

Das Reisen während der Coronapandemie in Deutschland  
Eine kritische Diskursanalyse eines auf der Website der Süddeutschen  
Zeitung veröffentlichten Artikels

Bachelorarbeit  
Noora Airaksinen

Universität Jyväskylä  
Institut für Sprach- und Kommunikationswissenschaften  
Deutsche Sprache und Kultur  
14.4.2021

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta - Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos - Department Kieli- ja viestintätieteidenlaitos
Tekijä - Author Noora Airaksinen	
Työn nimi – Title Reisen in der Coronazeit in Deutschland: Eine kritische Diskursanalyse eines auf der Website der Süddeutschen Zeitung veröffentlichten Artikels	
Oppiaine - Subject Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji - Level Kandidaatintutkielma
Aika - Month and year Huhtikuu 2021	Sivumäärä – Number of pages 31 + 4
Tiivistelmä – Abstract <p>Koronavirus COVID-19 on aiheuttanut maailmanlaajuisen pandemian, joka alkoi maaliskuussa 2020. Pandemiasta ja sen aiheuttamista vaikutuksista uutisoidaan ja käydään vilkasta keskustelua jatkuvasti sekä perinteisessä että sosiaalisessa mediassa.</p> <p>Tässä kandidaatintutkielmassa tutkitaan kriittisen diskurssianalyysin keinoin sitä, miten koronaviruksen aiheuttaman pandemian aikaan representoidaan matkailua ja sitä, miten tekstistä löytynyt vaikutelma kaaoksesta tai monimutkaisuudesta rakentuu kielellisesti. Lisäksi pohditaan sitä, miten tämä mahdollisesti vaikuttaa ajan yleiseen ilmapiiriin. Aineistona on käytetty saksalaisen Süddeutsche Zeitung -lehden verkkosivuilla elokuussa 2020 ilmestynyttä kysymys-vastaus-artikkelia, jossa käsitellään matkailijoiden oikeuksia pandemian aikana monesta näkökulmasta.</p> <p>Yhtenä keskeisenä tuloksena tutkimus osoittaa, että matkailu korona-aikana on monipuolinen ilmiö, joka koskettaa monia erilaisia ihmisiä. Vaikka artikkelissa annetaan neuvoja monenlaisiin tilanteisiin – esimerkiksi siihen milloin matka kannattaa perua – jättävät kirjoittajat lopullisen päätöksen lukijalle itselleen. Tutkimuksen tärkeintä antia ovat tulokset siitä, millaisia vaikutuksia artikkelilla voi olla ajan yleiseen ilmapiiriin. Tärkeimmät vaikutukset ovat vastakkaiset: pelon nostattaminen ja rauhoittaminen. Se, millainen artikkelin vaikutus on kuhunkin yksilöön, riippuu lukijan omista lähtökohdista ja omasta näkökulmasta.</p>	
Asiasanat – Keywords saksan kieli, kriittinen diskurssianalyysi, representaatio, Saksa, matkailu, koronavirus	
Säilytyspaikka – Depository JYX	
Muita tietoja – Additional Information	

## Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung .....	4
2 Das Coronavirus COVID-19 .....	6
2.1 Das Coronavirus allgemein .....	6
2.2 Das Coronavirus in Deutschland .....	7
2.3 Die Wirkung auf Tourismus und Reisen .....	7
3 Die deutsche Zeitungslandschaft .....	9
3.1 Deutsche Zeitungen .....	9
3.2 Die Süddeutsche Zeitung und die Website .....	9
4 Diskursanalyse .....	11
4.1 Die vielseitige Diskursanalyse und ihre kritische Dimension .....	11
4.2 Repräsentation .....	12
5 Methode .....	14
5.1 Material .....	14
5.2 Forschungsfragen und Vorgehen .....	15
6 Analyse .....	17
6.1 Zielgruppen und die Wirkungen des Artikels auf die Leser .....	17
6.2 Themenstruktur .....	18
6.3 Die sozialen Akteure .....	21
6.4 Autoritäten .....	22
6.5 Perspektivierung .....	24
7 Schlussbetrachtung .....	26
Literaturverzeichnis .....	29
Primärliteratur .....	29
Sekundärliteratur .....	29
Anhang: <i>Stornieren wegen steigender Corona-Zahlen und Maskenpflicht?</i> .....	32

## 1 Einleitung

Am Anfang der zwanziger Jahre des Jahrtausends hat niemand ahnen können, was die Zukunft mit sich bringen würde. Das Coronavirus COVID-19 hat sich schnell über die ganze Welt verbreitet und das Leben aller hat sich völlig verändert. Auch die Reisebranche ist mit ihren eigenen Herausforderungen konfrontiert. Das Coronavirus beherrscht die Welt weiterhin, obwohl die Forscher ihr Bestes geben und schon z. B. Impfungen entwickelt haben.

In dieser Arbeit wird mithilfe der kritischen Diskursanalyse untersucht, wie das Reisen in der Zeit der Coronapandemie repräsentiert wird. Das Ziel ist herauszufinden, wie das umstrittene Thema *Reisen* in deutschen Medien zurzeit repräsentiert wird, wie ein bestimmter Eindruck von Chaos bzw. Komplexität sprachlich in einem von der Website der Süddeutschen Zeitung (SZ) ausgewählten Text konstruiert ist und wie die Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit beitragen können. Ich habe diesen Artikel gewählt, weil die Süddeutsche Zeitung eine der wichtigsten deutschen überregionalen Qualitätszeitungen ist. Ich wollte die Online-Nachrichten zu diesem Thema wählen, weil das Thema sehr aktuell ist und es mindestens jede Stunde mehr und mehr Informationen auf der Website gibt. Auf der Website gibt es also immer die wichtigsten und neuesten Informationen, aber es ist auch möglich, die früheren Artikel zu lesen und zu untersuchen, wie die Situation sich im Laufe der Zeit verändert hat. Dieses Thema habe ich gewählt, weil es erstens sehr aktuell und global ist und jeden Einzelnen berührt. Zweitens interessiere ich mich für Reisen und Tourismus und möchte deshalb die Situation der Reisebranche in Deutschland untersuchen.

Im Forschungsrahmen wird zuerst, im Kapitel 2, ein Überblick über das Coronavirus allgemein und über die Situation in Deutschland gegeben. Auch der Einfluss des Virus auf das Reisen – sowohl aus dem Blickwinkel der Reisenden als auch aus dem Blickwinkel der ganzen Reisebranche – wird behandelt. Danach, im Kapitel 3, werden deutsche Qualitätszeitungen allgemein und die Süddeutsche Zeitung und ihre Website vorgestellt. Im Kapitel 4 wird das für meine Arbeit relevante methodische Vorgehen der

Diskursanalyse definiert. Im Kapitel 5 werden die Forschungsfragen vorgestellt und das Material und das Vorgehen beschrieben. Im Kapitel 6 folgt die Analyse und im Kapitel 7 die Schlussfolgerungen.

## 2 Das Coronavirus COVID-19

Im Kapitel 2.1 wird das neuartige Coronavirus COVID-19 und im Kapitel 2.2 die Coronasituation in Deutschland bekannt gemacht. Im Kapitel 2.3 werden dann die Wirkungen des Virus auf das Reisen aus zwei Blickwinkeln vorgestellt.

### 2.1 Das Coronavirus allgemein

Laut BGD (Bundesministerium für Gesundheit 2021a, o. S.) wurden Coronaviren erstmals schon in der 1960er Jahren identifiziert. Es wird berichtet, dass die Virusfamilie „Coronaviren“ heißt, weil das Virus, wenn es mit einem Mikroskop untersucht wird, wie eine Krone aussieht, und auf Lateinisch heißt die Krone *corona*. Im Dezember 2019 wurde ein neuartiges Coronavirus, SARS-CoV-2, identifiziert. Die Erkrankung, die man durch dieses neue Virus bekommen kann, wird COVID-19 genannt. Weil die gegenwärtige Variante in der Alltagssprache, und auch in den Medien, einfach als *Corona* bezeichnet wird, werde ich in dieser Arbeit diese geläufige Bezeichnung verwenden. Am 11.3.2020 erklärte die WHO (World Health Organisation) die Krankheit zu einer Pandemie, weil die Ausbreitung des Virus nicht mehr zeitlich und örtlich begrenzt war. (BGD 2021a, o. S.)

Das Virus kann sich sowohl durch Tröpfchen- oder Schmierinfektion als auch über Aerosole verbreiten. Es kann sein, dass das Virus sich auch über Oberflächen oder Stuhl verbreitet, aber das ist noch nicht sicher. (BGD 2021a, o. S.) Laut BGD (2021d, o. S.) sind die häufigsten Symptome von Corona „Fieber über 38°C, Husten, Schnupfen, Kopf- und Gliederschmerzen, Abgeschlagenheit sowie Kratzen im Hals“. Biotechnologieunternehmen haben unter einem Jahr Impfstoffe gegen das Virus entwickelt (BGD 2021a, o. S.), aber trotzdem hat der Alltag von Menschen sich für eine lange Zeit verändert. Laut WHO (2021b, o. S.) sind bis 4. Februar 2021 etwa 104 Millionen Menschen an Corona erkrankt, und 2,2 Millionen von den Kranken sind gestorben.

