



Dormischenschloss Sababurg im nordhessischen Reinhardswald
Foto: Marc-Oliver Schulz

Märchen, Tourismus, Lebenswelt

Ein Forschungsprojekt des Instituts für Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie

Regina Bendix · Dorothee Hemme

**Höhenflüge
und wie es dazu kam**

Noch 1992 flog Münchhausen alias Adolf Hahn von einem Helikopter getragen auf einer »Kanonenkugel« über Bodenwerders Bismarckturm zum alljährlichen Lichterfest. Die Flugkatastrophe in Ramstein setzte diesem Abenteuer des Lügenbarons ein Ende – das Luftfahrtbundesamt verbietet seither sämtliche fliegerischen Aktionen bei Großanlässen. Adolf Hahn, der bereits seit 1980 als Münchhausen in der kleinen Wesergemeinde Bodenwerder auftritt, bedauert das. Gleich anderen Repräsentanten der Deutschen Märchenstraße hat er seine Figur auf Veranstaltungen und Messen im In- und Ausland dargestellt. Für eine Japanreise hat er das von ihm verfasste und vertonte Münchhausenlied auf Japanisch eingeübt, und auch von einer Petersburgreise ist ihm noch eine Strophe in Russisch in Erinnerung geblieben. Adolf Hahn, gelernter Bauschlosser, ist einer von Vielen, die ihr Talent, ihre Organisationskraft oder einfach ihren Enthusiasmus in das Unternehmen Deutsche Märchenstraße stecken.

Die Deutsche Märchenstraße ist seit Juli 2003 Thema eines Forschungsprojektes am Institut für Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie der Georg-August-Universität. Im Vordergrund des Projektes »Märchenhafte Lebenswelten« steht das Interesse an den lokalen Akteuren und Akteurinnen, die das touristische Angebot der Deutschen Märchenstraße inszenieren. Welchen Stellenwert haben die zahllosen märchenhaften Aktivitäten, die alljährlich sorgfältig geplant und beworben werden, im Alltag dieser Menschen? Welche Spuren hat diese Form von Kulturtourismus im Lauf von nahezu dreißig Jahren in den beteiligten Gemeinden im Sinne einer Nachhaltigkeit hinterlassen? Den breiteren Hintergrund unserer Untersuchung

bildet das theoretische Interesse an der Schnittstelle von Kultur, Landschaft und Tourismus im europäischen Raum.

**Die Tourismusstraßen als
Forschungsgegenstand**

Die kulturtouristische Reiseroute Märchenstraße, die sich geographisch von Hanau, dem Geburtsort der Brüder Jacob Grimm (1785-1863) und Wilhelm Grimm (1786-1859), bis nach Bremen, dem Schauplatz der Sage von den Bremer Stadtmusikanten schlängelt, wurde Mitte der 1970er Jahre von dem damaligen hessischen Landrat Herbert Günther initiiert. Die touristisch wenig genutzten Landschaften Hessens, Niedersachsens und Ostwestfalens, in denen die Brüder Grimm und die Zuträger ihrer Märchen- und Sagensammlungen gelebt hatten, sollten durch die Route aufgewertet werden. Bereits seit den 1950er Jahren waren einige mit Grimmschen Märchen verbundene Lokalitäten ausgebaut worden. Die Sababurg im nordhessischen Reinhardswald war restauriert und als Hotel Dornröschenschloss Sababurg wieder eröffnet worden. In Bremke nahe Göttingen war aus den Ruinen eines alten Gemäuers eine Waldbühne für Märchenspiele einer Laientheatergruppe entstanden.

Unterstützt von der Deutschen Zentrale für Tourismus erfolgte nach zweijähriger Planung 1975 die Gründung der »Arbeitsgemeinschaft Deutsche Märchenstraße«. Vierzig Städte, Gemeinden und Landkreise schlossen sich damals zusammen. (Inzwischen sind es 65.) Eine in Kassel eingerichtete Geschäftsstelle betreibt unter dem Label des als Herz ausgeformten Kopfes einer lächelnden Fee die Vermarktung der märchenhaften Angebote ihrer Mitgliedsorte. Farbprospekte und Veranstaltungskalender, regelmäßige Präsentationen auf Messen und in Reisemagazinen haben die Straße inzwischen in

Europa, den USA und Asien bekannt gemacht. Die Märchenstraße dient auch als Ideengeber für andere Märchenprojekte bis hin nach Japan.

