



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**PROPUESTA DE DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO
TURÍSTICO: LA RUTA DE LOS CUENTOS DE HADAS DE LOS
HERMANOS GRIMM**

Presentado por Elena Berchon de Fontaine Goubert Pérez

Tutelado por María de la O Oliva Herrero

Segovia, 30 junio de 2022

ÍDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	5
1.1. Introducción	7
1.2. Justificación	8
CAPÍTULO 2. MARCO METODOLÓGICO.....	9
2.1. Objeto de la investigación.....	11
2.2. Preguntas de investigación.....	11
2.3. Técnicas de investigación	12
2.3.1. Investigación cualitativa: análisis documental.....	12
2.3.2. Investigación cuantitativa: análisis cuantitativo.....	12
CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	15
3.1. Turismo cultural.....	17
3.2. Turismo literario	17
3.3. Los hermanos Grimm	18
3.4. El producto turístico.....	20
3.4.1. Definición de producto turístico.....	21
3.4.2. Características del producto turístico	21
3.4.3. Diseño de un producto turístico	23
3.5. La Ruta de los cuentos de hadas (<i>Deutsche Märchen Straße</i>).....	24
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DEL CASO.....	27
4.1. Oferta turística a lo largo de la ruta.....	29
4.2. Primer tramo: Hanau - Marburg.....	30
4.2.1. Hanau	30
4.2.2. Steinau an der Straße.....	34
4.2.3. Alsfeld.....	39
4.2.4. Marburg.....	43
4.3. Segundo tramo: Schwamstadt - Kassel.....	47
4.3.1. Schwamstadt	47
4.3.2. Bad Wildungen.....	51
4.3.3. Kassel	55
4.4. Tercer tramo: Trendelburg - Bremen.....	59
4.4.1. Trendelburg.....	59
4.4.2. Polle.....	62
4.4.3. Hamelín.....	65

CAPÍTULO 1

4.4.4. Bremen	68
4.5. Imagen y destino	72
4.6. Resumen y evaluación de los resultados de la encuesta	73
4.6.1. Perfil de los encuestados	73
4.6.2. Preferencias turísticas.....	74
4.6.3. Apreciación de la ruta como destino turístico.....	75
4.7. Análisis DAFO.....	75
CAPÍTULO 5. PROPUESTA DE DESARROLLO	77
5.1. Definición de objetivos y público objetivo.....	79
5.1.1. Objetivos del producto turístico	79
5.1.2. Público objetivo	79
5.2. Desarrollo del producto turístico.....	79
5.3. Difusión y promoción	81
5.4. Campaña publicitaria para la promoción del turismo en la ruta	82
5.5. Seguimiento y control del producto turístico.....	83
CONCLUSIONES	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y RECURSOS DIGITALES	91
ANEXO.....	97

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

1.1. Introducción

Este trabajo trata del desarrollo de un producto turístico a través de la investigación para adaptarlo a un público objetivo definido. Se divide en cinco capítulos.

En el primer capítulo se realizan una introducción y una justificación que tienen como objetivo informar sobre el formato del trabajo y lo que contiene.

En el segundo capítulo, “Marco metodológico”, se explican los objetivos de la investigación, formulando unas preguntas a las que se pueda dar respuesta y se explican aquellas técnicas que se han utilizado para la realización de la investigación.

Entrando ya en materia, en el capítulo 3, “Marco teórico y conceptual”, se explica el turismo cultural, turismo literario y se hace una introducción a la vida y obra de los hermanos Grimm. Además, se define qué es un producto turístico con la finalidad de aclarar que factores se deben tener en cuenta para su desarrollo y en qué etapas se divide dicho proceso. Este capítulo es la base del trabajo ya que ayudará a delimitar el contenido de los siguientes.

El “Análisis del caso” se desarrolla en el capítulo cuatro y es donde se profundiza sobre lo expuesto anteriormente y se exponen otros elementos a los que se debe hacer referencia. En primer lugar, se presenta la oferta turística de las ciudades elegidas de forma exhaustiva, examinando la imagen y la promoción del destino. A continuación, se realiza la descripción del turista español con la interpretación de los resultados de la encuesta realizada. Para finalizar el capítulo, se realiza un análisis DAFO de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la ruta como destino en relación al mercado emisor español.

El último capítulo explica la propuesta de desarrollo. Comienza con la definición de objetivos y público objetivo al que va orientado el producto turístico para continuar con su desarrollo, difusión y promoción, realizando para ello un folleto turístico en el que se ilustra una de las mejores maneras de disfrutar de la ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm. Por último, se informa del seguimiento y control que se hará de dicho producto turístico a través de la creación de una página web y una aplicación para tal fin.

La investigación finaliza con la redacción de las conclusiones en las que se da respuesta a las preguntas formuladas en el segundo capítulo del presente trabajo y se evalúa de

manera objetiva la consecución de los objetivos. Y para dar por completado el estudio, se realiza una interpretación personal de las limitaciones y expectativas del proyecto.

Por último, se citan las referencias bibliográficas.

1.2. Justificación

Según la *Organización Mundial del turismo (OMT, 2008)* “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”. En sus inicios fue considerado una actividad para privilegiados, en la Ilustración solo las clases altas realizaban viajes por motivos culturales que se conocían con el nombre de “Gran Tour” (OMT, 1998, p.11).

El turismo es un fenómeno de desarrollo mundial y uno de los sectores más importantes para la economía de un país. Engloba un número cada vez mayor de modalidades diferentes dependiendo de los recursos que ofrecen los distintos destinos que se adecuan a las necesidades de los turistas y al interés que puedan despertar en el público objetivo a que va dirigido.

Las motivaciones de los turistas son muy variadas, hay tantas como viajeros, contacto con la naturaleza, adquisición de conocimientos, etc. pueden ser algunas de ellas.

Una de las tipologías del turismo que goza actualmente de un mayor auge, es el turismo cultural. Dentro de este se encuentra el turismo literario que sirve como medio de difusión de la cultura en nuestra sociedad, lo que hace que el turista quiera sentir nuevas experiencias. Todo esto con una gran importancia y relevancia a la hora de organizar y desarrollar cualquier producto o servicio turístico ya que lo que se busca es sorprender y provocar en el viajero esas experiencias nuevas que permanezcan en su recuerdo para siempre.