## 2.2 Das Coronavirus in Deutschland

Die WHO (2021a, o. S.) meldet, dass der erste Coronafall in Deutschland am 28. Januar 2020 bekannt wurde. Bis zum 4.2.2021 gibt es seitdem etwa 2,25 Millionen Kranke und fast 60 000 Todesfälle. Laut RKI (Robert Koch Institut 2021, o. S.) gibt es am meisten Coronafälle in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen und Bayern; von denen es in beiden über 400 000 Fälle gibt. Am wenigsten sind Fälle in Mecklenburg-Vorpommern und im Saarland vorgekommen, in den beiden unter 30 000 Fälle (ebd.). BGD (2021b, o. S.) gibt Ratschläge dazu, wie die Menschen sich selbst und einander in der Zeit der Pandemie schützen können. Die drei wichtigsten Ratschläge werden *AHA Formel* genannt; die Buchstaben bedeuten *Abstand*, *Hygiene* und *Alltag mit Maske*. Dazu gibt es viele andere Regeln und Anweisungen für die unterschiedlichen Bereiche des Lebens und für verschiedene Gebiete und auch eine Corona-Warn-App, die jeder freiwillig herunterladen kann. (Ebd.)

## 2.3 Die Wirkung auf Tourismus und Reisen

In diesem Kapitel werden zuerst die Auswirkungen von Corona auf Tourismus und Reisen aus dem Blickwinkel der Reisenden behandelt, und dann später aus dem Blickwinkel der Reisebranche allgemein.

Vor der Reise sollten die Menschen sich selbst nach den Coronaregeln des Reiseziels erkundigen. Die Menschen sollten also selbst Verantwortung für ihr Wissen und ihren Einblick in die gegenwärtige Situation des Reiseziels übernehmen. Auch in anderen Anweisungen wird die Verantwortung des Individuums betont. Die Reisenden sollen sich selbst darum kümmern, wenn das Zielland einem PCR-Test fordert. (BGD 2021c, o. S.)

Wie im Alltag sind auch beim Reisen die drei Regeln der AHA Formel die wichtigsten (vgl. Kap. 2.2., oben). Für jedes Reiseziel gibt es Verhaltensregeln, über die die Reisenden sich selbst informieren sollen. Normalerweise sind Masken sowohl in Bussen, Bahnen und Flugzeuge als auch in Bahnhöfen und auf Flughafengeländen vorgeschrieben. In manchen Reisezielen soll die Maske auch z. B. in der Fußgängerzone und auf Strandpromenaden getragen werden. Für die Einreisenden gibt es auch Regeln.

Beispielsweise müssen die Einreisenden, die aus Risikogebieten nach Deutschland zurückkehren, in eine 10-tägige Isolation bzw. Quarantäne. Nach fünf Tagen kann der Einreisende einen Coronatest nehmen, und in dem Fall, dass das Ergebnis negativ ist, endet die Isolation. (BGD 2021c, o. S.) Weil das Reisen sich im Laufe der Coronakrise viel verändert hat, brauchen die Menschen Anweisungen zu verschiedenen Situationen. Viele von diesen Situationen sind im Material dieser Arbeit durchgegangen und in dieser Arbeit analysiert.

Jetzt werden die Wirkungen auf die Reisebranche allgemein behandelt. Die Reisebranche Deutschlands, also Reisebüros, Reiseveranstalter und Reservierungsdienstleister, war auf Wachstumskurs vor der Coronapandemie, und die Reiselust der Deutschen war hoch (Ifo Institut 2020, o. S.). Die Maßnahmen der Tourismusbranche sind zum Beispiel weltweite Reisewarnungen, Coronatestempfehlungen oder -pflichten. Auch politische Maßnahmen wie Grenzschließungen wirken sich aus. Die Tourismusbranche hat am Anfang der Coronakrise bzw. vom Januar bis Juni im Jahre 2020 Verluste von 388 Milliarden Euro gemacht. Im Vergleich zur internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise 2009, war der Verlust 2020 fünf Mal höher als damals. Im ganzen Jahr 2020 ist der globale Tourismus um 74% gesunken (also weniger Reisen – und alles, was dazu gehört – gebucht worden sind) und über hundert Millionen Jobs sind gegangen oder sind gefährdet. Auch weitere Service – wie Theater, Kinos und Cafés – die mit Reisen verknüpft sind, sind gefährdet. (Bonney-Cox & Kirchhoff 2021, o. S.)

Laut einer im Juni 2020 gemachten Konjunkturumfrage sahen sich sogar 85 % der befragten Unternehmen der Reisebranche in ihrer Existenz bedroht. Die Erholungszeit der Reisebranche wird lang sein. (Ifo Institut 2020, o. S.) Dennoch kann man auch etwas Positives in der Coronakrise finden: ein neuer Trend sind Reisen in der Nähe der Heimatregion und Natururlaube. Auch nachhaltiges Reisen ist wegen Corona verstärkt aufgetreten (Bonney-Cox & Kirchhoff 2021, o. S.).



## 3 Die deutsche Zeitungslandschaft

Im Kapitel 3.1 wird die deutsche Zeitungslandschaft allgemein vorgestellt. Danach, im Kapitel 3.2 wird die Süddeutsche Zeitung und ihre Website, auf dem die in dieser Arbeit analysierte Artikel veröffentlicht wurde, vorgestellt.

### 3.1 Deutsche Zeitungen

Die Menge der Tageszeitungen ist in den letzten Jahrzehnten in Deutschland gesunken, aber die Zeitungslandschaft ist immer noch groß: im Jahre 2018 gab es 114 deutsche Tageszeitungen (Weidenbach 2020a, o. S.). Die Zeitungslandschaft besteht aus Print- und Digitalzeitungen. Die Print- und Digitalausgaben der Zeitungen werden regelmäßig von 59,7 Millionen Deutschen (ab 14 Jahren) gelesen. Von denen erreichen die Printausgaben 39,6 Millionen Deutsche pro Ausgabe und die Digitalausgaben 44,8 Millionen Deutsche pro Woche. Viele Menschen nutzen also sowohl die Print- als auch die Digitalzeitungen. (BDZV 2020, o. S.)

Weidenbach (2020b, o. S.) schreibt, dass die Bild die größte überregionale Tageszeitung in Deutschland ist. Auf dem zweiten Platz ist die Süddeutsche Zeitung, gefolgt von der Frankfurter Allgemeine Zeitung. Bei den digitalen Ausgaben der überregionalen deutschen Zeitungen ist die Rangfolge anders als bei den gedruckten Zeitungen: die größte digitale Zeitung ist das Handelsblatt, die zweitgrößte ist die Süddeutsche Zeitung und die Bild ist auf dem dritten Platz. (Weidenbach 2020b, o. S.) Die Rolle der Süddeutschen Zeitung ist also sehr groß und bedeutend in den deutschen Zeitungslandschaft – sowohl mit den Print- als auch mit den Digitalausgaben. Deshalb müssen auch die einzigen Journalisten der SZ – wie Dignös und Schnitzler, die den Artikel, die in dieser Arbeit analysiert wird, geschrieben haben – ihre Verantwortung im Sinn halten, als sie Informationen verbreiten.

### 3.2 Die Süddeutsche Zeitung und die Website

Die größte überregionale Abonnements-Qualitätstageszeitung Deutschlands ist die Süddeutsche Zeitung (SZM 2020, o. S.). Sie wurde im Jahre 1945 in München gegründet. Die Zeitung erscheint jede Woche von Montag bis Samstag und ist trotz ihres Namens

sowohl im ganzen Deutschland als auch im Ausland hochangesehen. (Hoser 2014, o. S.) Hochwertigen Journalismus zu produzieren, ist ein Grundwert der SZ (Hanke 2011). Die politische Linie der Zeitung ist linksliberal (Hoser 2014, o. S.). Typische Merkmale der SZ sind z. B. „die Seite 3“ mit ihren Großen Reportagen und Hintergrundartikeln und englischsprachige Artikel aus der New York Times (Hanke 2011, o. S.). Die Ressorts der SZ sind Feuilleton, Medien, Panorama, Politik, Sport, Wirtschaft und Wissenschaft. Die Reichweite der SZ ist 1,27 Millionen Leser. An den Werktagen von Montag bis Freitag ist die verkaufte Auflage fast 290 000, und samstags beträgt sie 100 000 Exemplaren mehr. (SZM 2020, o. S.)

Die Website der SZ (sz.de) hat fast 170 Millionen Aktualisierungen der Seite durch die Nutzer und fast 80 Millionen Aufrufe pro Monat. Die SZ hat auch eine App, die über 76 000 Abonnenten verwenden. Auf der Website der SZ findet man sowohl kostenlosen als auch gebührenpflichtigen Inhalt. Kostenlos findet man wenige Artikel. Laut der Website der SZ nennt man gebührenpflichtigen Inhalt SZ Plus und die wichtigsten Vorteile vom gebührenpflichtigen Inhalt sind Aktualität, Exklusivität, Interaktivität und Hintergrundinformation. Die Preise wechseln zwischen verschiedene Arten von Abonnements von etwa 10 bis 37 Euro pro Monat. (SZM 2020, o. S.)

## 4 Diskursanalyse

In diesem Teil werden den zentralen Begriffen der Diskursanalyse vorgestellt, die für diese Arbeit bedeutend sind. Zuerst wird die Forschungsrichtung *Diskursanalyse* vorgestellt und danach der Begriff *Repräsentation*.

### 4.1 Die vielseitige Diskursanalyse und ihre kritische Dimension

Diskursforschung oder -analyse<sup>1</sup> ist eine Forschungsrichtung der qualitativen Forschung, die viel in der Sprachwissenschaft benutzt wird. Mithilfe der Diskursanalyse werden konkrete Texte analysiert (Bendel Larcher 2015, 11). Heutzutage werden außer diesen konkreten Texten bzw. außer geschriebener und gesprochener Sprache auch visuelle und multimodale Teile der Kommunikation untersucht (Haapanen, Käätä & Lehti 2018, 6).

