

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Danksagung	5
Inhaltsverzeichnis	7
Verzeichnis der Anhänge	12
Verzeichnis der Abbildungen	13
Verzeichnis der Fotos	13
Verzeichnis der Tabellen	13
Verzeichnis der Textkästen	14
Kapitel 1: Die Attraktivität der Berber für Ethnotouristen in Marokko	15
1.1 Ethnotourismus: <i>life-seeing</i> als Reisemotiv	15
1.1.1 Das Ziel der Reise von Ethnotouristen	15
1.1.2 Formen des Ethnotourismus	16
1.2 Die Berber als Ziel des Ethnotourismus in Marokko	18
1.2.1 Die Attraktivität der Berber für den Ethnotourismus	20
1.2.1.1 Die Attraktivität von Kultur im Ethnotourismus	20
1.2.1.2 Die Vielfalt der Kultur	21
● Berbersprachen als Abgrenzungskriterium	21
● Die Kultur der Berber zwischen Außen- und Innensicht	22
● Die Schwierigkeit der Unterscheidung zwischen berberischer und ara- bischer Kultur	22
● Die unterschiedliche Lebenssituation der Berber heute	23
1.2.1.3 Tourismusrelevante Elemente der Kultur der Berber	23
● Habitat – Aspekte des geographischen Umfelds der Berber	24
● History – Aspekte der berberischen Geschichte	26
● Heritage – Aspekte des kulturellen Umfelds der Berber	28
● Handicrafts – Aspekte des berberischen Kunsthandwerks	30
1.3 Fragestellung und methodisches Vorgehensweise	32
1.3.1 Der Anspruch des Ethnotourismus als Problemfeld	32
1.3.2 Fragestellung	33
A. Deutsche Akteure des Ethnotourismus in Marokko	33
B. Deutsche Ethnotouristen in Marokko	33
C. Lokale Akteure im marokkanischen Ethnotourismus	34
1.3.3 Methodische Vorgehensweise	35

Verzeichnis der Anhänge	217
Anhang 1: Die Darstellung Marokkos in Reisekatalogen deutscher Reiseveranstalter	217
Anhang 1.1: Die Darstellung Marokkos in Reisekatalogen deutscher Badereisenveranstalter	217
Anhang 1.2: Die Darstellung Marokkos in Reisekatalogen deutscher Studienreisenveranstalter	220
Anhang 1.3: Die Darstellung Marokkos in Reisekatalogen deutscher Erlebnisreisenveranstalter	223
Anhang 2: Die standardisierten Streckenführungen deutscher Studienreisenanbieter in Marokko	228
Anhang 3: Das Ausflugsprogramm des Reiseveranstalters TUI für Badetourismus in Agadir	229
Anhang 4: Das Ausflugsprogramm des Reiseveranstalters Thomas Cook für Badetouristen in Agadir	230
Anhang 5: Erhebungsbogen für die Befragung deutscher Bade- und Studienreisetouristen in Marokko	231
Anhang 6: Ergebnisse der Touristenbefragung	234
Anhang 6.1: Soziale Merkmale deutscher Bade- und Studienreisetouristen in Marokko	234
Anhang 6.2: Verwendete Informationsmedien für die Reisevorbereitung	234
Anhang 6.3: Ausflugsverhalte deutscher Badetouristen in Agadir	235
Anhang 7: Soziale Merkmale deutscher Bade- und Studienreisetouristen in Marokko	236
Anhang 7.1: Touristische Vorstellungen über allgemeine kulturelle Aspekte der Araber	236
Anhang 7.2: Touristische Vorstellungen über das ökonomische Alltagsleben der Araber	237
Anhang 7.3: Touristische Vorstellungen über das soziale Alltagsleben der Araber	237
Anhang 7.4: Das touristische Menschenbild der Araber (Teil 1)	238
Anhang 7.5: Das touristische Menschenbild der Araber (Teil 2)	239
Anhang 7.6: Touristische Vorstellungen zu der Lebensweise der Araber	240
Anhang 7.7: Touristische Vorstellungen zum Lebens- und Naturraum der Araber	240
Anhang 8: Die Einschätzung einzelner Aspekte der Berber seitens der Touristen	241
Anhang 9: Die Standorte der Souvenirhändler	242
Anhang 9.1: Die Standorte der Souvenirhändler im Touristenkomplex „Stadtzentrum“ von Agadir	242
Anhang 9.2: Die Standorte der Souvenirhändler in Ouarzazate	242
Anhang 9.1: Die Standorte der Souvenirhändler in Aït Ben Haddou	243
Anhang 10: Leitfaden für die Befragung der Souvenirhändler	244

