



„Reisen macht frei, sich neu zu erfinden“

“Travel frees you to re-imagine yourself”

Alain de Botton reist nie ohne den Vorsatz, verändert zurückzukommen. Ob in die Wüste Sinai, um sich klein zu fühlen. Oder auf den Spuren eines Thunfisches vom Indischen Ozean bis auf einen Dinnerteller in London. Ein Gespräch mit dem Schweizer Philosophen und Schriftsteller über die Kunst des Reisens

// Alain de Botton never travels anywhere without intending to return home changed. He has visited the Sinai desert, where he felt small, and followed a fish from the Indian Ocean to a dinner plate in London. An interview with the Swiss writer and philosopher about the art of travel

Text **Tim Cappelmann** Fotos **Claudia Janke**

Lufthansa Magazin: Herr de Botton, leiden Sie oft an Fernweh?

Alain de Botton: Ja. Und wenn ich dann ein Flugzeug am Himmel sehe, möchte ich am liebsten gleich selbst drin sitzen. Ich glaube, jeder von uns kennt das.

Lufthansa Magazin: Wenn Sie könnten, wo würden Sie sich jetzt hinbeamen?

de Botton: Meine spontane Antwort: an einen warmen Ort. Warum? Weil es draußen kalt wird und ich Herbstdepressionen habe. Aber es würde nur einen Bruchteil meiner derzeitigen Probleme lösen, wenn ich mich an einen solchen Ort zaubern könnte. Wir glauben immer, die größte Schwierigkeit sei es, Zeit und Geld für eine Reise aufzubringen. Dabei ist es viel wichtiger, die eigene Psyche zu befragen, welche Reise man wirklich machen möchte. Man sollte analysieren, was einem fehlt und was die Welt anzubieten hat. Es fällt leicht, die materiellen Probleme einzugestehen, aber viel schwerer, sich mit den tieferen Beweggründen für eine Reise zu beschäftigen.

Lufthansa Magazin: Wie sollte der Reisende das ändern?

de Botton: Airlines und Reisebüros müssten sich noch intensiver mit ihrem Geschäft auseinandersetzen, Menschen mit ihren Träumen und Hoffnungen zu verbinden. Ich wünschte mir einen Therapie-Service, bei dem man vor der Buchung im Gespräch mit einem geschulten Mitarbeiter herausfinden kann, warum man überhaupt und wohin man reisen möchte. In den Reisebüros geht es oft bloß darum, ein günstiges Hotel zu finden. Es gibt eine Marktlücke für Anbieter, die sich damit auseinandersetzen, warum wir reisen.

Lufthansa Magazin: Therapie im Reisebüro? Das wäre auch nicht jedermanns Sache. Wie also sollte man sich selbst vorbereiten? ▶

Lufthansa Magazin: Mr. de Botton, do you ever get itchy feet?

Alain de Botton: I do. I look at the planes that fly overhead and I want to be on them. I think all of us have this nomadic side.

Lufthansa Magazin: If you could beam yourself anywhere in the world, where would you go?

de Botton: My immediate answer would be: Somewhere warm. Why? Because it is a bit cold outside and I'm depressed by autumn. But if you magically took me to a warm place it would solve maybe two percent of the problems I am currently suffering from in my life. People always imagine that the greatest difficulty is finding the money and the time to go. But what travel is really about is discovering where you should go from a psychological point of view. People should analyze why they want to travel and what the world can offer them. It's easy to admit the material problems like money and time but much harder to look at travel in a deeper sense.

Lufthansa Magazin: How can a person do this?

de Botton: Airlines and travel agencies should think more seriously about the nature of their business. At one level they're sending passengers around the world. At a deeper level they're connecting people with their dreams and hopes. I would like to be offered a therapy service prior to booking a ticket, and have a chance to talk to a therapeutically trained agent about why I want to travel to a particular place. Travel agents often see their job as just connecting you to a cheap hotel. They don't go deeper into why we are supposed to be traveling. There is a gap in the market and in society for travel agents who question us deeply as to why we want to travel.