Der Terminus *Diskursanalyse* ist vielseitig und deshalb wird jetzt dargestellt, welche Art der Diskursanalyse in dieser Arbeit angewendet wird. Laut Jokinen, Juhila und Suoninen (2016, 21) kann das Wort *Analyse* ein bisschen irreführend sein, weil Diskursanalyse keine klar begrenzte Forschungsmethode ist, sondern ein weiter theoretischer Bezugsrahmen, der mehrere unterschiedliche Schwerpunkte und Anwendungen erlaubt [Potter & Wetherell 1987, 175; Suominen 1992, 125]. Niehr (2014, 9) stellt fest, dass Diskursanalyse sogar innerhalb der Linguistik verschiedene Weisen von Forschung bedeuten kann. Haapanen et al. (2018, 17) äußern, dass es deshalb wichtig ist, dass in jeder diskursanalytischen Forschungsarbeit der Forschungsprozess detailliert genug beschrieben wird, so dass klar wird, was für Analyse mit welchen Mittel jeweils gemacht wird. In dieser Arbeit wird der Forschungsprozess genauer im Kapitel 5 (Methode) erklärt und im Kapitel 6 wird der Analyseteil des Prozesses genauer beschrieben.

Trotzdem grenzen Pietikäinen und Mäntynen (2019, 140) ein, dass die Diskursforschung sich auf Bedeutungen konzentriert, die sozialen und sprachlichen Handlungen konstruieren. Wegen dieser Aspekte betonen Pietikäinen und Mäntynen (ebd.), dass der Diskursforscher wissen muss, wie er die Mittel der Diskursforschung jedes Mal passend

---

<sup>1</sup> *Diskursanalyse* und *Diskursforschung* werden in dieser Arbeit als Synonyme benutzt.

für das Forschungsthema und -material benutzen kann. Sie (ebd., 132) stellen fest, dass die Verflechtung der Sprache und sozialer Handlung zum theoretischen Hintergrund der Diskursforschung gehören. Laut Niehr (2014, 50) werden gesellschaftliches Wissen und seine Verbreitung mithilfe der Diskursforschung analysiert. Nach Bendel Larcher (2015, 11) ist das Ziel der Diskursforschung zu verstehen, was in einer bestimmten Zeit in der Gesellschaft gedacht wird, wie die Welt dann verstanden wird und welches die Überzeugungen und Normen sind, an die dann geglaubt wird. Außer dem bestimmten Analysetext wird auf diese Weise immer eine weitere Dimension der Gesellschaft untersucht. (Ebd.) Auch Pynnönen (2013, 32-33) behandelt diese weitere, kritische, Dimension und stellt fest, dass diese Dimension im Rahmen der Macht und der Beeinflussung untersucht wird. Dann wird auch die „warum-Frage“ beantwortet und die Antwort darauf gegeben, was die gefundenen Bedeutungen eigentlich, im gesellschaftlichen Kontext, bedeuten. Das ist, was die Diskursanalyse – und auch diese Arbeit – kritisch macht. (Ebd.) In dieser Forschungsarbeit wird diese weitere Dimension der Gesellschaft mithilfe der Forschungsfrage Nummer drei untersucht, in der danach gefragt wird, wie die gefundenen Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre in der Zeit der Coronapandemie beitragen (siehe Kap. 5.2).

## 4.2 Repräsentation

Die Untersuchung der Repräsentationen ist zentral in dieser Arbeit. In dieser Arbeit werden sowohl die Repräsentationen über Reisen in der Coronazeit untersucht als auch die Dimension der Macht einbezogen, wenn überlegt wird, wie die Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit beitragen.

Wörtlich bedeutet Repräsentation, dass etwas wieder oder erneut präsentiert wird. Repräsentation ist ein Prozess, in dem die Sprache Bedeutungen bekommt, und damit werden sogenannte Bilder von Menschen, Information und Ereignisse konstruiert. Deshalb wird oft gesagt, dass die Sprache die Welt repräsentiert. Dieselben Umstände können in unterschiedlichen Weisen repräsentiert werden und dadurch auch in unterschiedlichen Weisen verstanden werden. Die drei wichtigsten Fragen, die mithilfe der Repräsentation beantwortet werden können, sind, (1) wie, (2) aus welcher Perspektive

und (3) mit welchen Mitteln die Wirklichkeit dargestellt wird. Durch diese Fragen kann die Macht, die mit Repräsentationen verbunden ist, verstanden werden; wer darf und was repräsentieren und in welchem Kontext. Wichtig ist, den Kontext zu beachten, denn ohne Kontext kann das Bild zu eng und einfach werden, obwohl das Phänomen, das untersucht wird, immer vielfältig ist. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 45.)

## 5 Methode

Im Kapitel 5.1 wird das Material, das analysiert wird, genau vorgestellt. Die drei Forschungsfragen und das Vorgehen der Arbeit werden im Kapitel 5.2 präsentiert.

### 5.1 Material

In dieser Arbeit wird der Artikel *Stornieren wegen steigender Coronazahlen und Maskenpflicht?* (19.8.2020) von Katja Schnitzler und Eva Dignös analysiert. Der Artikel wurde auf der Website der Süddeutschen Zeitung veröffentlicht. Den Artikel findet man als Anhang am Ende dieser Arbeit. Zur Klärung habe ich die im Artikel vorkommenden Fragen nummeriert, so dass es, wenn man möchte, leichter ist, die Stelle zu finden, über die geschrieben wird. Auf der Website der SZ gibt es am Anfang des Artikels ein Foto und in der Mitte des Fließtextes eine Karte, die die „Corona-Neuinfektionen in europäischen Staaten“ zeigt und jeden Tag aktualisiert wird, aber diese werden nicht in dieser Arbeit analysiert. In dem Foto (von Joan Mateu/dpa) sieht man einen Teil von einem Meer und einem Strand, einen Liegestuhl und die Flagge Spaniens. Obwohl das Foto ein ziemlich normales Reisefoto ist, ist die Bildunterschrift mit der Coronazeit verbunden: „Eine spanische Flagge als Abstandsmarkierung am Strand in Palma de Mallorca - britische Reisende müssen nach dem Spanienurlaub zwei Wochen in Quarantäne.“ Es gibt auch Links zu anderen Nachrichten der SZ Website, aber auch diese werden in der vorliegenden Analyse nicht beachtet.

Der Artikel wurde am 19. August 2020 auf der Website der Süddeutschen Zeitung erschienen. Der Artikel behandelt „die Rechte von Reisenden im Überblick“. Die Autorinnen haben einen „Frage und Antwort Artikel“ geschrieben: sie haben elf Fragen formuliert und die Antworten auf diese Fragen mithilfe von verschiedenen Institutionen und Experten bearbeitet. In jeder Frage wird immer ein weiteres Szenario und eine tiefere Dimension aufgebaut. Im Folgenden wird kurz beschrieben, um welche Themen es sich im Artikel handelt. Zuerst geht es um die Auswirkungen des steigenden Risikos und der Masken, danach um frühere Abreise nach Hause und Quarantäne und Einschränkungen als Reisemängel. Dann geht es darum, wie das Coronavirus die Reisen von gesundheitlich besonders gefährdeten Menschen und Individualreisenden beeinflusst und ob man immer

das Geld zurückbekommt. Am Ende des Artikels wird noch über Lockdowns, positive Coronatests und zusätzliche Kosten geschrieben.

Diese ständig zunehmenden Szenarien konstruieren einen interessanten Eindruck von Chaos bzw. Komplexität, den ich in dieser Arbeit untersuchen werde. Mit dem Eindruck von Chaos bzw. Komplexität wird gemeint, dass das Reisen in der Coronazeit in diesem Artikel ganz kompliziert und zersplittert repräsentiert wird. Diesen bestimmten Artikel habe ich für die Analyse gewählt, weil ich die Form des Artikels und diesen Eindruck von Chaos bzw. Komplexität interessant finde und weil der Artikel ein Hilfsmittel für Menschen sein kann, wenn sie versuchen, Informationen über das Reisen in der Coronazeit zu finden, und damit kann der Text die allgemeine Atmosphäre der Zeit beeinflussen.

## 5.2 Forschungsfragen und Vorgehen

In diesem Kapitel werden die Forschungsfragen vorgestellt und über das Vorgehen der Arbeit berichtet. Die Forschungsfragen dieser Arbeit sind:

1. Wie wird das Reisen repräsentiert, in dem im August 2020 auf der Website der Süddeutschen Zeitung veröffentlichten Artikel?
2. Wie ist der Eindruck von Chaos bzw. Komplexität in dem ausgewählten Artikel sprachlich konstruiert?
3. Wie tragen diese Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre in der Zeit der Coronapandemie bei?

Mithilfe dieser Fragen und der analytischen Methoden der Diskursforschung werde ich den ausgewählten Artikel analysieren und untersuchen. Ich versuche nicht, solche Ergebnisse zu finden, die für alle Fälle gelten würden, weil in dieser Arbeit nur ein Artikel analysiert wird. Damit ist diese Arbeit eine Fallstudie.

Zuerst habe ich den ganzen Analysetext genau gelesen und Markierungen zu interessanten Teilen gemacht. Als ich den Artikel genauer gelesen habe, habe ich

gemerkt, dass im Text viele mögliche Situationen und immer weitere Szenarien beschrieben werden. Das konstruiert einen Eindruck von Chaos bzw. Komplexität. Was ich in diesem bestimmten Eindruck interessant finde, ist wie er sprachlich konstruiert wird und deshalb wird er mithilfe der zweiten Forschungsfrage untersucht.

