



1. Aufl. 2017, XIII, 260 S. 3 Abb.

Printed book

Softcover

[1]44,99 € (D) | 46,26 € (A) | CHF
50,00

eBook

[2]34,99 € (D) | 34,99 € (A) | CHF
40,00

Available from your library or
springer.com/shop

Erik Aschenbrand

Die Landschaft des Tourismus

Wie Landschaft von Reiseveranstaltern inszeniert und von Touristen konsumiert wird

Series: RaumFragen: Stadt – Region – Landschaft

- Eine sozialwissenschaftliche Studie zur Tourismuswirtschaft
- Ein neuer Ansatz in der geographischen Tourismusforschung
- Eine konstruktivistische Perspektive auf Tourismus

Erik Aschenbrand untersucht, wie Vorstellungen von Landschaft durch Reiseveranstalter modifiziert und verfestigt werden, wo sich die Vorbilder touristischer Landschaftsmotive lokalisieren lassen und wer in der Lage ist, neue werbewirksame Vorstellungen zu erzeugen. Auf der Grundlage genauer Beobachtungen und eigener beruflicher Erfahrungen in der Tourismuswirtschaft analysiert er verschiedene Formen der touristischen Aneignung von Landschaft und erklärt die soziale Konstruktion des ‚Typischen‘, die Abläufe sozialen Distinktionsverhaltens sowie die Mechanismen der sozialen Konstruktion touristischer Landschaften im Besonderen und von Landschaft im Allgemeinen.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

