

Aus:

KARLHEINZ WÖHLER, ANDREAS POTT,
VERA DENZER (HG.)

Tourismusräume

Zur soziokulturellen Konstruktion
eines globalen Phänomens

September 2010, 320 Seiten, kart., zahlr. Abb., 28,80 €,
ISBN 978-3-8376-1194-6

Die Konstruktion von Tourismusräumen ist von verschiedenen gesellschaftlichen und kulturellen Prozessen begleitet. Welche Räume der Wahrnehmung, Nutzung und Aneignung werden dabei hergestellt? Wie gestaltet sich die soziale und kulturelle Produktion von Tourismusräumen?

Die Beiträge dieses Bandes nähern sich diesen Fragen anhand unterschiedlicher gegenstandsbezogener Analysen. Zugleich wird aus kulturgeographischer und kulturwissenschaftlicher Perspektive das Potenzial der unterschiedlichen »Cultural Turns« für die empirische Analyse tourismusbezogener Fragestellungen ausgelotet.

Karlheinz Wöhler (Prof. Dr.) lehrt Tourismuswissenschaft an der Leuphana Universität Lüneburg.

Andreas Pott (Prof. Dr.) lehrt Sozialgeographie an der Universität Osnabrück.

Vera Denzer (Prof. Dr.) lehrt Anthropogeographie an der Universität Leipzig.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts1194/ts1194.php

INHALT

EINLEITUNG

Formen und Konstruktionsweisen von Tourismusräumen

Karlheinz Wöhler, Andreas Pott und Vera Denzer

11

Raumkonstruktionen, „Turns“ und Paradigmen

Peter Weichhart

21

MEDIALISIERUNG UND VISUALISIERUNG

Die mediale Konstruktion des Stereotyps Szeneviertel in Reiseführern

Jan Glatter und Daniela Weber

43

Erlebnisräume/Raumerlebnisse: Zur Konstruktion des „Draußen“ in Bildern der Werbung

Antje Schlottmann

67

PERFORMATIVITÄT

Die Performativität und Konstruktion touristischer Räume – das Beispiel Südbayern

Peter Dirksmeier

89

Inklusive Melancholie, planvolle Befütterung und das unstete Glück der Rhizome. Performances von Europa im Feld des Kulturtourismus

Peter Gostmann

107

**Performing Tourism – Doing IKEA.
Gedanken zu touristischen Praktiken in „Nicht-Orten“
des Konsums**

Julia Walla

125

WISSEN

**Die Herstellung agrotouristischer Tourismusräume.
Eine Fallstudie in der Republik Zypern**

Gisela Welz

143

**„Wir wissen nicht, was wir tun sollen“ –
Expertisierte Rauman eignung und -konstruktion**

Karlheinz Wöhler

157

KONSTRUIEREN UND INSZENIEREN

**Stadtstrände – Urlaubsoasen im urbanen Raum?
Erste empirische Annäherungen – ein Werkstattbericht**

Vera Denzer, Holger Köppe, Klaus Sachs und Olaf Kühne

191

**Industrietourismus. Entdeckung und Konstruktion der Fabrik als
touristischer Raum im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert**

Daniela Fleiß

207

**Marathonevents als Urlaubsziel –
zur „laufenden“ Konstruktion von Tourismusräumen**

Anke Strüver

225

DISKURS UND VERRÄUMLICHUNG

Global Slumming.

Zur Genese und Globalisierung des Armutstourismus

Malte Steinbrink und Andreas Pott

247

**Destination Building und Destination Branding
als räumliche Konstruktionsprozesse**

Anja Saretzki

271

Kulturtourismus und Europäisierung.