Projekt Märchenhafte Lebenswelten

Touristische Straßen gibt es in ganz Europa. Ob einem Architekturstil wie der Renaissance oder dem Fachwerk gewidmet, einem agrikulturellen Produkt wie dem niedersächsischen Spargel oder einer widerständischen Bewegung wie den Katharen in den französischen Pyrenäen – die gezielte Aufbereitung einer Straße in eine thematisch vereinheitlichte Reiseroute hat im Tourismusgewerbe Tradition. Hand in Hand mit dem seit dem frühen 20. Jahrhundert langsam vom Elite- zum Massenvergnügen wachsenden Tourismus entwickelten sich Reiseangebote für Autoreisende, die Landschaften und ganze Länder motorisiert »erwanderten«. Trotz der recht großen Anzahl solcher Routen gibt es kaum Studien zu ihrer Nutzung und erst recht nicht dazu, wie die Menschen in Orten entlang solcher Straßen – nicht nur Anbieter, son-

dern auch Mitbürger – diese Nutzung ihrer Lebenswelt samt Bauwerken, Landschaften und Geschichten verarbeiten.

Tourismus hat sich über einen Zeitraum von gut 200 Jahren zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor in Europa entwickelt. Nachdem der Tourismus für einige Alpenorte schon um 1800 große wirtschaftliche Veränderungen brachte, war er seit Mitte des 19. Jahrhunderts nicht mehr aufzuhalten. Als Massenphänomen gilt das touristische Reisen seit den 1920er Jahren, zum Globalphänomen wurde es nach dem Zweiten Weltkrieg, als sich sowohl das Tourismusgewerbe wie auch die Touristen weltweit fast explosionsartig vervielfachten und differenzierten. Die Kulturanthropologie hat sich diesem Thema anfänglich nur zögerlich angenähert; manche der ersten Arbeiten sparten nicht mit Kritik am Phänomen Tourismus und seinem zersetzenden Einfluss auf »intakte« Kulturen. Dass »intakte« Kulturen eine Fiktion aus der Theorie des 19. Jahrhunderts sind und dass vielmehr steter Kulturkontakt schon seit Jahrhunderten die Ausprägung kultureller Muster mit-

formt, ist heute Grundlage kultur- anthropologischen Forschens. Inzwischen werden deshalb Tourismus, menschliche Mobilität und die Freizeitindustrie längst nicht mehr nur kritisch kommentiert. Die Sehnsüchte und neuen kulturellen Praxen rund um Reisen, Urlaub und Freizeit sind von dem Amerikaner Dean MacCannell als quintessenziell modern bezeichnet worden, und der Schwede Orvar Löfgren hat anhand des Begriffes »Urlaub« eine ganze Kulturgeschichte moderner und spätmoderner Befindlichkeit skizziert.

Unser Projekt »Märchenhafte Lebenswelten« setzt sich mit Fragen auseinander, die in der Forschung bisher eher in so genannten Entwicklungsländern angegangen worden sind, die aber auch im europäischen Bereich gestellt werden müssen. So ist zum Beispiel der Begriff Nachhaltigkeit gerade anhand ausgewählter Orte entlang der Märchenstraße erforschbar. Die Nachhaltigkeit einer kulturtouristischen Initiative ist ein Aspekt, der für europäische Reiseziele in der internationalen Tourismusforschung viel weniger betrachtet worden ist als

Die berühmte »Kamin-eiche« im Reinhardswald – Kulisse und Bestandteil vieler Führungen.
Foto:
Marc-Oliver Schulz



etwa für neue Ziele in wirtschaftlichen Entwicklungsgebieten. Die qualitativen Methoden der Kultur- anthropologie/Europäischen Ethnologie eignen sich insbesondere, um die sozialen und kulturellen Dimensionen von Nachhaltigkeit einer touristischen Innovation zu überprüfen, auch dies ein Bereich, den die Tourismusforschung weniger beleuchtet hat als etwa die Zufriedenheit und Befindlichkeit der Reisenden.

