

Titel der Arbeit: Scharfsinnig ist das Auge des Gastes. Auswirkungen des Tourismusbooms auf das Fremd- und Selbstbild Islands.

Wissenschaftliche Betreuer: Prof. Dr. Ralph Tuchtenhagen und Prof. Dr. Janke Klok

Abstract Deutsch

Um ein Land touristisch zu vermarkten muss ein Bild geschaffen werden, welches das ganze Land repräsentiert und gleichzeitig von anderen Destinationen abgrenzt. In der Vermarktung werden einzelne Aspekte der Identität eines Landes hervorgehoben und zu einem oft idealisierten Gesamtbild verwoben. Seit 2010 hat sich die Zahl der Touristen in Island vervierfacht. Ob und wie sich das Fremd- und Selbstbild Islands durch den Anstieg der Besucherzahlen verändert, stellt die zentrale Frage dieser Arbeit dar. Zur Untersuchung der Frage werden relevante wissenschaftliche Studien, Statistiken und Umfragen, sowie verschiedene Strategiepapiere für den Tourismus in Island verwendet. Die Ergebnisse zeigen vor allem die Vielfältigkeit der Thematik und geben Anregungen für weiterführende Untersuchungen. Der Tourismusboom hat zu einer größeren Bekanntheit Islands beigetragen. Die Erschaffung oder Festigung eines Islandbildes kann vielleicht als die größte Auswirkung bezeichnet werden. Dem Naturschutz wird, aufgrund der zentralen Rolle der Natur für das Fremd- und Selbstbild Islands, große Bedeutung zugemessen. Die Themen dieser Arbeit stellen wichtige Aspekte für zukünftige Strategien in der Tourismusplanung in Island dar.

Abstract Englisch

To promote a country as a touristic destination, it is necessary to create an image that represents the country as a whole and at the same time distinguishes it from other destinations. In order to form this image, certain aspects of the identity of the country are chosen to shape an often idealised, overall picture. In Iceland, the number of foreign visitors has quadrupled within the past seven years. If and how this increase of visitor numbers affects the self- and public image of Iceland is the central question of this paper. In order to investigate this, relevant studies, statistics and surveys, as well as strategic papers for the development of tourism in Iceland are being used. The results from these materials illustrate the variety of the topic and provide a foundation for further research. The tourism boom has generally contributed to making Iceland more known. The creation and fortification of an Icelandic image could be described as the biggest effect of the tourism boom. Because of the significance of nature for Iceland's self- and public image, its preservation is of great importance. The topics of this paper are essential aspects of future strategies for planning tourism in Iceland.