

Die Rotkäppchenland-Legende

Tourismus-Marketing-Strategie auf dem Prüfstand

Von **Brunhilde Mieke**, Kirchheim-Gershausen



Als Souvenirartikel des Rotkäppchenlands wird eine wandelbare Märchenpuppe, die zugleich das Rotkäppchen, die Großmutter und den Wolf darstellt, angeboten. (Aufn. Mieke 2015)

Bereits am 23.9. und 2.10.08 war in der HZ zu lesen: „Die Schwalm und das Knüllgebirge sind die Heimat vom Rotkäppchen...“ Der Kreisanzeiger schrieb am 24.9.08: „Längst kein Geheimnis mehr: In der Schwalm und dem benachbarten Knüllgebirge ist das Rotkäppchen zu Hause...“.

Mittlerweile gibt es einen Rotkäppchenfahrradweg und Rotkäppchen ist seit Jahren in unserer Region nicht zuletzt immer wieder mal „leibhaftig“ sichtbar, ist also quasi hier „heimisch“ geworden. Ab Frühjahr 2016 wird es in Oberaula nun auch in Stein gehauen stehen... So ist es an der Zeit, nachzuvollziehen, wie es zu dieser Legendenbildung kam.

Erste Schritte

Um die Jahrtausendwende fühlten sich Gemeinden im Westen des Landkreises

Hersfeld-Rotenburg, allen voran Kirchheim, vom Tourismusservice Waldhessen nicht gut genug gemanagt und vertreten und traten so aus diesem Verband aus. Demzufolge streckte Bürgermeister Manfred Koch, Kirchheim, seine Fühler in Richtung Westen in die Region Schwalm-Knüll aus und fand bald im Oberaulaer Bürgermeister Karl-Heinz Vestweber einen Mitstreiter - weitere schlossen sich an. In der Region Schwalm-Knüll war man bereits in einer gewissen Findungsphase und suchte mit Beratung durch PROJECT M, einer Unternehmensberatung für die Tourismus- und Freizeitbranche aus Lüneburg, nach neuen Perspektiven - die diesbezüglichen Kosten hierfür wurden von EU-Mitteln und einem Eigenanteil der Kommunen gedeckt. Schließlich hatten sich die Bürgermeister der Region bereits seit 2006 zu einer Touristischen Arbeitsgemeinschaft (TAG) zusammengeschlossen. In diesem Kreis wurde wohl vom Beratungsbüro PROJECT M als Image-träger der Begriff „Rotkäppchenland“ vorgeschlagen - „... nimmt das Märchen, das ist ein emotionaler Träger.“ Nicht zuletzt meinte man in Anbetracht der

Schwälmer Mädchentracht, dass sich dieses Märchen hier doch gut festmachen, erden ließe... Als Vorsitzender und Sprecher der Lenkungsgruppe Rotkäppchenland war Karl-Heinz Vestweber, Bürgermeister der Gemeinde Oberaula, gewählt worden.

Erster Tourismustag

Um für das neue Marketing-Konzept auf breiterer Ebene zu werben, lud man am 16.4.2007 zu einem Ersten Tourismustag Rotkäppchenland nach Ziegenhain ein. Auf der Einladung schrieb man: „... durch die Berichterstattung in den regionalen Medien und ggf. Ihre Beteiligung am Urlaubskatalog sind Sie über die Initiative der 16 Städte und Gemeinden aus der Schwalm-Knüll Region, die sich zur Touristischen Arbeitsgemeinschaft Rotkäppchenland zusammengeschlossen haben, informiert. Ziel dieser Kooperation ist es, gemeinsam die Region langfristig unter dem Kernthema „Rotkäppchen“ auf dem touristischen Markt zu positionieren. Dies soll gemeinsam mit Ihnen, den touristischen Leistungsträgern und Dienstleistern im Rotkäppchenland, geschehen. Denn Sie sind unsere wichtigsten Partner in der



Ein taiwanesisches Fernsichteam machte im Seepark Kirchheim eine Reportage über das Rotkäppchenland. (Foto: Archiv Löwenberger, Kirchheim, 2008)