Lufthansa Magazin: What? Go to a travel agency to get therapy? Not everybody is going to welcome that. What can we do ourselves?

de Botton: We can analyze why we want to travel and what our expectations are, and we should take our analysis as seriously as searching for a new pair of sunglasses for our trip. The Christian ▶▶

de Botton: Wir müssen gründlich analysieren, warum wir reisen möchten und was wir uns davon versprechen. Diesen Teil der Vorbereitung sollte man mindestens genauso wichtig nehmen wie die neue Sonnenbrille, die man sich für einen Urlaub kauft. Früher hatten die christlichen Pilger sehr hohe Erwartungen an ihre Reisen, sie sollten ihr Leben verändern. Und Goethe war überzeugt, dass seine Reisen ihn als Menschen verwandeln würden. Das ist ein wunderbares Ziel. Ich finde, wir sollten etwas mehr von diesem Ehrgeiz haben.

Lufthansa Magazin: Was ist dabei die größte Herausforderung?

de Botton: Seine festgefügtten Vorstellungen zu überwinden, einfallsreich zu sein, Klischees zu brechen. Reisen sind voller Klischees, es wird immer suggeriert, dass es gute Orte gibt, zu denen man reist, und weniger geeignete. Es ist normal, beispielsweise nach New York zu wollen und nicht nach Kansas. Aber vielleicht ist Kansas besser geeignet für bestimmte Bedürfnisse? Angenommen, Sie sind ein Mensch mit Zukunftssorgen, der zu viel grübelt: Dann besuchen Sie die Wüste Sinai. Vielleicht wird Sie die unermessliche Weite von Ängsten befreien, sie relativieren. Aufgabe ist es, Orte zu finden, die ein inneres Bedürfnis stillen und nicht auf der touristischen Landkarte liegen. Ab und an erzählen mir Bekannte, dass sie lieber geschäftlich reisen als privat. Ich denke, weil die Arbeit uns einen Auftrag gibt. Wir brauchen ein Ziel, wenn wir reisen. Und zwar ein anderes, als am Strand zu entspannen.

Lufthansa Magazin: Warum bekommen wir überhaupt Fernweh?

de Botton: Wir haben körperliche, sinnliche Bedürfnisse, wir möchten den Wind fühlen, die Luft atmen, Gerüche erleben – mit unseren Sinnen an einem fremden Ort und nicht, indem wir ein Buch darüber lesen. Eine Reise markiert auch immer eine Grenze zwischen Vorher und Nachher. Wir gehen häufig auf Reisen, um ein Problem zurückzulassen oder um über etwas hinwegzukommen. Zum Beispiel nach einer Trennung oder einer Kündigung. Das sind sehr gute Gründe. Man braucht oft eine Reise, um eine neue Person zu werden. Wenn man woanders ist, gelten neue Regeln. Alles ist ganz anders, als wir es erwartet hatten. Das ist eine Einladung, sich selbst zu ändern. Es macht frei, sich neu zu erfinden. Reisen geben uns die Chance auf eine Wiedergeburt.

Lufthansa Magazin: Häufig geht dieses Gefühl im Alltag wieder verloren.

de Botton: Gute Souvenirs helfen, dem entgegenzuwirken, und wir sollten Anlässe schaffen, um uns zu erinnern. Meistens tragen wir das Gefühl einer ►



Alain de Botton, 40, lebt als Schriftsteller und TV-Produzent mit Frau und zwei Kindern in London. Seine Bücher sind internationale Bestseller geworden. In „Kunst des Reisens“ beschäftigt sich de Botton philosophisch mit dem Thema. Für sein neues Buch „Airport“ (Fischer, 2010, 16,95 Euro) verbrachte er eine Woche am Flughafen London-Heathrow. Alain de Botton, in der Schweiz geboren, studierte Geschichte und Philosophie an der Universität Cambridge und in London. // **Alain de Botton, 40**, is a bestselling author and TV producer who lives with his wife and two children in London. In *The Art of Travel*, de Botton investigates his subject from a philosophical point of view and for his latest book, *A Week at the Airport*, he spent seven days at Heathrow. Alain de Botton was born in Switzerland and later studied history and philosophy at Cambridge and in London.

pilgrims had very high expectations when they went on a journey: They thought it would change their life. And Goethe very much believed that traveling could change him as a human being. That's a beautiful thought. I think we need to have a little bit of that ambition.

Lufthansa Magazin: What's the biggest obstacle we face?

de Botton: Overcoming fantasies about travel, trying to be imaginative and break away from clichés. Travel is full of them: The sunny beaches of x, the beautiful mountains of y. It's always suggested that certain destinations are good and that others do not even qualify as destinations. It's very normal, for example, to go to New York; it's not very normal to go to Kansas. But maybe Kansas is actually better for you. Perhaps it suits you more. Imagine you are someone who is anxious about the future, who worries what tomorrow will bring in your personal life, in your job. You should take a look at the Sinai desert. Perhaps all that eternity and vastness will free you from some of your day-to-day apprehensions. The trick is to find places which maybe answer to an inner need but are not necessarily on the tourist map. Some people say it's more fun traveling for work than for pleasure. I think that's because work gives us a mission. We need a goal when we travel. More of a goal than just relaxing on a beach.