Beobachten, Interviewen, Zupacken: Ethnographie auf den Spuren von Märchenaktivisten

Die qualitative Erforschung eines fast 30 Jahre währenden touristischen Unternehmens, seiner Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte und seiner Auswirkungen auf die Lebenswelt seiner Akteure bedeutet ein Forschen auf

verschiedenen Ebenen. Auf der Basis der fachspezifischen ethnographischen Methoden – Interview und teilnehmende Beobachtung – entwickelt sich ein Netzwerk von Beziehungen zu Bezugspersonen des touristischen Unternehmens. Wir ethnographieren intensiv acht ausgewählte, vor allem niedersächsische Orte der Märchenstraße, um einen repräsentativen Querschnitt der unterschiedlichen Dimensionen und historischen Tiefen der Anbindung an das Tourismusstraßenkonzept zu dokumentieren und vergleichen zu können. Mit unserem methodischen Instrumentarium erstellen wir eine so genannte »dichte Beschreibung« der Orte und Menschen, die das analytische Fundament der Studie bildet. Für unsere qualitativen Erhebungen arbeiten wir



Drei Tanzmädchen-Darstellerinnen des Hamelner Rattenfänger-Freilichtspiels
Foto: Dorothee Hemme

Das Göttinger Institut für Kulturanthropologie / Europäische Ethnologie

(red.) Im Jahr 2003 hat sich das Seminar für Volkskunde an der Universität Göttingen in Institut für Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie (KA/EE) umbenannt. Die Bezeichnung dokumentiert ein neues Verständnis der Volkskunde in Göttingen, das sich in den letzten Jahrzehnten ausgebildet hat und über den früheren, dem Nationalstaat verhafteten Fokus des Faches weit hinausgeht. Aktuell werden Forschungsfragen aufgegriffen, die die langfristigen Ziele einer Europäischen Ethnologie mittragen und in einem Spannungsfeld zwischen lokalem Schwerpunkt und europäischem Horizont angesiedelt sind. Forschungsprojekte werden historisch vergleichend und im europäischen Austausch angelegt, auch um dem wissenschaftlichen Nachwuchs eine Er-

weiterung der Perspektiven zu ermöglichen. Die das Fach kennzeichnenden Methoden und Herangehensweisen finden dabei Eingang: Bevorzugt werden Forschungsprojekte als qualitative Fallstudien angelegt, die mit empirischen Methoden sowohl der Feldforschung wie der historisch-archivarischen Forschung durchgeführt werden. Projekte von Studierenden realisieren sich in Ausstellungen, Buchpublikationen oder Filmen und beziehen so praxisrelevante Elemente in die Ausbildung ein.

Das Spektrum der Forschungsaktivitäten des Instituts spannt sich von innovativen Netzwerkanalysen der politischen Kultur im Esslingen des Vormärz durch Prof. Dr. Carola Lipp, biographischer Forschung zur Kindheit im Nationalsozialismus von Prof. Dr. Hei-

di Rosenbaum, einem geplanten Filmzyklus über Geschichte und Alltagspraxen in der Grenzregion Ostfrieslands durch Dr. Edmund Ballhaus bis zu der von Prof. Dr. Regina Bendix 2002 ausgerichteten Tagung zur gesellschaftlichen Verarbeitung terroristischer »Schläfer« im europäischen Vergleich oder dem Habilitationsprojekt von Dr. Tatjana Eggeling unter dem Titel »Homosexualität und Sport«. Außerdem werden Projekte verfolgt, die die Geschichte des eigenen Faches zum Inhalt haben. Die Diskussion um die Umbenennung des Göttinger Instituts gab hier den Anstoß für ein gerade anlaufendes Projekt, in dem über Zeitzeugen und Originaldokumente die paradigmatische Wende im Fachverständnis der frühen 1970er Jahre untersucht wird.