Pavillon des Kirchheimer Touristik-Service, wo einige Jahre lang die Geschäftsstelle des Rotkäppchenlands war. (Aufn. Englisch)

Entwicklung und Gestaltung der touristischen Angebote und Produktlinien. Um Sie umfassend über die Touristische Arbeitsgemeinschaft Rotkäppchenland und die geplanten Aktivitäten in diesem Jahr zu informieren und Ihnen vorzustellen, wie Sie sich mit Ihrem Angebot in die Arbeit einbringen können, laden wir Sie herzlich ein...“

Als Vorträge bot man folgende Referate an:

„Destinationsbildung in Hessen – Perspektiven für die TAG Rotkäppchenland“ (Referent: Herr Christian Schmidt, Leiter der Abteilung „Tourismus- und Kongressmarketing“ der HA Hessen Agentur GmbH, Wiesbaden)

„Märchen als touristisches Zugpferd – Perspektiven für ein erfolgreiches touristisches Marketing des Rotkäppchenlandes“ (Referent: Herr Benjamin Schäfer, Geschäftsführer der Deutschen Märchenstraße e. V., Kassel)

„Thematisierung einer Region: Heidiland – Eine Erfolgsgeschichte“ (Referent: Herr Marco Wyss, Geschäftsführer der Ferienregion Heidiland, Schweiz)

„Marketingkonzept für das Rotkäppchenland – Erfolgreiche touristische Positionierung im Verdrängungswettbewerb“ (Referent: Herr Cornelius Obier, Project M GmbH, Lüneburg)

Besonders aufhorchen ließ der Schweizer Marco Wyss, der eine kleine Region in der Ostschweiz als „Heidiland“ vermarktet. Lässt dieser doch in dieser Landschaft Johanna Spyris Kinderbuch „Heidi“ spielen, indem man eine Hütte als Almhütte herrichtete, in der ab und an der Großvater Öhi und auch Heidi „leibhaftig“ anzutreffen sind...

Über den Hess. Städte- und Gemeindebund, in dessen Tourismus-Ausschuss er war, hatte der Kirchheimer Bürgermeister Manfred Koch den Heidiland-Manager schon früher kennengelernt. Da Koch von

diesem Marketing-Konzept sehr angetan war, schlug er der TAG Rotkäppchenland Schwalm-Knüll vor, diesen anlässlich des Tourismustages über sein Erfolgsrezept berichten zu lassen. Und das sollte beispielgebend werden.

In 2007 gab man dann schließlich einen ersten Urlaubskatalog mit dem Marketing-Konzept Rotkäppchenland heraus.

Gründung eines Tourismus-Vereins

Anlässlich des Hessentages in Homberg wurde dann am 13.6.2008 offiziell der Verein „Tourismusservice Rotkäppchenland e. V.“ gegründet – als Vors. wurde Karl-Heinz Vestweber, Bürgermeister der Gemeinde Oberaula, gewählt.

In der HZ vom 19.6.2008 war zu lesen:

„Motor für den Tourismus Serviceverein soll Rotkäppchenland voranbringen

Von Jürgen Köcher Schwalm-Eder. „Entdecken und wohl-fühlen, mitten in Deutschland“: Der neugegründete Verein Tourismusservice Rotkäppchenland soll dem Fremdenverkehr in Schwalm und Knüll weiter auf die Sprünge helfen. Nach der Touristischen Arbeitsgemeinschaft (TAG) sei der Verein, der zum Hessentag in der Homberger Stadthalle seine Premiere feierte, ein weiterer, wichtiger Zwischenschritt, sagte der Vorsitzende Karl-Heinz Vestweber, Bürgermeister von Oberaula.

Der neue Verein ist die Dachorganisation des Rotkäppchenlandes, in der sich die beteiligten Städte und Gemeinden, vor allem aber „Leistungsträger“ aus Hotellerie und Gastronomie um die Vermarktung kümmern.

