

0. Einführung	9
1. Die Welt im Angebot. Der Massentourist in der internationalen Welt des Tourismus	15
1.1 Vom frühen Bildungsreisenden zum Massentouristen - die Reise als Selbstzweck	16
1.2 Anfänge des Massentourismus in der Bundesrepublik Deutschland	21
1.3 Der Tourist zwischen Original und Kopie	25
1.3.1 Die Produktion standardisierter Urlaubs-Welten	26
1.3.2 Die Entstehung von Urlaubsimagen	30
1.3.3 Die Touristenrolle	32
1.3.4 Authentizität als touristisches Konstrukt	36
1.3.5 Touristische Wunschbilder und ihre Realisierung	40
2. Touristische Aneignung durch Souvenirs	45
2.1 Auseinandersetzung mit Urlaubswelt als (ästhetischer) Aneignungsprozeß	45
2.2 Touristisches Erleben, Wahrnehmen und Erfahren	47
2.3 Formen touristischer Aneignung	52
2.4 Sammeln von Souvenirs als ästhetische Aneignung	62
3. Der Tourist als (Knipser)fotograf	75
3.1 Touristisches Reisen und die Amateurfotografie - zwei werden gemeinsam populär	75
3.1.1 Fotografie für alle	75
3.1.2 Von den frühen Reisefotografen zu den Urlaubsknipsern	77
3.1.3 Die Popularisierung der Amateurfotografie in bundes- deutschen Illustrierten der 50er und 60er Jahre	82
3.1.4 Der (Urlaubs-)Knipser in Abgrenzung zum Hobbyfotografen	89
3.2 Charakteristika des Massen-Mediums Fotografie	92
3.3 Motivationen und Funktionen des Fotografierens im Urlaub	98
3.4 Motive und Ästhetik der Knipserfotos	114

4. Italienurlaub und Italienurlaubsimage der Bundesdeutschen in den 50er/60er Jahren	127
4.1 Reiseformen, Urlaubsgestaltung und Urlaubsmotivationen	128
4.2 Italien als klassisches Sehnsuchtsland der Deutschen	133
4.3. Die "Wirtschaftswundermenschen" und ihre Italieneuphorie	138
4.4 Die Popularisierung des Italienurlaubsimages durch deutsche Massenmedien der 50er/60er Jahre	139
4.4.1 Die Italienreise im Populärroman	140
4.4.2 Mandolinen und Mondenschein - Italiensehnsucht in deutschen Schlagern	142
4.4.3 Das Italienbild der Massenillustrierten	145
4.5 Das touristische Italienimage und die Einstellung zu den Italienern	155
5. Die Aneignung von Urlaubswelt in den Fotoalben deutscher Italiencouristen der 50er/60er Jahre	165
5.1 Vorgehensweise der Untersuchung	165
5.2 Die "Urlaubswelt Italien" in den rückblickenden Erzählungen der Befragten	167
5.3 Motivwahl und Gestaltungsweisen der Urlaubsfotografien	174
5.3.1 Methodisches Verfahren der Fotoanalyse	174
5.3.2 Themen und Motive der Fotografien	178
5.3.3 Gestaltung der Fotografien	186
5.3.4 Gestaltung der Alben	189
5.3.5 Exemplarische Analyse eines Fotoalbums der 50er im Vergleich mit einer Diaserie der 60er Jahre	194
5.4 Zusammenfassung der empirischen Untersuchungsergebnisse	204

Inhaltsverzeichnis

6. Zusammenfassendes Fazit	211
6.1 Fotografie als zentrales Medium touristischer Aneignung	211
6.2 Knipsen und Fotosouvenirs als Realisierung touristischer Wunschbilder	213
6.3 Fotosouvenirs als persönliche Reliquien	215
6.4 Knipsen und Fotosouvenirs als ästhetische und schöpferische Aneignung von Urlaub	217
Abbildungen	219
Dokumentation der 42 befragten Italiensreisenden der 50er und 60er Jahre	285
Leitfaden zur Befragung der Italienreisenden	292
Leitfaden für die Analyse der Fotos und Fotoalben	293
Literaturverzeichnis	295