La fascinación por una obra literaria lleva al lector a querer saber más sobre el autor y la historia que está contando, así como aquellos lugares que le inspiraron para escribir el libro. Esto nos lleva a la consecuencia más directa de la lectura de una obra literaria que es la realización del viaje. De esta manera, una obra literaria se convierte en la mejor publicidad que pueda tener un destino.

CAPÍTULO 2: MARCO METODOLÓGICO

2.1. Objeto de la investigación

Esta investigación tiene como objetivo el desarrollo de un nuevo producto turístico en Alemania, para ser más exactos, la ruta de los Cuentos de hadas, respondiendo a las necesidades y preferencias actuales de un público concreto: el mercado español. Para ello, se identificará la oferta turística de las ciudades elegidas en general y en relación con los hermanos Grimm en particular, el estado de la demanda de dicha ruta y las propuestas e iniciativas existentes orientadas al público que hemos elegido.

Además, se analizará el perfil existente del turista español en nuestros tiempos, qué factores juegan un papel importante a la hora de elegir sus viajes y qué tendencia existe en sus desplazamientos al extranjero durante los últimos años, así como el conocimiento de nuestro destino, la Ruta de los Cuentos de Hadas.

A partir de la información obtenida, se busca crear un producto original que no tenga una línea turística tradicional, sino que ofrezca a nuestros consumidores nuevas experiencias y le aporte un valor añadido y diferencial a su experiencia. Será un producto novedoso que no solo llame la atención de los turistas que hemos definido aquí, sino de cualquiera. Además, se busca que respete y realce las peculiaridades que se pueda del entorno en el que se encuentra.

2.2. Preguntas de investigación

- ¿Cómo es la oferta turística en la ruta de los cuentos de hadas?
- ¿Qué buscan los turistas españoles en sus viajes al extranjero? ¿Qué factores motivan sus desplazamientos?
- ¿Es la ruta de los cuentos de hadas, un destino potencial para la atención de turistas españoles?
- ¿Qué tipo de producto podría atraer en mayor medida a los turistas españoles que quieran realizar esta ruta?

2.3. Técnicas de investigación

La información necesaria para realizar este trabajo ha sido obtenida a través de un estudio siguiendo dos técnicas diferentes, una cualitativa y otra cuantitativa que se explican a continuación.

2.3.1. Investigación cualitativa: análisis documental

La investigación cualitativa se realiza mediante un estudio documental que se basa en diferentes fuentes dependiendo del tema objeto de estudio. Para el marco teórico y conceptual, se utilizan principalmente fuentes online: páginas web de organizaciones turísticas homologadas, como la Organización Mundial del Turismo (OMT) o publicaciones en formato PDF de autores especializados en el tema. Además, se recurrirá a libros de los hermanos Grimm donde se relatan todos sus cuentos....

2.3.2. Investigación cuantitativa: análisis cuantitativo

En este trabajo se obtiene también información de una fuente de primera mano, es decir, que los resultados provienen de una investigación propia para conocer con más detalle las preferencias turísticas actuales de los españoles cuando viajan al extranjero. Se elabora una encuesta cuyo borrador se encuentra en el *Anexo* .

El formulario es creado a través del sistema de encuestas *Survio* para difundirlo posteriormente vía online entre españoles mayores de 18 años. La muestra final la compone un total de 90 participantes.

La encuesta, a la que se puede acceder a través del enlace <https://www.survio.com/survey/d/C3J0U8L3L6L1T8N6I> se compone de 18 preguntas donde en primer lugar se plantean los aspectos generales de los viajes al extranjero: frecuencia, compañía, duración de la estancia, medio de transporte utilizado para llegar al destino y utilizado una vez en el destino, tipo de alojamiento, la época del año preferida para viajar y el gasto medio por viaje. En la segunda parte, se debe elegir entre las opciones ofrecidas en cuanto a los factores que motivan el viaje e influyen en la decisión tomada. Para la obtención de respuestas más concretas se formulan dos preguntas sobre el destino en cuestión. A continuación, se pregunta sobre los deseos del próximo viaje al extranjero y, para finalizar, se cierra la encuesta con tres preguntas

MARCO METODOLÓGICO

sociodemográficas de los participantes, para así poder precisar los diferentes rasgos del público objetivo del proyecto.

Los resultados de dicha encuesta complementan el análisis documental realizado previamente para poder realizar el desarrollo del producto turístico que mejor se adapta al público elegido.

CAPÍTULO 3.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

3.1. Turismo Cultural

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (abril 2019), el turismo cultural es “un tipo de actividad turística en el que la motivación del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico”.

Aunque la definición de turismo cultural variará según los autores, se puede afirmar que todas ellas tienen en común la búsqueda del conocimiento de la cultura. Según Richards (2000) citado por Fernández (2006, pp. 36), el turismo cultural es “el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural, con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales”.

El turismo cultural es un tipo de turismo algo complejo, que puede englobar diferentes modalidades como el turismo monumental, industrial, gastronómico o literario, entre otros. De este modo, se crean en muchas ocasiones rutas específicas e incluso personalizadas sobre el tema elegido, como es el caso que aquí nos ocupa.

3.2. Turismo literario

El turismo literario se puede englobar, como hemos visto en el punto anterior, en un tipo de turismo cultural, el cual incluye la visita a los lugares y eventos relacionados con los escritores, sus trabajos y las representaciones literarias que se realizan basándose en sus obras. En este sentido, Magadán y Rivas (2010) realizan una definición más integradora, definiendo el turismo literario como “una modalidad de turismo cultural que se desarrolla en lugares relacionados con los acontecimientos de los textos de ficción o con las vidas de los autores. Un nuevo turismo cultural que conecta la ficción con el mundo real”. Esto incluye la visita a lugares y eventos relacionados con escritores, sus trabajos y representaciones literarias que se realizan a partir de sus obras. Actualmente se puede comprobar que se ha incrementado el turismo en ciudades de medio mundo debido a los grandes éxitos literarios de ficción.

Lo que buscan los lectores es conectar con el libro, descubriendo personalmente los lugares imaginados a lo largo de las páginas de esa novela que tanto les ha entusiasmado. No solo despiertan el interés viajero por los libros, los autores también

CAPÍTULO 3

son protagonistas de estos viajes/estas motivaciones, lugares donde nacieron los escritores, donde vivieron gran parte de su vida, o incluso aquellos cementerios donde han sido enterrados. No solo el legado literario permite descubrir características de un determinado autor. Sus amistades, sus costumbres, la correspondencia enviada y recibida a lo largo de sus obras, sus objetos personales y hasta sus hogares aportan datos de interés acerca de la personalidad de grandes escritores (M. Magadán y J. Rivas, 2010) como podremos ver más adelante con los Hermanos Grimm.

