

Inhalt

Danksagung	9
1 Einleitung	11
1.1 Touristische Themenstraßen im Kontext kulturwissenschaftlicher Tourismusforschung	17
1.2 Aufbau und Kontexte der Arbeit	27
1.2.1 Raum – Straße – Erzählung	28
1.2.2 Vereine im Verein: Grundelemente einer Themenstraße	32
1.2.3 Populäre Erzählungen in der Praxis von Tourismus und Tourismusmarketing	36
1.3 Quellen und Methoden	41
1.3.1 Zugang zum Feld	43
2 Zwischen Vereinswesen und Marktwirtschaft: Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte der Deutschen Märchenstraße 1975–2005	49
2.1 Märchenhafte Mindscapes und die Implementierung der Idee	57
2.1.1 Märchenhafte Mindscapes in Russland	58

2.1.2	Vorbild Romantische Straße	63
2.1.3	Die Initiierung des romantischen Nervenstranges im Norden	70
2.1.4	Gründungsakte	73
2.1.5	Warum die Prinzessin eine Fee ist – Die Märchenstraße als eine Form der Allmende	77
2.1.6	Organisatorische Struktur der Märchenstraße	84
2.1.7	Finanzierung	87
2.1.8	Das inhaltliche Konzept der Märchenstraße	91
2.2	Vereinskultur und Marketing (1975–1989)	111
2.2.1	Vereinskultur	111
2.2.2	Marketing	121
2.2.3	Konfigurernde Kartographien – Die Ausschilderung der Route	141
2.2.4	Destination auf Reisen – Die Eroberung des ausländischen Tourismusmarktes	146
2.2.5	Der Beitritt Hamelns und die Umbenennung der Märchenstraße	171
2.2.6	Fischers Vermächtnis	178
2.3	Vom Projekt zum Produkt (1990–1997)	181
2.3.1	Der Produktbegriff im Kontext gewachsener Realitäten	189
2.3.2	Professionalisiertes Innen- und Außenmarketing	193
2.3.3	»Praktizierte Einheit im touristischen Wirken« – Die Märchenstraße und die Wiedervereinigung	210
2.3.4	Die europäische Märchenstraße – Eine verworfene Destination	217
2.4	Zwischen Privatisierung und Heritage-Ifizierung (1997–2006)	223
2.4.1	Informelle Vereinskultur	230
2.4.2	Föderalismusantrag	236
2.4.3	Die Eroberung des chinesischen Reisemarktes	241
2.4.4	Aller guten Dinge sind drei – Umstrukturierungsschritte der Märchenstraße	251
2.4.5	Die Deutsche Märchenstraße als Jubilarin und Gegenstand metakultureller Operation	277
2.5	Zusammenfassung	288

3	Märchenhafte Lebenswelten: Mitgliedsorte und Märchenstraßenaktivisten	297
3.1	Sagenhaft (Hameln)	303
3.1.1	Traditionslinien I – Die Hamelner Bürgerschaft, von Poesie und Patriotismus ergriffen	307
3.1.2	Traditionslinien II – Die Inszenierung der Tradition der Tradition	315
3.1.3	Klassisches Ehrenamt: Das Rattenfängerfreilichtspiel	325
3.1.4	Neues Ehrenamt und die Reflexivität touristischer Performanzen – Das Musical RATS	346
3.1.5	Zusammenfassung	359
3.2	»... mal ehrlich« (Bodenwerder)	360
3.2.1	Lebenslinien	362
3.2.2	Dreimal Münchhausen	363
3.2.3	Der »bessere Münchhausen«	367
3.2.4	»Dem Baron nicht verfallen, aber wohlwollend zugeneigt« – Lokale Münchhausenforschung	376
3.2.5	Museumsfreunde	379
3.2.6	Re-Lokalisierungstrategien oder »Die Münchhausen-Methode«	383
3.2.7	Praktizierte Re-Lokalisierung. Zwei Initiativen	392
3.2.8	Touristische Verdichtungen und Abstraktionen	402
3.2.9	Zusammenfassung	404
3.3	Rotkäppchenland (Neukirchen)	407
3.3.1	Rotkäppchen	411
3.3.2	Das Märchenhaus und seine Fundamente	418
3.3.3	Märchenvisionen und mentalitätsbedingte Hindernisse	425
3.3.4	»Und erst durch die Grünbergs hat das so einen richtigen Schliff gegeben«	429
3.3.5	Hintergründe: Kurgeschichte und der Zusammenbruch	435
3.3.6	»Pro Neukirchen e.V.«	440
3.3.7	Zusammenfassung	442
3.4	Märchenwald (Reinhardswald)	445
3.4.1	»Die Perle der Deutschen Märchenstraße«: Ein altes Landschaftsnarrativ...	447
3.4.2	...neu erzählt von Ritter Dietrich vom Reinhardswald	454
3.4.3	Multidimensionale Verortungen: Präsentationsstrategien des Waldes	458
3.4.4	Selbstverwirklichung, Wahrnehmung und Reflexivität	464

3.4.5. Zusammenfassung	468
3.4.6 Ausblick: Das Schatzhaus der europäischen Wälder	469
4 Schlussbetrachtung	471
5 Quellen- und Literaturverzeichnis	487
5.1 Primärquellen	489
5.1.1 Ethnographische Dokumente	489
5.1.2 Geschäftsakten und Dokumente der Arbeitsgemeinschaft Deutsche Märchenstraße (chronologisch)	492
5.1.3 Broschüren	496
5.1.4 Zeitungen/Zeitschriften	497
5.1.5 Quellen aus dem Stadtarchiv Hameln	498
5.2 Literaturverzeichnis	499