Neue Produkte entwickeln

Campingplatzbetreiber, Hotel- und Pensionsbesitzer und Restaurantbetreiber et-

wa sollen ihre Angebote speziell auf die Marke Rotkäppchenland abstellen können und neue Produkte entwickeln.

„Qualität aus dem Rotkäppchenland heißt das Etikett, mit dem die TAG seit zwei Jahren bereits auf Messen wirbt.

Auf Honiggläsern und Wurstverpackungen wird schon der Slogan verwendet. Nun sollen die Macher des Fremdenverkehrs vor Ort in dem Verein tatkräftig mitwirken. ‚Wir müssen jetzt starten‘, sagte Vestweber, ‚und wegkommen vom Kirchturmdenken‘.

Die Marke Rotkäppchenland sei wichtig, weil der Tourist in seinem Urlaub nicht nach Orten, sondern Regionen frage. Zum Vorsitzenden des neuen Vereines Tourismusservice Rotkäppchenland wurde von den insgesamt 45 Gründungsmitgliedern in der Homberger Stadthalle der Oberaulaer Bürgermeister Karl-Heinz Vestweber gewählt.

Seine Stellvertreter sind Lothar Schmidt (Hotel Rosengarten, Schwalmstadt) und Fritz-Otto Wilhelm (Hotel Hassia, Frielendorf). Besitzer sind Manfred Koch (Bürgermeister Kirchheim), Martin Wagner (Bürgermeister Homberg), Renate Hoiser-Wolanski (Ferienwohnpark Silbersee) und Günther Krämer (Verkehrsverein Alsfeld). 16 Städte und Gemeinden sind dabei

Um gemeinschaftlich gegen sinkende Übernachtungszahlen zu arbeiten und gegen benachbarte Urlaubsregionen wie das Mittlere Fulddal und die Region Edersee bestehen zu können, wurde 2006 die Touristische Arbeitsgemeinschaft Rotkäppchenland gegründet. Zum Rotkäppchenland gehören die 16 Kommunen Alsfeld, Breitenbach am Herzberg, Frielendorf, Gilserberg, Homberg, Kirchheim, Knüllwald, Neuenstein, Neukirchen, Niederaula, Oberaula, Ottrau, Schrecksbach, Schwalmstadt, Schwarzenborn und Willingshausen. (jkö)“

2013 war Alsfeld übrigens aus dem Verein ausgetreten und 2009 trat Neustadt bei.

Geschäftliche Grundlage

Da der neu gegründete Verein keine zusätzlichen Kosten verursachen sollte, wurden Aufgaben und Ausgaben auf bestehende Tourismusvereine verteilt. In der HZ vom 1.5.2008 waren diesbezügliche Kosten aufgeführt: „50000 Euro jährlich werden dafür von Städten und Gemeinden bereit gestellt, dazu kommt Geld vom Land.“ Da Kirchheim bereits 1999 für den örtlichen Touristik-Service am Ortseingang einen Pavillon errichtet hatte, stellte Kirchheim nun diesen am 1.1.2009 als Geschäftsstelle zur Verfügung. Und der örtlichen Tourismusbeauftragten Heidrun Englisch wurde hier auch die Geschäftsführung mit Teilzeitstelle mit eigener Haushaltsführung für das Rotkäppchenland übertragen.

Am 31.12.13 wurde jedoch laut politischem Beschluss der Kirchheimer Gemeindevertreter die Geschäftsstelle in Kirchheim aufgelöst – offensichtlich hatte sich diese nicht gerechnet, die Kosten waren zu hoch gewesen. Seit 1.1.2014 befindet sich nun die Geschäftsstelle in Schwalmstadt, seither mit Vollzeitstelle der Geschäftsführerin.

Im Gründungsjahr hatte der Verein EU-Geld für das Marketing bekommen – die Kommunen mussten 40 % aufbringen, 60 % der Mittel kamen von der EU als Cofinanzierung. Zudem wurden einzelne Projekte von der EU gefördert. Insgesamt gingen seither durchaus erhebliche Steuermittel in das Projekt.



