Voyage

Jahrbuch für Reise-
& Tourismusforschung
1998

Schwerpunktthema:
Das Bild der Fremde -
Reisen und Imagination

DUMONT

Inhalt

Editorial: Reisen und Imagination *Christoph Hennig* 7

Das Meer. Epochen der Entdeckung einer Landschaft
Dieter Richter 10

Die imaginären Landschaftsräume der Rockmusik *Wolfgang Kos* 32

Es gibt keinen Grund, das Reisen den Büchern vorzuziehen
Jochen K. Schütze 50

Raumkonstruktion und Tourismus *Rob Shields* 53

Auf der Suche nach Shangri-La *Michael Hutt* 72

Sehnsucht nach Natürlichkeit *Adelheid Schrutka-Rechtenstamm* 85

Imagekonstruktion fremder Räume *Karlheinz Wöhler* 97

>Heimatliebe< und >Verkehrs-Interessen< *Alexander Wilde* 115

Frage & Antwort *Interview mit Andreas Pröve* 128

Zahlen & Fakten *Zusammengestellt von Ulrike Heß-Meining* 135

»Sr.« - Nachruf auf Hans Scherer *Tobias Gohlis* 143

Forschungsbericht: Geschichte *Alon Confino* 145

Forschungsbericht: Frauen *Mechtild Maurer* 153

Rezensionen 161

Tagungsberichte 187

Anhang

Ausführliches Inhaltsverzeichnis mit Zusammenfassungen der Beiträge
Extended table of contents, including summaries 190

Verzeichnis der besprochenen Bücher
List of books reviewed 195

Tagungsberichte
Meeting reports 195

Autorinnen und Autoren dieses Bandes
Contributors to this volume 196

Herausgeber und wissenschaftlicher Beirat
Board of editors and editorial advisory board 198

Hinweis für Autoren
Note to prospective authors 199

Abbildungsnachweis
Picture credit 200

Ausführliches Inhaltsverzeichnis mit Zusammenfassungen der Beiträge

Extended table of contents, including summaries

Editorial
Christoph Hennig
Zur Einführung: Reisen und Imagination
Introduction: Travelling and Imagination

Wissen/Knowledge
Dieter Richter
Das Meer. Epochen der Entdeckung einer Landschaft
The Sea. Epochs of a landscape's discovery

Das Meer, die Küste, der Strand: Zahllosen Touristen gelten sie als reizvollste Landschaft der Erde. Das war freilich nicht immer so. Jahrtausendelang war das Meer den Menschen fremd, war der Inbegriff des Schreckens und des Unheimlichen. Der Einstellungswandel setzte im 18. Jahrhundert ein, als Ärzte Seewasser gegen die Leiden der Zivilisation empfehlen; an den Küsten entstehen Seebäder. Der medizinische Diskurs wird allmählich vom ästhetischen überlagert: Für zwei Jahrhunderte streitet das ›Lust-Prinzip‹ gegen das ›Kur-Prinzip‹. Erst mit der Romantik und deren Entdeckung der Tiefenschichten der Seele entwickelt sich eine neue Sensibilität gegenüber der Tiefe und den Schönheiten des Meeres. Neue Formen der Aneignung der Küste – Strandspaziergang, Bootsfahrt, Schwimmen – werden zunächst von einem kleinen Kreis von Künstlern praktiziert: Frühformen des modernen Tourismus. Gegenwärtig zeichnen sich jedoch neue Tendenzen ab: Der Strand wird mehr und mehr zum Sportplatz, und im Zeichen von Gesundheits- und Ökologiebewußtsein kehrt Respekt, vielleicht sogar Angst gegenüber dem Meer zurück.

The sea, the coast, the beach: for numerous tourists this is the world's most beautiful scenery. Yet, that wasn't always so. For thousands of years the sea was perceived as hostile; it was a synonym for horror and the unknown. The change in perception occurred in the 18th century when doctors started to recommend seawater to ease the ailments of civilisation and seaside resorts were founded. The medical discourse slowly gave way to a discourse of aesthetics. For two centuries the ›joy principle‹ competed against the ›health principle‹. Only with the dawn of Romanticism and its discovery of the soul's abysses did a new sensibility develop toward the sea's depth and the beauty of ocean scenery. New forms of the appropriation of the coast – such as walks along the beach, boat trips, and swimming – were first practiced by a small group of artists, thus inventing modern tourists' behaviour. However, currently there are new trends: the beach is used as a sports ground, and in the age of health and ecological awareness a respect for – and perhaps even fear of – the sea seems to return.

