

C GESELLSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

CE ANTHROPOLOGIE; VÖLKER- UND VOLKSKUNDE

Personale Informationsmittel

Brüder GRIMM

Kinder- und Hausmärchen

Populäre Rezeption, Tourismus-Marketing und folkloristische Formen des Brüder-Grimm-Gedenkens

AUFSATZSAMMLUNG

- 11-2** ***Zwischen Identität und Image*** : die Popularität der Brüder Grimm in Hessen / hrsg. von der Hessischen Vereinigung für Volkskunde durch Harm-Peer Zimmermann. - Marburg : Jonas-Verlag, 2009. - 595 S. : Ill., graph. Darst. ; 23 cm. - (Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung ; N.F. 44/45). - ISBN 978-3-89445-414-2 : EUR 50.00
[#0768]

2005 wurden die Kasseler Handexemplare der ***Kinder- und Hausmärchen*** als eines von neun Dokumenten in Deutschland in die Liste des Weltdokumentenerbes der Unesco aufgenommen. „The Memory of the World Programme ... campaigns to raise awareness of the documentary heritage, to alert governments, the general public, business and commerce to preservation needs, and to raise funds”.¹ Das Hessische Wissenschaftsministerium kam der darin enthaltenen Aufforderung nach und bildete eine Arbeitsgruppe, „um das Kasseler Welterbe und andere Grimm-Stätten in Hessen noch mehr publik zu machen und das Bundesland Hessen als ‘Land der Brüder Grimm’ zu profilieren“ (S. 13). Das Institut für Europäische Ethnologie der Universität Marburg wurde in diesem Rahmen beauftragt, grundlegende Informationen über die Popularität der Brüder Grimm in Hessen einzuholen. „Nicht also die professionelle und wissenschaftliche Grimm-Rezeption ... stand zur Bestandsaufnahme an, sondern ausdrücklich und systematisch die bislang wenig erforschte populäre, folkloristische und auch kommerzielle Seite der Grimm-Resonanz“ (S. 14). Die Ergebnisse der Recherche sind in dem hier anzuzeigenden Band vereinigt. Die Präsentation des Materials umfaßte zudem eine Ausstellung in Marburg einschließlich Katalog und ein

¹ Vgl. General guidelines to safeguard documentary heritage / prepared for UNESCO by Ray Edmondson
<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001256/125837e.pdf> [2011-03-31].

Begleitprogramm mit Vorträgen, Tagungen, Theateraufführungen und weiteren Veranstaltungen, das sich bis zum Herbst 2009 hinzog.²

Es handelt sich um ein jüngeres und überwiegend weibliches Team: Elf der 16 Mitarbeiter sind Frauen. Alle Beteiligten haben - mit Ausnahme von zwei Damen - ihr Geburtsjahr zu Protokoll gegeben; neun von ihnen waren während der Arbeit an diesem Sammelband unter 40 Jahren, fünf älter. Die Jüngste der Autoren ist Nicole Nieraad (Jahrgang 1982), Nestor der Japaner ist Toshio Ozawa (Jahrgang 1930), einer der Großen Alten Männer der Erzählforschung, mit einer knappen Übersicht *Grimm in Japan* (S. 456 - 464). Durch Yun-Young Choi ist auch die koreanische Germanistik vertreten, was dem Präsidenten der Universität Marburg in seinem Grußwort Gelegenheit gibt, auf die „weit reichende nationale und internationale Vernetzung des Marburger Instituts für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft“ hinzuweisen (S. 10).³ Der Anteil der in Hessen Beschäftigten oder daher Stammenden macht fast zwei Drittel der Beteiligten aus. An das Unesco-Programm anschließend, beschäftigte sich die Projektgruppe einerseits mit der Geschichte der Grimm-Popularität seit dem 19. Jahrhundert, andererseits mit den aktuellen Strategien des Tourismus-Marketing und verwandten, folkloristischen Formen des Grimm-Gedenkens. Zimmermann erläutert in diesem Zusammenhang ausführlich, daß das Selbstverständnis der volkskundlichen Forschung heute keine Abwertung kommerzieller Nutzungen kultureller Phänomene mehr zulasse, wie banal sie auch immer erscheinen mögen.