Este tipo de turismo crece cada año debido a nuevos éxitos literarios, por lo que tiene un gran recorrido por delante. Cada vez son más personas las que emprenden un viaje tras las huellas de un autor o libro por el que sienten fascinación.

Para poder desarrollar este tipo de turismo, se han creado los lugares literarios. Se pueden definir como aquellos emplazamientos en los que se llevan a cabo todas aquellas actividades relacionadas con el turismo literario y que por lo tanto son esenciales para la práctica de este tipo de turismo. D.T. Herbert (1995), citado por Smith (2012), define los lugares literarios como “aquellos lugares asociados con los escritores en sus vidas reales y que proveen el entorno para sus novelas”. Estos lugares pueden ser reales o ficticios, que solo existan en la imaginación de dichos autores.

Para considerar a un viajero turista literario, Ferrari, Montero, Mondéjar y Vargas (2013) explican que una persona “con el fin de convertirse en turista literario, solo se necesita una novela y una mente inquisitiva”.

3.3. Los Hermanos Grimm

Los hermanos Grimm, Jacob y Wilhelm, nacieron en 1785 y 1786 respectivamente en Hanau, Hesse. En 1791, la familia Green se mudaría a Steinau an der Straße, donde habían trasladado a su padre de alguacil. En 1798, Jacob y Wilhelm se irían a Kassel donde cursaron los estudios de primaria. Al finalizar la escuela se trasladarían a Marburg, siguiendo los pasos de su padre, un abogado y pastor de la iglesia calvinista, para estudiar derecho (1802-1806). Allí conocieron a Clemens Brentano quien les introdujo en la poesía popular, y a F.K. Savigny, quién les inició en la investigación de textos, base de sus futuros trabajos.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

En 1806, regresaron a Kassel, donde Jacob trabajaba como bibliotecario y Wilhelm como secretario de la biblioteca. Empezaron a recopilar y elaborar los cuentos de la tradición oral en el entorno burgués de la ciudad. Fue una mujer de quien obtuvieron gran parte de las historias recogidas en su libro “*Kinder- und Hausmärchen*” (Cuentos para la infancia y el hogar), Dos volúmenes publicados en 1812 y 1815. La colección fue ampliada en 1857 y se conoce popularmente como “Los cuentos de hadas” de los hermanos Grimm. Su extraordinaria difusión ha contribuido a divulgar, decisivamente, cuentos como Blancanieves, La Cenicienta, Hänsel y Gretel o Juan sin miedo.

Los textos se fueron adornando y, a veces, censurando de edición en edición debido a su extrema dureza. Los Grimm se defendían de las críticas argumentando que sus cuentos no estaban dirigidos a los niños.

Los 210 cuentos de la colección de los Grimm forman una antología de cuentos de hadas, fábulas, farsas y alegorías religiosas. Los manuscritos de *Cuentos para la infancia y el hogar* son propiedad de la biblioteca de la Universidad de Kassel y fueron incluidos en el Programa Memoria del Mundo de la Unesco en 2005.

Jacob Grimm, el mayor de los dos hermanos, volvió al estudio de la Filología entre los años 1819 y 1837 con un trabajo sobre gramática, influyendo enormemente en los estudios contemporáneos de lingüística.

La labor de los hermanos Grimm no solo se limita a recopilar historias, sino que también se dedicaron a la docencia y la investigación del lenguaje. Sus estudios de la lengua alemana son pieza fundamental en el posterior desarrollo del estudio lingüista (como la ley Grimm), aunque sus teorías sobre el origen divino del lenguaje no son demasiado respaldadas en la actualidad.

Además de sus cuentos de hadas, los Grimm también son conocidos como impulsores del diccionario de la lengua alemana que redactaron gracias al rey de Prusia, que los llevó a la Academia de Ciencias de Berlín. Allí trabajaron en dicho diccionario, que contendría 33 tomos con etimologías y ejemplos de uso del léxico alemán. “*Deutsches Wörterbuch*” es el diccionario de la lengua alemana de referencia. El primer volumen se publicó en 1854, la obra concluyó un siglo más tarde, en 1960.

En 1859 murió Wilhelm y en 1863 su hermano Jacob. Como nunca quisieron separarse, fueron enterrados en el antiguo cementerio de Matthai, en Berlín, uno al lado del otro.

3.4. El producto turístico

3.4.1. Definición de producto turístico

El turismo, como toda actividad económica, debe adaptarse y ajustarse a las reglas de la economía. Roberto C. Boullón, en su obra *Planificación del espacio turístico*, nos habla de cómo la oferta, la demanda y el producto son las partes de un todo dentro del sistema turístico, y explica que existe “un punto de encuentro de la oferta con la demanda a través del proceso de venta llamado producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción”.

Muchos autores han elaborado diferentes definiciones de producto turístico. Aunque actualmente no exista una única definición, debido a esa heterogeneidad que le caracteriza, podemos acudir a la Organización Mundial del Turismo (2021), quien lo concreta de la siguiente manera:

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (UNWTO – Tourism Definitions, p.19)

Por lo tanto, podemos definir producto turístico, como el conjunto de elementos, materiales e intangibles, diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor (González Santamaría, 2015).

Para entender mejor el concepto de producto turístico, tenemos que profundizar en la composición del mismo. Según Ebrahimi (1995), citado por González Santamaría (2015), propone tres elementos principales que conforman el producto turístico:

- *Atracciones del destino*. Aquellas atracciones de interés donde acuden los turistas. Pueden ser naturales, como la playa o la montaña, o artificiales, aquellas construidas o donde haya intervenido el hombre.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

- *Instalaciones del destino.* Por sí solas no constituyen una motivación de viaje, pero su ausencia puede limitar el viajero (alojamientos, restauración, entretenimiento).
- *Accesibilidad del destino.* Representado por el transporte que elegirá el viajero en función del tiempo y del coste.

En esta línea está también Acerenza (2016), quien establece también tres elementos constitutivos del producto turístico muy parecidos:

- *Atractivos turísticos.* Aquellos que generan una atracción en el turista y pueden ser naturales o contruidos por el hombre.
- *Facilidades turísticas.* Aquellas que facilitan la estancia del turista en el destino (alojamiento, restauración, ocio).
- *Infraestructuras.* El transporte que da acceso al destino y aquel que nos permite movernos por él.