Europa als Referenz touristischer Raumkonstruktionen

Ramona Lenz und Kirsten Salein

295

Zu den Autorinnen und Autoren

311

Formen und Konstruktionsweisen von Tourismusräumen

Karlheinz Wöhler, Andreas Pott und Vera Denzer

Tourismusräume existieren nicht per se. Durch individuelle und kollektive Bedeutungszuschreibungen werden physisch-materielle Umwelten ebenso wie menschliche Artefakte erst zu Tourismusräumen gemacht. Was Räume für einzelne Menschen darstellen und wie sie angeeignet werden, warum sie beispielsweise die spezifische empirische Wirklichkeitsform „Tourismusraum“ annehmen, dies gründet unbestreitbar auf sozialen Konstruktionen und Vorstellungen bzw. kognitiven Simulationen über den Raum. Tourismusräume existieren demnach unter der Voraussetzung des Vorstellens, Imaginierens und Entwerfens, nach denen sie nachgängig gestaltet und erlebt werden. Dass sich in diesem Raumproduktionsprozess je konkrete gesellschaftliche Verhältnisse niederschlagen und widerspiegeln, steht ebenso wenig in Abrede wie die daraus resultierende soziale Tatsache der räumlichen Vermittlung gesellschaftlicher Verhältnisse. Tourismusräume sind daher weder gesellschaftliche Gegenräume, noch stehen sie außerhalb der Gesellschaft. Sie sind in den „Raum“ der Gesellschaft eingebettet – in die durch Strukturen der Gesellschaft geschaffenen konkreten räumlichen Gegebenheiten.

Mit dem Einsetzen des Massenkonsums ab Mitte letzten Jahrhunderts etablierte sich auch ein „Massentourismus“, der das Reisen für (fast) jedermann erschwinglich machte („Neckermänner“ als Ausdruck der „massenhaften“ Konsumrealisierung gering Verdienender). Dafür wurden nicht nur „alte“ bzw. herkömmliche Reiseziele, sondern auch unbekannte Orte und Peripherien mit tourismusspezifischer Infrastruktur ausgestattet. Es soll hier nicht im Detail auf die verschiedenen Phänomene, die mit dem Aufkommen des „Massentourismus“ einhergingen, eingegangen werden (etwa vermehrte Freizeit, wachsendes disponibles Einkommen, Mobilisierung, sinkende Transportkosten, preisgünstige Angebote infolge der Standardisierung und niedrigere Lohnkosten, Tourismus als „Entwicklungsmotor“ peripherer Regionen und dekolonialisierter Räume). Wesentlich erscheint uns jedoch der gesellschaftliche Wertewandel und seine Raumwirksamkeit: Nicht

mehr traditionelle Werte wie insbesondere die Arbeit als Weg zur Glückseligkeit bestimmen die Lebensentwürfe, sondern zunehmend auch Lebensformen, die von jeglichem Alltagsdruck befreit sind.

Reisen bzw. Urlaub wird nun weder als Zeit noch als Ort verstanden, sondern als eine Geisteshaltung (vgl. Prost 1983, 134). Dabei stehen weder Zeit- noch Ortsgebundenheit in Abrede: Bestimmten Zeiträumen wird eine Absage erteilt – Zeiträumen, die die Menschen bestimmen und sie damit zum Objekt machen. Der Tourismus zielt demgegenüber auf Orte, in denen und durch die Möglichkeiten für das Erkennen und Erleben des „Wirklichen“ oder „Eigenen“ im Anderen bzw. Fremden geschaffen werden. Im Modus des Touristseins bzw. des Reisens wird Selbst- und Welterfahrung sowie Selbst- und Weltermächtigung möglich. In diesem Sinne wirbt nicht erst die heutige Tourismusindustrie und orientiert so die Erfahrungswelt der Menschen hin auf die alltagsabgewandte weite und/oder nahe Ferne. Reiseerfahrungen kennzeichnet seit jeher eine „komparative Mentalität“ (vgl. Leed 1993, 303): Das bei der Abreise Zurückgelassene wird mit dem in der Ferne Erlebten und Wahrgenommenen verglichen. So wird dann bestimmt, ob beides zusammenpasst und in welche Ordnung beide Sphären zu setzen sind. „Be-Stimmen“, darin liegt die Bedeutung des Präfixes „be-“, ist also resultativ. Schon Goethe erachtete seine vielen Reisen so: Im Gegensatz zum Zuhause biete allein die Abwesenheit Entfaltungsfreiheit (vgl. Rühle 2009, 9ff.). Auch Deleuze und Guattari (2005, 522ff.) meinen, dass sich das wahre Mensch- bzw. Subjektsein nicht in der Sesshaftigkeit, sondern nur im Nomadenhaften, in einer Intermezzo-Sesshaftigkeit, erschließe.