Auf einem Schulhof probt Friedrich Flügge mit seiner Laienspielgruppe für die Aufführung der Rattenfängersage. Foto: Dorothee Hemme

in diesen Orten sowohl mit den professionellen Touristikern als auch mit den Akteuren zusammen, zu denen Laiendarsteller ebenso gehören wie Museumsdirektoren, Gastwirte oder Schlossbesitzer. In der Forschungspraxis können diese Methoden unterschiedliche Formen annehmen. Aus teilnehmender Beobachtung von Freilichtspielen, Touristenführungen, märchenhaften Dorfessen, Planungssitzungen oder Messebesuchen wird gelegentlich auch ein zupackendes Beobachten, wenn etwa beim Besichtigen von Messeständen eine helfende Hand fehlt. Intensive Interviewgespräche werden oft ergänzt durch alltägliche Gespräche, wie sie sich beispielsweise während gemeinsamer Autofahrten oder während Kaffeepausen auf Veranstaltungen ergeben und die gerade wegen ihrer Beiläufigkeit wichtige Informationen über Meinungen und Befindlichkeiten enthalten. Mit dem gleichen Instrumentarium untersuchen wir die übergreifende Institution der Geschäftsstelle der Arbeitsgemeinschaft Deutsche Märchenstraße.

Der zeitliche Ablauf der auf den Zeitraum von einem Jahr angelegten teilnehmenden Beobachtungen wird vom Veranstaltungskalender und den Messeterminen der Märchenstraße strukturiert. Das Projekt hat inzwischen knapp 40 Veranstaltungen unterschiedlichster Art begleitet,

schriftliche Protokolle angefertigt und rund 20 Interviews transkribiert. Ein weiterer Bestandteil der Dokumentation sind Digitalfotografien, die uns als visuelles Notizbuch dienen. Die Methoden ethnographischer Dokumentation versuchen, das Spezifische einzelner Orte entlang der Märchenstraße herauszuarbeiten. Dabei wird gleichzeitig die internationale Dimension beachtet, beispielsweise in Bezug auf die Instrumentalisierung von Kultur durch »Events« oder den zunehmenden Erlebnistourismus.

Auf institutioneller Ebene arbeitet die Geschäftsstelle der Märchenstraße in vielfältiger Weise mit den Tourismusbüros und Fremdenverkehrsvereinen ihrer Mitgliedsorte zusammen und agiert bundesweit. So vermarktet sich die Märchenstraße nach außen. Was der Reisende entlang der Route erleben kann, wird jedoch hauptsächlich durch lokale Akteure kreiert. In Hameln zum Beispiel wird die Sage vom Rattenfänger während des Sommers gleich an zwei Tagen in der Woche auf einer Freilichtbühne aufgeführt, einmal in Form eines klassischen Theaterstückes, einmal in der moderneren Form eines Musicals. Friedrich Flügge, Oberstudienrat im Ruhestand, beispielsweise verzichtet seit 1954 auf seinen Sommerurlaub, um mit seiner Schar von 120 Hamelner Schülern und Bürgern Urlaubern jeden Sonntag die theatrale Umsetzung der Stadtsage zu präsentieren. Für diesen unermüdlichen Einsatz wurde er mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Aus persönlicher Sicht hat dem 83-Jährigen sein Engagement eine gute Gesundheit und Rüstigkeit erhalten.

Bei der Ethnographie der Märchenstraße lohnt sich auch ein aufmerksamer Blick in die Landschaft, deren Erscheinungsbild durch die touristische Vermarktung in unterschiedlichem Maß, jedoch deutlich wahrnehmbar,