Laut Bendel Larcher (2015, 59) sind die zentralen Fragen einer diskursanalytischen Textanalyse die folgenden: „Welches Bild der Wirklichkeit versucht dieser Text zu vermitteln? Wovon will er die Lesenden überzeugen? Wozu will er sie veranlassen?“ Sie stellt fest, dass es möglich ist, auf verschiedene Weisen eine Diskursanalyse zu machen. Die Möglichkeiten sind, im einfachen Sinne, vom Kleinen (also Mikrostruktur) zum Großen (also Makrostruktur) – oder umgekehrt – fortzuschreiten. In der Praxis ist das nicht so einfach. Ein System, das Bendel Larcher entwickelt hat, ist Perspektivierung, Nomination und Prädikation, Themenstrukturanalyse, Modalität, Evaluation und Argumentation zu analysieren. (Ebd.) Ich habe dieses System als Hilfsmittel angewendet, als ich den Text analysiert habe, aber alle Teile des Systems sind in dieser Arbeit nicht im Zentrum, sondern ich habe nur die passenden Teile angewendet. Als nächstes, im Kapitel 6, wird der Analysenprozess und seine Ergebnisse vorgestellt.



## 6 Analyse

In diesem Teil wird der oben vorgestellte Artikel analysiert. Der Analyseteil besteht aus fünf Unterkapiteln, die folgend vorgestellten Aspekten enthalten. Die Analyse beginnt mit einer Betrachtung der Zielgruppen und der möglichen Wirkungen auf die Leser. Danach wird auf die Themenstruktur des Artikels, sowie auf die im Artikel vorkommenden sozialen Akteure, Autoritäten und Perspektivierung eingegangen. Wie bereits erwähnt, ist das Analysesystem von Bendel Larcher (2015, 59-101) als Hilfsmittel in dieser Analyse verwendet worden. Jeder von diesen Aspekten wird aus dem Blickwinkel der Forschungsfragen betrachtet. Nach dem Analyseteil werden, im Kapitel 7, die Informationen noch zusammengefasst und die Schlussbetrachtungen aufgebaut.

Der Titel des Artikels *Stornieren wegen steigender Corona-Zahlen und Maskenpflicht?* ist eine Frage, auf die der ganze Text versucht zu antworten. Der Lead lautet: „Dürfen Touristen aus Angst vor einer Infektion ihren Urlaub wieder absagen, ohne draufzuzahlen? Die wichtigsten Fragen und Antworten im Überblick.“ Es gibt im Lead auch eine Frage, auf die der Text versucht zu antworten. Danach werden elf unterschiedliche Fragen vorgestellt und beantwortet. Die Fragen im ganzen Text sind solche, die die Autorinnen für die Situation für wichtig halten. In jeder Frage und in jeder Antwort werden neue Aspekte vorgestellt, an die man denken soll und an die man bisher – so impliziert der Text – nicht gedacht hat. So wird die konstruktive Macht des Sprachgebrauchs gebaut und das Phänomen diskursiv konstruiert.

### 6.1 Zielgruppen und die Wirkungen des Artikels auf die Leser

Die Nachrichten über das Coronavirus sind vielfältig gewesen und manchmal ist es schwierig, die aktuellsten und zuverlässigsten Nachrichten zu finden. Niehr (2014, 51) hebt hervor, dass die Verbreitungsgebiete von massenmedialen Nachrichten – welche auch die Süddeutsche Zeitung und ihre Website produzieren – breit sind, während der Zugang zu der Inhaltsproduktion der Massenmedien gering ist. Weil nur eine kleine Anzahl von Menschen einen Zugang dazu hat, kommt mit dieser Freiheit auch Verantwortung dafür, was veröffentlicht wird (ebd.). Auch in dem analysierten Artikel

sind die Autorinnen verantwortlich dafür, dass der Artikel korrekte Informationen verbreitet. Die Autorinnen haben entschieden, welche Informationen die Leser, die zu den Zielgruppen gehören, möglicherweise bräuchten. Dieser Text hat wahrscheinlich zwei Zielgruppen:

1. Die Leser, die eine Reise gebucht haben und die bereits an diese möglichen Situationen gedacht haben.
2. Die Leser, die erst beginnen, an diese möglichen Situationen zu denken und überhaupt mehr Angst vor einer Infektion zu haben.

Für die erste Gruppe können die Anweisungen nützlich sein. Die sechste Frage des Artikels, zum Beispiel, lautet „Sind Corona-Einschränkungen ein Reisemangel?“. Die Antwort auf dieser Frage beginnt „Wer trotzdem seinen Sommerurlaub antritt –“. Die Autorinnen haben das Wort *trotzdem*, also „trotzt der genannten Umstände“ (Langenscheidt s. v. trotzdem 2021, o. S.), benutzt. Mit dieser Wortwahl übernehmen die Autorinnen ihre Verantwortung als Journalisten und legen den Lesern implizit nahe, nicht zu reisen, aber sie geben Ratschläge für eine mögliche Situation.

Die Leser, die in die zweite Gruppe gehören, können Angst bekommen, wenn sie den Artikel lesen. Weil alle diese Situationen auf irgendeiner Ebene möglich sind, können die Leser zu denken beginnen, was wäre, wenn alle – oder zumindest die Hälfte – von diesen Situationen in ihrem Fall zutreffen würden. Dann kann der Artikel zur Stimmung der Leser – und damit zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit – negativ beitragen, wenn die Leser Angst bekommen, wenn sie den Artikel lesen. Andererseits könnte der Artikel die Leser beruhigen, wenn sie Antworten auf die Fragen, die sie haben, bekommen. Dies bedeutet, dass die Wirkung zur allgemeinen Atmosphäre von den lesenden Menschen abhängt und damit vielfältig ist. Die Meinungen der lesenden Menschen hängen davon ab, aus welcher Blickwinkel die Leser den Artikel lesen.

## 6.2 Themenstruktur

Das Hauptthema des Artikels ist, wie bereits erwähnt, Reisen in der Coronazeit, aus dem Blickwinkel der Rechten der Reisenden und der Autorinnen, die entschieden haben,

welche Informationen die Leser brauchen könnten. In jeder von den 11 Fragen und Antworten wird ein neues Unterthema, ein neuer Aspekt, über das Hauptthema abgebildet, d. h. im Artikel können elf verschiedene Unterthemen gefunden werden. Die Unterthemen sind (1) Stornierungskosten und Absage der Reise, (2) Maskenpflicht, (3) Risikogebiete, (4) (die Gefahr einer) Quarantäne, (5) besonders gefährdeten Menschen, (6) Coroneinschränkungen als Reisemangel, (7) Individualreisende, (8) die Rolle der Veranstalter und Airlines, wenn Geld zurückbezahlt wird, (9) wer bezahlt den Reiseausfall, wenn die Einreisebestimmungen sich ändern, (10) wer bezahlt, wenn der Mensch Covid-19 positiv ist und (11) Reiserücktrittskostenversicherung und zusätzliche Kosten. Viele von diesen Unterthemen behandeln Geld in irgendeiner Weise und das, wer bezahlen muss, wenn die Reise aus irgendeinem Grund storniert wird. Somit kann man sagen, dass die Rechte von Reisenden vor allem aus dem Blickwinkel des Gelds behandelt werden und dass es wichtig zu wissen ist, wer bezahlt, wenn der Reisende wegen des Coronavirus und seine Nebenwirkungen nicht reisen kann. Das hat vielleicht auch etwas sowohl mit den Werten der Journalistinnen bzw. der SZ als auch mit den Werten der Leser zu tun; die Angst vor Geldverlust kann ebenso groß oder sogar größer sein als die Angst vor Erkrankung.

Von diesen Unterthemen sind die Themen 1 und 9 meist gewichtet und in den Vordergrund gehoben, denn für sie sind viel mehr Zeilen gewidmet als für die anderen; das Thema 1 besteht insgesamt aus 26 Zeilen und das Thema 9 besteht aus 24 Zeilen. Danach meist gewichtet sind die Themen 10 und 11, die aus 12 und 14 Zeilen bestehen. Alle anderen Themen sind wenig gewichtet und in den Hintergrund gelassen; z. B. das Thema 8 besteht nur aus 4 Zeilen. Klar ist, dass die Autorinnen gewählt haben, welche Themen gewichtet werden, aber es kann mehrere Gründe dafür geben, warum gerade diese Themen gewichtet sind. Ein Grund dafür wäre, dass die Autorinnen – und im Hintergrund auch die politische Linie der ganze SZ – diese Themen als wichtigsten und interessantesten aus dem Blickwinkel der deutschen Reisenden halten. Ein anderer Grund dafür könnte sein, dass diese Situationen die allerwahrscheinlichsten sind und die gelten für die meisten Reisenden (nach der Meinung oder dem Wissen der Autorinnen).

In dem Artikel ist „das Problem-Lösungs-Schema“ (Bendel Larcher 2015, 74) verwendet, in dem Lösungen zu Problemen bzw. Antworten auf Fragen gesucht und gefunden werden. Das ist laut Bendel Larcher „ein in unserer Kultur besonders wirksames Muster“, auf das die Leser vertrauen, und das Muster hat eine starke Überzeugungskraft wegen seiner Form (2015, 74-75). Mit der Wahl darüber, welche Themen gewichtet werden und mit der Wahl dieses Musters versuchen die Autorinnen den Lesern zu überzeugen und wahrscheinlich ein zuverlässiges Bild über SZ zu konstruieren.

Mit der Betonung der genannten Unterthemen ist Reisen so repräsentiert, dass die Reisen wahrscheinlich wegen des Coronavirus storniert werden müssen und dass die Reisenden bereit dazu sein sollten, dass sie vielleicht wegen die Einreisebestimmungen nicht ins Zielland einreisen können. Diese beiden gewichteten Aspekte konstruieren den Eindruck von Chaos, weil diese nur Möglichkeiten sind, die sich nur vielleicht in der Zukunft verwirklichen, und nicht die aktuelle Lage. Diese Repräsentationen tragen zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit so bei, dass die Leser (die reisen wollen bzw. eine Reise gebucht haben) mehr Angst vor dem Reisen in der Coronazeit bekommen können, als sie zu überlegen beginnen, ob sie stornieren sollten oder nicht und ob sie in der Wirklichkeit Geld zurück bekommen oder nicht.