In zwei Aufsätzen erläutert der Herausgeber die Vorgaben der Unesco, insbesondere die Stellung des Unesco-Projects „Memory of the World“ zu Fragen der Popularisierung und Kommerzialisierung. Das Problem ist Teil auch der deutschen aktuellen Diskussion. Die Unesco-Richtlinien erlauben die touristische Auswertung des Kulturguts, ohne daß das Verhältnis der drei beteiligten Kräfte (*Memory, Markt und Medien*) zu Ende erörtert worden wäre. Immerhin legt das Grundlagenpapier auch fest, daß ein Welterbe kein freies Spekulationsobjekt ist; „der öffentliche und kommerzielle Markt darum herum ist keine Freihandelszone, sondern ein kulturprotektionistisch geregelter Bereich“ (S. 548). Die ausführliche Analyse des Papiers zeigt, daß in

² **Grimmskrams & Märchending** : [anlässlich der Ausstellung "Grimmskrams & Märchending. Die Popularität der Brüder Grimm und Ihrer Märchen" in Marburg im Unteren Rathaussaal, dem Haus der Romantik und der Brüder Grimm-Stube, 12. Dezember 2008 bis 6. Februar 2009 ; eine Ausstellung des Instituts für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft der Philipps-Universität Marburg] / hrsg. von Julia Franke und Harm P. Zimmermann. [In Zusammenarbeit mit dem Kulturamt der Stadt Marburg und dem Haus der Romantik]. - Berlin : Panama-Verlag, 2008. - 159 S. : Ill., Kt. ; 23 cm. - ISBN 978-3-938714-06-5 : EUR 14.80.

³ Empfindet noch ein Leser, 15 Jahre nach Einführung der „Rechtschreibreform“, die leise Komik dieser in zwei Wörtern geschriebenen „weit reichenden“ Vernetzung? Durch die Isolierung der Verbform „reichend“ wird die durch die Zusammenschreibung bewirkte Abstraktheit der Formel aufgehoben und die „Vernetzung“ zu einem quasi lebenden Etwas, das mit Spinnenbeinen bis in den Fernen Osten reicht ...

diesem Bereich aber im Grunde alles offen geblieben ist. Zimmermann formuliert das so positiv wie möglich, aber es wären wohl auch andere Wertungen denkbar: Die Unesco-Richtlinien sind formuliert „als bewußt ungelöstes (weil unlösbares) und bewußt gewolltes Spannungsgefüge, aufgrund dessen ein komplexer und differenzierter Welterbeschutz überhaupt erst möglich wird. Die Pluralität der Werte und Normen gilt als Garant für eine optimale Ausbalancierung aller Interessen an einem Kulturerbe“ (S. 568). Daß eine Fülle offener Fragen bleibt, deren Lösung, läßt sich vermuten, wohl durch eine rücksichtslose Praxis erzwungen werden wird, deutet Zimmermann in seinen Überlegungen *Second Hand World?*“ an (S. 572 - 591). Er setzt sich mit der Kritik am Unesco-Weltkulturerbeprogramm auseinander, stellt dabei die kulturtheoretischen Aspekte in den Vordergrund und nimmt insbesondere zu der deutsch-österreichischen Diskussion und zu der Heritage-Kritikerin Barbara Kirshenblatt-Gimblett Stellung. Zugrunde legt Zimmermann Gedanken Friedrich Nietzsches aus dem Essay *Vom Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben* aus den **Unzeitgemäßen Betrachtungen** (1873 - 1874), die aktuelle Erwägungen vorweggenommen haben. Der Aufsatz, als eine Art Fazit des in diesem Band dokumentierten Projekts angelegt, bleibt im Offenen und kann das schwierige Problem der Trivialisierung der Hochkultur nur anreißen.