3.4.2	Aspekte des Berberbildes von Bade- und Studienreisenden	138
3.4.2.1	Allgemeine kulturelle Aspekte der Berber	139
3.4.2.2	Das ökonomische Alltagsleben der Berber	141
3.4.2.3	Das soziale Alltagsleben der Berber	142
3.4.2.4	Menschenbilder über Berber	144
3.4.2.5	Die Charaktereigenschaften der Berber	145
3.4.2.6	Lebensweise der Berber	148
3.4.2.7	Lebensraum der Berber	148
3.4.2.8	Assoziationen zum Naturraum der Berber	150
3.4.3	Der stereotype touristische Blick auf die Berber	151
3.4.4	Einflussgrößen auf das touristische Berberbild	153
3.4.4.1	Die Reiseart als Einflussgröße: Berberbilder von Bade- und Studienreisenden	153
3.4.4.2	Die Beschäftigungsintensität mit dem Urlaubsland als Einflussgröße auf das touristische Berberbild	154
3.4.4.3	Die Berberdarstellungen touristischer Medien als Einflussgröße auf das touristische Berberbild	160
3.4.4.4	Die touristische Sicht auf die Araber als Einflussgröße auf das touristische Berberbild	162
3.5	Das touristische Berberbild und die Wahrnehmung der Ethnotouristen	168
	Deutsche Bade- und Studienreisende als Ethnotouristen in Marokko	168
	Der touristische Blick auf die Berber in Marokko	169
	Reisen bildet – Klischees bleiben	170
	Ethnotouristen auf der Suche nach dem Edlen Wilden	171
Kapitel 4:	Die Inszenierung der Berber im Souvenirhandel	172
4.1	Souvenirs – die materielle Kultur des Tourismus	172
4.1.1	Auswirkungen des Tourismus auf das Kunsthandwerk	173
4.1.2	Touristen als Souvenirkäufer	174
4.1.3	Die Rolle der Souvenirverkäufer	175
4.1.4	Souvenirhändler als Kulturvermittler und –nutzer?	177
4.1.5	Methodische Schritte der Befragung der Souvenirhändler	177
4.1.5.1	Auswahl der untersuchten Orte	177
4.1.5.2	Untersuchungsmethode und -ablauf	178
4.1.5.3	Sonderfall Agadir	179
4.2	Die Szenerie des Souvenirhandels	179
4.2.1	Die räumliche Verteilung der Souvenirläden in den Untersuchungsorten	179

4.2.1.1	Der Souvenirhandel in Agadir	179
4.2.1.2	Der Souvenirhandel in Ouarzazate	181
4.2.1.3	Der Souvenirhandel in Aït Ben Haddou	181
4.2.2	Das äußere Erscheinungsbild der Souvenirläden	182
4.2.3	Das Souvenirangebot	184
4.3	Die Sicht der Basaristen auf die Touristen	186
4.3.1	Die Andenkenvorlieben der Touristen	186
4.3.2	Die Gründe für den Kauf von Souvenirs	187
4.3.3	Die Reisemotive der Touristen	188
4.4	Die Bedeutung der Kultur der Berber im Souvenirhandel	189
4.4.1	Die touristische Nachfrage nach berberischen Souvenirs	189
4.4.2	Die Auswirkung der Attraktivität berberischer Andenken auf den Souvenir- verkauf	190
4.4.3	Die Werbewirksamkeit des Etiketts „Berber“	192
4.5	Die Interaktion zwischen Basaristen und Touristen – Verkaufen mit kulturellen Hinweisen auf die Berber	193
4.5.1	Die Ansprache der Touristen	193
4.5.2	Das Verkaufsgespräch	194
4.6	Die Inszenierung der Berber im Souvenirhandel	195
4.6.1	Die Stilmittel der Inszenierung	195
4.6.2	Das touristische Berberbild als Grundlage der Inszenierung	197
 Kapitel 5: Ethnotourismus – Reisen zwischen inszenierter und realer Kultur- begegnung		199
5.1	Die Grenzen der Kulturbegegnung im Ethnotourismus	199
5.1.1	Die Grenzen „intensiver“ Kulturbegegnungen im Ethnotourismus	199
5.1.2	Die Grenzen „authentischer“ Kulturbegegnungen im Ethnotourismus	200
5.2	Der Ethnotourismus als Wechselspiel der Stereotype	201
5.3	Die Realität der Kulturbegegnung im Ethnotourismus	202
 <i>Zusammenfassung:</i> Ethnotourismus in Marokko. Touristische Präsentation, Wahrnehmung und Inszenierung der Berber		203
<i>Abstract:</i> Ethnic tourism in Morocco. Touristic presentation, perception and scening of the Berbers		205
<i>Résumé:</i> Ethno-tourisme au Maroc. Présentation, perception et mise en scène touristiques des Berbères		206
Literaturverzeichnis		208