geprägt ist. Im Zentrum Hamelns gibt es kaum eine Gasse, in der man nicht an die sagenhafte Vergangenheit der Stadt erinnert wird, sei es durch auf die Pflastersteine gemalten Ratten, durch figurative Brunnen oder die bei allen Bäckern erhältlichen Salzteigratten. Landschaften wie der Reinhardswald tragen Teile ihrer sagenumwobenen Vergangenheit dezenter durch drei große hölzerne Statuen von Riesinnen zur Schau, die hoch in den Himmel ragen. Solche Objekte laden die Urlauber in die Welt der Imaginarien ein, indem sie dazu beitragen, die unsichtbaren kulturellen Phänomene sichtbar zu machen. Gemeinsam mit Veranstaltungen und Werbeprospekten verbinden sie die Städte, Gemeinden und Landschaften durch eine sinnstiftende Geschichte. Sie formen aus den in der Region verwurzelten Märchen, Sagen und Geschichten ein touristisch vermarktbare Produkt und vertiefen für manche »Einheimische« die Einbindung in die dermaßen ästhetisch und performativ gesteigerte eigene Kultur.

Akten, Prospekte, Zeitungen: Archivalien als Komponenten von Geschichte und Wandel

Die Märchenstraße hat eine ansehnliche Menge unterschiedlicher papierner Quellen hervorgebracht, die das Forschungsprojekt zur Rekonstruktion ihrer Entwicklungsgeschichte ergänzend heranzieht. Korrespondenzen in der Geschäftsstelle und den Tourismusbüros erhellen Kooperationsformen mit anderen Institutionen und zeugen von vergangenen Projekten. Alte Veranstaltungskalender berichten über Aktivitäten und geben Aufschluss darüber, welche Formen von Veranstaltungen und Aufführungen sich traditionalisiert und weiterverbreitet haben und welche mangels Erfolg aufgegeben wurden. Details lassen sich durch die Auswertung von Zeitungsquellen

ergründen. Zeitungsrecherchen in den Pressearchiven der Tourismusbüros erhellen auch, wie die touristische Straße im Ausland rezipiert wurde.

Während vor zehn Jahren noch eine naiv anmutende Kreidezeichnung vom gestiefelten Kater die Informationsbroschüre der Märchenstraße zierte, setzte man in den letzten Jahren auf ein fotografisches Konterfei der alljährlich von Göttinger Bürgern zum Gänseliesel gekürten jungen Frau vor dem gleichnamigen Brunnen. Werbeprospekte der Geschäfts-

stelle und auch der Mitgliedsorte lassen erkennen, mit welcher Bildersprache versucht wurde, die touristischen Zielgruppen im In- und Ausland zu erreichen und wie sich das Werbevokabular im Laufe von 30 Jahren verändert, verfestigt, modernisiert oder stereotypisiert hat.

Tourismus, Innovation und Nachhaltigkeit – erste Ergebnisse

Wie bei allen thematischen Tourismusstraßen handelt es sich bei der Deutschen Märchenstraße um

eine wirtschaftlich motivierte Innovation, deren Erfolg und Erhalt jedoch fast gänzlich auf der Initiative und Imagination lokaler, häufig ehrenamtlich tätiger Märchenanimateure der unterschiedlichsten Prägung aufbaut. Zu den wirtschaftlichen Interessen gesellen sich weitere Bereiche, die Menschen motivieren, sich für ein Unternehmen einzusetzen: Freude am Erzählen, Glaube an die Verwachsenheit von Erzählgut mit Landschaft, Ortsgeschichte und der Wunsch, sie in einem größeren Rahmen bekannt zu machen (denn wer wusste schon, dass Freiherr von Münchhausen in Bodenwerder wohnte?), Spaß am Verkleiden und Theaterspielen, Verantwortungsgefühl für die Gemeinde und deren Wohlergehen.

Aufbauend auf einer soliden anfänglichen Planung und getragen vom Enthusiasmus verschiedener gut gestellter Persönlichkeiten und Institutionen, haben sich Orte unterschiedlichster Größe von Hanau bis Bremen dem mit spärlichen Mitteln in Kassel koordinierten Unternehmen Deutsche Märchenstraße angeschlossen. Nicht alle Gemeinden sind dabei geblieben, viele andere hinzugekommen.