Pero debemos tener en cuenta las apreciaciones de Smith (1994), que explica que el producto turístico no es simplemente la combinación de los elementos citados anteriormente, sino la adecuada unión e interacción entre todos ellos para lograr el éxito.

Por lo tanto, cuando hablamos de destino como producto turístico, en realidad lo que hacemos es buscar un significado de producto turístico con carácter territorial que engloba los recursos, los atractivos de la zona y las infraestructuras turísticas y no turísticas, y en cuya planificación y estructura participan entes públicos y privados (Jesús Garrido, 2018, p. 39)

3.4.2. Características del producto turístico

Los productos turísticos tienen unas características propias, que según Eiglier y Langeard (1989) son cuatro básicas: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad. Existen otras tres que contemplan autores como Middleton (1998), Ascanio (1991) o Acerenza (1990), que son la agregabilidad, estacionalidad y subjetividad.

- a) *Intangibilidad.* Los productos turísticos no se pueden experimentar por los sentidos antes de su compra, lo que genera una incertidumbre del viajero, ya que no puede determinar, anticipadamente y con exactitud qué grado de satisfacción

CAPÍTULO 3

le producirá un producto turístico concreto después de adquirirlo. Por este motivo, Philip Kotler (2002) afirma que “a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen referencia acerca de la calidad con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es “administrar indicios”, “hacer tangible lo intangible”.

- b) *Inseparabilidad*. Los productos turísticos se producen y consumen al mismo tiempo, por lo tanto, existe una inseparabilidad y simultaneidad. Esto significa que el cliente es parte activa del proceso y sin él un producto turístico no tiene razón de ser.
- c) *Heterogeneidad*. Los productos turísticos dependen en gran medida de las personas que los prestan debido a lo que se llama factor humano que interviene en la producción y entrega del servicio, además, también influyen otros factores externos. Un fallo en alguno de sus componentes afecta a todo el conjunto (Figuerola, 1995). Para ello se debe trabajar en la unión de todos ellos, y así minimizar lo máximo posible los contratiempos que puedan surgir.
- d) *Carácter perecedero*. El producto turístico no se puede almacenar, es creado en un momento concreto por un tiempo determinado. Si no se consume, se pierde. De ahí la importancia de una constante innovación que es fundamental para que, en este caso que nos ocupa, el destino turístico no pierda su atractivo.
- e) *Agregabilidad*. El producto turístico se puede formar a partir del conjunto de varios productos, esto es agregando o quitando servicios según las necesidades o preferencias de los turistas. Con cada combinación se van creando nuevos productos (Recio, 1982; Sessa, 1989; Acenza, 1990; Altés, 1993).
- f) *Estacionalidad*. El producto turístico deberá crearse teniendo en cuenta la época del año en la que se va a comercializar, según las condiciones climatológicas del destino, para adaptarse lo mejor posible y así aprovechar los recursos existentes al máximo.
- g) *Subjetividad*. Existe subjetividad, ya que la satisfacción del cliente depende de las condiciones en las que se encuentre en el momento del consumo o prestación del servicio. Por lo tanto, la percepción es individual y distinta de una persona a otra.

3.4.3. Diseño de un producto turístico

Para el diseño de productos turísticos debemos tener en cuenta, como ya hemos visto anteriormente, las necesidades de los turistas a los que va dirigido para así poder satisfacerlas.

Para ello, tendremos en cuenta todos aquellos elementos que puedan ser atractivos: naturales o artificiales, establecimientos hoteleros, complejos turísticos, restaurantes, teatros, actividades, eventos, etcétera (OMT Y CET, 2013), que según el producto que se desee lanzar al mercado, tendrá mayor o menor relevancia.

Autores como Machado y Hernández (2007), tras realizar un análisis comparativo de los procedimientos para crear un producto turístico, definen ciertos requisitos mínimos:

1. *Objetivos*. Fin que persigue la creación del producto turístico.
2. *Estudio de mercado*. Análisis de la demanda para el producto turístico.
3. *Estudio de la oferta*. Evaluación de los atractivos con los que cuenta la comunidad local.
4. *Desarrollo del producto*. Generación de ideas y creación del concepto general del producto turístico.
5. *Estrategias de marketing*. Acciones para la promoción y venta del producto.
6. *Mapeo de actores*. Identificación de actores para la gestión del producto.
7. *Prueba de mercado*. Realización de una prueba piloto antes de lanzar el producto turístico al mercado.
8. *Lanzamiento del producto*. Actividad para lanzar el producto turístico al mercado.
9. *Seguimiento*. Actividad para dar seguimiento por parte de los gestores.

Siguiendo a A. Mínguez (2021), estos requisitos se pueden agrupar en cuatro fases diferentes y serán las que se aplicarán a este proyecto:

1. *Etapa analítica*. En esta etapa se examina la situación de la oferta y la demanda para realizar posteriormente un análisis de los factores del entorno que influyen en el destino, la imagen que transmite y su posicionamiento respecto a la competencia. Esta etapa termina con el diagnóstico de las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades que presenta el destino.

CAPÍTULO 3

2. *Etapa estratégica.* En esta segunda fase se definen los objetivos y las correspondientes estrategias para conseguirlos. A su vez, es fundamental delimitar el público objetivo al que dirigirse.
3. *Etapa operativa.* Seguidamente, teniendo en cuenta todo lo anterior, se definen las características del nuevo producto turístico y se trabaja en su plan de negocio para valorar la viabilidad del proyecto y los posteriores beneficios.
4. *Etapa de control.* Esta última fase es fundamental para revisar si el producto está funcionando correctamente.

3.5. La Ruta de los Cuentos de Hadas (*Deutsche Märchen Straße*)

Lo primero que haré será situar la ruta en el mapa empezando por una breve descripción del país donde se ubica: la República Federal de Alemania. Es una democracia parlamentaria con un Jefe de Estado, que es el Presidente Federal, y el Jefe de Gobierno. El Parlamento Federal (*Bundestag*) está compuesto por 736 diputados actualmente (2021) que representan a los 83 millones de ciudadanos. La República Federal de Alemania se compone de 16 estados federados, representados en la segunda cámara, Consejo Federal (*Bundesrat*), por 69 delegados.