Wissen/Knowledge
Wolfgang Kos
Die imaginären Landschaftsräume der Rockmusik
The Imaginary Landscape Spaces of Rock Music

Rockmusik war stets von suggestiven Raumbildern begleitet. Im Beitrag wird dies am Beispiel mythisch überhöhter Amerika-Phantasien veranschaulicht, die via Populärkultur im 20. Jahrhundert globale Gültigkeit gewannen. Die bindungslose Bewegung durch leere und periphere Räume, aufgeladen mit vormoderner Freiheitssymbolik, wurde zu einem Standardmotiv in Road-Movie und Rock-Poesie. Das Medium Popmusik fungierte als Energie- und Lebensstiltransformator, mit dessen

Codes man Distanz zur angestammten Lebenswelt gewinnen und den Vorstellungshorizont erweitern konnte. Die ›Reiseagentur‹ Popmusik lieferte Ahnungen vom ›wirklichen‹ Leben voller Gefühlsintensität und Ekstase. Entlang der assoziativen Texte eines Bob Dylan konnte die Imagination durch entgrenzte Räume driften; die Musik-Trips der Hippies zielten auf einen Ausstieg aus Raum und Zeit. Zugleich wurde die Pop-Subkultur um 1970 zu einem Keimboden für Agrarromantik und ganzheitliche Sehnsüchte – und damit für Alternativtourismus und Ökologiebewegung.

Rock music has always been accompanied by suggestive spatial images. This article explores this idea in light of mythical American fantasy which, through popular culture, has gained worldwide recognition in the 20th century. Free movement through empty and peripheral spaces, filled with symbols of freedom, became a standard motif in road movies and rock poetry. The pop music medium acted as a transformer of energy and lifestyle, providing codes with which people could distance themselves from their own life-environment and expand their imaginative horizons. The ›travel agency‹ pop music suggested a life full of intense emotions and ecstasy. The author further develops these ideas using the music of Bob Dylan, the Hippies, and pop subculture around 1970 as examples, and draws connections to alternative tourism and the ecological movement.

Essay
Jochen K. Schütze
Es gibt keinen Grund, das Reisen den Büchern vorzuziehen
There is no Reason to Prefer Travelling Over Books

Einst wurden aus Reisen Büchern, dann aus Büchern Reisen: Wir sehen nur, was wir schon wissen, und Reiseziele werden zu formlosen Nicht-Orten. Erdachte Städte sind vorzuziehen.

It used to be that journeys became books, then books became journeys. We only see what we know already, and destinitations turn into formless nowhere-lands. Invented cities are preferable.

Wissen/Knowledge
Rob Shields
Raumkonstruktion und Tourismus. Orte der Erinnerung und Räume der Antizipation in Quebec City
Spatialisation and Tourism: Sites of Memory and Spaces of Anticipation in Québec City

Der Text analysiert die ›soziale Konstruktion der Raumerfahrung‹ in Quebec City, einem der wichtigsten Touristenziele Nordamerikas. Der Tourismus bringt hier ritualisierte Praktiken mit sich, die dazu dienen, die Vergangenheit an einem Ort der kollektiven Erinnerung zu vergegenwärtigen. Quebec erscheint als ein geschichtsträchtiger, ›europäischer‹ Ort, als ›anheimelndste Stadt‹ Amerikas und zugleich als Ort unterhaltsamer Freizeitaktivitäten. Diese Raumkonstruktion wird theoretisch analysiert und empirisch untersucht, vor allem am Beispiel von Plakaten, die die Canadian Pacific Railway Company in der Zwischenkriegszeit produzierte, um für Reisen und das von ihr erbaute Schloß-Hotel – heute ein Wahrzeichen der Stadt – zu werben. In den Werbebildern werden realiter kaum aufeinander bezogene Elemente zusammengesetzt zu einer unwahrscheinlichen Kombination von ›touristischen Aktivitäten‹ und ›Alt-Quebec-Szenen‹. Solche festen Ortsmythen weichen heute zunehmend postmodernen, fließenden Raumkonstruktionen.

