

# Inhalt

---

## **1 Einleitung | 7**

- 1.1 Der Zeitgeist und das Regionale | 7
- 1.2 Methoden | 14
- 1.3 Forschungsstand | 17

## **2 Raum im Buch | 29**

- 2.1 Raumtheorie | 29
  - 2.1.1 Volkskundliche Raumchronik | 29
  - 2.1.2 Konstrukt Raum | 35
  - 2.1.3 Literarische Räume | 40
  - 2.1.4 Freiräume | 46
- 2.2 Konjunktur eines Genres | 49
  - 2.2.1 Neue Regale | 49
  - 2.2.2 Wettbewerb | 62
- 2.3 Literaturanalyse | 83
  - 2.3.1 Sieben Mal Kluftinger | 83
  - 2.3.2 Autorenstrategien | 85
  - 2.3.3 Allgäu im Krimi | 90
    - 2.3.3.1 Speisen | 90
    - 2.3.3.2 Rituale | 96
    - 2.3.3.3 Sprache | 100
    - 2.3.3.4 Kulturerbe | 105
    - 2.3.3.5 Orte | 113
    - 2.3.3.6 Landschaft | 116
    - 2.3.3.7 Dynamik | 131
    - 2.3.3.8 Reibung | 138
  - 2.3.4 Satire | 140
  - 2.3.5 Wissensspeicher | 142
  - 2.3.6 Faktor Mord | 146
  - 2.3.7 Profit schlagen | 148
  - 2.3.8 Leser | 153
  - 2.3.9 Serialität | 163
  - 2.3.10 Reiseführer | 164

### **3 Buch im Raum | 167**

#### **3.1 Tourismusräume | 167**

3.1.1 Bedeutungsausstatter | 167

3.1.2 Attraktion Container | 168

3.2 Allgäu werden | 170

#### **3.3 Mediale Transformation | 176**

3.3.1 Nachreisen | 176

3.3.2 Karten lesen | 180

3.3.3 Auf Tour | 183

3.3.3.1 Altusried | 183

3.3.3.2 Kempten | 199

3.3.3.3 Füssen | 211

3.3.3.4 Oberstdorf | 220

3.3.3.5 Unterallgäu | 223

3.3.3.6 Buxheim | 237

3.3.3.7 Bilanz | 245

3.3.3.8 Teilnehmen | 262

3.3.3.9 Erleben | 296

3.3.3.10 Reklame | 304

### **4 Allgäu im Plural | 317**

4.1 Mehr Sinn | 317

4.2 Machtverzicht | 322

4.3 Streit | 326

4.4 Palimpsest | 334

### **5 Ausblick | 353**

### **6 Quellen | 357**

6.1 Literatur | 357

6.2 Internetquellen | 375

6.3 Weitere Quellen | 379