En cuanto al turismo, Alemania se encuentra en el centro de Europa y comparte frontera con nueve países (Suiza, Francia, Austria, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Dinamarca, Polonia y República Checa). Tiene acceso en el Norte por el Mar Báltico y el Mar del Norte. Al sur limita con los Alpes. Para entrar en Alemania, los ciudadanos extranjeros necesitan un pasaporte válido o un documento acreditativo sustitutivo del anterior. Se puede acceder al país en avión, a través de los veintidós aeropuertos internacionales que conectan con todas las regiones del mundo; en tren, con más de 250 conexiones directas diarias con más de 120 ciudades europeas; en bus, con más de 250 líneas, y en automóvil, ya que dispone de una moderna y amplia red de carreteras.

Si hablamos de Patrimonio, la República Federal de Alemania dispone de majestuosos castillos, ciudades románicas y naturaleza protegida. En Alemania existen 44 lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Ahora, me centraré en la Ruta de los cuentos de hadas, asunto que aquí nos ocupa. Es una de las rutas turísticas más antiguas y populares de Alemania. Discurre a lo largo de más de 600 kilómetros desde Hanau hasta Bremen, y conecta lugares interesantes tanto por su cultura como por sus paisajes, todos ellos vinculados a la vida de los Hermanos Grimm, pero sobre todo a sus cuentos.

Esta ruta aún conserva la idiosincrasia regional tradicional con el ambiente de las grandes metrópolis. Conduce a ciudades medievales, castillos y palacios, incluidos lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como los bosques antiguos de hayas de Alemania, en Bad Wildungen que veremos más adelante en el Capítulo 4 junto con otros lugares.

El viaje por la Ruta Alemana de los Cuentos conduce al mundo de los cuentos, los mitos y las leyendas. En los festivales de cuentos y visitas guiadas, los personajes cobran vida y, en algunos lugares, incluso dan la bienvenida a los visitantes en persona.

Los museos y exposiciones de cuentos que se encuentran a lo largo de la ruta explican cosas interesantes sobre la vida y obra de los hermanos Grimm y muchos personajes famosos de cuentos y leyendas.

Los espectáculos de cuento ofrecen experiencias inolvidables, como el festival musical al aire libre de los hermanos Grimm en Kassel, el festival de los hermanos Grimm en Hanau, la obra de teatro al aire libre de los músicos de Bremen, el musical del flautista de Hamelín en Hamelín o el espectáculo «Rapunzel, deja tu pelo caer» en Trendelburg. Algunas escenificaciones son clásicas, pero a menudo se ofrecen interpretaciones nuevas y divertidas.

¿Cómo sería dormir como una princesa en un castillo idílico o en un magnífico palacio?

En la Ruta Alemana de los Cuentos, los visitantes vivirán como en un cuento: felices para siempre.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DEL CASO

4.1. Oferta turística a lo largo de la ruta

La oferta turística es la combinación de productos y servicios presentados para atraer al turista hacia el destino y, por lo tanto, crearle una motivación para su desplazamiento al lugar. Esta oferta puede ser de dos tipos:

- Básica: todos aquellos servicios que son exclusivamente turísticos (alojamientos, agencias de viaje, transporte, etc.)
- Complementaria: aquellos que no son solo turísticos pero son demandados por los turistas y completan el producto turístico final (parques de atracciones, hospitales, supermercados, etc.)

Como se ha mencionado anteriormente, para la creación de un producto turístico, se tendrán en cuenta, dentro de la oferta turística, los tres elementos fundamentales: los atractivos turísticos, las facilidades turísticas y las infraestructuras que dan acceso al lugar (Acerenza, 2006). A continuación, se analiza la oferta turística de las ciudades de la ruta elegidas a través de estos tres elementos, dividiendo los atractivos en dos partes diferenciadas: una primera, aquellos que son propios de la ruta; una segunda, aquellos más generales que hacen parte de la oferta turística de las ciudades, pero no son parte de la ruta.

Un atractivo turístico es aquel que genera suficiente interés entre los viajeros para ser visitado.

Entre las facilidades turísticas de un territorio se encuentran los servicios de alojamiento (hoteles, albergues, apartamentos, etc.), de gastronomía (restaurantes, cafeterías, etc.) y otros elementos complementarios (teatros, museos, etc.). En este apartado se distinguen dos elementos: la oferta turística complementaria (actividades de ocio, espectáculos, parques de atracciones, etc.) que depende directamente del destino turístico y los servicios (alojamientos, empresas de intermediación, transporte, etc.) propios del destino. La oferta turística complementaria diversifica el producto turístico y mejora la competitividad del destino. No pertenece a ningún sector en concreto, sino que tiene características compartidas por varios segmentos.

Los servicios propios del destino, por su parte, no son dependientes del sector turístico, pero su existencia mejora el grado de satisfacción del turista. Este, cuando elige un destino en el que disfrutar de sus vacaciones, valora la presencia de comercios, de un

CAPÍTULO 4

sistema bancario, policía, bomberos o de servicios de salud. Estos elementos pueden pasar desapercibidos, pero su ausencia, en caso de necesidad, causaría malestar. Dan valor al recurso turístico y diversifican la oferta y, su ausencia, limita el disfrute del viajero.

El transporte es indispensable para el desarrollo de la actividad turística. Un transporte seguro y eficiente favorece la movilidad en el destino, mientras que, como en el caso anterior, su ausencia actúa como barrera para el desarrollo turístico (Henderson, 2009).

4.2. Primer tramo: Hanau – Marburg

4.2.1. Hanau

Hanau, situado en la región oriental del Rhine-Main, es el principal centro económico y cultural del condado de Main-Kinzig. Cuenta con una población total de 97.459 habitantes a treinta de junio de 2021 (<https://www.hanau.de/>). La ciudad de los hermanos Grimm tiene una historia de la que están orgullosos y una economía próspera que se remonta a la época romana.

Importantes monumentos culturales y arquitectónicos, el puerto más grande del canal Main-Danube y el casco antiguo de Steinheim con sus casas de entramado de madera, son algunas de las numerosas atracciones que hacen que una visita a la ciudad valga la pena.

Como punto de partida de la Ruta alemana de los cuentos de hadas y la Ruta de la sidra de Hesse, así como parte de la Ruta marco alemana y la Ruta de la cultura industrial, Hanau es un destino turístico popular.

