

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
1. Tourismus.....	10
1.1. Tourismus und Ethnologie.....	10
1.2. Tourismuskritik	12
1.3. Alternative Ansätze.....	14
1.3.1. Nachhaltigkeit und Partizipation	17
1.3.2. Community Based Tourism (CBT)	21
2. Wissenstheoretische Grundlagen	29
2.1. Wissenssoziologische Grundlagen	30
2.2. Lokales Wissen.....	31
2.3. Kommunikation von Informationen	34
2.4. Bedingende Faktoren für die Diffusion von Innovationen.....	37
3. Einführung in die Region und Forschungsgegenstand	40
3.1. Tourismus in Indonesien und der Region Yogyakarta	40
3.2. Forschungsstand zu Tourismus in Yogyakarta und der Desa Wisata ...	43
4. Das Forschungsfeld.....	49
4.1. Das Tourismusdorf Ketingan	49
4.2. Das Tourismusdorf Sambi	51
5. Die Feldforschung	56
5.1. Der Rahmen der Forschung.....	56
5.2. Die Suche nach dem Feld und die Rolle der Forscher	58
5.3. Methoden der Datenerhebung und Auswertung	61
6. Akteure und Strukturen des Community Based Tourism in Yogyakarta	64
6.1. Die Organisationsstrukturen in den Tourismusdörfern.....	64
6.2. Staatliche, universitäre und private Akteure.....	66

7. Projektrelevantes Wissen der lokalen Bevölkerung	69
7.1. Wissen über touristische Potenziale	69
7.2. Die Verteilung und Aneignung von Wissen	73
7.3. Motivationen zur Partizipation am CBT-Projekt.....	77
7.4. Zwischenfazit	80
8. Orte und Situationen des Wissenstransfer	82
8.1. Schulungen und Trainings für die TourismUSDörfer	82
8.1.1. Spezielle Trainings und Schulungen in Ketingan	82
8.1.2. Inhalte der Tourismusschulungen	83
8.1.3. Faktoren des Wissenstransfers durch Tourismusschulungen	86
8.1.4. Meinungen über die Inhalte der Tourismusschulungen	87
8.1.5. Zwischenfazit.....	89
8.2. Vergleichsstudien und das Kommunikationsforum	90
8.2.1. Vergleichsstudien	91
8.2.2. Das Kommunikationsforum der TourismUSDörfer (FKDW) ...	91
8.2.3. Zwischenfazit.....	92
8.3. Der Wissenstransfer innerhalb der TourismUSDörfer.....	93
8.3.1. Zwischenfazit.....	96
8.4. Schlüsselpersonen für die Entwicklung der TourismUSDörfer	97
8.4.1. Bu Suryantoro, Unternehmerin und Change Agent.....	98
8.4.2. Pak Sumantri, ehemaliges Dorfoberhaupt u. Opinion Leader	100
8.4.3. Mas Destha, Wissenschaftler und Change Agent.....	102
8.4.4. Zwischenfazit.....	104
9. Zusammenfassung und Ausblick.....	107
Quellenverzeichnis	111
Anhang.....	133
Glossar	133
Profile und Werbung der TourismUSDörfer.....	134