Zunächst geht es um das Hanauer Grimm-Denkmal (*Das Brüder-Grimm-Denkmal in Hanau* / Richard Schaffer-Hartmann, S. 27 - 51; *Von Grimm war wenig die Rede* / Welf-Gerrit Otto, S. 52 - 119). Schaffer-Hartmann berichtet anhand überlieferter Akten und unter Hinzuziehung der Literatur mit aller Sorgfalt über die Errichtung des Grimm-Denkmal auf dem Neustädter Markt in Hanau. Die Vorgeschichte des 1896 eingeweihten, mit sechseinhalb Meter Höhe „kolossalen Standbildes“ geht wenigstens bis auf den Beginn der 1880er Jahre zurück. Die Ausschreibung führte zu mehreren konkurrierenden Modellen, von denen der Leser sich durch Fotos ein Bild machen kann. Nach einigen Streitigkeiten wurde - auf den Rat Herman Grimms hin - der mit dem dritten Preis ausgezeichnete Entwurf des Münchner Akademieprofessors Syrius Eberle umgesetzt. Feierlichkeiten um das Hanauer Grimm-Denkmal stehen im Zentrum des zweiten Aufsatzes. Sie werden als Spiegel einer sich verändernden Gesellschaft gesehen und durch Kaiserreich, Weimarer Republik, Nationalsozialismus und Bundesrepublik verfolgt, denn „in einem Denkmal nehmen politische, religiöse, kulturelle Bewußtseinszustände der jeweiligen Zeit geradezu materielle Gestalt an“ (S. 56). Der 1863 verstorbene Jacob Grimm hatte über die dem Entwurf zugrundeliegende Daguerrotypie von Hermann Biow (1847) geschrieben: „Nun sitzt Wilhelm da im Stuhl wie ein kranker und ich habe das Ansehen eines herangerufenen Hausverwalters ...“ Aber auch die Feierlichkeiten, die in den folgenden hundert Jahren am Denkmal der Brüder zelebriert wurden, hätten ihn kaum befriedigt. „Die Veranstaltungen dienen ... der Stabilisierung und Legitimation politischer, nationaler und lokaler Identitäten sowie handfester ökonomischer Interessen. Die Grimms jedenfalls werden nur marginal ge-