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Die Verbreitung der berberischen Sprachen in Marokko	21
Abbildung 2: Das Verbreitungsgebiet der berberophonen Bevölkerung in Nordafrika	24
Abbildung 3: Ein Beispiel für die Darstellung der Berber aus dem ADAC-Reiseführer	46
Abbildung 4: Beispiel für die werbewirksame Präsentation Marokkos in einem Reise- katalog	77
Abbildung 5: Assoziationen zu Marokko von Bade- und Studienreisenden	133
Abbildung 6: Assoziationen zu den Berbern von Bade- und Studienreisenden	152
Abbildung 7: Assoziationen zu den Arabern von Bade- und Studienreisenden	164
Abbildung 8: Vergleich der touristischen Assoziationen zu den Berbern und Arabern	166

Verzeichnis der Fotos:

Foto 1: Eine aus Stampflehm errichtete <i>Kasbah</i> in Imiter/Südmarokko	26
Foto 2: Berberfrauen tanzen den <i>Ahouach</i> während eines <i>Moussem</i> (Regionalfest)	29
Foto 3: Berberfrau mit Gesichtstätowierung in Boumalne du Dadès	30
Foto 4: Einkaufspassagen für Souvenirs im Touristenkomplex in Agadir	180
Foto 5: Der Supermarkt <i>Uniprix</i> – Haupteinkaufszentrum von Souvenirs in Agadir	180
Foto 6: Die Souvenirläden in Ouarzazate gegenüber der <i>Kasbah</i> von Taourirt	182
Foto 7: Das äußere Erscheinungsbild einiger Souvenirläden in Ouarzazate	183
Foto 8: Typische Andenken in Aït Ben Haddou	185
Foto 9: Der <i>Palais Berbère</i> weist Touristen auf seine berberischen Souvenirs hin	196
Foto 10: Reale Emotionen bei einer inszenierten Kulturbegegnung des Ethnotourismus	203

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Verfügbare Marokko-Reiseführer des deutschen Buchhandels im Jahre 2003	43
Tabelle 2: Inhaltliche Schwerpunkte der Berberdarstellung in Marokko-Reiseführern	68
Tabelle 3: Überblick über die untersuchten Marokko-Reisekataloge deutscher Reisever- anstalter	76
Tabelle 4: Allgemeine Aussagen zum Urlaubsland Marokko in Reisekatalogen (Teil 1)	79
Tabelle 5: Allgemeine Aussagen zum Urlaubsland Marokko in Reisekatalogen (Teil 2)	81
Tabelle 6: Aussagen zur marokkanischen Kultur in deutschen Reisekatalogen (Teil 1)	84
Tabelle 7: Aussagen zur marokkanischen Kultur in deutschen Reisekatalogen (Teil 2)	85
Tabelle 8: Aussagen zur marokkanischen Natur in deutschen Reisekatalogen (Teil 1)	87
Tabelle 9: Aussagen zur marokkanischen Natur in deutschen Reisekatalogen (Teil 2)	88

Tabelle 10: Aussagen zur marokkanischen Natur in deutschen Reisekatalogen (Teil 3)	90
Tabelle 11: Aussagen zur marokkanischen Natur in deutschen Reisekatalogen (Teil 4)	91
Tabelle 12: Aussagen zu den marokkanischen Berbern in deutschen Reisekatalogen (Teil 1)	93
Tabelle 13: Aussagen zu den marokkanischen Berbern in deutschen Reisekatalogen (Teil 2)	94
Tabelle 14: Aussagen zu den marokkanischen Berbern in deutschen Reisekatalogen (Teil 3)	95
Tabelle 15: Reisemotive deutscher Touristen in Marokko	115
Tabelle 16: Touristische Vorstellungen über allgemeine kulturelle Aspekte der Berber	140
Tabelle 17: Touristische Vorstellungen über das ökonomische Alltagsleben der Berber	141
Tabelle 18: Touristische Vorstellungen über das soziale Alltagsleben der Berber	143
Tabelle 19: Das touristische Menschenbild über Berber	145
Tabelle 20: Touristische Vorstellungen zu den Charaktereigenschaften der Berber	146
Tabelle 21: Touristische Vorstellungen zu der Lebensweise der Berber	147
Tabelle 22: Touristische Vorstellungen zum Lebensraum der Berber	149
Tabelle 23: Touristische Vorstellungen zum Naturraum der Berber	150
Tabelle 24: Auswirkung der Beschäftigungsintensität mit dem Urlaubsland auf das Berberbild von Badetouristen	156

Verzeichnis der Textkästen

Textkasten1: Reiseführertypologien	42
Textkasten 2: Der „Edle Wilde“	72
Textkasten 3: Der Orient	80
Textkasten 4: Stereotype und Images im Tourismus	131