In einigen von den nicht so viel gewichteten Unterthemen ist Reisen als eine Möglichkeit repräsentiert, sogar in der Coronazeit. Das konstruiert den Eindruck von Chaos, weil die Informationen, die der Artikel bietet, in Widerspruch miteinander sind. In den gewichteten Unterthemen ist Reisen also so repräsentiert, dass die Reisen wahrscheinlich wegen des Coronavirus storniert werden, aber in den Unterthemen ist Reisen eine Möglichkeit. Zum Beispiel im dritten Unterthema (das besteht nur aus acht Zeilen) gibt es ein Szenario, in dem die Pauschaltouristen schon eine Reise angetreten haben: „Bekommen Pauschaltouristen Geld zurück, wenn sie früher abreisen, weil ihr Urlaubsort zum Risikogebiet wird?“. Das trägt zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit so bei, dass die Menschen denken, dass Reisen auch in der Zeit der Viruspandemie möglich ist, obwohl es anders sein kann als vor der Pandemie.

### 6.3 Die sozialen Akteure

Menschen und Gegenstände werden in Texten nicht so dargestellt, wie sie eigentlich sind, sondern das Bild von ihnen wird „durch die Wahl spezifischer sprachlicher Darstellungsmittel“ abgebildet (Bendel Larcher 2015, 63). Pietikäinen und Mäntynen (2019, 8) schreiben, dass der Gebrauch der Sprache soziale Handlung ist, und somit sind die Nutzer der Sprache soziale Akteure. Pietikäinen und Mäntynen (ebd.) berichten, dass die sozialen Akteure verschiedene Möglichkeiten und Ressourcen haben, ihre sprachliche Macht zu benutzen. Auch in diesem Artikel werden verschiedene Bilder von den sozialen Akteuren konstruiert. Diese sozialen Akteure sind die Menschengruppen von verschiedenen Reisenden und die Unternehmen, von denen die Reisenden Rückerstattung fordern können. Jetzt werden die sozialen Akteure des Artikels untersucht und analysiert.

Im Artikel werden unterschiedliche Menschengruppen thematisiert. Die drei Gruppen bzw. Kategorien von Menschen sind:

1. Pauschaltouristen
2. Individualreisende
3. Besonders gefährdete Menschen

Eine Person kann zu mehreren von diesen Gruppen gehören. Man kann, beispielsweise, eine Pauschalreise und eine Individualreise gebucht haben, und deshalb sowohl ein Pauschaltourist als auch ein Individualreisender sein. Zusätzlich kann dieselbe Person noch ein besonders gefährdeter Mensch sein. Diese unterschiedlichen Menschengruppen sind soziale Akteure, die Rückerstattung fordern können. Weil diese verschiedenen Menschengruppen von Reisenden im Artikel kategorisiert sind, ist das Reisen auch in der Coronazeit als vielseitiges Phänomen, das viele verschiedene Menschen betrifft, repräsentiert. Dieses trägt zum Eindruck von Chaos bei, weil jede Gruppe ihre eigenen Regeln über alles haben (z. B. über die Rückerstattungen und über die Stornierungen) hat. Und weil ein Mensch mehreren von diesen Gruppen angehören kann, wird zum Eindruck von Chaos wieder beigetragen. Deshalb kann es für die Leser schwer sein, die Stellen des Artikels zu finden, die jeweils bedeutend sind.

Andere soziale Akteure im Artikel sind die Unternehmen, von denen die Rückerstattung gefordert werden kann. Diese Unternehmen sind solche, die Reisen veranstalten, also Reiseveranstalter. Die größten Reiseveranstalter in Deutschland sind TUI Deutschland, Thomas Cook und DER Touristik (Mittermeier o. J.), und natürlich gibt es viel mehr kleinere Reiseveranstalter. Im Artikel sind diese Reiseveranstalter nicht mit den Namen vorgestellt, sondern nur als eine Gruppe von Unternehmen. An vielen Stellen im Artikel wird nicht explizit erwähnt, dass die Reiseveranstalter gemeint sind, aber man kann das zwischen den Zeilen lesen, beispielsweise in der ersten Antwort:

Auch in der Corona-Krise gilt: Nur aus Angst vor Ansteckung dürfen selbst Pauschalurlauber die Reise nicht einfach absagen, jedenfalls nicht ohne Stornogebühren zahlen zu müssen. Allerdings kann es derzeit weitere gute Gründe geben, den Urlaub zu stornieren, die belegbar sind und eine Absage ohne Zusatzkosten rechtfertigen.

In dieser Antwort wird klar, dass Stornogebühren erfordert werden können und dass der Urlaub storniert werden kann, aber wer diese Angelegenheiten erledigt, ist nicht gesagt. Anhand des Kontexts kann man verstehen, dass die Reiseveranstalter gemeint sind. An anderen Stellen, zum Beispiel später in der ersten Antwort, werden die Unternehmen genau als „Veranstalter“ genannt: „Viele Veranstalter bieten derzeit aber kulante kostenfreie Umbuchungsmöglichkeiten an [-]“. Also, im Artikel sind die Veranstalter nicht in der Hauptrolle, sondern im Hintergrund und das wichtigste ist zu berichten, was alles zurück erfordert werden kann. In der Hauptrolle ist also die Rückerstattungshandlung der Veranstalter den Reisenden gegenüber, und die Situationen werden aus der Perspektive der Reisenden behandelt. Deshalb tragen diese Aspekte zum Eindruck von Chaos bei; es ist nicht klar gesagt (sondern nur zwischen den Zeilen), was für Unternehmen gemeint sind.

#### 6.4 Autoritäten

Die Berufung auf Autoritäten ist eine Art der Argumentation (Bendel Larcher 2015, 94) und wird im analysierten Artikel viel verwertet. Bendel Larcher (2015, 96) hat verschiedene Arten von Autoritäten aufgelistet, von denen die Autorinnen des Artikels

sowohl *Experten* als auch *unpersönliche Autoritäten*, wie Regeln und Gesetze, gebraucht haben.

Einige von den Experten werden mit ihren Eigennamen (sowohl mit ihren Vor- und Nachnamen) vorgestellt und damit als Individuen hervorgehoben. Dazu ist die Kompetenz und Erfahrung von ihnen mit den Titeln (z. B. Reiserechtsanwalt, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands und Reiserechtsexperte) betont. Die Experten sind immer zwei Mal von drei mit den Titeln genannt. Auf diese Weise versuchen die Autorinnen die Glaubwürdigkeit und die Zuverlässigkeit des Artikels anzuheben. Die Betonung des Fachwissens der Experten kann auf die allgemeine Atmosphäre in der Coronazeit einwirken; die Wörter der Experten werden leichter geglaubt. Deshalb sprechen im Artikel die Stimmen der verschiedenen Autoritäten. Die werden noch im Kapitel 6.6 genauer betrachtet.

Außer den mit Eigennamen genannten Experten sind im Artikel auch Informationen sowohl von verschiedenen Institutionen angewendet als auch von dem Recht (verschiedene Arten) und den Rechtsexperten. Wie vorher erwähnt, können diese Autoritäten als unpersönliche Autoritäten (Bendel Larcher 2015, 96) verstanden werden. Zuerst wird die Rolle der Institutionen genauer analysiert und danach das Recht.

Die Institutionen, die im Artikel konsultiert werden, sind die Verbraucherzentrale, das auswärtige Amt und das Amtsgericht Frankfurt. Die Verbraucherzentrale wird an mehreren Stellen als Quelle verwendet, aber auf sie wird in unterschiedlichen Weisen verwiesen: „Verbraucherzentrale“, „Website des Bundesverbands“, „der Bundesverband der Verbraucherzentralen“ und „Verbraucherschützer“ sind verwendet, als Bezeichnungen für dieselbe Institution. Diese verschiedenen Bezeichnungen können als ein stilistisches Mittel verwendet werden, aber in jedem Fall konstruieren sie den Eindruck von Chaos, obwohl die Benennungen sich nicht viel voneinander unterscheiden. Wenn man genau den Artikel liest, bemerkt man, dass immer die gleiche Institution gemeint ist, aber solchen Artikel auf der Website einer Zeitung liest man wahrscheinlich nicht so genau und dadurch wird auch zur allgemeinen Atmosphäre über Reisen in der

Coronazeit beigetragen; der Leser beginnt zu denken, dass, um Informationen von Reisen zu bekommen, muss man viele verschiedene Institutionen konsultieren.

Im Artikel sind verschiedene Arten des Rechts nur allgemein genannt: z. B. „das deutsche Reiserecht“, „nach deutschem Recht“ und „das Recht des Beherbergungsort“. Durch das Referieren des Rechts wird Reisen als durch Gesetzgebung regulierte Tätigkeit, die das Individuum nicht viel beeinflussen kann, repräsentiert. Die genauen Punkte des Rechts sind nicht referiert, sondern nur allgemein erwähnt, beispielsweise in der neunten Antwort: „Nach deutschem Recht müssten sie nichts bezahlen, wenn sie die Leistungen nicht nutzen können.“ Diese Weise von ungenauem Referieren konstruiert den Eindruck von Chaos: der Leser kann nicht – zumindest nicht einfach – nach mehr Informationen suchen und finden. Zur allgemeinen Atmosphäre der Coronazeit tragen diese Tatsachen so, dass die Individuen sich machtlos fühlen können, oder sie können die Reisenden auch beruhigen, weil viele von Reisenden wahrscheinlich fest auf die Autoritäten, z. B. auf das Gesetz, vertrauen.