Für die lange Geschichte des Reisens gilt – bis in die heutige Zeit –, dass touristische Räume weder als Transit- noch als Ankunftsräume angemessen verstanden werden. Stattdessen sind die sozialen Konstruktionsprozesse sowie die Reisenden bzw. Touristen selbst in den Blick zu nehmen. Letztere sind es, die die erfahrenen, erlebten und touristisch geformten Räume beurteilen, charakterisieren, einverleiben, kurz: für sich, also subjektiv, bestimmen. Doch was heißt subjektiv? Wenn sich Tourismusräume als Möglichkeitswelten des Sich-Bestimmens offenbaren, dann werden sie nicht als Vagheiten sichtbar. Sie heben sich vielmehr durch bestimmte Gesichtspunkte und Intentionen ab – „[...] ohne Gesichtspunkte [...] würden sämtliche Orte und Zeiten alldann ineins wirklich, dass sie vielmehr sämtlich zu sein aufhörten, weil ich keinen und keine mehr bewohnte und nirgends engagiert wäre“ (Merleau-Ponty 1966, 383). Touristen nehmen Qualitäten und Stimmungen der Orte im Medium des Tourist- und damit des Fremdraumseins unterschiedlich auf. Sie erweitern Sichtweisen sowie Körperverhältnisse und schreiben diese in Orte ein, sie be-leben und subjektivieren die Orte also. Dabei ist der Rückbezug auf sich selbst (Subjekt) nicht beliebig. Abgesehen von Münchhausen, der sich am eigenen Schopf aus dem Sumpf ziehen konnte, gestaltet

und begründet sich das Selbst nirgendwo unabhängig von seiner Verankerung in der sozialen Welt. Um diese Verankerung zu beschreiben, eignet sich das Habituskonzept Bourdieus, mit dessen Hilfe sich zugleich unterschiedliche Formen oder Stile des Sich-Bestimmens in Tourismusräumen erklären lassen (Bourdieu 1982, 279). Natürlich fungieren Tourismusräume infolge ihrer Distanz zu Alltagsräumen auch als „Schutz- oder Freiräume“, in denen und durch die andere Selbst- und Weltverhältnisse sowie soziale Beziehungen gebildet und erprobt werden können. Auf diese Weise können sich die Dispositionen des Habitus, also die ihm innewohnenden Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Handlungsschemata, wenn nicht gänzlich, so doch zumindest während der Praxis des Touristseins ändern.

Die Verräumlichung des sich in der Fremde oder Ferne Anders-Bestimmens – wie immer temporär oder probeweise – durchzieht die Reise- und Tourismusgeschichte. Sie führt zur Herausbildung eines touristischen Raumes, der zwischen strukturierenden (bestimmenden) und strukturierten (bestimmten) Strukturen vermittelt. Dabei zeigt sich, dass die in den bereisten Räumen entstandenen Veränderungen der Selbst- und Weltsicht rhizomatische Verbindungen zu Ideen und Vorstellungen haben, die entweder noch nicht in den Aufmerksamkeitshorizont der „Heimatgesellschaft“ gelangt sind und/oder sich dort noch nicht (vollends) durchsetzen konnten. Erst im Fremdraum haben sie eine Möglichkeit zur Projektion und finden eine materielle und kulturelle Bestätigung. Die strukturell wie kulturell konfigurierten Tourismusräume lassen sich daher oftmals nicht nur als Vorboten tiefer liegender gesellschaftlicher Veränderungen begreifen, sondern sie greifen in den Wandel insofern ein, als die in ihnen vollzogenen Praktiken auch in den Alltag übertragen werden. Was Schulze 1992 mit der Erlebnisgesellschaft konstatierte, hatte sich zuvor als „touristische“ Alltagsästhetik in und durch Tourismusräume herausgebildet. Die mit den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts einsetzende Demokratisierung des Reisens trug zur Verbreitung und sozialen Anerkennung dessen bei, was für den gleichen Zeitraum als Wandel von den Habens- zu den Seinswerten beschrieben wurde. Fortan galten nicht nur Tourismusräume, sondern nahezu alle vom Alltag, insbesondere von der Berufswelt, abgewandten Räume als Möglichkeiten der Markierung von Individualität, Selbstbestimmung oder ästhetischer Stilisierung, als Möglichkeiten des Etwas-für-und-aus-sich-Machens und damit auch des bloßen Nicht-Machens sowie des Ausprobierens und/oder des Erlebens des Neuen und Anderen – Möglichkeitswelten, in die das „historische Mehr an Geldressourcen und verfügbarer Zeit“ investiert wurde und wird (Otte 2004, 133).

