

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Einleitung</b>	<b>9</b>
<i>1) Erlebnistourismus am Strand von Palma de Mallorca</i>	<i>15</i>
<i>1.1) Die Putzfraueninsel Mallorca - Vom Tourismus zum Massentourismus</i>	<i>17</i>
<i>1.2) Tourismuskritik</i>	<i>22</i>
<i>1.3) Von der Bierstraße zur Schinkenstraße</i>	<i>23</i>
<i>1.3.1) „Balneario 6“ („Ballermann 6“)</i>	<i>24</i>
<i>1.3.2) „Köpi“ und „Don Antonio“</i>	<i>28</i>
<i>1.3.3) „Das Deutsche Eck“</i>	<i>30</i>
<i>1.3.4) „Et Dömsche“ (ehem. „Almrausch“)</i>	<i>31</i>
<i>1.3.5) „Bamboleo“</i>	<i>32</i>
<i>1.3.6) „Bierkönig“</i>	<i>34</i>
<i>1.3.8) „Paradies“</i>	<i>38</i>
<i>1.3.9) „Riu Palace“</i>	<i>39</i>
<i>1.3.10) „Megapark“</i>	<i>41</i>
<b>2) Erlebnishunger am Ballermann</b>	<b>43</b>
<i>2.1) Das Massenvergnügen „Ballermann“</i>	<i>44</i>
<i>2.1.1) Das „Partysubjekt“</i>	<i>46</i>
<i>2.2) Der Party-Tempel: „Megapark“</i>	<i>50</i>
<i>2.3) Was ist eigentlich eine „Party“?</i>	<i>53</i>
<i>2.4) Was ist eigentlich ein „Fest“?</i>	<i>54</i>
<i>2.5) Was ist eigentlich eine „Feier“?</i>	<i>59</i>
<i>2.6) Was ist eigentlich ein „Spiel“?</i>	<i>61</i>

2.7)	<i>Was ist eigentlich ein „Ritual“?</i>	63
2.8)	<i>Zusammenfassung: „Feste feiern“</i>	64
<b>3)</b>	<b>Das soziale Phänomen „Ballermann“</b>	<b>69</b>
3.1)	<i>Der Ballermann als Spiel</i>	69
3.2)	<i>Der Ballermann als Ritual</i>	75
3.3)	<i>Der Ballermann als Fest</i>	81
3.4)	<i>Der Ballermann als Feier</i>	86
3.5)	<i>Zusammenfassung: Der Ballermann als gemeinschaftskonstituierendes Fest</i>	89
<b>4)</b>	<b>Die Marke „Ballermann“</b>	<b>93</b>
4.1)	<i>Die Vision der Marke „Ballermann“</i>	96
4.1.1)	<i>Vision</i>	96
4.1.2)	<i>Leitbild</i>	97
4.1.3)	<i>Leitsätze und Motto</i>	98
4.2)	<i>Corporate Behaviour</i>	99
4.3)	<i>Corporate Communication</i>	101
4.4)	<i>Corporate Design.</i>	103
4.5)	<i>Zusammenfassung: Die Marke Ballermann inszeniert Gemeinschaft als Erlebnis</i>	106
<b>5)</b>	<b>Was ist denn nun der „Ballermann“?</b>	<b>111</b>

## **Quellenverzeichnis** **113**

<i>a) Bücher/ Zeitschriftenartikel</i>	<i>113</i>
<i>b) Onlinepublikationen und -medien</i>	<i>117</i>
<i>c) Zeitschriften</i>	<i>119</i>
<i>d) Musik</i>	<i>119</i>
<i>e) Filme</i>	<i>120</i>

## **Anlagen** **123**

<i>Anlage 1: Pressemitteilung 21.11.2008</i>	<i>123</i>
<i>Anlage 2: Homepage (<a href="http://www.ballermann.de">www.ballermann.de</a>) [Stand 02.10.2011]</i>	<i>124</i>
<i>Anlage 3: Pressemitteilung 20.09.2009</i>	<i>125</i>
<i>Anlage 4: Schriftlicher Fragenkatalog</i>	<i>126</i>
<i>Anlage 5: Produkte der Markenfamilie: „Ballermann Kurztrips“</i>	<i>128</i>