## 6.5 Perspektivierung

In diesem letzten Kapitel der Analyse wird noch die Perspektivierung des Artikels analysiert. Laut Bendel Larcher (2015, 59) bedeutet das, dass betrachtet wird, aus welchen Perspektiven der Text gesammelt worden ist bzw. wer spricht in dem Text. Oft, besonders in den Presstexte, ist es typisch, dass die Perspektiven nicht mit dem Autor oder mit den Autoren identisch sind (ebd.). Das gilt auch in dem analysierten Artikel: die Autorinnen haben Informationen aus mehreren Perspektiven zusammengefasst. Ein Aspekt der Perspektivierung sind die Stimmen des Texts. In diesem Artikel sprechen viele verschiedene Stimmen, aber nicht die Stimmen der Autorinnen. Laut Bendel Larcher (ebd., 61) können die Stimmen in drei verschiedenen Weisen gefunden werden, erstens mithilfe der wörtlichen Zitate und zweitens mithilfe der indirekten Zitate. Die dritte Weise sind Anspielungen, die ein hohes Maß an Vorwissen vom Leser erfordern, aber die sind in diesem Artikel nicht zu finden. In dem analysierten Artikel gibt es einige wörtliche Zitate, die verschiedene Experten, die konsultiert worden sind, ausgesprochen haben. Diese Experten sind sowohl Individuen (z. B. die Reiserechtsanwälte Paul Degott



und Kay P. Rodegra) als auch Institutionen (z. B. der Bundesverband der Verbraucherzentralen). Dieselben Experten und Institutionen sind auch indirekt zitiert. Die befragten Experten sind keine Behörden, die Regeln fürs Reisen aufstellen. Der Blickwinkel der offiziellen Regeln ist auch mitgenommen, nämlich durch indirekte Zitate von verschiedenen Arten des Rechts.

Diese vielen Stimmen der Experte konstruieren den Eindruck von Chaos; wenn nur ein Experte gefragt worden wäre, wäre das Reisen wahrscheinlich einfacher und nicht so chaotisch repräsentiert. Andererseits können diese mehrere Stimmen bzw. Quellen die Zuverlässigkeit des Artikels verstärken, und das kann zur allgemeinen Atmosphäre in der Coronazeit beitragen. Mit dieser Perspektivierung wird es klar, dass die Autorinnen (mithilfe der konsultierten Experten) objektive Informationen über ein umstrittenes Thema geben wollen. Obwohl die viele befragten Experten die Zuverlässigkeit verstärken, verstärken sie auch den Eindruck von Chaos. Diese beiden Aspekte bedingen, dass das Reisen in der Coronazeit als uneinheitliche Branche, in der viele schwere Situationen stattfinden, repräsentiert wird. Das Bild, das der Artikel schafft, ist, dass Reisen entweder storniert oder angetreten werden können. Der Artikel gibt keine einfache Antwort auf die umstrittene Frage, ob man reisen darf oder nicht, sondern er gibt Antworten auf die möglichen Situationen, mit denen man konfrontiert werden kann, wenn man reisen will oder wenn man seine Reise stornieren will, aber die Entscheidung liegt beim Individuum.

## 7 Schlussbetrachtung

Das Ziel dieser Arbeit war zu untersuchen, wie Reisen in der Coronazeit repräsentiert wird, wie der im Artikel gefundene Eindruck von Chaos bzw. Komplexität sprachlich konstruiert wird und zu überlegen wie die Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit beitragen können. Das Ziel wurde erreicht und jetzt werden die mithilfe der kritischen Diskursanalyse bekommenen Ergebnisse zusammengezogen und der Ablauf der Arbeit betrachtet.

Im Artikel wird Reisen als vielseitiges Phänomen, das viele verschiedene Menschen betrifft, repräsentiert. Die Analyse der Themenstruktur hat gezeigt, dass durch die Betonung von bestimmten Unterthemen (Kap. 6.3.) wird klar, dass die Menschen in der Zeit der Coronapandemie zwei Möglichkeiten haben: entweder die Reise zu stornieren oder sie anzutreten. Auch die Veranstalter können die Reise stornieren – oder nicht. Der Blickwinkel des Artikels liegt bei den Reisenden und ihren Rechten, nicht bei den Veranstaltern. Das ist, weil die Zielgruppen des Artikels verschiedene Reisende, und nicht die Veranstalter, sind. Zentral ist der Blickwinkel des Gelds; wer bezahlt, wenn etwas passiert. Obwohl das Reisen als eine Möglichkeit – sogar in der Coronazeit – repräsentiert wird, gibt der Artikel keine einfache eindeutige Antwort darauf, ob man reisen darf oder nicht, und die Autorinnen legen so die Entscheidung beim Individuum und geben nur Anweisungen für mögliche Situationen. Das hat wahrscheinlich auch etwas mit der linksliberalen politischen Linie der SZ zu tun; das Individuum kann seine eigenen Entscheidungen machen, wenn sie genug Informationen bekommen haben.

Der Eindruck von Chaos bzw. Komplexität wird sprachlich auf viele Weisen konstruiert. Die Weisen sind in vier Kategorien geordnet. Erstens werden nur die möglichen Situationen, die nicht immer aktuelle Lagen sind, behandelt. Das hat die Analyse der Themenstruktur gezeigt. Zweitens, als wurden die sozialen Akteure analysiert, hat die Analyse gezeigt, dass jede Menschengruppe, die im Artikel behandelt wird, ihre eigenen Regeln beim Reisen folgt und weil ein Mensch zu mehreren Gruppen gehören kann, konstruiert auch dieser Aspekt den Eindruck von Chaos. Drittens ist das Referieren im Artikel an einigen Stellen ungenau; es kann deshalb schwer sein, mehr Informationen zu

finden. Das hat sowohl die Analyse der sozialen Akteure als auch die Analyse der Autoritäten gezeigt. Viertens, es gibt sowohl viele befragte Experten als auch viele voneinander unterscheidenden Benennungen für die Verbraucherzentrale (die eine Institution ist) im Artikel. Diese Aspekte konstruieren den Eindruck von Chaos und ist aus der Betrachtung der Autoritäten bemerkt worden.

Die gefundenen Repräsentationen können zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit auf verschiedenen Weisen beitragen, weil – wie bereits erwähnt – die Leser des Artikels ihn aus verschiedenen Blickwinkeln lesen. Einerseits können die Menschen sich machtlos vor der Pandemie fühlen und Angst davor bekommen, wenn sie den Artikel lesen. Die Leser können anfangen zu überlegen, ob sie stornieren sollten oder nicht und wenn sie das machen, ob sie ihr Geld zurück bekommen oder nicht. Das hat die Analyse der Themenstruktur gezeigt. Die Analyse der Zielgruppen und der sozialen Akteure hat gezeigt, dass die Menschen auch beginnen können, zu denken, dass es schwer ist, mehr Informationen über die Pandemiesituation zu bekommen. Auf diesen Weisen kann der Artikel negativ zur Atmosphäre der Zeit beitragen.

Andererseits hat die Analyse der Zielgruppen und der Autoritäten gezeigt, dass der Artikel die Menschen zur Ruhe bringen kann, wenn sie Antworten auf die Fragen, die sie haben, bekommen. Die Menschen bekommen beim Lesen dieses Artikels relativ objektive Informationen über ein umstrittenes Thema und die Antworten stammen von Experten und zuverlässigen Institutionen. Auf diese Weise können die Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit beruhigend und informativ beitragen.

Doch einerseits zeigt die Themenstrukturanalyse, dass weil das Reisen als eine Möglichkeit sogar in der Zeit der Coronapandemie repräsentiert ist, können die Menschen denken, dass es Mittel zu reisen auch in der Zeit der Pandemie gibt und dadurch kann der Artikel zu einer Reise-positiven Atmosphäre beitragen. Wesentlich ist, dass die Wirkungen zur allgemeinen Atmosphäre eigentlich aus den Blickwinkeln der Leser abhängen und deshalb vielfältig sein können.

Die Autorinnen haben als Journalisten, wie schon vorher im Kapitel 6.2. festgestellt ist, Verantwortung dafür, was veröffentlicht wird. Obwohl die Autorinnen versucht haben, eine objektive Haltung zu haben, haben sie Meinungen in den Artikel einbezogen. Diese oben erwähnten Ergebnisse dieser Arbeit bedeuten, dass obwohl die Autorinnen (mithilfe der Experten und Institutionen und mit der politischen Linie der SZ im Sinn) Anweisungen für verschiedene Situationen für verschiedene Menschengruppen geben, legen sie die Entscheidung über alle Dinge schließlich beim Individuum. Weil diese Arbeit eine Fallstudie ist, können die Ergebnisse nicht so weit generalisiert werden. Doch denke ich, dass die Ergebnisse wahrscheinlich auch allgemein stimmen; die Medien repräsentieren das Reisen hauptsächlich nicht als eine empfehlenswerte Tätigkeit in der Zeit der Coronapandemie, aber sie geben doch ab und zu Informationen darüber, was die Menschen in verschiedenen Situationen beim Reisen oder beim Stornieren der Reise achten müssen.

Persönlich war in dieser Arbeit das interessanteste eigentlich eine wissenschaftliche Arbeit zu schreiben und zu sehen, was für ein Prozess das wirklich ist. Was auch interessant zu bemerken war, als ich den Artikel genauer aus verschiedenen Blickwinkeln las, war dass es in dem Artikel sehr viele Aspekte gibt, die analysiert werden könnten. Im Rahmen einer Bachelorarbeit kann ein Text nicht aus jedem möglichen Blickwinkel analysiert werden, und deshalb wählte ich die meiner Meinung nach zentralen Aspekte zur Analyse und die Arbeit wurde auf diese Weise abgegrenzt. Das Material war also genügend. In der Zukunft könnte untersucht werden, beispielsweise wie das Reisen in der Coronazeit in anderen Texten – vielleicht auch in Texten von anderen Genres oder in Texten von anderen deutschen Zeitungen mit vielleicht verschiedener politischer Agenda – repräsentiert ist, und wie diese möglicherweise unterschiedlichen Repräsentationen zur allgemeinen Atmosphäre der Zeit beitragen.