Im Zuge dieser Entwicklung hat sich der lebensweltliche Alltag um das touristische Format erweitert. Was einst als eine temporäre Lebensform woanders in der Fremde galt, ist heute eine Lebensart neben anderen und vermischt sich mit nahezu allen Lebensbereichen

außerhalb des Zuhauses. Als touristifiziert gelten Räume und Orte, in denen und durch die eine „vorübergehende Lockerung und Variation alltäglicher Inklusions- und Erwartungsstrukturen“ ermöglicht wird (Pott 2007, 290). Dabeisein und nicht ausgeschlossen zu werden sowie gleichzeitig sich vorübergehend selbst bestimmend zu erfahren, ist die touristische Disposition, die den heutigen Menschen mobilisiert, sein Zuhause hinter sich zu lassen und Orte aufzusuchen, die eine Möglichkeitswelt, wenn nicht fernab des Habitus seiner sozialen Position, so doch ihn temporär verlassend, versprechen. Außerhalb des Zuhauses gibt es immer mehr Orte und Räume, die Verhaltensweisen, wenn nicht ganz, so zumindest vage festlegen, und die mehr oder weniger großzügig Verhaltensvariationen zulassen. Öffentliche Räume, protoöffentliche Räume wie Cafés und Restaurants, Feste, Szenen, Einkaufs-/Shoppingcenter oder gar die ehemals ehrwürdigen Schauspielhäuser und Museen sowie Spektakel verheißende Ereignisse werden bzw. sind Alltagsbühnen, auf denen Individuen ihrem Leben Gestalt geben können. Dabei geht es nicht um eine Selbst-Authentifizierung. Personen stellen sich dar und erfahren sich, indem sie sich hinsichtlich äußerer Eigenschaften (Kleidung, Frisur, Kosmetik), ihrer Körperbewegungen und der Subjektivierung von Werten und Normen entwerfen. Es geht also um ein Ich, ein „So bin ich (auch)“, das nicht durch vorgängig bestimmte Verhaltensweisen in Zeit und Raum Gestalt erlangt. Die oben beispielhaft genannten alltäglichen Räume mutieren somit zu Formaten des Außer-Ordentlichen – zu touristischen Räumen, in denen Bereiche des Gewöhnlichen überstiegen werden und die das Ich in seinen vielfältigen und unterschiedlichen emotional-affektiven und körperlichen Variationen aufführend bzw. performativ in Erscheinung treten lassen (vgl. Bette 2005, 76ff.). In diesem Sinne hat sich der Alltag touristifiziert.

Die Touristifizierung zeigt einen Prozess an. Die angesprochenen Alltagsräume existieren als Tourismusräume erst in der Prozessualität performativer Praktiken. Ohne dass es Individuen intendieren, treten sie wie Touristen auf und eignen sich Räume an. Räume lassen dies zu, was bedeutet, dass die arrangierten Materialitäten der Räume Ressource (Möglichkeit) und Bedingung dieses touristischen Raum-Machens sind. Tourismusräume sind in diesem Sinne nicht vorgängig gegeben. Über die Repräsentationen räumlicher Materialitäten hinausgreifend, sind diese Materialitäten Bestandteile touristisch-performativer Akte bzw. sozio-kultureller Praktiken. Mit der Folge, dass Wissen über Objekte der Räume angesammelt und das Selbst mit ihnen beschrieben werden und dass sich in diesen Beziehungen eine geteilte Lebenswelt herausbilden kann. Insofern sind touristische Orte auch keine „Nicht-Orte“ (Augé 1994) oder Orte einer bürgerlichen Kultur, wie es Augé (nostalgisch) beklagt, sondern Orte, die durch die Materialität einer postmodernen Kultur gekennzeichnet sind. Jede historische Kultur, auch die des Reisens oder des Tourismus, existiert unter je spezifischen

materiellen Anordnungen, die sie selbst mit hervorgebracht hat und die diese Kultur ermöglichen (vgl. Wells 2007). Wie sich eine Gesellschaft und wie man sich selbst sieht (und wie eine Gesellschaft und man selbst gesehen werden will), materialisiert sich auch in Objekten. Infolgedessen ist die Objektaktualisierung, sei sie kognitiv, affektiv-emotional oder sinnlich-körperlich, eine Quelle der personalen und kollektiven Identität (vgl. Knorr-Cetina 2007).

