

Inhalt

Vorwort	1
Die Konstruktion der Erlebnisgesellschaft. Eine kurze Revision	3
<i>Christoph Köck</i>	
„Wo was los ist“. Zur Topographie touristischer Erlebniswelten	17
<i>Karlheinz Wöhler</i>	
„Bei uns können Sie Urlaub erleben“. Über die Zusammenhänge zwischen den Erlebnisversprechungen der Fremdenverkehrs- werbung und dem kollektiven Gedächtnis, dargestellt am Beispiel der Werbe- broschüren über Skandinavien aus dem Jahr 2000	29
<i>Thomas Winkelmann</i>	
Erlebniswelt Reiseprospekt	45
<i>Martin Füssenhäuser</i>	
Mediterranität als Lebensstil	59
<i>Johanna Rolshoven</i>	
„Seaside Studies“: eine populäre Freizeitbeschäftigung von Reisenden ans Meer im England des 19. Jahrhunderts	71
<i>Angela Schwarz</i>	
Erlebniswelt als Gegenwelt – Kutschreise versus Fußreise. Zwei Formen der Fortbewegung in der Spätaufklärung	87
<i>Christiane Cantauw</i>	
Die Welt der Globetrotter. Selbsterfahrung durch Fremderfahrung	97
<i>Simone Kayser</i>	
„Nicht-Ort Dschungel“ – Herstellung von Authentizität in Nationalparks von Malaysia	107
<i>Norman Backhaus</i>	
Die heimliche Disneyifizierung: Spanien erleben	121
<i>Anja Saretzki</i>	

Tourismus in Cuba – Inszenierung des „Cuban Lifestyle“	137
<i>Maren Burkhardt</i>	
Amerikanische Sehenswürdigkeiten – Die Inszenierung der Geschichte	151
<i>Sabine Heinlein</i>	
Gentrifizierte Stadtviertel: gewachsene oder konstruierte Erlebniswelten?	165
<i>Gritt Sonnenberg</i>	
Freizeitpark Ruhrgebiet? Über die touristische Vermarktung einer Industrieregion	177
<i>Britta Spies</i>	
Kritische Reflexion des Begriffs und der Bedeutung von Kulturparks für die Tourismus- und Regionalentwicklung	193
<i>Wolfgang Sovis und Andreas H. Zins</i>	
Utopia ist nahe	205
<i>Walter Kiefl</i>	
Autorenprofile	215