4.2.1.1. Atractivos turísticos

La Ruta de los cuentos de hadas (“*Deutsche Märchen Straße*”) de los hermanos Grimm comienza en la ciudad de Hanau. Esta localidad presume de ser el lugar donde nacieron los mundialmente conocidos hermanos Grimm, Jacob y Wilhelm. Como ya hemos visto, no fueron solo coleccionistas de cuentos de hadas, se les considera además padres fundadores de la filología y los estudios alemanes, principalmente por su diccionario alemán. Hanau, por lo tanto, marca el comienzo de su vida, ya que allí nacen y viven sus primeros años de infancia antes de trasladarse a la vecina Steinau an der Straße en 1791, cuando su padre se va de alguacil.

La ciudad de Hanau ha honrado a los Grimm durante mucho tiempo. Un ejemplo lo tenemos en el Monumento Nacional. Hecho en bronce, es una estatua doble de aproximadamente seis metros y medio de altura, que representa a los Hermanos Grimm, Jacob y Wilhelm. Fue inaugurado el 18 de octubre de 1896, con gran participación ciudadana. Desde entonces convertido en punto de referencia y encuentro para los residentes de Hanau.

El actual alcalde de la ciudad, Claus Kaminsky, enfatizó sobre esta cuestión diciendo que “los hermanos Grimm y Hanau van juntos: se moldearon mutuamente y tienen una historia en común. El monumento nacional encarna esta unión como ningún otro lugar de gran importancia e identidad para nosotros, los residentes de Hanau”.

Al pie de dicho monumento, situado en la Plaza del Mercado (*Am Markt*), los visitantes a menudo se preguntan cuál de los dos escritores está en qué posición, Wilhelm Grimm está sentado y Jacob Grimm está de pie. Existe una leyenda difundida en la ciudad en la que se cuenta que Jacob y Wilhelm cambian de lugar en secreto a medianoche.

Siguiendo la ruta, llegamos al Reino de los cuentos de hadas de los Hermanos Grimm. Se encuentra en el Museo histórico del castillo de Hanau Phillipsruhe y es el primer museo interactivo de los Hermanos Grimm en Alemania. Podemos encontrar encantadoras princesas, valientes príncipes e incluso malvadas brujas, en los que te podrás convertir adentrándote en los maravillosos cuentos de hadas de los Hermanos Grimm. Los visitantes, tanto mayores como pequeños se convertirán en descubridores activos de los contenidos de cuentos de hadas, y, por último, podrán crear su propio cuento de hadas, ya que al final del mágico viaje, a través de los siete mundos de cuentos de hadas del Reino que van a conocer, cada uno podrá inmortalizar el suyo propio en el seto de los cuentos de hadas.

En el salón de la familia Grimm, aquellos visitantes mayores de cuatro años, podrán descubrir la ciudad de Hanau de finales del siglo XVIII a través de los ojos de los hijos de los Grimm. Podremos encontrar algunas piezas únicas como el maletín y la levita de Jacob.

Por último, citar el Camino de cuentos de hadas que está compuesto por diez esculturas repartidas por el centro de la ciudad y situadas junto a los lugares donde nació y vivió la familia Grimm en el pasado. Podemos encontrar la escultura de *El diablo de los tres cabellos de oro*, *El gato con Botas* o *Caperucita Roja*.

CAPÍTULO 4

Hanau, además de ser el principio de la Ruta de los Cuentos de Hadas, tiene otros monumentos importantes que no debemos dejar de visitar. El Museo Histórico de Hanau, que ya hemos mencionado anteriormente, se encuentra en el castillo de Philippsruhe, que fue modernizado entre 1875 y 1880.

Podemos encontrar también el único museo de teatro de papel en Alemania que está integrado en el castillo y cuenta con representaciones regulares. El museo ofrece una mirada histórica sobre el teatro de papel europeo del siglo XIX y busca ser un lugar vivo en el que se organizan exposiciones temporales y espectáculos. La exposición permanente presenta una muestra representativa de cerca de veinte escenarios de teatro montados y cien láminas de personajes y de bastidores. El museo de papel fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial por la UNESCO en marzo de 2021. En Alemania, el teatro de papel tiene una tradición de doscientos años. Aún hoy se conservan muchas decoraciones, hojas de figuras y libros de texto del siglo XIX. La cafetería del museo y la gastronomía en el Salón Blanco son otros atractivos de este castillo. El complejo palaciego se puede visitar durante todo el año. En los meses de verano, el Festival de los hermanos Grimm tiene lugar en el anfiteatro del parque trasero del palacio.

Siguiendo la ruta por la ciudad, nos encontramos con el museo de muñecas y juguetes de arpillera. Está ubicado en el antiguo complejo de Spa de Hanau-Wilhelmsbad. En el primer piso del edificio, podemos encontrar este tipo de juguetes de diferentes épocas pasadas hasta la actualidad. El museo está abierto seis días a la semana y casi todos los días festivos.

4.2.1.2. Facilidades turísticas

a. Alojamiento:

Hanau cuenta con una variada oferta de alojamientos entre hoteles, apartamentos, pensiones y campings repartidos tanto en la ciudad como en los alrededores.

b. Gastronomía:

En Hanau apuestan por mantener vivo este sector, ya que, debido a los últimos acontecimientos de la pandemia, es el que más ha sufrido. Por ello, han creado una serie de eventos que giran en torno a la gastronomía como “El viaje culinario por el norte de la India” o la “Degustación de vino de manzana”. Todo ello podemos encontrarlo en la página oficial del ayuntamiento de Hanau. (<https://www.hanau.de/freizeit/gastronomie/index.html>.)

c. *Servicios complementarios:*

Disponen de farmacias, centro médico, policía, oficina de correo, estaciones de recarga eléctrica, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Hanau. (<https://www.hanau.de/rathaus/was-finde-ich-wo/index.html>)

4.2.1.3. Infraestructuras y transporte

a. *Red viaria*

El acceso a la ciudad puede realizarse a través de las diferentes vías de las que dispone la red de carreteras de Alemania. En la *figura 1* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad.



Figura 1. Mapa de carreteras de acceso a Hanau (abril 2022)
Fuente: <https://www.viamichelin.es>

Además, dispone de estación de autobuses, donde llegan vehículos de todas las regiones de Alemania.

b. *Red ferroviaria*

Hanau dispone de tres estaciones de tren: Estación principal (*Hanau Hbf*), Hanau West y Hanau Nord, a las que llegan trenes con origen en diferentes ciudades alemanas como Frankfurt, Köln, Munich o Berlin. En la *figura 2* se puede ver el mapa de la red ferroviaria de acceso a Hanau con las tres paradas de la que dispone la ciudad.

