

Inhalt

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	7
1. Einleitung	9
1.1 Problemstellung, Relevanz und Ziel der Studie	11
1.2 Forschungsstand und thematische Eingrenzung	14
1.3 Aufbau der Studie	15
2. Methodische Herangehensweise	17
2.1 Literaturrecherche	17
2.2 Qualitative Forschungsansätze	17
2.2.1 Leitfadeninterviews	18
2.2.2 Datenauswertung	20
2.3 Angaben zu den Interviewpartner*innen	21
2.4 Social-Media-Plattformen	23
2.4.1 Instagram	23
2.4.2 Instagrammability	25
3. Theoretischer Rahmen	29
3.1 Faszination Fremde	29
3.1.1 Einführung in Saids Orientalismus	31
3.1.2 Die Exotisierung des <i>Orients</i>	34
3.2 Imaginäre Geografien, touristische Imaginationen	37
3.3 Die Frage nach der Authentizität	39
3.4 Balis Bild im Wandel der Zeit	42
3.4.1 Das europäische Bild Bali in der Kolonialzeit	43
3.4.2 Ein Paradies wird künstlich erschaffen	47
4. Ergebnisse und Diskussion	53
4.1 Darstellungen von Bali in den Sozialen Medien	53

4.2	Tourismus auf Bali: Was zieht an?	61
4.2.1	Zugänglichkeit	61
4.2.2	Freizeitaktivitäten	65
4.2.3	Urlaub zwischen Luxus und <i>Exotik</i>	67
4.3	Touristische Imaginationen und Erfahrungen	69
4.3.1	Authentizität Sozialer Medien	78
4.3.2	Einflüsse Sozialer Medien auf Reiseerwartungen und -erfahrungen	82
5.	Fazit und Ausblick	85
	Literaturverzeichnis	89
	Anhang	97