Québec City - with its ›quaint‹ charm and historical significance – is one of the premier tourist sites in North America. Tourism here involves ritualized, spatial practices which bring the past into the present, for some, while others concentrate on experiencing the spatialisation of Québec City as a site of difference and as a French-speaking political capital. ›Old Québec‹ is constructed as a pre-modern and non-North American destination for English-speaking tourists. This essay analyses the social spatialisation theoretically and empirically, mainly by working through a collection of advertising images produced by the Canadian Pacific Railway in the inter-war years to promote travel and its famous hotel on top of the cliff. In these images a set of otherwise poorly-related elements are composed into an improbable ›assemblage‹ of

tourist activities and ›Old Québec‹ scenes. In post-modern place-myths, however, spatialisation has lost its fixed structure, but constitutes a virtual space of possible movements and anticipations.

Wissen/Knowledge
Michael Hutt
Auf der Suche nach Shangri-La. Der Himalaja in der Imagination des Westens und in der nepalesischen Literatur
Looking for Shangri-La. The Himalayas in Western Imagination and in Nepali Literature

Zunächst wird gezeigt, auf welche Weise abendländische Literatur und Medien die Kulturen und Landschaften des Himalaja idealisiert haben, wobei besonders danach gefragt wird, wie das Konzept von ›Shangri-La‹ das populäre Bild von Tibet und anderen Regionen des Himalaja geprägt hat. Dem Ursprung des Mythos von ›Shangri-La‹ – er entstammt dem Roman »Lost Horizon« von James Hilton – wird nachgespürt, und es werden verschiedene Beispiele seiner Umsetzung diskutiert. Der Beitrag untersucht sodann die Reaktionen auf das abendländische Idealbild des Himalaja anhand von Beispielen aus der modernen nepalesischen Literatur, die hiermit erstmals in deutscher Übersetzung vorliegen (dt. von E. D. Drolshagen). Es überrascht kaum, daß nur wenige, die in einem Touristenparadies leben, ihr Land so sehen, wie es nach außen verkauft wird; doch es mutet seltsam an, daß viele Menschen Nepal oder Bhutan mit einem mythischen Utopia im Kopf besuchen, und es schaffen, wieder nach Hause zu fahren, ohne diesen Mythos revidiert zu haben.

The essay begins by looking at the way in which Western media and literature have idealized the cultures of the Himalayan region, and particularly at the way the concept of ›Shangri-La‹ has shaped popular visions of Tibet and other Himalayan countries. The myth of Shangri-La is traced back to its origin – the novel »Lost Horizon« by James Hilton – and various examples of its application are discussed. The essay then goes on to examine some examples of literary reactions to the West's idealized image of the Himalayas, drawn mainly from modern Nepali literature. Several extracts are given in translation. The essay admits that few who live in a tourist's paradise see their land quite as it is promoted outside, but argues that it is still surprising that many visitors come to Nepal or Bhutan for example expecting a mythical utopia and manage to return home with their preconceptions virtually intact.

Wissen/Knowledge
Adelheid Schrutka-Rechtenstamm
Sehnsucht nach Natürlichkeit. Bilder vom ländlichen Leben im Tourismus
Longing for Naturalness. Images of Rural Life in Tourism

Das Verhältnis von Tourismus und Natur ist ambivalent: Romantische Naturwahrnehmung steht der technischen Beherrschung von Natur gegenüber. Einerseits stellt Unberührtheit einen wichtigen Wert dar, während andererseits der Tourismus gleichzeitig Natur gestaltet und zum Teil sogar zerstört. Das Erleben von Natur im Urlaub erfährt derzeit verstärktes Interesse. Damit verbunden sind idyllisierende Vorstellungen von intakter Landschaft, in die auch die dort lebenden Menschen und ihre Kultur integriert werden. Der Blick auf die Fremde ist ausschnitthaft und durch Wünsche und stereotype Vorstellungen geprägt. Mit einem Urlaub auf dem Lande bzw. im bäuerlichen Ambiente sind Imaginationen von einer heilen Welt in Harmonie und authentischer Naturnähe verbunden. Die Tourismusindustrie erfüllt diese Sehnsüchte durch einschlägige Angebote, die auch scheinbar echte Einblicke in die Lebensweise der Bewohner touristischer Zielgebiete versprechen, wodurch es zur ›Folklorisierung‹ ländlichen Alltags kommt. Kulturlandschaft und bebaute Umwelt wird als Teil der Natur präsentiert und diese zum inszenierten touristischen Produkt. Diese Entwicklung geht in Richtung Ökologie und Natürlichkeit und verspricht einen hohen Umweltstandard bei gleichzeitig garantiertem Komfort, zu dem auch eine neue Art professioneller Gastfreundschaft gehört.