Aus rein wirtschaftlicher Perspektive würden die Erträge entlang der Märchenstraße mit Ausnahme weniger Orte wohl als eher bescheiden, wenn auch konstant betrachtet, wobei im Auge zu behalten ist, dass Tourismus in den betreffenden Regionen im Vergleich zu Meer- und Hochgebirgslandschaften von Beginn an eine schwierige Ausgangsposition hatte. Aus kulturanthropologischer Sicht dagegen lassen sich die freiwilligen Theatergruppen, die Initiativen zum Aufbau oder der Restauration von Märchenlokalitäten und die besonderen Märchenfestlichkeiten als nachhaltige Entwicklungen erkennen: Biographien werden wesentlich vom Einsatz rund um die Märchenstraße gestaltet, die gemein-

Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore (SIEF)

(red.) Seit ihrer Gründung im Jahr 1964 verfolgt die Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore SIEF (Internationale Gesellschaft für Ethnologie und Folklore) das Ziel, die weit verzweigten Ansätze in den Ethnologien europäischer Nationalstaaten zu bündeln und ein Forum für den Dialog und die Zusammenarbeit zu bieten. Die rund 350 Mitglieder der SIEF sind Wissenschaftler aus Nord-, Zentral- und Osteuropa sowie den Britischen Inseln und den USA, die ihre unterschiedlich geprägten ethnologischen Blickwinkel und Fragestellungen einbringen. Die Spannweite der europäischen Ethnologien ist dabei groß: So wird beispielsweise in Slowenien nach wie vor traditionelle alpine Kultur dokumentiert, aber gleichzeitig auch postmoderne Kulturtheorie nach amerikanischem Vorbild betrieben, im Baltikum wird Lied- und Erzählgut erfasst, während in Schweden die theoretische Reflektion der Alltagskultur im Mittelpunkt steht und die Problematik von Einwanderung und Multikulturalität seit längerem einen Forschungsschwerpunkt bildet.

Seit drei Jahren agiert die SIEF unter Göttinger Leitung, nachdem die Kulturanthropologin Prof. Dr. Regina Bendix im April 2001 zur Präsidentin der Gesellschaft gewählt wurde. Mit ihren Vorstandskollegen unter anderem aus den Niederlanden, Norwegen, Portugal und Großbritannien hat sie den 8. Kongress der Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore vorbereitet, der im April 2004 in Marseille (Frankreich) gemeinsam mit der Association d'Anthropologie Méditerranéenne (ADAM) stattfand. Getagt wurde zu dem Themenkomplex »Unter Anderen: Konflikt und Begegnung in Europa und im Mediterranen Raum«. Das Spektrum der vorgestellten Forschungsprojekte zeigte, so Prof. Bendix, dass sich die Fragestellung des Kongresses in jedem europäischen Staat und in jeder Grenzregion in Geschichte und Gegenwart nachvollziehen ließ. Die Wissenschaftler diskutierten unter anderem über die Vermischung religiöser Praxen, die Nutzung von Raum unter neuen politischen Bedingungen, Gewalt in Erinnerung und Gegenwart, touristische Begegnungen und die Problematik interkultureller und transnationaler Ehen und Liebesbeziehungen. Die europaweiten Kongresse der SIEF werden alle drei bis fünf Jahre ausgerichtet, in den Jahren dazwischen finden kleinere Arbeitstagungen statt.

same Arbeit sowie der erhebliche und jahrelange persönliche Einsatz wirken sich auf das breitere Gemeindeleben aus, und bisweilen rückt das einstige Ziel – den Tourismus vor Ort zu fördern – in den Hintergrund. Nachhaltigkeit darf, so der kritische Beitrag unseres Faches zur internationalen Tourismusentwicklung und -forschung, nicht allein auf ökonomische Faktoren bezogen werden. Gerade an dieser Stelle wird sich, so ist zu vermuten, das Spannungsfeld zwischen lokalem Tourismusangebot und neuen, europaweiten Wirtschaftsförderungsstrukturen bemerkbar machen. Denn während aus der Tourismusbranche der Druck wächst, stets Neues zu entwickeln und damit dem Verbraucher ein altes Reiseziel neu schmackhaft zu machen, können auf lokaler Ebene touristische Innovationen zu kulturellen Ankerpunkten werden, die für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleich »Traditionen« eine eigene Wertigkeit angenommen haben und die man nicht so schnell für eine neue Vermarktungsstrategie aufgeben möchte. Umso bedenklicher ist es, dokumentieren zu müssen, wie ein sich über mehrere Bundesländer erstreckendes Unternehmen wie die Deutsche Märchenstraße stets neu um die Anerkennung der zentralen Tourismusverantwortlichen ringen muss. Während das Unternehmen bis weit in die 1980er Jahre noch als idealer Anziehungspunkt für Mitteldeutschland betrachtet wurde, schieben sich heute, wie dies bei einem schnell pulsierenden Wirtschaftszweig wie dem Tourismus nicht anders zu erwarten ist, neue thematische Ideen und Reisemodalitäten ins Terrain. Die Koordinationsstelle kämpft mit schwindenden Mitteln um neue Märkte, während die Märchenaktivisten im Angesicht neuer Generationen von Reiselustigen nach wie vor auf eines bauen: die Faszination des Märchens. ◀