Lufthansa Magazin: Why do people get this urge to travel in the first place?

de Botton: Because we aren't just minds, we are bodies, with senses, as well. We feel the air, the wind, we smell things – and we want to experience things physically with our bodies rather than just read about them in a book. We often go traveling to get over something that has gone wrong in our lives. Like being left by our lover or sacked from our job. These are very good reasons, of course. You often need a journey to become a new person because things are different elsewhere and new rules apply. A journey is an invitation to change certain parts of your own life. It frees you to re-imagine yourself.

Lufthansa Magazin: The feelings you have on a journey often vanish when you return home.

de Botton: That's why we need good souvenirs and occasions to remember them. I think most of the time we carry the feelings we had somewhere deep in- ►►



Foto: mareen fischer

Videothek war gestern

Der gemeinsame Shopping-Trip nach Berlin hat Spaß gemacht. Es war aber richtig anstrengend. Vollgepackt mit jeder Menge Einkaufstaschen möchte ich jetzt schnell nach Hause. Dann ab auf die Couch und den Abend mit einem guten Film ausklingen lassen.

Allerdings hätte ich heute Abend keine Lust mehr für einen Film das Haus zu verlassen. Und extra noch in die Videothek zu gehen und sich dort eine DVD auszuleihen ist schon etwas altmodisch. Stattdessen leihe ich mir einen aktuellen Kinofilm einfach bei Videoload aus. In der Onlinevideothek

von Entertain sind zahlreiche aktuelle Kinohighlights nur einen Knopfdruck entfernt.

Jeder Film kann beliebig angehalten oder zurückgespult werden und nach Ablauf der 24-stündigen Ausleihzeit muss man sich nicht mal mehr Gedanken darüber machen, die Filme zurück zu bringen. Und das beste: Mit der Onlinevideothek brauche ich nicht mal einen Blu-Ray-Player um Filme in HD zu sehen.

Mit freundlicher Unterstützung von:

Mehr Infos gibt's auf: <http://www.telekom.de/entertain>



70 Interview Alain de Botton

Reise noch in uns, strengen uns aber nicht an, es wieder hervorzurufen. Ein Andenken macht es leicht möglich, Gefühle, Erinnerungen und Momente wieder einzufangen. Je persönlicher ein Souvenir ist, desto besser. Ich mache gern Fotos oder schreibe über Orte. Ich bin ein wortbasierter Souvenirjäger.

Lufthansa Magazin: Reisen Sie eigentlich am liebsten allein?

de Botton: Es ist immer intensiver, allein zu reisen. Zu zweit ist eine Reise zwar weniger beängstigend, aber auch weniger aufregend. Die Erfahrungen sind andere, und sie werden stärker gefiltert, wenn man mit einem Partner unterwegs ist.

Lufthansa Magazin: Und wenn Sie sich jemanden aussuchen könnten?

de Botton: Dann eins meiner Kinder. Sie sehen so viele verschiedene Dinge, sie haben eine neue und frische Perspektive. Kinder interessieren sich überhaupt nicht für Kultur, aber ihnen fällt sofort auf, wenn das Straßenpflaster anders ist. Das ist sehr süß und sehr wichtig, davon lerne ich viel.

Lufthansa Magazin: Welche Reise hat Sie besonders erfüllt?

de Botton: Für ein Buch bin ich einen Monat lang einem Thunfisch gefolgt, vom Indischen Ozean bis auf den Dinnerteller in London. Diesem Lebenszyklus nachzugehen war in vieler Hinsicht eine wunderbare Erfahrung. Dabei habe ich einige neue Ecken der Welt und mir unbekannte Prozesse kennengelernt. Die Reise eines Fisches – ich empfehle sie jedem als Ferienerfahrung. Das könnte auch organisiert angeboten werden, aber die meisten Reisebüros sind so langweilig. Sie trauen sich kaum, ungewöhnliche Reisen anzubieten.