The relationship betwee
technical domination.
and sometimes even des
images of intact landsc
and marked by stereoty
in harmony and authe
seemingly authentic gli
touristic destinations.
including a new kind o

Wissen/Knowledg
Karlheinz Wöbler
Imagekonstruktion
Constructing Images o

Der besuchte Raum
attraktiv erscheint,
schaft verbunden
medial vermittelte
orientieren sich an
›Realität‹ wird. W
durch ein Image- b
den. Eine solche T
gen und Infrastru
Grundprinzip des

The visited space in to
which are incorporate
mitted by media-parla
construction so that th
stance are essential fo
space into tourism spa
and infrastructure. Th

Wissen/Knowledg
Alexander Wilde
›Heimatliebe‹ und
-förderung im Kais
›Local Patriotism‹ an
in the German Empire

Im deutschen Kai
skizziert die Entst
sowie deren Aktiv
Weltkriegs.

During the German E
and development of r
until the First World

The relationship between tourism and nature is an ambivalent one. It includes both a romantic perception of nature and technical domination. On the one hand, unspoiled nature is a central value. On the other hand, tourism changes nature and sometimes even destroys it. Experincing nature on holidays is currently of great interest. Related to this boom are images of intact landscape including the people living there and their culture. These snapshots of foreign parts are partial and marked by stereotype wishes. Vacation in the country or on a farm is associated with fantasies of an idyllic world in harmony and authentic back-to-nature experiences. The tourism industry fulfills these wishes with offers that promise seemingly authentic glimpses of the local people's way of life. This leads to ›folklorisation‹ of people's everyday life in touristic destinations. This trend is related to ecology and promises a high ecolocical standard and guaranteed comfort, including a new kind of professional hospitality.

Wissen/Knowledge
Karlheinz Wöhler
Imagekonstruktion fremder Räume. Entstehung und Funktion von Bildern über Reiseziele
Constructing Images of Foreign Spaces: Formation and Function of Images of Destinations

Der besuchte Raum im Tourismus ist sozial determiniert. Was im Raum als touristisch relevant bzw. attraktiv erscheint, sind Vorstellungen vom Raum, die mit dem kulturellen System einer Gesellschaft verbunden sind. Die soziale Bildung von Raumvorstellungen (Konnotation) schlägt sich in medial vermittelten Bedeutungen nieder, die ein Raum-Image (Mythos) begründen. Reisewünsche orientieren sich an diesem Konstrukt, so daß aus einer vorgängigen Interpretation des Raumes eine ›Realität‹ wird. Weil Raum-Images und nicht die Raumsubstanz marktentscheidend sind, kann durch ein Image- bzw. Symbolmanagement jeder Raum in einen Tourismusraum transformiert werden. Eine solche Transformation gelingt nur, wenn der Raum entleert und mit gängigen Bedeutungen und Infrastrukturen aufgefüllt wird. Diese Mythologisierung des fremden Raumes ist ein Grundprinzip des Tourismus schlechthin.

The visited space in tourism is socially determined. What appears touristically relevant and attractive in space are ideas which are incorporated in the cultural system of society. The social construction of space images (connotation) is transmitted by media-parlayed meanings which result in a space image (myth). Travelling desires are oriented toward this construction so that the prior interpretation of space becomes ›effective reality‹. As space images rather than space substance are essential for decision-making in tourism, it is possible, by image or symbol management, to transform any space into tourism space. Such a transformation only succeeds if the space is emptied and refilled with current meanings and infrastructure. This mythologization of foreign space is a structural principle of tourism in general.

Wissen/Knowledge
Alexander Wilde
›Heimatliebe‹ und ›Verkehrs-Interessen‹. Zur Entstehung organisierter Tourismuswerbung und -förderung im Kaiserreich
›Local Patriotism‹ and ›Promotion of Tourism‹. The Development of Organized Tourism, Advertising and Promotion in the German Empire

Im deutschen Kaiserreich wird der Tourismus zum bedeutenden Wirtschaftsfaktor. Der Beitrag skizziert die Entstehung und Entwicklung regionaler und überregionaler Tourismusorganisationen sowie deren Aktivitäten auf dem Gebiet der In- und Auslandswerbung bis in die Zeit des Ersten Weltkriegs.

During the German Empire, founded in 1871, tourism became an important industry. This essay outlines the founding and development of regional and interregional tourist organisations and their efforts to promote and advertise tourism until the First World War.