# Literaturverzeichnis

## Primärliteratur

Schnitzler, Katja und Dignös, Eva (2020): Stornieren wegen steigender Corona-Zahlen und Maskenpflicht? Online: <https://www.sueddeutsche.de/reise/corona-coronakrise-urlaub-reiserecht-risikogebiet-quarantaene-1.4980141> [zuletzt eingesehen am 17.1.2021].

## Sekundärliteratur

BDZV [= Bundesverband Digitalpublischer und Zeitungsverleger] (2020): Reichweiten: 60 Millionen Deutsche lesen regelmäßig Zeitung. In: die-zeitungen.de. Online: <https://www.die-zeitungen.de/argumente/reichweiten.html> [zuletzt eingesehen am 11.2.2021].

Bendel Larcher, Sylvia (2015): Linguistische Diskursanalyse – ein Lehr- und Arbeitsbuch. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.

BGD (2021a): Basiswissen zum Coronavirus. In: [zusammengegencorona.de](http://zusammengegencorona.de). Online: <https://www.zusammengegencorona.de/informieren/basiswissen-coronavirus/#faqitem=a4bee452-d365-593b-bd04-9f8f9a4e0c1f> [zuletzt eingesehen am 20.1.2021].

BGD (2021b): Mit AHA durchs Jahr. In: [zusammengegencorona.de](http://zusammengegencorona.de). Online: <https://www.zusammengegencorona.de/aha/#formel> [zuletzt eingesehen am 5.2.2021].

BGD (2021c): Sicher und gesund reisen. In: [zusammengegencorona.de](http://zusammengegencorona.de). Online: <https://www.zusammengegencorona.de/informieren/testen/sicher-und-gesund-urlaub-machen/> [zuletzt eingesehen am 5.2.2021].

BGD (2021d): Symptome erkennen und richtig handeln. In: [zusammengegencorona.de](http://zusammengegencorona.de). Online: <https://www.zusammengegencorona.de/informieren/symptome-erkennen/#faqitem=60a8a23c-907b-5cda-b831-6349656d2be4> [zuletzt eingesehen am 5.2.2021].

Bonney-Cox, Susan & Kirchhoff, Andreas (2021): Tourismus: Die Corona-Krise und ihre weitreichenden Folgen. In: dw.com. Online: <https://p.dw.com/p/3Z61p> [zuletzt eingesehen am 11.2.2021].

Haapanen, Lauri; Kääntä, Liisa & Lehti, Lotta (2018): Diskurssintutkimus – monitieteen ja monimenetelmäin ala. In: AFinLA-e. Soveltavan kielitieteen tutkimuksia 2018/n:o 11. 4–19. Online: <https://doi.org/10.30660/afinla.75057> [zuletzt eingesehen am 14.2.2021].

Hanke, Katja (2011): Tageszeitungen in Deutschland: Eckpfeiler der Demokratie. In: Goethe-Institut e. V., Internet-Redaktion. Online: <https://www.goethe.de/de/kul/med/20364797.html> [zuletzt eingesehen am 11.2.2021].

- Hoser, Paul (2014): Süddeutsche Zeitung (SZ). In: Historisches Lexikon Bayerns. Online: [https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/S%C3%BCddeutsche\\_Zeitung\\_\(SZ\)](https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/S%C3%BCddeutsche_Zeitung_(SZ)) [zuletzt eingesehen am 5.2.2021].
- Ifo Institut (2020): Reisebranche. Online: <https://www.ifo.de/branchenatlas/reisebranche> [zuletzt eingesehen am 5.2.2021].
- Jokinen, Arja; Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (2016): Diskurssianalyysi: teorian, peruskäsitteet ja käyttö. Tampere: Vastapaino.
- Langenscheidt [= Langenscheidt Online-Wörterbuch Premium]. (2021): Online: <https://owb.langenscheidt.com> Stuttgart: PONS GmbH [zuletzt eingesehen 11.2.2021].
- Mittermeier, Alexander (o. J.): Die 7 größten Reiseveranstalter in Deutschland. In: GeVestor Financial Publishing Group -2021. Online: <https://www.gevestor.de/details/die-7-groessten-reiseveranstalter-in-deutschland-754553.html>. [zuletzt eingesehen am 2.3.2021].
- Niehr, Thomas (2014): Einführung in die linguistische Diskursanalyse. Darmstadt: WBG.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne (2019): Uusi kurssi kohti diskurssia. Tampere: Vastapaino.
- Pynnönen, Anu (2013): Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen. In: Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun Working Paper N:o 379. Online: <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/42412> [zuletzt eingesehen am 2.3.2021].
- RKI [= Robert Koch Institut] (2021): COVID-19: Fallzahlen in Deutschland und weltweit. Online: [https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges\\_Coronavirus/Fallzahlen.html](https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Fallzahlen.html) [zuletzt eingesehen am 5.2.2021].
- SZM [= Süddeutsche Zeitung Media] (2020): Süddeutsche Zeitung und Süddeutsche Zeitung am Wochenende. Online: <https://sz-media.sueddeutsche.de/titel/sueddeutsche-zeitung.html> [zuletzt eingesehen 8.2.2021].
- SZ [= Süddeutsche Zeitung GmbH] (o. J.): Wählen Sie das passende Angebot. Online: [https://angebote.sueddeutsche.de/?wt=INSZ0121&utm\\_medium=onsite&utm\\_source=header\\_sz&utm\\_campaign=unabhaengigkeit](https://angebote.sueddeutsche.de/?wt=INSZ0121&utm_medium=onsite&utm_source=header_sz&utm_campaign=unabhaengigkeit) [zuletzt eingesehen am 11.2.2021].
- Weidenbach, Bernhard (2020a): Tageszeitungen in Deutschland bis 2018. In: Statista. Online: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36376/umfrage/anzahl-von-tageszeitungen-in-deutschland-seit-1965/> [zuletzt eingesehen am 4.4.2021].
- Weidenbach, Bernhard (2020b): Verkaufte Auflage von Tageszeitungen in Deutschland bis 2020. In: Statista. Online: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/> [zuletzt eingesehen am 17.1.2021].

WHO (2021a): Global > Germany. Online: <https://covid19.who.int/region/euro/country/de>  
[zuletzt eingesehen am 4.2.2021].

WHO (2021b): WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. Online:  
<https://covid19.who.int/> [zuletzt eingesehen am 4.2.2021].

## Anhang: Stornieren wegen steigender Corona-Zahlen und Maskenpflicht?

Die Website der Süddeutschen Zeitung, sueddeutsche.de; 19.08.2020

### Stornieren wegen steigender Corona-Zahlen und Maskenpflicht?

**Dürfen Touristen aus Angst vor einer Infektion ihren Urlaub wieder absagen, ohne draufzuzahlen? Die wichtigsten Fragen und Antworten im Überblick.**

Von Katja Schnitzler und Eva Dignös

Wenn Corona-Fallzahlen wie in Spanien, Kroatien oder in St. Wolfgang in Österreich wieder steigen und ein Mund-Nasen-Schutz dauerhaft unterwegs getragen werden muss, wollen einige auf diese Art von Abenteuerurlaub lieber verzichten. Die Rechte von Reisenden im Überblick.

*1. Wie wirken sich steigendes Risiko und zunehmende Beeinträchtigungen auf die Stornierungskosten aus?*

Auch in der Corona-Krise gilt: Nur aus Angst vor Ansteckung dürfen selbst Pauschalurlauber die Reise nicht einfach absagen, jedenfalls nicht ohne Stornogebühren zahlen zu müssen. Allerdings kann es derzeit weitere gute Gründe geben, den [Urlaub](#) zu stornieren, die belegbar sind und eine Absage ohne Zusatzkosten rechtfertigen. "Der Urlaub ist nicht mehr zumutbar, wenn die außergewöhnlichen Umstände touristische Leistungen massiv einschränken", sagt Reiserechtsanwalt Paul Degott.

Wer seinen Pauschalurlaub absagen möchte, vergleicht, welche Leistungen im Vertrag stehen, aber vor Ort nicht mehr erfüllt werden können. Etwa wenn eine All-inclusive-Versorgung rund um die Uhr zugesagt wurde, die Gäste aber zu bestimmten Essenszeiten am Tisch à la carte essen müssen, um Abstand zu wahren. Oder wenn eine Städterundreise gebucht wurde, doch die Hauptattraktionen gar nicht zugänglich sind. Sind die Einschränkungen allerdings vor der Buchung bekannt, fallen sie rechtlich nicht mehr ins Gewicht.

Wichtig ist übrigens, wie sich die Lage vor Ort darstellt zum Zeitpunkt der Entscheidung, ob man fahren soll oder nicht. Fallen die Infektionszahlen danach wieder, könne der Veranstalter nicht nachträglich Stornokosten fordern, weil der Urlauber ja doch hätte anreisen können, betont Degott.

Zudem stärkt ein Urteil des Amtsgerichts Frankfurt die Rechte der Verbraucher für den Fall, dass zum Zeitpunkt der Absage die Prognose für Urlaubsziel- und -zeitraum ungünstig ist. Eine aktuelle Reisewarnung sei dafür nicht unbedingt erforderlich: Es reicht schon eine 25-prozentige Wahrscheinlichkeit, dass sich die Lage am Ferienort verschlechtert, um kostenfrei absagen zu können - in dem speziellen Gerichtsfall war das vier Wochen vor der Abreise. Was man dabei beachten muss, [erfahren Sie in diesem Interview mit Reiserechts-Experten Paul Degott](#).

