

Geleitwort

Mit der Zunahme touristischer Aktivitäten seit den 1960er Jahren hat sich die Tourismusgeographie als Teildisziplin der Humangeographie herausgebildet und in den vergangenen Jahrzehnten Gründe, Akteure und Wirkungen des Tourismus untersucht. Dabei ist die Tourismusgeographie zumeist stärker anwendungsorientiert gewesen und hat weniger theoretische Fachdebatten geführt. Vor diesem Hintergrund ist es sehr zu begrüßen, dass die Dissertation von Erik Aschenbrand eine klare theoriegeleitete Untersuchung darstellt, die auch zur theoretischen Fundierung der Tourismusgeographie beitragen kann.

Die Arbeit befasst sich mit der Frage, wie Landschaft im Kontext touristischer Dienstleistungen von Reiseveranstaltern inszeniert und von Touristen konsumiert wird. Erik Aschenbrand liefert auf Grundlage genauer Beobachtungen und eigener beruflicher Erfahrungen in der Tourismuswirtschaft einen tiefen Einblick in die soziale Praxis des Tourismus. So gelingt es dem Autor, die soziale Konstruktion des ‚Typischen‘ wie auch die Abläufe sozialen Distinktionsverhaltens überzeugend zu erklären. In beeindruckender Weise enthüllt der vorliegende Band die Mechanismen der sozialen Konstruktion touristischer Landschaften im Besonderen und von Landschaft im Allgemeinen. Insgesamt kann sich die Lese- rin / der Leser dieses Bandes auf eine fundierte und spannende Lektüre freuen.

Tübingen, im März 2017

Prof. Dr. Dr. Olaf Kühne und Prof. Dr. Sebastian Kinder

Die Landschaft des Tourismus

Wie Landschaft von Reiseveranstaltern inszeniert und
von Touristen konsumiert wird

Aschenbrand, E.

2017, XIII, 260 S. 3 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18428-5