Lufthansa Magazin: Wie wird sich Reisen in der Zukunft verändern?

de Botton: Es wird teurer werden. Deswegen werden die Menschen seltener reisen, sich aber gleichzeitig ernsthafter mit den Gründen für eine Reise auseinandersetzen. Ich hoffe, dass Reisebüros künftig stärker psychologisch beraten, nicht nur materiell. Und dass die Hotelindustrie ihre beschränkte Sicht auf das, was Menschen zum Wohlfühlen brauchen, erweitert. Die Angebote sind immer nur auf den Körper ausgerichtet: gutes Essen, ein bequemes Bett, das Schlammbad, die Pediküre. Dabei ist die Idee von „Wellness“ viel umfassender, sie sollte auch Geist und Psyche einbeziehen. Kurioserweise ist die Reiseindustrie statisch und wenig innovativ, es mangelt an Ideen. Vergleichen Sie das mal mit der Technologie-Branche! Wir brauchen viel mehr Menschen, die mit Fantasie neue, umfassendere Reisen entwickeln. ■



„Wir brauchen viel mehr Menschen, die mit Fantasie neue, umfassendere Reisen entwickeln“ // „We need an imaginative approach to designing a more complete travel experience“

side but just don't make the effort to recapture them. Souvenirs make this easier and can be anything as long as they're personal. I like to take photographs or write about a place. I am actually a word-based souvenir hunter.

Lufthansa Magazin: You're someone who prefers traveling alone?

de Botton: Yes, because it's always more intense. Having a traveling companion makes things less frightening but less exciting, too. It's like bringing your home along, almost like a snail.

Lufthansa Magazin: If you decided to take someone with you after all, who would it be?

de Botton: One of my children. Children see so many different things, they have a totally fresh perspective. They don't care at all about history or culture but they do care a lot if the pavement is made of a different kind of stone. They notice these things, it's very sweet and it's very important. Children teach me a lot.

Lufthansa Magazin: What was your most fulfilling journey?

de Botton: I once followed a tuna fish from the Indian Ocean to a dinner plate in London, for a book. Following the life cycle of a fish was a wonderful experience. It connected me imaginatively to bits of the world and processes I didn't know. The journey of a fish – I recommend it as a holiday experience to anyone. Something like that could be organized: The origins of a fish for fourteen nights. But travel agencies are boring. They wouldn't offer an unusual travel experience like that.

Lufthansa Magazin: What changes do you see coming in the way we travel?

de Botton: Travel will become more expensive. People will travel less but will take their journey more seriously and try to connect the psychology to the destination. I hope to see travel agencies that offer a psychotherapeutic service. And that the hotel industry will expand its idea of what makes people happy. Everything is so dedicated to the body: good food, a comfortable bed, a mud bath, a pedicure. The idea of wellness is too narrow, it should include things that are psychologically enriching. The travel industry is strangely static and not very innovative. Compare that to Silicon Valley, where they are full of ideas and always inventing new things! We need people with an imaginative approach to designing a more complete travel experience. ■

Feiern Sie mit! Ideen und tolle Gewinnmöglichkeiten finden Sie unter www.weihnachtszauber2010.de

CHRISTMAS IN THE CITY

Premium Class: Mit diesen Geschenken zeigen sich Kosmopoliten bei Freunden, Verwandten und dem Liebsten von ihrer besten Seite. Eine Auswahl für besonderen Genuss

CHIVAS REGAL
12
BLENDED SCOTCH WHISKY
LIMITED EDITION

Genießen Sie verantwortungsvoll. www.initiative-genusskultur.de

Meisterwerk mit Passion

Der De Luxe Blend CHIVAS 12 year old ist einer der hochwertigsten Blended Whiskys weltweit. Geprägt ist der einzigartige Charakter dieses Premium Scotch von der schottischen Speyside mit ihrer magischen Landschaft und dem kristallklaren Quellwasser. Die Masterblender von CHIVAS bringen seit über 200 Jahren mit viel Passion diese Geschenke der Natur in Einklang und verbinden sie zu einem Liebhaber-Whisky von exquisiter Qualität. Der moderne Klassiker ist damit der perfekte Whisky für gemütliche Stunden unterm Weihnachtsbaum. Genießen Sie zum Fest ein echtes Meisterwerk mit viel Leidenschaft und verschenken Sie CHIVAS in der glamourösen Geschenkbox des preisgekrönten Designers Alex Trochut. Weitere Informationen rund um Genuss und Lifestyle mit CHIVAS finden Sie unter www.chivas.com.