Viele Veranstalter bieten derzeit aber kulante kostenfreie Umbuchungsmöglichkeiten an, um Kunden überhaupt zum Reisen zu animieren.

[Details zu Risikogebieten und Quarantäneregeln für Rückkehrer finden Sie hier.](#)



*2.Ändert sich die Rechtslage, wenn am Urlaubsort in der Öffentlichkeit immer eine Maske getragen werden muss?*

Ob auch eine neu eingeführte, umfassende Maskenpflicht ein Rücktrittsgrund ist, darin sind sich deutsche Rechtsexperten nicht einig. Für die einen ist es eine Unannehmlichkeit, mit der man in Deutschland des Infektionsschutzes zuliebe ebenfalls zurecht kommen muss. Dies sieht die Verbraucherzentrale ebenso - solange die Atemmaske nur punktuell aufzusetzen ist. "Müssen Sie jedoch permanent einen Mund-Nase-Schutz tragen oder sind die Einschränkungen vor Ort besonders hoch, ist der Reisezweck (Erholung) meist nicht erfüllbar", heißt es auf der [Webseite des Bundesverbands](#).

*3.Bekommen Pauschaltouristen Geld zurück, wenn sie früher abreisen, weil ihr Urlaubsort zum Risikogebiet wird?*

"Entsteht während Ihres Urlaubs am Reiseziel ein plötzlicher Hotspot, so dass Gefahr für Leib und Leben besteht, liegen außergewöhnliche, unvermeidbare Umstände vor, die Sie berechtigen, den Reisevertrag zu kündigen", so der Bundesverband der Verbraucherzentralen. Für nicht genutzte Leistungen erhalten Pauschaltouristen Geld zurück - und wenn es im Reisevertrag stand, muss der Anbieter auch für den Rücktransport sorgen.

*4.Entwickelt sich ein Reiseziel zum Risikogebiet, droht nach der Rückkehr eine zweiwöchige Quarantäne daheim - doch Home-Office ist nicht für alle möglich. Darf man bei diesen Aussichten kostenfrei absagen?*

Wer allein die Gefahr einer Quarantäne daheim als Stornierungsgrund angibt, könnte auf den Zusatzkosten sitzenbleiben, meint Reiserechtsanwalt Paul Degott. Schließlich könnten Nichtinfizierte mit einem Covid-19-Test die Quarantäne verhindern oder verkürzen. Allerdings könne man all diese Umstände gemeinsam mit anderen Einschränkungen wie der Maskenpflicht oder einem gesperrten Spa-Bereich anführen, um vom Pauschalreisevertrag zurückzutreten.

*5.Was ist mit gesundheitlich besonders gefährdeten Menschen?*

Verbraucherschützer fordern ein Stornorecht für Risikopatienten. "Es macht für diese Personengruppen keinen Unterschied, ob sie nach Spanien oder Südkorea reisen. Sie müssen kostenlos stornieren können, um sich nicht unnötig in Gefahr zu begeben", betont Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv). Nach Einschätzung der Verbraucherzentrale könnten Risikopatienten unter Umständen trotz fehlender Reisewarnung gemäß § 651 h Abs. 3 BGB kostenfrei stornieren. Steigen die Fallzahlen am Urlaubsort drastisch an, dürfte gesundheitlich besonders gefährdeten Menschen [auch das aktuelle Urteil des Amtsgerichts Frankfurt zugute kommen](#).

*6.Sind Corona-Einschränkungen ein Reisemangel?*

Wer trotzdem seinen Sommerurlaub antritt, muss nicht alle Einschränkungen am Urlaubsort unwidersprochen akzeptieren. "Werden gebuchte und vertraglich zugesagte Leistungen nicht zur Verfügung gestellt, liegt ein Reisemangel vor, der zur Preisminderung berechtigt", sagt Kay P. Rodegra. Wer (oder was) für die Einschränkungen verantwortlich ist, spielt dabei keine Rolle.

Reklamiert werden muss - das gilt ganz unabhängig von Corona - noch am Urlaubsort, um dem Veranstalter die Möglichkeit der Nachbesserung zu geben.

#### *7. Was müssen Individualreisende beachten?*

Wer nicht pauschal reist, sondern seine Unterkunft selbst bucht, ist an die im Vertrag vereinbarten Stornobedingungen gebunden und kann sich bei Auslandsreisen in der Regel weder auf Reisewarnungen noch auf zu befürchtende Einschränkungen berufen. Je kurzfristiger die Absage, desto höher sind die Kosten. Bevor man zähneknirschend zahlt, ist es aber einen Versuch wert, mit dem Hotelier oder Ferienhausvermieter Kontakt aufzunehmen. Vielleicht lässt sich der Aufenthalt aufs nächste Jahr verschieben oder eine andere Lösung finden.

#### *8. Auch Veranstalter und Airlines sagen Reisen ab. Gibt es immer Geld zurück?*

Stornieren Veranstalter Pauschalreisen und Flüge, müssen sie den Preis erstatten - Gutscheine können angenommen werden, das bleibt aber freiwillig.

#### *9. Falls es erneut zu regionalen oder nationalen Lockdowns kommt: Wer zahlt den Reiseausfall, wenn man wegen geänderter Einreisebestimmungen nicht ins Urlaubsland kommt?*

Bei **Pauschalreisen** ist der Veranstalter in der Pflicht, er zahlt entweder den Preis zurück oder bietet eine Umbuchung an - hier gilt das deutsche [Reiserecht](#). Wegen der außergewöhnlichen Umstände werden die Kunden aber keinen Schadenersatz wegen entgangener Urlaubsfreuden bekommen.

**Individualreisende** hingegen haben selbst Hotel oder Mietwagen gebucht und sind daher mit den jeweiligen nationalen Gesetzen konfrontiert. Nach deutschem Recht müssten sie nichts bezahlen, wenn sie die Leistungen nicht nutzen können. "Das ist zum Beispiel dann der Fall, wenn die Unterkunft in einem Sperrgebiet liegt und nicht erreichbar ist", [heißt es bei der Verbraucherzentrale](#). Wenn ein Vertrag direkt mit Vermietern im Ausland geschlossen wurde, gilt jedoch das Recht des jeweiligen Landes - hier ist es dann zum Beispiel **wichtig, ob der Vertrag wegen einer Reisewarnung des deutschen Auswärtigen Amtes hinfällig wird**. Je nach Stornobedingungen müssen Betroffene sonst auf Kulanz hoffen oder versuchen auszuhandeln, dass etwa der Hotelaufenthalt nur verschoben und nicht teuer storniert wird.

Wer auf einem deutschsprachigen **Hotelportal** im Internet oder auch beim Hotel direkt eine Unterkunft gebucht hat, für den gilt damit grundsätzlich das Recht des Beherbergungsortes.

Gut dürfte es für Individualreisende aussehen, wenn **Airlines** mit im Spiel sind, sagt Reiserechtsexperte Paul Degott: Verhänge ein Land einen Einreisestopp oder lösche Visa für Deutsche, könne die Airline den Passagier gar nicht mehr ans Ziel befördern. Ansonsten müsste sie sogleich für den Rücktransport sorgen und bekäme noch dazu eine Strafe des Ziellandes aufgebürdet. "Also muss der Vertrag vorher rückabgewickelt werden", die Passagiere bekommen ihr Geld für das Ticket zurück, erklärt Degott.

#### *10. Wer muss die Kosten übernehmen, wenn der Urlauber schon vor der Abreise positiv auf Covid-19 getestet wird?*

"Da die Erkrankung aus der Risikosphäre des Urlaubers kommt, kann sich der Reisende nicht auf unvermeidbare, außergewöhnliche Umstände berufen - ein kostenfreier Rücktritt vom Reisevertrag ist daher nicht möglich", sagt Reiserechtsanwalt Kay P. Rodegra. Eine

Reiserücktrittskostenversicherung helfe "nicht unbedingt, da viele Versicherungen den Pandemiefall ausgeschlossen haben". Auch Individualreisende müssen mit Stornokosten rechnen. Für Familienangehörige, die selbst nicht erkrankt sind, aber aus Gründen des Infektionsschutzes in Quarantäne müssen, sieht es finanziell auch schlecht aus: "Wer in Quarantäne ist und seine Reise nicht antreten kann, bleibt ebenfalls auf Stornokosten sitzen. Eine Reiserücktrittskostenversicherung hilft in diesen Fällen nicht und auch nach dem Infektionsschutzgesetz gibt es keine Entschädigung."

*11. Wann bewahrt die Reiserücktrittskostenversicherung vor zusätzlichen Kosten - und wann nicht?*

Eine Reiserücktrittskostenversicherung übernimmt Stornogebühren, wenn eine Reise nicht angetreten werden kann. Angst vor Corona allerdings reicht als Grund nicht aus. Gezahlt wird bei plötzlichen Erkrankungen, Todesfällen in der engen Verwandtschaft, bei plötzlicher Arbeitslosigkeit oder schweren Vermögensschäden. Wer unterwegs Symptome bekommt, bräuchte eine Reiseabbruchversicherung. Zudem empfiehlt das Auswärtige Amt zu prüfen, ob von der Auslandskrankenversicherung auch ein Rücktransport bezahlt wird.

Und selbst dann könnten Versicherte derzeit auf ihren Kosten sitzenbleiben: Viele Versicherungen schließen nach Angaben der Verbraucherzentralen Leistungen bei "Schäden, Erkrankungen und Tod infolge von Pandemien" aus. Das kann für die Reiserücktritts- wie für die Auslandskrankenversicherungen gelten - der Blick ins Kleingedruckte ist wichtiger denn je. Bei einem Aufenthalt in einem Gebiet, für das eine Reisewarnung des Auswärtigen Amtes gilt, [zahlen manche Auslandskrankenversicherungen übrigens nicht.](#)