

**ROBERT SCHÄFER**

# **Tourismus und Authentizität**

Zur gesellschaftlichen Organisation von Außeralltägllchkelt

**[transcript]**

# Inhalt

Einleitung | 7

## FORSCHUNGSSTAND UND THEORETISCHE GRUNDLAGEN

1. Tourismus als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung | 15
  - 1.1. Deskriptionen: Historische Entwicklung und ökonomische Bedeutung | 15
  - 1.2. Erklärungen und Interpretationen: MacCannells Authentizitätsthese und die Folgen | 21
  
2. Das gesellschaftliche Interesse am Authentischen | 45
  - 2.1. Zeitgenössische Beschreibungen: Religionssoziologie, Kapitalismuskritik und Sozialphilosophie | 45
  - 2.2. Ästhetische Avantgarde der 60er Jahre: Kunst und Leben | 51
  - 2.3. Kulturkritik um 1900: Kunst als Religion | 53
  - 2.4. Romantik: Differenzierung und Entdifferenzierung | 55
  - 2.5. Zusammenfassung | 60
  
3. Formale Praxisstruktur der touristischen Reise | 63
  - 3.1. Zeittheoretischer Begriff der Muße | 63
  - 3.2. Raumtheoretischer Begriff des Fremden | 73

## EXEMPLARISCHE FALLSTUDIEN: TOURISTISCHE VARIATIONEN ÜBER DAS AUTHENTISCHE

4. Tourismuswerbung | 81
  - 4.1. Vorbemerkungen zu tourismusindustriellem Werbematerial als Untersuchungsgegenstand und zur Rekonstruktion der touristischen Imagination | 81
  - 4.2. Taj Mahal: Das ‚Wunder‘ majestätisch-erhabener Hochkulturen | 87
  - 4.3. Massai: ‚Edle Wilde‘ und exotistische Primitivitätsfantasien | 101
  - 4.4. Einsamer Strand: Innerweltliche Erlösung und moderne Virginitätsfantasien | 118

4.5. Zwischenbetrachtungen zum Authentizitätsbegriff und den empirischen  
Analysen tourismusindustrieller Dokumente 1131

5. Internet-Reiseberichte | 141

5.1. Methodologische Vorbemerkungen 1141

5.2. Reiseberichte als literarisches Genre 1144

5.3. Das Adressatenproblem von Blogs 1152

*Exkurs zum Zwangscharakter von Sehenswürdigkeiten und zum  
formalistischen Authentizitätsdiskurs der UNESCO über das  
,Weltkulturerbe' | 159*

5.4. Touristische Versionen der Tourismuskritik 1169

5.5. Symbolik der Weltkarte 1180

5.6. Zeit, Geld und Autonomie 1186

5.7. Lokalität, Typizität und Authentizität 1192

5.8. Abenteuer als 'Exklave des Lebenszusammenhangs' 1198

5.9. Erschöpfung und Gemütlichkeit 1209

5.10. Schmutz als Authentizitätsindikator 1216

5.11. Fotografische Wahrnehmung: Zentralität, Frontalität, Integralität 1224

5.12. Touristenfotos, Postkartenästhetik und A-tergo-Fotografie 1240

5.13. Schlussbetrachtungen zum Authentizitätsbegriff und zu den  
empirischen Analysen von Internet-Reiseberichten 1253

6. Zusammenfassung 1257

Literatur und Anhang | 269