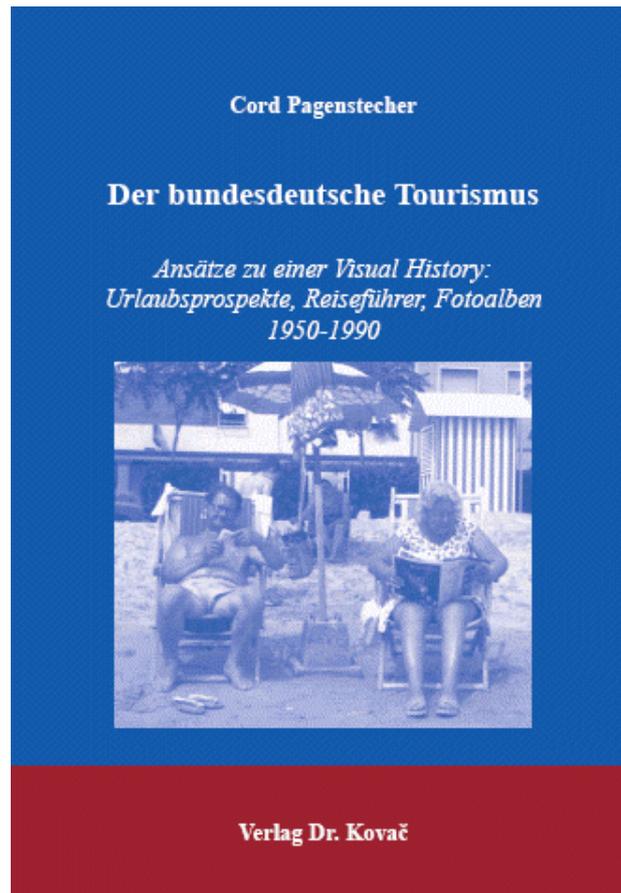


**Cord Pagenstecher**

**Der bundesdeutsche Tourismus.**

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

Hamburg 2003



Die Deutschen gelten als Reiseweltmeister. Doch wie hat sich ihr Urlaubsverhalten seit den 1950er Jahren verändert? Cord Pagenstecher schildert Grundlagen und Entwicklungslinien des westdeutschen Nachkriegstourismus und stellt eine biografische Fallstudie vor. Er analysiert Tourismusprospekte, Reiseführer und private Fotoalben. Gestützt auf die Tourismustheorie Hans Magnus Enzensbergers, erforscht der Historiker die Leitbilder und Konstruktionsmechanismen des touristischen Blicks. Dafür hat er innovative Methoden einer Visual History entwickelt und an Urlaubsfotos und anderen Bildquellen erprobt.

Verlag Dr. Kováč  
ISBN 3-8300-1076-1  
622 Seiten, 72 Abb.  
Hamburg 2003  
128 €

## **Cord Pagenstecher, Der bundesdeutsche Tourismus. Ansätze zu einer Visual History: Urlaubsprospekte, Reiseführer, Fotoalben, 1950 – 1990, Hamburg 2003**

Capri-Fischer und Baedeker, Alpenglügen und Teutonengrill – das Thema Tourismus ruft nostalgische Erinnerungen ebenso hervor wie beißenden Spott. Der Durchbruch zum Massentourismus war eines der zentralen Elemente der bundesdeutschen Geschichte: Die Urlaubsreise wurde zum festen Lebensbestandteil breiter Bevölkerungsgruppen und prägte das Lebensgefühl des ‚Wirtschaftswunders‘. Die bunten Bilder von Stränden, Bergen und Kirchen sind bis heute in Urlaubsprospekten und Fotoalben, Reiseführern und Tourismusplakaten allgegenwärtig. Gleichwohl war der Nachkriegstourismus bislang kaum ein Thema für die Geschichtswissenschaft; vor allem über die Wahrnehmung der Reisenden wissen wir wenig.

Diese mentalitätsgeschichtliche Studie untersucht die Urlaubsreisen der Bundesdeutschen in den 1950er bis 1980er Jahren. Sie fragt nach den Leitbildern und den Konstruktionsmechanismen des touristischen Blicks im historischen Wandel. Den theoretischen Ausgangspunkt bildet der Tourismus-Essay Hans Magnus Enzensbergers, ergänzt um neuere Entwürfe, vor allem John Urrys ‚Tourist Gaze‘. Zur Analyse touristischer Wahrnehmungsmuster entwickelt Cord Pagenstecher innovative Methoden einer ‚Visual History‘ und erprobt sie an Urlaubsfotos und anderen Bildquellen. Die wichtigsten Quellen sind Tourismusprospekte, Reiseführer und private Fotoalben.

Nach der Schilderung von Grundlagen und Entwicklungslinien des Nachkriegstourismus werden touristische Medien und ausgewählte Tourismusarten analysiert und schließlich eine biografische Fallstudie vorgestellt. In verschiedenen Medien – Werbung, Reiseführern und Privatfotos – und Reisearten – Alpen-, Stadt- und Strandtourismus – zeigen sich insgesamt übereinstimmende Entwicklungen: Der visuelle Symbolkonsum spielte eine wachsende Rolle im Tourismus. Der touristische Blick der Bundesdeutschen orientierte sich zunehmend am geselligen Erlebnis-Leitbild; er wurde standardisierter und stärker von der sich industrialisierenden Tourismusbranche beeinflusst.

### **Inhaltsübersicht:**

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