In summer 2003, the Institute for Cultural Anthropology/European Ethnology at Georg-August-Universität Göttingen initiated the research project »Fairytale Lifeworlds: Thematic Tourist Productions and their Impact on Everyday Life in Lower Saxony«. In the course of the 20th century, tourism has grown to be an important economic and thus employment sector world wide. Cultural anthropology brings to the study of tourist phenomena qualitative methods geared to document and understand the motivations and experiences of tourists, but also the impact of tourism on those who work in touristic settings. The German Fairytale Street was founded in 1975 with the goal of making visible and graspable the world of folktales and legends that had been collected by the Brothers Jacob and Wilhelm Grimm and others in the early 19th century. Although they are, as narratives, an intangible part of German heritage, the Grimms' collections are to many inscribed on the landscape. The Fairytale Street – which stretches from the Grimms' birthplace Hanau through Hessa

and Lower Saxony all the way to Bremen, utilizes this spacial imaginary area. Forty communities belong to this touristic street, offering special attractions such as plays, festivities, special exhibits and readings related to fairy tales, legends and individuals connected with their collection from spring through fall. The Göttingen project seeks to uncover the backstage of these productions. Documentation of local rehearsals and performances and, in particular, interviews with performers and local organizers uncover the ways in which these tourist productions are enmeshed with local lifeworlds and individual biographies. An examination of the archival holdings of the coordinating office, interviews with early organizers and tourist promoters, as well as participant observation at regional and national tourist fairs provide insight into the complex negotiation between local interests and needs and the pressures of the European and international tourist trade. A special emphasis of the project is the question of social and cultural vis-à-vis economic sustainability. ■



Prof. Dr. Regina Bendix, Jahrgang 1958, studierte Volkskunde, Kulturanthropologie und Germanistik an den Universitäten in Zürich (Schweiz), Berkeley und Bloomington (USA), an der sie 1987 mit einer Studie zu den Tellspielen in der Schweiz promovierte. Sie unterrichtete an verschiedenen Hochschulen in den USA sowie in Basel (Schweiz) und Wien (Österreich). Von 1993 bis 2001 war sie an der University of Pennsylvania in Philadelphia tätig. 2001 erfolgte der Ruf an die Universität Göttingen. Prof. Bendix war Fellow am Institute of Advanced Studies in Princeton sowie Guggenheim-Stipendiatin. Seit 2001 ist sie Präsidentin der Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore (SIEF).



Dorothee Hemme, Jahrgang 1972, studierte Volkskunde, Kunstgeschichte und Ethnologie sowie Germanistik und Geschichte an der Universität Göttingen. Nach ihrem Masterexamen war sie 2002 Volontärin im Freilichtmuseum Cloppenburg. Sie arbeitete in verschiedenen Ausstellungsprojekten und war Projekt-Mitarbeiterin der Zentralen Studienberatung der Universität Göttingen. Seit 2003 ist sie Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsprojekt »Märchenhafte Lebenswelten«.



Göttingen erleben

Wissenschaft

Internationalität

Kultur

Flair



Göttingen

Stadt, die Wissen schafft

www.goettingen-tourismus.de