Hinweisschild bei Oberaula-Olberode für den Rotkäppchenland- Bahnradweg. (Aufn. Miede 2015)

Imagefindung

In den Urlaubskatalogen und anderen Publikationen schrieb man meist wie folgt, so u. a. im Urlaubskatalog 2015: „Es war einmal ein kleines Mädchen. Die Großmutter schenkte ihm ein Käppchen von rotem Samt, und weil ihm das so wohl stand und es nichts anders mehr tragen wollte, hieß es nur das Rotkäppchen...“

Ein rotes Käppchen tragen auch junge Frauen im Schwälmer Land, wenn sie zu besonderen Anlässen ihre imposante Schwälmer Tracht anlegen. Und so glaubt man gerne, dass die Brüder Grimm in der Schwalm zu dem beliebten Märchen inspiriert wurden. Wilhelm und Jakob Grimm lebten in Kassel und haben in der Grimmheimat Nordhessen die Vorlagen für die bekannten Märchen gefunden. Die Hausmärchen der Brüder Grimm haben als Weltkulturerbe der UNESCO internationale Bekanntheit erlangt!

Rotkäppchen schlug die Augen auf, und als es sah, wie die Sonnenstrahlen durch die Bäume hin und her tanzen und alles voll schöner Blumen stand, dachte es...

...wie schön es bei uns ist! Und was man alles unternehmen kann: Von Radfahren, Wandern und Nordic Walking über Golf, Reiten und Segelfliegen bis zu Wasserski, Baden und Relaxen. Erleben sie ländliche Kultur in historischen Fachwerkstädten, auf sagenumwobenen Bürgen, Schlössern und in lebendigen Museen! (Und der Wolf ist im Wildpark Knüll gut aufgehoben!)...“

Marketing-Strategie auf dem Prüfstand

Für die Marketing-Strategie „Rotkäppchenland“ schien alles zu sprechen, alles zu passen – die Grimms waren in der Schwalm, die Schwälmer Mädchen tragen rote Kappen... Nur im Wildpark Knüll müsste noch ein Wolfsgehege eingerichtet werden, damit es in der Region auch Wölfe gibt – so u. a. bereits von der TAG Lenkungsgruppe am 7.2.2006 festgelegt.

Bei genauerem differenzierten Betrachten stellt sich der Hintergrund, auf dem das Rotkäppchen in der Schwalm festgemacht wurde, allerdings anders dar. Dazu folgende Anmerkungen:

1. Zu: „...Und so glaubt man gerne, dass die Brüder Grimm in der Schwalm zu dem beliebten Märchen inspiriert wurden...“ U. a. laut Wikipedia ist über Rotkäppchen im Internet zu lesen: „Rotkäppchen... ist ein europäisches Märchen... Die beiden ersten literarischen Rotkäppchenversionen stammen von Charles Perrault aus dem Jahre 1695... und aus dem Jahre 1697... Die Brüder Grimm veröffentlichten die Geschichte im ersten Band ihrer Kinder- und Hausmärchen von 1812 unter der Nummer 26.“

Als Sprachwissenschaftler werden „die Grimms“, die Brüder Jakob und Wilhelm Grimm, die französische Dokumentation des Märchens, die bereits über 100 Jahre zuvor publiziert wurde, gekannt und diese übernommen haben.

Nachweislich hat der Maler Ludwig Emil Grimm Ende der 1820er Jahre in Willingshausen, wo sich damals allmählich eine Malerkolonie etablierte, einige Mädchen gemalt. Ludwig Emils Bilder sind jedenfalls für 1828 datiert. Demzufolge werden Jakob und Wilhelm Grimm wohl erst Ende der 1820er Jahre über ein Wochenende in Willingshausen ihren Bruder besucht haben. Die Märchensammler haben den ersten Band ihrer Kinder- und Hausmärchen



Ende August 2015: Dem Rotkäppchen Lisa-Marie Schäfer auf der Spur am Kirchheimer Seepark. (Aufn. Eisenberg)

allerdings bereits 1812 herausgegeben. Wenn sie ihren Bruder, den Maler Ludwig Emil anlässlich seiner Schaffenszeit in Willingshausen in der Schwalm besucht haben – und davon ist auszugehen – dann wäre das erst fast 20 Jahre später nach Herausgabe ihrer Sammlung gewesen.

