

Cord Pagenstecher

Der bundesdeutsche Tourismus

*Ansätze zu einer Visual History:
Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben
1950-1990*

Verlag Dr. Kovač

Übersicht

1	Einleitung	9
2	Grundlagen.....	15
2.1	Inhalt und Konstruktion des touristischen Blicks. Theoretische Grundlagen	15
2.2	Der Wandel des touristischen Blicks. Historische Rahmenbedingungen	49
2.3	Bildanalyse und ‚Visual History‘. Methodische Vorüberlegungen	68
3	Entwicklungslinien	89
3.1	Der Blick auf den Tourismus. Der Diskurs in Lexika, Medien und Fachöffentlichkeit.....	89
3.2	Massentourismus und Tourismusindustrie. Quantitative und organisatorische Entwicklungen	111
4	Touristische Medien	159
4.1	Von der ‚Reklame‘ zum ‚Marketing‘. Produktion und Rezeption der Tourismuswerbung.....	159
4.2	Der Niedergang des Baedekers. Entwicklungstendenzen auf dem Reiseführermarkt.....	205
4.3	Urlaubsfotos in privaten Knipseralben. Quantitative und biografisch-qualitative Analysen.....	255
5	Tourismusarten.....	277
5.1	Der Alpentourismus und seine Automobilisierung. Die Großglocknerstraße in der lokalen Bildwerbung	277
5.2	Der Stadttourismus zwischen Geschichte, Moderne und Erlebnis. Nürnberg, Lüneburg und Berlin in Prospekten und Reiseführern.....	313
5.3	Der Strandtourismus zwischen Arkadien und Ballermann. Die italienische Adria und Mallorca in den Veranstalter-Katalogen.....	366
6	Fallstudie: Eine Reisebiografie in 45 Fotoalben	421
7	Schluss.....	459
8	Anhang.....	485