

Inhalt

Vorwort	9
----------------------	----------

I Wozu touristisches Reisen?

Pflege der Negation

Zur Produktion negativer Räume als Reiseauslöser	13
Glückliche Räume.....	13
Positives der Negation.....	15
Bestimmung des besseren Raumes.....	17
Preis der Negation.....	18

Woanders zu Hause	21
Möglichkeit des Anders-Seins.....	21
Verunmöglichung des Anders-Seins.....	24
Und dennoch.....	28

Veralltäglicung des Tourismus	31
Touristisches Reisen- kulturwissenschaftlich revisited.....	32
Das Andere im Alltag.....	36
Touristische Signatur des Alltags.....	39
Zukunft?.....	41

II Möglichkeiten und Wirklichkeiten

Imagekonstruktion fremder Räume

Entstehung und Funktion von Bildern über Reiseziele	45
Ökonomie der Zeichen.....	45
Semiotisierung/Semantisierung von Gütern.....	48
Vom fremden Raum zum Zeichen.....	51
Raumnutzung als Ware.....	59

Aufhebung von Raum und Zeit

Realitätsverlust, Wirklichkeitskonstruktion

und Inkorporation von Reisebildern	61
Dekontextualisierung.....	61
Tourismusgüter als Leergüter.....	63
Reisebilder als Surrogate.....	65
Erkennbares und zu Erkennendes.....	67

Tourismusräume: Virtualisierung des Realen -

Realisierung des Virtuellen	69
Raum als reale Verräumlichung des Virtuellen.....	69
Medientourismus und die mediale Konstruktion von Fremd- und Tourismusräumen.....	72
Realtourismus: Reproduktion und Performanz medialer Konstruktionen. . .	77
Zu Hause und weg (?).	80

Virtualisierung von touristischen Räumen	81
Virtualitätsbegriff.....	83
Konstruierte Wirklichkeiten.....	86
Liminale Räume.....	89
Wiederentdeckung des Raumes.....	92

Vorstellungen und Gefühle

Eine phänomenologisch-empirische Studie

zur Wahrnehmung von Reise-/Tourismusräumen	95
Images, Informationen und Reiseentscheidungen.....	96
Vorstellungsbilder/M> <i>uns</i>	101
Aufgespannter Bildraum.....	106

III Einschreibungen

Konstruierte Raumbindungen

Kulturangebote zwischen Authentizität und Inszenierung	115
Kurzer kulturhistorischer Rückblick.....	115
Tourismusbedingte Raumkonstruktionen.....	117
Garantierte Erlebnisse.....	122
Kultur als Zusatznutzen.....	125

Touristische Kulturalisierung von Räumen	129
Vergegenwärtigung von Kultur.....	129
Kultur als Heilmaterie und Heilsbringer.....	134
Kulturals Performanz.....	139
Seitenblicke.....	145

Topographie des Erlebens

Zur Verortung touristischer Erlebniswelten	147
Touristische Topographie.....	148
Raumsprache.....	151
Erlebniswelten oder „Erlebnieweltler“ als das Fremde?.....	155

Konvergenzen -

Zur postmodernen Organisation des Tourismuskonsums	157
Touristizität „ohne Raum“.....	158
Thematisierung.....	161
Destinationalisierung.....	163
Eventisierung.....	165
Ökonomisierung.....	167
Zu Hause bleiben?.....	168

Kulturstadt versus Stadtkultur

Zur räumlichen Touristifizierung des Alltagsfremden	169
Touristische Transformation.....	170
Dritträume.....	173
Ausgeblendete Stadtkultur.....	176
Touristifizierung des Alltags?.....	177

Entfernung, Entfernen und Verorten.....

Relativierung des Raumes.....	179
Touristifizierung.....	180
Touristische Programmierung: Lüneburger Heide.....	182
Das Verschwinden des Forschungsgegenstandes?.....	189

Sustainabilisierung des Tourismus

Zur Logik einer postmodernen Wachstumsstrategie	191
Auf dem Weg zum <i>global village</i>	191
Entwicklungsdeterminanten von touristischen Räumen.....	193
Einordnung des nachhaltigen Tourismus.....	197

Tourismus und Nachhaltigkeit	201
Nachhaltigkeit als offenes Konzept.....	202
Ökologische Konstruktion.....	205
Nachhaltige Tourismusprodukte.....	207
Nachhaltige Tourismusprodukte als Luxusgüter.....	210
Lob der Technik.....	211
IV Wiederbelebungen	
Fernreisen als postkoloniales Reisen	215
Auf alten Pfaden.....	215
Das Andere als Hybridität.....	216
Das Verborgene in der Kulturerfahrung.....	219
Das Inklusive der Naturerfahrung.....	222
Differenz als Ressource.....	225
Pilgern und touristisches Reisen	227
Phänomen der Postmoderne.....	227
Homologien.....	229
Heutige Pilgerreisende.....	239
Liminalität.....	245
Literaturverzeichnis	251
Textnachweise	277