Dass Räume in der Nähe und Ferne touristifiziert, also zu Reisezielen werden, verweist auf Praktiken der Bedeutungszuschreibung. So sehr auch die materielle Kultur eines touristischen Ortes (wie z.B. des Taj Mahal) für etwas Bestimmtes und gar Unverfügbares steht, so ist damit doch die touristische Praxis nicht präexistent. Vielmehr wird das, was diese materielle Kultur den Touristen sagt, erst im performativen Akt der Bereisung und Besichtigung geschaffen (vgl. Edensor 1998). Performanz ist ein Modus der Objektaktualisierung und der Verräumlichung sozialer Praktiken. Monumente wie das Taj Mahal sind aber wie andere Ding-Objekte stumm. Sie werden im Sehen wahrgenommen, was bedeutet, dass ein kulturbedingtes Sehen den Sinn eines Tourismusraumes determiniert. Urrys „tourist gaze“ (2002) lässt sich nicht nur als eine Praxis des Sehens, sondern auch als eine touristische visuelle Kultur verstehen: als eine Beobachtung des Anderen bzw. Außerordentlichen im Kontext je historischer Selbst- und Weltdeutungen. Was den Touristen gezeigt bzw. was für sie zur Aufführung gebracht wird, wird in touristischen Settings sichtbar, die sich an den entsprechend geprägten Touristen orientieren. Lapidar formuliert: Im Tourismusraum muss etwas sicht- bzw. wahrnehmbar sein, was den Touristen angeht, erlangt die Sehenswürdigkeit und mit ihr der Raum doch sonst keine Aufmerksamkeit. Dementsprechend zielen die medial vermittelten Visualitäten, wenn nicht auf eine Disziplinierung, so doch auf ein Training eines bestimmten Sehens im Modus der Selbstmarkierung in der nahen oder fernen Fremde.

Da Tourismusräume für Touristen nicht in ihren gewordenen Verfasstheiten, sondern als Resultat des Herstellens und Aneignens existent sind, lässt sich eine Vielzahl unterschiedlicher Referenzen ausmachen. Tourismusräume sind eingebunden in widersprüchliche diskursive Verweisungszusammenhänge. Die unbestimmte touristische Aktualisierung eines Raumes paart sich mit der Unbestimmtheit des Raumes selbst (vgl. Bischoff/Denzer 2009). Nahezu jegliche auf touristische „Strömungen“ zurückgreifende und legitimierende Einschreibung und damit in Inszenierungen wirksam werdende Bedeutungszuschreibung ist möglich und findet eine Nachfrage. Nicht allein, dass Bestehendes wie beispielsweise Museen, lokale Gemeinschaften und Landschaften einem touristischen Recycling zugeführt wird, und dass Orte und Räume für bestimmte Zielgruppen mit unterschiedlichen Narrativen belegt werden. Auch herkömmliche, auf landschaftliche Ressourcen gründende Tourismusräume werden ver-

ändert, indem gänzlich neue Raumqualitäten aus Markterfordernissen für „zwingend notwendig“ gehalten und dann auch präsent gemacht werden. Diese Hervorbringung und Produktion von Tourismusräumen durch Praktiken der Anbieter- und Politakteure und die empirisch vielfach bestätigte Erwartung, dass mit den Raumprodukten eine entsprechende Wahrnehmung und Aneignung durch Touristen einhergeht, steht ganz im Einklang mit der relationalen Sicht der Strukturierung und Strukturiertheit des Raumes (vgl. insb. Lefebvre 2000, 102ff.).

Doch zugleich kommt hier bei aller Fluidität und Labilität der Räume ein „Containertourismus“ zum Vorschein: Für welche Touristen oder Tourismusarten auch immer ein Raum konzipiert wird und über Artefakte sowie Praktiken der Dienstleister eine Gestalt erhält, der Tourismus findet zumeist in eindeutig ausgewiesenen Territorien statt. Wenn auch vorübergehend, so finalisiert sich dadurch jedwede Verräumlichung; „jede Produktion (kommt) zu einem – und sei es auch noch so vorläufigen – Abschluss“ (Schroer 2009, 365). Der Tourismus ist das empirisch belegte Paradebeispiel dafür, dass den attraktivierten Räumen bestimmte innewohnende Qualitäten – von der Sonne über Artefakte und Lebensweisen bis hin zur Natur – testiert werden, dass sie also schon vor der touristischen Aneignung prädikatisiert sind. Dass solche vermeintlichen Stabilitäten und die damit verbundenen Wissensordnungen hervorgebracht sind, und dass die auf Differenzen beruhenden Instabilitäten verdeckt werden, rührt nicht an der Tatsache, dass dem touristischen Geschehen spezifische Räume zugewiesen werden. Im Gegenteil: Die Verräumlichung des Tourismus produziert stabile Erwartungsstrukturen und invisibilisiert den Herstellungscharakter der touristischen Orte (Pott 2007, 171ff.).