ehrt ...“ (S. 57).⁴ Die Grimm-Gedenkfeiern in Hanau, kaiser- und reichsverherrlichende Feste, werden ausführlich dargestellt und erläutert; die Analyse der Feierlichkeiten zur Einweihung des „Nationaldenkmals“ 1896 bildet den Mittelpunkt der Darstellung. Für die NS-Zeit werden beispielhaft die Feierlichkeiten zum 150. Geburtstag Jacob Grimms 1935 und die Gaukulturwoche 1939 zergliedert, der Anteil der Blut-und-Boden-Ideologie an der Grimm-Verehrung des Dritten Reiches besonders hervorgehoben. Die Brüder wurden über diese Brücke zu Wegbereitern des Nationalsozialismus gemodelt. Otto hebt besonders den Anteil Wilhelm Schoofs an dieser Einschätzung hervor (S.80 und passim). 1945 wird mit diesen Vorstellungen gebrochen; „nicht zuletzt aus Gründen des Tourismus und des Stadtmarketings macht sich auch in Hanau und insbesondere seit den 1960er Jahren ein eher populäres, an Unterhaltung Amusement und Event orientiertes Grimm-Gedenken breit“ (S. 85). Die Brüder werden in dieser Phase auf das Märchensammeln reduziert, ihre politische und wissenschaftliche Bedeutung ausgeklammert. In den folgernden Jahren wird das Grimm-Gedenken zum „erlebnisorientierten Veranstaltungsbetrieb“ umgeformt (S. 94). Die „Eventisierung“ wird 1975 mit Einrichtung der am Nationaldenkmal beginnenden „Deutschen Märchenstraße“ für den Erlebnistourismus institutionalisiert. Erst mit den Feierlichkeiten zum 200. Geburtstag der Brüder 1985 - 1986 erfolgt eine Rückbesinnung auf ihre demokratischen und politischen Vorstellungen. Das Resümee (S. 105 - 109) faßt die Denkmalerzählungen und die mit ihnen verbundenen öffentlichen Bewußtseinsinhalte überzeugend zu einer Entwicklung zusammen, in der sich die geistige Situation Hanaus, Hessens und Deutschlands spiegelt. – Die Vereinnahmung der Brüder in der NS-Zeit untersucht Melanie Meyer anhand der hessenbezogenen Literatur (*Die größten Söhne des Hessenlandes*, S. 171 - 185) mit besonderem Blick auf den auch noch nach 1945 publizierenden NS-Autor Wilhelm Schoof. -- Otto beschäftigt sich anschließend mit Otto Ubbelohde⁵ (1867 - 1922), dessen Illustrationen untrennbar mit den **KHM** verbunden sind und ihren hessischen Charakter geprägt haben (*Entrückte Orte*, S. 120 - 170). „Hessen ist vor allem auch deshalb das Land der Brüder Grimm beziehungsweise ihrer Märchen, weil Ubbelohdes Illustrationen diesen Eindruck begründet und nachhaltig im öffentlichen Bewußtsein weiter Bevölkerungskreise verankert haben. Ubbelohde hat also zweifellos einen Erinnerungsraum erfunden beziehungsweise mit seinen Märchenillustrationen konstruiert“ (S. 132). Entscheidend gegenüber früheren, in phantastischer Andersartigkeit verharrenden Illustrationen sind Ubbelohdes Darstellungen diesseitig, nüchtern und geradezu unkindlich und vor allem deutlich verortet. Der

⁴ S.58, Anm.28: Die zweite Zeile des Verses von Felix Dahn ist sicherlich verderbt und muß wohl lauten „Hat an ihm selbst sich ...“ statt „Hat an ihm sich selbst ...“. Leider zitiert Otto aus zweiter Hand.

⁵ Vgl. **Es war einmal ...** : Bibliographisches zum Leben und zu den Illustrationen von Otto Ubbelohde / von Philip Peter Schmidt. - 2., erw. und erg. Aufl. - Berlin : Stapp, 1997. - 127, XIII S. : Ill. ; 20 cm. - ISBN 3-87776-711-7 : DM 28.00 [4366] . - Rez.: **IFB 99-1/4-259**

Aufsatz enthält eine Liste der nachgewiesenen realen Vorbilder von Ubbe-
lohdes *KHM*-Illustrationen (S. 135) und mehrere vergleichende Abbildun-
gen. Neuere Kunstwissenschaftler widersprechen dem allgemeinen Urteil,
Ubbelohde sei Heimatmaler gewesen, und weisen auf das Fehlen heimat-
tümelnder Elemente in seinem Werk hin. Die populäre Ubbelohde-Rezep-
tion bleibt jedoch an die Region geklammert. In der NS-Zeit wird Ubbelohde
„wie viele andere, darunter die Brüder Jacob und Wilhelm Grimm, postmor-
tal und ungefragt für nationalsozialistische Propagandazwecke mißbraucht“
(S. 141).⁶ 1945 wurden die *KHM* in der britischen Besatzungszone verbo-
ten, zu der Hessen jedoch nicht gehörte. Das Verbot hielt nicht lange stand,
sondern wurde durch eine Neuinterpretation im Sinne eines demokratischen
Humanismus ersetzt. Ab 1985 wird Ubbelohde weniger eng, aber überwie-
gend tourismusorientiert interpretiert. Besonders fruchtbar erwies sich der
erfolgreiche Ansatz, seine Bildquellen in der Landschaft zu verorten. In der
Folgezeit häufen sich Beispiele für tourismusorientierte Grimm- und Ubbel-
lohde-Veranstaltungen und Ausstellungen, „durchaus als eine Form der Po-
pularkultur zu begreifen“ (S. 154). Das zwiespältige Verhältnis von Touris-
mus und Landschaftsschutz schildert wiederum Welf-Gerrit Otto anhand des
Wirbels um eine Frau-Holle-Figur im Naturschutzgebiet des Hohen Meiß-
ners (*Das Superweib vom Märchenteich*, S. 426 - 455).