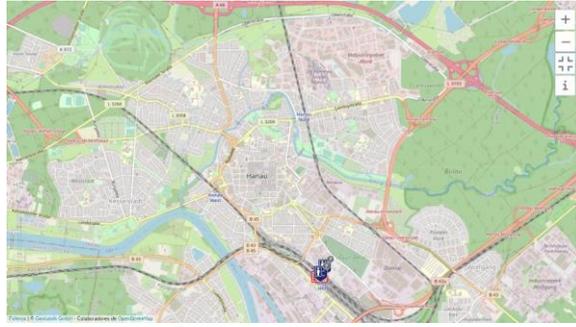


Figura 2. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Hanau (abril 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

Hanau disponía de un aeródromo ubicado en las afueras de la ciudad que fue clausurado en el año 2007. En cuanto a aeropuerto, el más cercano es el que está ubicado en Frankfurt am Main.

4.2.2. Steinau an der Straße

La siguiente parada de nuestra ruta es Steinau an der Straße. Se ubica en el Valle de Kinzig, entre Vogelsberg y Spessart. Esta situación geográfica determinó el desarrollo de la ciudad y facilitó el asentamiento desde finales de la Edad Media. Así mismo, las rutas de uso frecuente como la “Kinzigstraße”, parte de la Vía Regia que se extendía por toda Europa y conectaba Alemania Occidental, Central y Oriental, o la Antigua Ruta del Vino – que conduce desde Spessart hasta Vogelsberg –, atravesaban la ciudad distinguiéndola del resto. Cuenta con 11.164 habitantes divididos entre sus once distritos, de los cuales 5.335 pertenecen a Steinau an der Straße a treinta de junio de 2021 (<https://www.steinau.eu/>).

La ciudad de Steinau an der Straße ofrece multitud de atracciones y recursos turísticos que merece la pena visitar y que explicaremos más adelante. Las ofertas se extienden desde el casco antiguo, excelentemente conservado con castillo y muralla de la ciudad, la casa de los Hermanos Grimm, el museo Steinau, el Museum an der Straße, el juego de marionetas, el castillo y las coloridas visitas guiadas de la encantadora ciudad, hasta la estalactita "Cueva del Diablo", el rocódromo de Europa y el parque de aventuras situado antes de la entrada a la ciudad.

En cuanto a la Ruta de los cuentos de hadas, esta ciudad sería nuestra segunda parada, ya que aquí pasaron los hermanos Grimm su infancia y sus mejores años. Según sus

palabras “aquí tuvieron una hermosa infancia, cuyas impresiones fueron inolvidables para ellos durante toda su vida” (<https://www.steinau.eu/>)

4.2.2.1. Atractivos turísticos

La casa de los hermanos Grimm en Steinau fue anteriormente la casa de un magistrado y el hogar de la familia Grimm. Hoy en día, con numerosas piezas de exposición maravillosas e interactivas, es un museo que logra presentar de manera sensorial la vida, la obra y los cuentos de hadas de renombre mundial de los hermanos Grimm. Los amigos de los cuentos de hadas pueden ver, escuchar y sentir los cuentos y, por lo tanto, sumergirse en el colorido mundo de los cuentos de los niños y el hogar de Jacob y Wilhelm Grimm. Una gran área adicional en el museo está dedicada al hermano artista Ludwig Emil Grimm, un importante pintor y artista gráfico del romanticismo.

Los entusiastas de Grimm pueden visitar junto con un guía de la ciudad los lugares de la infancia de los hermanos Grimm en un recorrido de descubrimiento a lo largo de los pasos de los hermanos. Visitas guiadas a la ciudad de cuento de hadas, visitas guiadas con el nombre "En las huellas de los Grimm" y visitas guiadas a la casa de los hermanos Grimm completan la encantadora oferta.

Steinau se encuentra en la histórica Vía Regia, que forma parte de la ruta comercial de Frankfurt a Leipzig.

La ubicación central y de fácil acceso de Steinau ofrece a los turistas numerosas posibilidades de excursiones en la región de Spessart y Rin-Meno. Los excursionistas descubren puntos de observación histórica mientras caminan a lo largo de la ruta alrededor de la ciudad de los hermanos Grimm o por el sendero Spessart "Steinauer Hochgefühl". Los ciclistas pueden realizar un recorrido hasta el embalse de Kinzig en las inmediaciones. El carril bici de larga distancia de Hesse R3 también conduce por este camino. Las familias con niños pueden disfrutar de unas vacaciones alegres en el parque de aventuras Steinau con su amplia oferta recreativa como por ejemplo el tobogán de verano de 800 m de largo. El sueño de volar puede hacerse realidad en el Kletterwald europeo de Steinau en un mágico hayedo de unos 20.000 metros cuadrados.

Los visitantes de Steinau pueden también descender al inframundo con una visita guiada a través de la estalactita situada en la "Cueva del Diablo", un importante monumento natural.

CAPÍTULO 4

El punto culminante cultural de cada año en otoño es el festival "Steinau Puppeteering Days". numerosos escenarios de toda Alemania representan obras de teatro para jóvenes y mayores. Destacan el estreno de Steinau, el desayuno inaugural, el paseo de cuento de hadas, la larga Noche de Teatro de Figuras y la cena de teatro que concluye el festival.

Según la página web oficial de la ciudad de Steinau an der Straße, <https://www.steinau.eu/>, los diferentes atractivos turísticos están divididos en los siguientes puntos:

- Edificios históricos, como la casa de entramado de madera más antigua de la ciudad, la antigua farmacia, *Burgmannenhaus* (las casas de aquellos miembros de la baja nobleza y funcionarios que protegían el castillo o palacio).
- Iglesias. Nos encontramos con tres: *Katharinenkirche*, *Reinhardskirche* y *St. Pauluskirche*.
- Fuentes. *Brauhausborn*, *Am Saumarkt* y *Märchenbrunnen*.
- Fortificaciones de la ciudad, con murallas, torres y puertas de entrada a la ciudad.
- Antiguas posadas.
- Molinos. *Herrenmühle*, *Hopfenmühle* y *Walkmühle*.
- Trono Spessart. Se trata de un trono realizado con madera de roble de los bosques de Spessart. Existen siete en total.
- Camino de casas con entramado de madera alemán. Fue inaugurado en 1990 y se extiende a lo largo de unos 3.500 km, desde el Elba en el norte hasta el lago de Constanza al sur.

