so die Touristenführer von Fes – für die Deutschen ist die Emanzipation der Frau. „Sie fragen nach dem Heiratsalter der Mädchen. Sie wollen wissen, warum die marokkanischen Frauen nicht im Café sitzen, warum die marokkanischen Frauen nicht rauchen. Sie fragen: Warum tragen manche Frauen Schleier und andere nicht? Sie interessiert, ob die Frauen in Marokko verkauft werden und ob es in Marokko noch einen Harem gibt. Sie wollen über Polygamie diskutieren. Die Deutschen meinen, die Frau soll auch ihre Freiheit haben, ihr eigenes Auto, ihre Garage, ihre Bude, ihr Taschengeld. Sie fragen, wann die marokkanische Frau so einen Zustand erreicht hat.“

8. Die Deutschen und das „Feilschen“

„Die Deutschen können nicht gut mit Kleingeld umgehen“, sagen die *Guides*, „denn Sie fragen immer: Wieviel Trinkgeld sollen wir geben?“ Aber nicht nur dieses Verhalten ist für die Führer sonderbar, ebenso sind es die Maximen der Deutschen beim Einkaufen und Handeln. Die Touristenführer sind sich einig, daß die Deutschen in jeder Situation handeln wollen, sie sich beim Einkaufen leicht beeinflussen lassen und sie beim Feilschen nicht verlieren können. Mit mehreren Beispielen läßt sich das typisch deutsche Verhalten beim Kaufen und Feilschen aus der Sicht der *Guides* gut belegen.

Satz 1: Die Deutschen wollen in jeder Situation handeln!

„Ich habe einen deutschen Freund; bevor er nach Marokko gekommen ist, hatte er in Büchern gelesen, daß man in Marokko beim Einkaufen feilschen soll. Wir haben uns, als er mich besuchte, in ein

Straßencafé gesetzt und Orangensaft getrunken, zu dem er mich eingeladen hatte. Als wir gehen wollten, rief er den Ober und bat um die Rechnung. Der Ober kam und sagte: »Es kostet 12 Dirham«. Mein Freund sah den Ober an und meinte: »8 Dirham?« Auch im Café wollen die Deutschen feilschen.“

Satz 2: Die Deutschen lassen sich beim Einkaufen leicht beeinflussen!

„Es kann sein, daß sich ein Deutscher für den Kauf einer Sache interessiert, wenn aber eine kleine Störung dazwischen kommt, dann ändert er sogleich seine Meinung. Die Deutschen sind sehr skeptisch und können das nur schwer zu gewinnende Vertrauen zu jemanden sofort wieder verlieren. Wenn sie das Vertrauen verloren haben, dann diskutieren sie nicht mehr; also dann ist für sie schon alles erledigt. So etwas kommt im Handel vor. Wenn ein Deutscher feststellt, daß er eine Ware zu teuer gekauft hat, dann kauft er überhaupt nichts mehr, auch keine Souvenirs.“

Das Verhalten der Deutschen in einer Gruppe kann aber auch zur Freude des Touristenführers in einen Kaufrausch umschlagen: „[...] es gibt was besonderes bei den Deutschen, nämlich den Egoismus. Wenn die Leute in einem Teppichladen sind, und wenn sich einer für einen Teppich, eine Decke oder einen Teller interessiert, dann brauchen die anderen das nur anzusehen und finden es auch schön. Jeder ruft dann: Ich will auch einen. [...] jeder will zeigen, daß er Geld hat.“

Die Touristenführer wissen um die leichte Beeinflussbarkeit insbesondere der deutschen Touristen, deshalb gilt für sie der Imperativ: „Man muß vermeiden, daß sich zwei deutsche Reisegruppen begegnen!“ Ein Touristenführer erläutert diese Forderung näher:

„Dies ist insbesondere bei den Deutschen sehr wichtig. Die Deutschen sind sehr unflexibel. Wenn einer eine Bemerkung macht bei der Begegnung von zwei Gruppen wie z. B.: Immer diese Geschäfte, oder immer diese Führer mit ihren Geschäften, dann kauft die zweite Gruppe, die das Geschäft noch nicht besucht hatte, in dem Laden nichts mehr. Das ist eine Erfahrungssache.“

Satz 3: Die Deutschen können beim Handeln nicht verlieren!

Viele Marokkaner deuten Handeln in gewisser Weise als Spiel. Die Deutschen wollen dabei nicht mitmachen; sie greifen zu allen möglichen Mitteln, um nicht zu verlieren, sagen die *Guides*.

