

**Birgit Mandel**

Tourismus und  
Kulturelle Bildung

**Potentialen Voraussetzungen  
Praxisbeispiele und  
empirische Erkenntnisse**

**www • kopaed • de**

## Inhaltsverzeichnis

<b>0. Einführung</b>	
Warum der Tourismus Potential für die Kulturelle Bildung bietet	9
<b>1. Kultur im Tourismus, historischer Rückblick und aktuelle Tendenzen im Überblick</b>	17
1.1 Von der Grand Tour zur Pauschalreise. Was den Massentourismus von den kulturellen Bildungsreisen früherer Reisender unterscheidet	17
1.2 Fakten und Trends im (Kultur-)Tourismus	19
1.3 Beweggründe für Kulturrezeption im Urlaub	22
<b>2. Kulturelle Bildung und touristische Aneignung</b>	31
2.1 Kennzeichen und Ziele (inter-)Kultureller Bildung	31
2.2 Touristische Aneignung von Urlaubswelt: Sehenswürdigkeiten, Sightseeing und Souvenirs	39
2.3 Lernen in der Freizeit optimieren oder zur Emanzipation animieren. Positionen der Reisepädagogik	47
2.4 Idealtypische Stufen kultureller Aneignung im Tourismus	50
2.5 Zwischenergebnis: Potentiale touristischer Reisen für (inter-)kulturelle Bildung	51
<b>3. Ziele und Akteure von Kulturvermittlung im Tourismus</b>	55
3.1 Tourismus-Management als Kulturvermittlung	56
3.2 Schriftliche Reiseführer als mediale Kulturvermittler	59
3.3 Reiseleiter und Gästeführer als Kulturvermittler	62
3.4 Animateure als Anreger kultureller Aktivitäten	64

<b>4. Strategien der Kulturvermittlung und Potentiale für Kulturelle Bildung in einzelnen kulturtouristischer Formaten</b>	67
4.1 Kulturelles Sightseeing und Stadtführungen im Städtetourismus	68
4.2 Museen, Schlösser und andere Kultureinrichtungen als (städte-)touristische Attraktionen	77
4.3 Studienreisen und Ethnien-Kultur-Tourismus	87
4.4 Kultur-Event-Tourismus in Festivals und (Open-Air-)Inszenierungen	102
4.5 Tourismus in Themenparks und kulturellen Erlebniswelten	107
4.6 Kulturelle Animation in Cluburlaube und auf Kreuzfahrtschiffen	116
<b>5. Best Practise Beispiele und Experten-Meinungen zur Kulturvermittlung im Tourismus</b>	127
5.1 „Route der Romanik“, „Wege ins Mittelalter“ und Gartenträume“ in Sachsen-Anhalt. Der Tourismus als Motor für neue Wege in der Kulturvermittlung. Christian Antz, Referatsleiter im Wirtschaftsministerium Sachsen-Anhalt	127
5.2 Stiftung Preußische Schlösser und Gärten: Vermittlung als Sensibilisierung für die Schönheit und den Erhalt des gemeinsamen kulturellen Erbes. Heinz Buri, Marketingdirektor	132
5.3 Tourismusorientierter Service, kurzweilige Vermittlungsangebote und einprägsame Architektur. Tourismusmagnet Jüdisches Museum. Martina Dillmann, Tourismusmarketing	134
5.4 Die Gästeführung als unverzichtbare Profession stärken. Markus Müller-Tenckhoff, Stadtführer in Berlin	139
5.5 Differenzierte interkulturelle Kulturvermittlung als entscheidender Marktfaktor. Kulturvermittlungskonzepte des Studienreiseunternehmens Studiosus. Peter Strub, Mitglied der Unternehmensleitung, und Ernst Koelnspenger, Leiter der Reiseleiterabteilung	142
5.6 Reality Tours, Travel Mumbai und Salaam Baalak City Walk Neu Delhi – Tourismusprojekte in der Verbindung von sozialen, unternehmerischen und interkulturellen Zielen. Christine Sader, Mitarbeiterin bei Tourismusprojekten in Indien	146

5.7 Usedom Musikfestival: Verbindung von hochwertigen Musikkonzerten mit Erkundungen von Natur und Kultur auf einer Ferieninsel. Thomas Hummel, Leiter Usedom Musikfestival	151
5.8 Europapark Rust: Emotionale und ästhetische Verbundenheit mit den Länder-Kulturen Europas erfahren durch eine Kurzreise in ein idealisiertes Europa	154
5.9 Phantasie statt Animation. Vamos-Reisen für Eltern und Kinder. Ulrich Müllenmeister, Geschäftsführer, und Ninanin Raschewski, Leitung Kinderprogramm	158
5.10 „Die Zukunft des Kulturtourismus liegt in der Leichtigkeit des Umgangs mit kulturellen Phänomenen.“ Wolfgang Isenberg, Thomas-Morus-Akademie <b>und</b> Berater Zukunftswerkstatt TUI	<b>161</b>
5.11 Kulturrezeption im Tourismus. Ein weißes Blatt in der Tourismus- und der Kulturmanagementforschung. Yvonne Pröbstle, Kulturmanagementwissenschaftlerin	164
<b>6. Fazit: Qualitätskriterien, Vermittlungsstrategien und Voraussetzungen für Kulturelle Bildung im Tourismus</b>	<b>169</b>
6.1 Realität und Potentiale Kultureller Bildung in verschiedenen Tourismusformaten	169
6.2 Thesen und Ergebnisse zu den Voraussetzungen für Kulturelle Bildung im Tourismus	172
6.3 Die Perspektive: Tourismus als kulturelles Lernfeld	178
Literaturverzeichnis	<b>181</b>