So authentifiziert die territoriale Indizierung von Sehens- und Bereisenswertem den Tourismus. Sie verleiht den Tourismusräumen Eindeutigkeit. Spanien ist das Sonnenland; Aborigines, die Ureinwohner Australiens, leben dort; das Amsterdamer Rotlichtviertel ist eine berühmte Amsterdamer Gegend; abends, am Hafen, spielt sich das Leben der Einheimischen ab; der Jakobsweg, der Weg zum Erkennen des Selbst – all dies sind prominente Beispiele der Ineinssetzung von Räumen mit (Be-)Deutungen, die ihre Objektivität und Wahrheit aus ihrer territorialen Referenz schöpfen und deren räumlich-dingliche Existenz als von Touristen unabhängig deklariert wird. Gemeinhin wird mit der Verräumlichung das „Echte“, „Wirkliche“ oder „Unverfälschte“ begründet. Mit der touristischen Verknüpfung von Orten bzw. Räumen mit Bedeutungen werden Grenzen zwischen echt und unecht, zwischen zugehörig und fremd gezogen. Die entsprechenden Eigenschaftszuschreibungen gelangen derart in den Beobachtungs- und Erlebnishorizont der Touristen. In diesem Sinne markiert der Tourismus Differenzen und Anderes, das Touristen mit positiven oder negativen Signifikaten belegen (So möchten wir nicht leben. – Hier können wir uns richtig erholen. – Solche Bauten: einmalig!). Wird das

räumlich Andere auf diese Weise von professionellen Raumanbietern ökonomisch in Wert gesetzt, dann wird es immer wieder präsentiert – mit Maßnahmen, die vor regelrechten Aufführungen des „Anderen“ oder „Wirklichen“ nicht zurückschrecken (vgl. Glesner 2002), um zu beglaubigen, dass der bereisenswerte Raum tatsächlich so ist, wie es die touristischen Kommunikationen (Broschüren, Plakate, Reiseführer, Erzählungen etc.) und Bilder erwarten lassen.

Die Touristifizierung und die touristische Wahrnehmung des Anderen beziehen sich auf im Raum Innewohnendes, das als stabil Vorhandenes und/oder aus der Vergangenheit Übriggebliebenes da ist und nun (periodisch) für den Tourismus zur Verfügung und Schau gestellt wird. Den Tourismusmedien (Prospekten, Reiseführern, TV, Internet – also Texten und Bildern) wird vorgehalten, dass sie Räume de-realisiert, indem sie zum einen die Inszenierung der „Tourismuswelten“ unerwähnt ließen und zum anderen das Alltagsleben in Fremdräumen unterschlugen bzw. ausschlossen. So unbestritten es ist, dass der Tourismus selbst und damit auch „seine“ Medien das konstitutive Außen der Tourismusräume sind, so ist doch festzuhalten, dass die Realität nie vermittlungsfrei erkenn- und handhabbar ist (vgl. Wöhler 2010, 154ff.). Die moderne Gesellschaft überlässt diese Aufgabe den (Massen-) Medien und nicht mehr wie einst den Priestern und Weisen, die die Realität deuteten und auf diese Weise Raumrealitäten schufen. Das Außen bzw. die (Um-) Welt erschließt sich nur durch Deutungen und Vorstellungen, also vermittelt. Gleichwohl lenkt die Kritik den Blick weg von homogenisierten und gleichgeschalteten Tourismusräumen hin zu „differentiellen Räumen“ (Lefebvre), in denen und durch die sich gerade angesichts der touristischen Imprägnierung Anderes und Nichterwartetes meldet und zur Geltung bringt. Ebenso wie die Inhalte der Medien in Bezug auf die transportierten Ideen und Interessen sowie auf ihre Raumwirksamkeiten zu rekonstruieren sind, so ist, ausgehend vom sozialen und physischen Raum, offen zu legen, ob und inwieweit Tourismusräume in ihren Materialitäten Ausdruck von Diskursen sind. Tourismusräume als Konstruktionen aufgrund von Diskursen zu begreifen, rückt Machtkonstellationen unterschiedlicher Akteure in den Fokus. Die (Re-)Produktion des globalen „Flow“ des Tourismus ist dann als eine transnationale Strukturbildung zu untersuchen, die auf der machtdurchzogenen Konstruktion von Tourismusräumen beruht.