„Wenn ein Deutscher sich mit einem Touristenführer eine Decke für 100 DH kauft und am Nachmittag feststellt, daß die Decke nur 30 DH kosten dürfte, dann geht der Deutsche unbedingt zu dem Händler und macht dort Theater und verlangt, daß er noch eine zweite Decke bekommt. Bei solchen Situationen wollen die Deutschen sogar die Ware zurückgeben und ihr Geld zurückerstattet bekommen. Sie drohen mit der Polizei und mit dem Fremdenverkehrsamt. Der Händler fühlt sich dann gezwungen, die Sache freundlich zu lösen. Wenn er das Geld zurückgibt, ist er der Verlierer, weil er die Provision vom Touristenführer nicht mehr bekommt.“

9. Kontakt und Umgang mit deutschen Touristen in Marokko

Der Umgang mit den Deutschen ist nach Meinung der Führer nicht einfach. Man muß viele Punkte beachten, um die Deutschen zufrieden zu stimmen. Die Führer meinen, man muß den Deutschen gleichbleibende Freundlichkeit und niveauvolle Information entgegenbringen, um einen guten Eindruck zu machen. Außer-

dem muß man sie gleich behandeln und darf das Thema „Hitler und Drittes Reich“ auf keinen Fall ansprechen. Die Touristenführer äußerten sich dazu:

„Der erste Kontakt mit den Deutschen ist sehr schwierig. Viele Deutschen haben Angst; erst wenn man mit ihnen in Kontakt kommt und 10 bis 20 Minuten mit ihnen geredet hat, dann wird es besser. Hat man allerdings das Vertrauen der Deutschen gewonnen, dann kann man sich auf sie verlassen. Auch in der Gruppe sind die Deutschen gut zu führen, sie folgen den Anweisungen des Führers mehr als andere Nationen. Die Freundlichkeit und der gute Umgang mit den Menschen spielt bei den Deutschen eine große Rolle, um einen guten Eindruck auf die Deutschen zu machen. Bei Italienern oder Spaniern kann man sich Zeit nehmen und Witze erzählen. Die Deutschen erlauben es nur ganz selten, daß man zur Ablenkung Witze erzählt oder sich humorvoll gibt.“

Es ist wichtig zu beachten, daß man die Deutschen, die in Gruppen reisen, gleich behandelt, sagen die Führer. „Alle Leute in der Gruppe möchten auf die gleiche Weise behandelt werden. Ein Deutscher sagte einmal zu mir: Ich habe bezahlt und die Frau hat bezahlt und der Mann hat bezahlt, was reden Sie mit ihm mehr als mit uns!“

Behandelt man die deutschen Touristen freundlich und gleich, so wird man gut mit ihnen auskommen und eine erfolgreiche Führung haben, meinen die Feser *Guides*.

10. Die Touristenführer von Fes über die deutsche Frau

Die Feser Touristenführer sind ausschließlich Männer. Ein spezielles Thema sind die deutschen Frauen, das von ihnen in den verschiedensten Variationen diskutiert wird. Die unterschiedlichsten Geschichten und Vorkommnisse werden über die deutschen Frauen erzählt. Ein Witz, der unter den marokkanischen *Guides* von Fes die Runde macht, trifft ihre Wahrnehmung und ihre Einschätzung der deutschen Frau mustergültig:

„Eine deutsche Dame wollte wissen, wie intellektuelle Männer deutsche Frauen einschätzen. Sie befragte drei Professoren, einen Literatur-, einen Philosophie- und einen Mathematikprofessor. Der Literaturprofessor sagte: Die deutsche Dame ist wie das Licht, wie der Mond und die Sterne, ja wie die Sonne. Die Frau war begeistert und wandte sich dem Philosophieprofessor zu. Er sagte: Die deutsche Frau orientiert sich an allem Schönen, an Schmuck und vor allem an Diamanten. Zufrieden stellte sie ihre Frage an den Mathematiker.

Dieser antwortete: Die deutsche Frau ist für mich wie Plus, Minus, Multiplikation und Division. Die Frau fragte verstört zurück: Ich weiß, Sie sind Mathematiker; bitte können Sie mir das näher erläutern? Ja, antwortete der Mathematiker, für mich ist die deutsche Frau ein Plus der Probleme, ein Minus der Ruhe, eine Multiplikation des notwendigen Geldes und eine Division der vorhandenen Freunde.“

In der Einschätzung der deutschen Frauen sind die *Guides* aus Fes Mathematiker.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Das Image der deutschen Touristen bei den Feser Touristenführern besteht durchgehend aus Elementen, die in der dargestellten Form in der marokkanischen Kultur nicht vorhanden sind und auch bei den anderen fremden Touristengruppen in der geschilderten Eigenart nicht auftreten. Die Sicht der Touristenführer von deutschen Touristen ist durch ihr eigenes Selbstverständnis und durch die Kommunikationssituation mit den Touristen – d. h. für die *Guides*, Touristen durch die Stadt Fes und die Bazare von Fes führen – geprägt.

Die Wahrnehmung und Einschätzung der deutschen Touristen durch die Feser *Guides* ist sehr komplex und kann daher mit einem ihrer Statements, das uns wieder an den Beginn der Ausführungen verweist, auf den Punkt gebracht werden: „Letztlich haben wir marokkanischen *Guides* in Fes mit den Deutschen keine größeren Probleme. Sie sind eben *Chleuh*, Berber, wie unsere Berber auch.“

Literatur

- BLOK, A.: Anthropologische Perspektiven. Einführung, Perspektiven und Plädoyer. – Stuttgart 1985.
- Délégation Régionale du Tourisme Fès* (Hrsg.): Unveröffentlichte Unterlagen und Namenslisten der marokkanischen Touristenführer in Fes. – Fes 1993.
- GIRTNER, R.: Methoden der qualitativen Sozialforschung. – Wien 1992.
- LEVI-STRAUSS, C.: Die eifersüchtige Töpferin. – Nördlingen 1987.
- Villes et Montagnes Marocaines. Guide Touristique*. – Rabat 1964/65.