Einen einfallsreichen Ansatz entwickelt Kerstin Pfriem (*Öffentliche Benen-
nungen nach den Brüdern Grimm in Hessen: Straßen und Schulen*, S. 186 -
203). Die Erkundung von Straßen und Schulen, die den Namen Grimm tra-
gen, erforderte einen beträchtlichen Aufwand. Pfriem hat sich auf die
Grimm-Ortschaften Hanau, Steinau an der Straße, Marburg und Kassel be-
schränkt. Die Ergebnisse sind durch Skizzen veranschaulicht worden. Die
erste Grimm-Straße erhielt ihren Namen zwischen 1870 und 1876 (Hanau),
die ersten Schulen 1938 (Hanau und Kassel). Die Mehrzahl der Straßenben-
ennungen fand im Zusammenhang mit politischen Umbrüchen statt: nach
1933 und 1945. Schulbenennungen fielen hingegen in Jahre relativer Stabi-
lität: Ende der 1930er und zu Beginn der 1950er Jahre. Das Ergebnis wird
den Leser nicht überraschen: „Im Nationalsozialismus wurden die Brüder
Grimm in das vorherrschende politische Weltanschauungsbild eingepaßt.
Nach 1945 hingegen beruft man sich auf die liberalen Seiten der Brüder
Grimm; seit den 1980er werden sie als Vordenker von Demokratie, Toleranz
und Weltoffenheit gewürdigt“ (S. 199).

Das Schwergewicht des Bandes liegt, entsprechend dem dokumentierten
Projekt, auf touristischen Veranstaltungen. Mit 132 Seiten ist Nicole Nie-
raads Darstellung *Märchen-Spaß und Grimms-Krams. Die ‚Marke Grimm‘
im hessischen Kultur- und Tourismusmarketing* der umfangreichste Aufsatz
und nimmt mehr als ein Fünftel des Bandes ein (S. 257 - 389). Märchen
können, wie die Autorin erklärt, aufgrund ihrer Universalität sowie ihrer

⁶ Die zitierte erste Strophe des Hessenliedes (S. 144) entspricht nicht dem Gedicht
von Carl Preser, wie Anm. 108 angibt, sondern einer von der Hessischen Landes-
regierung sozusagen ex officio veröffentlichten Version. Die letzte Zeile lautet im
Original: „Grüß' Gott dich, mein liebes Land Hessen!“ Vgl.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Hessenlied> [2011-04-13].