Was die Beiträge dieses Bandes an verschiedenen Beispielen thematisieren und worauf sie ihren Fokus legen, ist damit, wenn auch in groben Zügen, umrissen. Deutlich sollte geworden sein, dass es nicht *die* Konstruktion von Tourismusräumen gibt. Der Band demonstriert die Spannweite der Strukturierungsmodi von Tourismusräumen und die Komplexität der Strukturen, die das touristische Geschehen hervorbringen. Die Beiträge basieren auf Vorträgen der Tagung „Konstruktion von Tourismusräumen“, die im November 2008 an der

Leuphana Universität Lüneburg gehalten und für diese Publikationen überarbeitet wurden.

Literatur

- Augé, Marc (1994): Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit, Frankfurt am Main: S. Fischer.
- Bette, Karl-Heinrich (2005): Körperspuren. Zur Semantik und Paradoxie moderner Körperlichkeit, Bielefeld: transcript.
- Bischoff, Werner/Denzer, Vera (2009): Orte des Erinnerns und Vergessens aus geographischer Perspektive. Berichte zur deutschen Landeskunde 83, H. 1, S. 5-25.
- Bourdieu, Pierre (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Deleuze, Gilles/Guattari, Félix (2005): Tausend Plateaus. Kapitalismus und Schizophrenie, 6. Aufl, Berlin: Merve.
- Edensor, Tim (1998): Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site, New York: Routledge.
- Glesner, Julia (2002): Theater für Touristen. Eine kulturwissenschaftliche Studie zum Tjapukai Aboriginal Cultural Park, Australien, Münster/Hamburg/London: Lit-Verlag.
- Knorr-Cetina, Karin (2007): Postsoziale Beziehungen: Theorie der Gesellschaft in einem postsozialen Kontext. In: Thorsten Bonacker/Andreas Reckwitz (Hg.): Kulturen der Moderne. Soziologische Perspektiven der Gegenwart, Frankfurt am Main/New York 2007: Campus, S. 267-300.
- Leed, Eric J. (1993): Die Erfahrung der Ferne. Reisen von Gilgamesch bis zum Tourismus unserer Tage, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Lefebvre, Henri (2000): La production de l'espace, 4. Aufl., Paris: Anthropos.
- Merleau-Ponty, Maurice (1966): Phänomenologie der Wahrnehmung, Berlin: de Gruyter.
- Otte, Gunnar (2004): Sozialstrukturanalysen mit Lebensstilen, Wiesbaden 2004: VS Verlag.
- Pott, Andreas (2007): Orte des Tourismus. Eine raum- und gesellschaftstheoretische Untersuchung, Bielefeld: transcript.
- Prost, Antoine (1983): Grenzen und Zonen des Privaten. In: Antoine Prost/Gérard Vincent (Hg.): Geschichte des privaten Lebens. 5. Band: Vom Ersten Weltkrieg zur Gegenwart, Frankfurt am Main: S. Fischer, S. 15-151.
- Rühle, Arnd (2009): Die Abwesenheit macht frei. In: ders.: Mit Goethe reisen. Goethes Orte. Ein Alphabet des Reiselebens, Frankfurt am Main: Insel, S. 9-17.

- Schroer, Markus (2009): Soziologie. In: Stephan Günzel (Hg.): Raumwissenschaften, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 354-369.
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Urry, John (2002): The Tourist Gaze, 2. Aufl., London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Wells, Karen (2007): The Material and Visual Culture of Cities. Space and Culture 10, S. 136-144.
- Wöhler, Karlheinz (2010): Virtualisierung des Realen – Realisierung des Virtuellen. In: Alexandra Karentzos/Alma-Elisa Kittner/Julia Reuter (Hg.): Topologien des Reisens. Tourismus – Imagination – Migration, Trier: Online-Publikation der Universitätsbibliothek Trier; S. 150-163 (verfügbar unter: http://ubt.opus.hbz-nrw.de/volltexte/2010/565/pdf/Topologie_des_Reisens.pdf).