Außerdem hat sich erst im Laufe des 19. Jahrhunderts in dieser Landschaft allmählich eine regionale Identität abgezeichnet und erst seit den letzten Jahrzehnten hatte sich dort die Bezeichnung „Schwalm“ allmählich manifestiert, so 1886 zum ersten Mal niedergeschrieben¹⁾, zuvor sprach man vom „Schwalmgrund“.

Apropos „inspiriert“: Das hieß letztlich, dass die Grimms das Märchen sogar selbst verfasst, „erfunden“ hätten, und zwar aufgrund einer Inspiration in der Schwalm bzw. im Schwalmgrund.

Gewisse Fakten wurden so unpräzise pauschaliert verlautbart, so dass sich schließlich weitverbreitet die Ansicht manifestierte: „Die Grimms waren in der Schwalm und haben dort das Märchen vom Rotkäppchen gefunden...“ Dieses wird zwar von den Initiatoren unterdessen nicht mehr offiziell gesagt, aber immer noch gewissermaßen unterschwellig suggeriert.

2. Zu: „...ein rotes Käppchen tragen auch junge Frauen im Schwälmer Land, wenn sie zu besonderen Anlässen ihre imposante Schwälmer Tracht anlegen.“ Die Grimms werden zu Beginn des 19. Jahrhunderts in

Willingshausen keine „Rotkäppchen“, d. h. Mädchen mit roten Kappen, gesehen haben... Schließlich hat sich die Tracht im Laufe der Generationen gewandelt. Rote Kappen, wie wir sie heute den Mädchen in der Schwalm zuordnen, wurden hier erst gegen Ende des 19. Jahrhundert immer mehr üblich. Zuvor waren die Kappen nur rot verbrämt. Und solche Kappen wurden von Kindern und unverheirateten Jugendlichen in zahlreichen Landschaften getragen – so u. a. auch im benachbarten Marburger Land. Insofern wäre eine solche Mädchenkappe keine eigentümliche Besonderheit gewesen.

Außerdem: Das „arme Mädchen“, das Rotkäppchen, hätte sich auch aus folgenden Gründen nicht so gekleidet, wie man heute das Rotkäppchen bei seinen Marketing-Aufträgen ausstaffiert, weder in der Schwalm, schon gar nicht im Westteil des Kreises Hersfeld.

a) Wenn Mädchen wie das Rotkäppchen über Land zur Großmutter in den Wald gegangen wären, dann zog man dazu keinesfalls die beste Festtagskleidung an – diese war nur höchsten Festlichkeiten vorbehalten... und Fahrradfahren usw. wäre in dieser besten Kleidung absolut tabu gewesen – vorausgesetzt man hätte schon ein Fahrrad gehabt.

b) Und diese Tracht, wie sie heute von den Rotkäppchen-Verkörperungen²⁾ getragen wird, hatten überhaupt nur die Besserge-



Rotkäppchen Alexandra Ries im März 2012 beim Märchenbrunch im Landhotel Kirchheim. (Foto: V. Hettenhausen)



Rotkäppchen Lisa-Marie Schäfer und Geschäftsführerin Heidrun Englisch (mit Korb) sowie der Schwalm-Museumsleiter Konrad Nachtwey (r.) mit den Preisträgern der Märchenrätsel vom Herbst 2015. (Aufn. Mieke)

stellten – arme Mädchen hätten eine solche Ausstattung nicht gehabt. Wurde doch insbesondere in der Schwalm die Tracht als Statussymbol betrachtet und zeichnerisch ausstaffiert und war so je nach sozialem Stand unterschiedlich zu tragen.³⁾

c) Zu den besagten „jungen Frauen“: Rote Kappen waren laut den Schwälmer Kleidungsgepflogenheiten nur Kindern und unverheirateten Jugendlichen vorbehalten. Bei der Hochzeit trug man als Braut zum ersten Mal „grüne Kleidung“ mit grünen Kappen.