Raum- und Zeitlosigkeit den verschiedensten Motivationen untergeordnet und angepaßt werden (S. 257). Eine Weisheit, zu der Max Lüthi ihr hätte verhelfen können; sie zitiert aber dazu eine **National Geographic**-Reportage aus dem Internet. Die „interpretierende Bestandsaufnahme“ erfolgt vermittelt eines „vertiefenden Blicks“ auf die jeweiligen folkloristischen Darbietungen, auf die dahinter stehenden touristischen Interessen und Konzepte, auf Bürgerbeteiligung und Bürgerakzeptanz. Ermittelt werden soll unter anderem das jeweilige Märchenverständnis, „das von der ökonomischen und unterhaltenden über gemeinschaftsfördernde bis hin zu pädagogisch-esoterischen und künstlerischen Zugangsweisen zum Märchentema reichen kann“ (S. 259). Die Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung wird daraufhin geprüft, „ob diese Imagepflege auch ein identifikatorisches Moment anbietet“. Die herangezogenen Quellen sind vielfältig und umfassen Selbstdarstellungsmaterialien der beteiligten Institutionen, die zugehörigen Marketing- und Tourismuskonzepte, statistische Daten, schließlich Interviews mit den Kultur- und Tourismusverantwortlichen der jeweiligen Kommunen und die teilnehmende Beobachtung der entsprechenden Veranstaltungen. Die touristische Vermarktung des Märchenbooms in Hessen nutzt die Grimms und ihre Märchen als „emotionales Markendach“, unter dem verschiedenste Initiativen zusammengefaßt werden können. Behandelt werden der „Steinauer Märchenonntag“, die Stadt Alsfeld als „Rotkäppchenstadt“, der Familien-Erlebnispark Ziegenhagen und die „Schauenburger Märchenwache“. Nieraad möchte zum Schluß „an den untersuchten Märchenmarketingstrategien ein aktuelles öffentliches Märchenbild“ ablesen: „So setzt sich dieses allem Anschein nach vor allem zusammen aus sentimental-nostalgischen Sehnsüchten nach Vergangenheit, Kindheit, Unschuld, heiler Welt, aus Sehnsüchten nach Werten und emotionaler Tiefe.“ Ein Bild, das wohlgemerkt nicht aus der Meinung des Publikums, sondern aus der Betrachtung der Vermarktungsstrategien gewonnen wurde (S. 360). – In diesen Zusammenhang gehört auch der Aufsatz von Viola Schultze *Die Bedeutung der Märchen im 21. Jahrhundert am Beispiel der Brüder Grimm Märchenfestspiele Hanau* (S. 236 - 256). Schultze berichtet über Entstehung und Entwicklung der Märchenfestspiele sowie über eine Befragung von gut tausend Besuchern im Jahre 2005. Die ausführliche Auswertung der dabei gewonnenen Daten führt zu Ergebnissen, die kaum überraschen: daß etwa Märchen eine gesellschaftliche Bedeutung zugeschrieben wird; daß die traditionelle Märchenvermittlung in Form des Vorlesens an Bedeutung verliert; daß Märchen häufiger von Frauen als von Männern vorgelesen werden; und daß das mediale Angebot die Märchenrezeption der Kinder auch ohne Eltern zuläßt.

Nicht jeder Aufsatz läßt sich an dieser Stelle referieren. Erwähnen wir noch Dorothee Hemmes Darstellung der Deutschen Märchenstraße (S. 204 - 235). Geschildert werden die Organisationsstrukturen und Vermarktungsstrategien im Zusammenhang mit der seit 1975 propagierten „Deutschen Märchenstraße“ von Hanau nach Bremen, „um die Mechanismen ökonomischer Wertschöpfung mit dem Erbe der Brüder Grimm exemplarisch herauszuarbeiten und die Potentiale der Vereinsstruktur der Märchenstraße für

