

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 Klüftinger | 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