Was die Tracht betrifft, so hat man die Rotkäppchen-Verkörperungen meist in der Kleidungsweise ausstaffiert, wie diese vorgebildet zu „besonderen Anlässen“, aber tatsächlich nur im Rahmen der Folklorebewegung noch getragen wird – als authentische Trachtenträgerinnen trugen nur noch letzte in den 1930er Jahren geborene Mädchen diese Tracht. Und von diesen damals geborenen Trachtenträgerinnen sind bis zur Gegenwart noch über zwei Dutzend ältere Schwälmerinnen bei der Tracht geblieben – 27 Frauen mit Stand vom 1.5.2015. Und diese kleiden sich noch tagtäglich in Tracht mit den jeweiligen Kleidungsgepflogenheiten. Insofern mag das Kleidungsverhalten im Rahmen des Rotkäppchen-Marketings bei diesen nicht nur Verwunderung, sondern durchaus auch Anstoß erregen. Wenn man beim Rotkäppchen-Marketing auf die Schwälmer Kleidungsstradition zwischen dem Ersten und Zweiten Weltkrieg zurückgreift und nicht auf die der

Grimmzeit, dann sollte man diese zumindest entsprechend den authentischen Kleidungsgepflogenheiten übernehmen. Ja, man stülpte die Schwälmer Tracht auch den umliegenden Regionen über, so u. a. auch dem Westteil des Kreises Hersfeld-Rotenburg. Und dies, obwohl von Oberaula bis ins Werratal, von Ludwigsau bis an die Konfessionsgrenze bei Burghaun die andere Kleidungsstradition des Hersfelder Raumes üblich war.⁴⁾

Viele der ehemals beim Trachttragen eingehaltenen Gepflogenheiten werden so beim Rotkäppchen-Marketing nicht eingehalten. Das authentische Trachttragen impliziert schließlich viele Normen. Und diese negiert man seitens der Agierenden. Was blieb, war und ist trotz aller vorgeblichen Authentizität ein fragwürdiges plakatives Konstrukt.

Schlussbetrachtung

In jährlich mehreren Aktionen versuchte man wohl erst einmal die Einheimischen selbst für eine Identität als „Rotkäppchenland“ anzufreunden, schließlich besuchten zunächst nur wenige Touristen die jeweiligen Veranstaltungen. Und da von den Medien immer eingehend über die entsprechenden Aktionen berichtet wurde, war das „Rotkäppchenland“ bald „etabliert“, bald in aller Munde, bald zu einem Begriff geworden – nur die Imagepflege zum fragwürdigen Konstrukt zu hinterfragen, schien unschicklich, schien zu verwirren. Die Initiatoren betrachten jedenfalls das Rotkäppchenland mittlerweile als Erfolgs-

geschichte. Z.B. hatte es auf ein herausgegebenes Märchenrätsel bei den diversen Veranstaltungen anlässlich der Rotkäppchenwoche 2015 65 Einsendungen, vorrangig aus dem heimischen Raum, gegeben. Bei einem Online-Märchenrätsel im Rahmen des Rotkäppchenportals waren im Herbst 2015 immerhin sogar schon etwa 2000 Einsendungen aus ganz Deutschland zu verzeichnen.⁵⁾ Und: Wer könnte letztlich mit Sicherheit in Frage stellen, dass im besagten Rotkäppchenland, so u. a. auch im Westteil des Kreises Hersfeld, nicht tatsächlich das Rotkäppchen zu Hause gewesen war – und Wölfe gibt es schließlich im Wildpark Knüll auch.⁶⁾

Anmerkungen

Für freundliche Auskunft danke ich Frau Heidrun Englisch, Geschäftsführerin des Tourismusservice Rotkäppchenland e. V., und Herrn Bürgermeister Manfred Koch, Kirchheim.