touristische Entwicklung näher zu beleuchten“. Die **KHM** seien ein Erzählstoff mit besonderen Qualitäten, führt die Autorin aus, weil sie „mit Übersetzungen in mehr als 160 Sprachen ein fast globales kulturelles Kapital darstellen“ (S. 207). Der Aufsatz entwickelt instruktiv und eindrucksvoll ein gutes Beispiel dafür, wie die volkskundliche Abwertung der Folklorisierung in wenigen Jahrzehnten – etwa seit Hans Moser 1962 – in ihr Gegenteil umgeschlagen ist.⁷ Die Folklore-Diskussion in der Volkskunde hat in diesem Aufsatz keine Spuren mehr hinterlassen. Dargestellt werden vielmehr die touristischen Ziele der „Märchenstraße“ und die Geschichte ihrer Vermarktung für das In- und Ausland, wobei das Schwergewicht auf den organisatorischen und verwaltungstechnischen Bemühungen liegt. Das für den unvoreingenommenen Leser eher erheiternde Fachvokabular der Autorin betont zusätzlich den Abstand dieses Aufsatzes zu anderen Beiträgen.⁸ Durch volkskundliche Professionalität zeichnet sich der Beitrag *Wem gehört „Sneewittchen“* von Bernhard Lauer aus (S. 390 - 425). Lauer, Leiter des Kasseler Brüder-Grimm-Museums, gibt Beispiele für die „Sneewittchen“-Rezeption, u.a. den vollständigen Text eines Bilderbuchs, das die Geschichte in die New Yorker High Society transponiert (S. 398 - 399),⁹ und schildert dann die touristische Nutzung seit Mitte der 1950er Jahre bis hin zum Rezept eines „Schneewittchen“-Kuchens aus Lohr am Main (S. 409). Er nennt eine Reihe lokaler Veröffentlichungen, die das Märchen geographisch verortet und in die Familiengeschichte adliger Häuser eingepaßt haben. Die regionale, fallweise internationale Aufmerksamkeit der Medien führte dann zur touristischen Aufrüstung der betroffenen Orte (Lohr am Main, Bergfreiheit im Kellerwald bei Bad Wildungen). Das Märchen gehöre heute allen denen, so Lauer, „die daraus eine neue Geschichte entwickeln und das Märchen so in neuen Strukturen und Bezügen weitererzählen“ (S. 422).

Dem Unbefangenen erscheint das Gros des Gebotenen wie eine oft an Zynismus streifende Darstellung der Manipulationsmöglichkeiten im Massentourismus. Da könnte ein längst außer Kurs geratenes Bändchen Lesern und Autoren behilflich sein, ihrem Pragmatismus Richtung und Farbe zu geben: ich meine Hans Naumanns **Grundzüge der deutschen Volkskunde** und bin gewärtig, als unzeitgemäß abqualifiziert zu werden: „Wenn wir nur dem Kino, dem Grammophon, der Operette und dem Warenhaus das Feld für diese angewandte und praktische Volkskunde überlassen, so können wir uns nicht wundern, wenn der Charakter des neueren Volksguts nicht be-

⁷ **Vom Folklorismus in unserer Zeit** / Hans Moser. // In: Zeitschrift für Volkskunde. - 58 (1962), 2, S. 177 - 209. - Dazu: **Der Folklorismus als das Forschungsproblem der Volkskunde** / Hans Moser. // In: Hessische Blätter für Volkskunde. - 55 (1964), S. 9 - 57.- Das Thema vergnüglich literarisch aufbereitet in: **Sonntags im Märchenwald** / Rolf Schroers. // In: **Akzente**. - 6 (1959), S. 556 - 558.

⁸ Das Aufstellen von Hinweisschildern auf touristische Sehenswürdigkeiten wird als *Be-Labelung* bezeichnet, was nicht nur ein besonders krasser Fall von Denglisch ist, sondern auch fachsprachlicher Esoterik schon ziemlich nahekommt (S. 216).

⁹ **Snow White in New York** / Fiona French. - Oxford [u.a.]: Oxford University Press. Pr., 1986. - [32] S. : überw. Ill.

sonders lieblich ist. Geschwunden ist es nicht, nur schlechter geworden; aber die Schuld daran trägt die Oberschicht“.¹⁰

Willi Höfig

QUELLE

Informationsmittel (IFB) : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

<http://ifb.bsz-bw.de/>

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz312189605rez-1.pdf>

¹⁰ **Grundzüge der deutschen Volkskunde** / Hans Naumann. - 2. Aufl.- Leipzig, 1929. - (Wissenschaft und Bildung ; 181), S. 11. - Korrekturen: S. 121, Z. 6: Statt „Arnims“ muß es „Arnim“ heißen; S. 433, Zeile 8: krakeelen (nicht krakelen); S. 442 fehlt Bild 9, von dem nur die Bildunterschrift vorhanden ist; S. 457, Zeile 20: Obihiro liegt auf der Insel Hokkaido (nicht Kokkaido); S. 467, drittletzte Zeile, letztes Wort des Grimm-Zitates: gelöscht (nicht gelöst).