Frage & Antwort/Question & Answer
Interview mit Andreas Pröve, Indienreisender: »Ich liebe Länder mit Überbevölkerung«
Interview with Andreas Pröve, *traveller in India: »I love crowded countries«*

Zahlen & Fakten/Facts & Figures
Ulrike Heß-Meining
Zahlen und Trends im Tourismus – neueste Daten
Quantitative developments and trends in tourism – latest data

Nachruf/Eulogy
von Tobias Gohlis
»Sr.« – Nachruf auf Hans Scherer
»Sr.« – Eulogy for Hans Scherer

Forschungsbericht/Research Report
Alon Confino
Tourismusgeschichte Ost- und Westdeutschlands
The History of Tourism in East and West Germany

Der Sammelband von H. Spode »Goldstrand und Teutonengrill« unternimmt erstmals den Versuch einer vergleichenden Geschichte des Tourismus in beiden deutschen Staaten. Einige der Beiträge werden vorgestellt, und es wird für eine die Sozialgeschichte erweiternde, hermeneutische Perspektive in der historischen Tourismusforschung plädiert.

The volume on »Cultural and social history of tourism in Germany, 1945–1989«, ed. by H. Spode, takes first steps towards a comparative history of tourism in both German states. Some of the articles are introduced, and a hermeneutic perspective which could widen the scope of social history is plead for.

Forschungsbericht/Research Report
Mechtild Maurer
Tourismus im Visier der ›Gender‹-Debatte
Tourism in Light of the Gender Debate

Erst seit Mitte der 90er Jahre wird das Thema ›Frauen und Tourismus‹ sowohl von der Tourismus- als auch der Frauenforschung angegangen. Wichtige Neuerscheinungen zu diesem Feld werden vorgestellt (Kinnaird, Hall, Swain, Sinclair, Plüss, Grütter u. v. a.), und es wird ein Ausblick auf künftige Fragen und Themen gegeben.

Only since the mid 90s has the topic ›women and tourism‹ became a subject for tourism research as well as gender studies. Important new publications are presented (including Kinnaird, Hall, Swain, Sinclair, Plüss, Grütter), and future tasks in research are outlined.

Verzeichnis der besprochenen Bücher

List of books reviewd

J. K. Schütze: Gefährliche Geographie/*Dangerous Geography* (T. Gohlis)
J. K. Schütze: Goethe-Reisen/*Goethe Journeys* (T. Gohlis)
B. Waldenfels: Studien zur Phänomenologie des Fremden/*Studies on the Phenomenology of the Foreign* (H.-G. Deggau)
T. Selwyn (ed.): The Tourist Image/*Das touristische Image* (H.-G. Vester)
J. Boissevain (ed.): Coping with Tourists /*Tourismus bewältigen* (Ch. Henning)
A. Steinecke/M. Treinen (Hg.): Inszenierung im Tourismus/*Staging in tourism* (F. Herle)
K. Vorlaufer: Tourismus in Entwicklungsländern/*Tourism in Developing Countries* (P. Schimany)
A. Dreyer (Hg.): Kulturtourismus/*Cultural tourism* (A. Steinecke)
F. Berktold-Fackler/H. Krumbholz: Reisen in Deutschland/ *Travelling in Germany* (H. Spode)
K. Fesche: Geschichte des Tourismus am Steinhuder Meer/*The History of Tourism at the Steinhuder Meer* (H. Spode)
Ch. Keitz: Die Entstehung des modernen Massentourismus in Deutschland/*The Origins of Modern Mass Tourism in Germany* (H. Spode)
R. Amstädter: Geschichte des Alpinismus/*The History of Alpinism* (R. Farkas)
M. Kamp: Die touristische Entdeckung Rothenburgs/*The Touristic Discovery of Rothenburg* (D. Kramer)
E.-O. Erhard: Von der Geschichte leben? Das Beispiel Dinkelsbühl/*Living on History? The Example of Dinkelsbühl* (D. Kramer)
P. Streng/G. Bakay: Bauernerotik in den Alpen/*Peasant Eroticism in the Alps* (A. G. Keul)
B. Mandel: Aneignung von Urlaubswelt durch Fotosouvenirs/*The Appropriation of the Vacation World by means of Photography* (Ch. Hennig)

Tagungsberichte

Meeting Reports

»Reisezeit – Lesezeit«, veranstaltet von der Stiftung Lesen und Deutsche Bahn/»*A Time for Travelling – a Time for Reading*« (H.-G. Deggau)
»Auf dem Weg zu einer Theorie des Tourismus«, veranstaltet von der Ev. Akademie Loccum/»*Toward a Theory of Tourism*« (H.-G. Deggau)