- 1) Vgl. Reinhold Schrödter: *Die Schwalm. Wandfried 1886. Und: Brunhilde Mieke: Der Tracht treu geblieben, Bd. 3. Studien zum regionalen Kleidungsverhalten in der Schwalm. Kirchheim 2004. S. 9f.*
- 2) Aus praktischen Gründen setzte man als „Rotkäppchen“ in den letzten Jahren meist ältere Mädchen ein – diese können schon Auto fahren und unbegleitet zu den Veranstaltungen geschickt werden – so u.a. die 23jährige Dorothee Weppeler aus Willingshausen. (Vgl. HZ vom 16.9.15: *Rotkäppchen geht jetzt in Rente.*)
- 3) Die Trachten sind regional verbreitete Kleidungsformen des Bauernstandes – in den jeweiligen Bezugsräumen kleideten sich die Landleute in Abweichung zur städtisch-bürgerlichen Mode in eigentümlicher Weise, je nach Landschaft in etwas anderer Form. Der Bauernstand, dem auf dem Land außer Pfarrer und Lehrer alle Bewohner angehörten, war noch in sich in mehrere Hierarchieebenen unterteilt (Pferde-, Kuh- und Ziegenbauern, auch „große und kleine, geringe Leute“ genannt.) Man heiratete möglichst nur innerhalb seines Standes. Die Standesgrenzen wurden in der Schwalm noch konservativer und länger eingehalten als im Hersfelder Raum. Wenn in der Schwalm ein Bauernsohn z. B. einmal eine Magd hätte heiraten wollen, dann wäre das ein Skandal gewesen, noch bis nach dem Zweiten Weltkrieg. Und die Standeschranken machte man in Sonderheit in der Schwalm explizit an der Tracht deutlich. Wenn z. B. ein Bursche zum Tanz ging, dann sah er hier einem Mädchen an der Kleidung an, welchem Stand diese angehörte – z. B. an der Anzahl und dem Besitz der Rösche. Sich nach seinem Stand zu kleiden, war ein ungeschriebenes Gesetz, gehörte zur Gesittung. Insofern wurde die Tracht als ein Statussymbol betrachtet und bewusst gestaltet.
- 4) Vgl. Brunhilde Mieke: *Der Tracht treu geblieben, Bd. 7. Studien zum regionalen Kleidungsverhalten im Raum Hersfeld. Kirchheim 2013.*
- 5) Nicht zuletzt ist dabei aber zu bedenken, dass die Fernsehfilme der Autorin über das authentische Trachttragen in der Schwalm von über 500.000 Zuschauern aus ganz Deutschland gesehen wurden.
- 6) Wenn man Märchen, „Märchenhaftes“ darstellen möchte, dann kann man viel tun, kann man seiner Fantasie freien Lauf lassen. Wenn man dies allerdings mit Realität untermauert, „erdet“, ja „legitimiert“, dann sollte man sich schon an diese Tatsachen halten, die realen Fakten aufgreifen und diese nicht verfälschen und nicht ein Legenden-Konstrukt als Tatsache verbreiten.
Bei Recherchen über die Trachten und ihre Träger/innen lässt sich feststellen, dass diese im Laufe der Geschichte, nicht nur im 3. Reich, immer wieder von politischen Kreisen für ihre Interessen und Zwecke in ihrem Sinne funktionalisiert und instrumentalisiert wurden. (Vgl. *Der Tracht treu geblieben, Bd. 7, S. 162 ff.*) Insofern ist diesbezüglich eine gewisse Sensibilität, ja Hellhörigkeit geboten.



Busunternehmen Ragöf aus Schwalmstadt hat 2008 eigens einen Reisebus mit dem Rotkäppchenland-Logo ausstaffieren lassen. (Foto Archiv Ragöf)

»Mein Heimatland«, monatliche Beilage zur »Hersfelder Zeitung«. Gegründet von Wilhelm Neuhaus. Schriftleitung: Ernst-Heinrich Meidt, Kirchheim. Druck und Verlag: Hoehl-Druck, 36251 Bad Hersfeld