En cuanto a los atractivos naturales, nos encontramos con el Spessart, el bosque caducifolio más grande de Alemania con hayas y robles. Este entorno inspiró a los hermanos Grimm a escribir historias sobre bosques misteriosos y lugares medievales. Además, este bosque ofrece diferentes rutas de senderismo, de bicicleta de montaña, baños termales y otras ofertas de salud y bienestar.

4.2.2.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En la ciudad de Steinau an der Straße podemos encontrar diferentes tipos de alojamientos.

- Lugar para autocaravanas. El Parque de autocaravanas de Steines (*Wohnmobilstellplatz Am Steines*) está ubicado en el centro deportivo Steinau, con vistas al casco antiguo de la ciudad y una piscina al aire libre. Se puede ir caminando al centro en pocos minutos. Tienen disponibles cinco plazas de estacionamiento con todos los suministros necesarios.
- Hoteles y posadas. La ciudad dispone de cinco establecimientos para alojarse.
 - Hotel-Restaurant Brathänchenfarm. Situado entre Spessart y Vogelsberg. Dispone de habitaciones completamente amuebladas, todas con TV, ducha y WC. (<https://www.brathaechnchenfarm.de>).
 - Hotel Burgmannenhaus und Wilde Speisekammer. Situado cerca del ayuntamiento, el museo de los hermanos Grimm y el castillo de Steinau. Todas las habitaciones, rústicas con el típico entramado de madera, disponen de ducha, WC, TV y WiFi gratuito. (<https://www.burgmannenhaus-steinau.de/>).
 - Posada. Landgasthaus Bayrischer Hof. Situado en el centro del distrito de Main-Kinzig y al borde del Rhön. Las habitaciones disponen de ducha o baño, WC y TV bajo petición. (<https://bayrischer-hof.info>).
 - Posada. Landgasthaus Deutsches Haus. Ubicada en el distrito de Ulmbach. Las habitaciones están equipadas con ducha o bañera, WC, teléfono, TV y W-LAN gratuito. (<https://www.landgasthof-deutsches-haus.de>).
- Casas y apartamentos. La ciudad dispone de once establecimientos.
 - Ferienhaus Strack.
 - Ferienwohnung – Pensión Haus Sigrid. (<https://haus-sigrid-Zimmervermietung.business.site>).
 - Haus Talblick Familie Staudt. (www.ferienwohnung-staudt.de).
 - Ferienwohnung Haus Weinbrenner. (www.haus-weinbrenner.com).
 - Ferienwohnung Ruffer.
 - Ferienwohnung Familie Schäfer. (www.ferienwohnung-schaefer.de.tl).
 - Ferienwohnung Familie Stoos. (www.ferienwohnungstoos.de).
 - Ferienwohnung Familie Ziegler. (www.ferienwohnungziegler.de).
 - Ferienwohnung Spessartwald. (www.ferienwohnung-spessartwald.de).
 - Ferienwohnungen Haus an der Kinzig. (www.anderkinzig.de).
 - Mein klein Hotel Steinau – Rabenstein. (www.klein-hotel.de).

CAPÍTULO 4

➤ Privatzimmer. Privatpension Zur Warte.

b. Gastronomía

En la ciudad de Steinau an der Straße podemos encontrar una variedad de establecimientos entre restaurantes, bares y cafeterías que ofrecen una gastronomía típica de la zona y productos de las granjas que están en los alrededores.

c. Servicios complementarios

La ciudad cuenta, entre otros servicios, con médicos, farmacias, bomberos y rescate, estación de carga para coches eléctricos y para bicicletas eléctricas. Todos los servicios se pueden consultar en la página oficial del ayuntamiento de la ciudad <https://www.steinau.eu/>.

4.2.2.3. Infraestructuras y transporte

a. Red Viaria

El acceso a la ciudad puede realizarse a través de las diferentes carreteras que llegan desde los diferentes puntos de Alemania. En la *figura 3* se pueden ver los accesos a la ciudad. Aparece la Ciudad de Hanau ya que sería el origen de la ruta.



Figura 3. Mapa de carreteras de acceso a Steinau an der Straße (abril 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

Además, se puede contratar el servicio taxi y también se puede acceder a la ciudad en bicicleta por el carril bici de larga distancia R3 de Hesse. Dispone de estación de autobuses Schreiber Reisen (www.schreiber-reisen.de).

a. Red ferroviaria

Steinau an der Straße dispone de una parada en la calle del tren regional que circula cada hora entre las ciudades de Frankfurt y Fulda. En la *figura 4* se puede ver el mapa de la red ferroviaria de acceso a Steinau an der Straße con la única para de la que dispone.

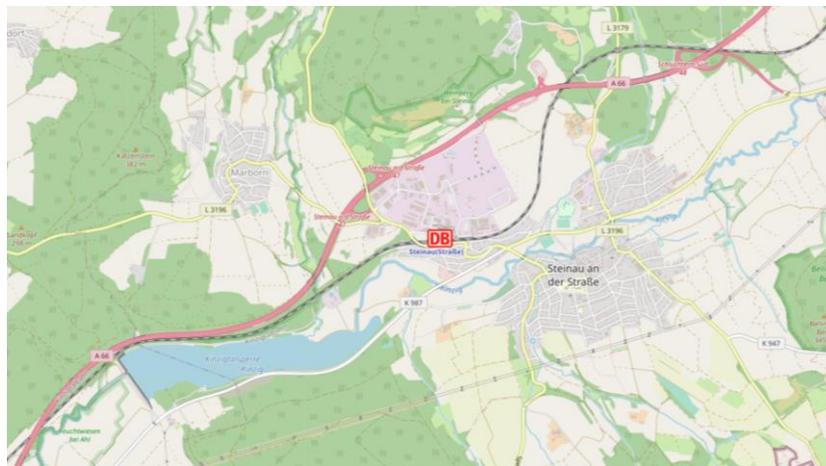


Figura 4. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Steinau an der Straße (abril 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

a. Red aérea

Steinau an der Straße no dispone de aeropuerto, el más cercano es el que está ubicado en Frankfurt am Main, aproximadamente a una hora.

4.2.3. Alsfeld

Continuando con la ruta, llegamos a Alsfeld. Ciudad perteneciente al estado de Hesse, que fue declarada en 1975 “Ciudad Modelo Europea” por el Consejo de Europa. Como consecuencia, la mayoría de las casas, más de cuatrocientas con entramado de madera, tuvieron que ser restauradas, así como el ayuntamiento, la picota gótica de la plaza del mercado de *Schwäbisch Hall*, y una de las casas más antiguas de Alemania. Cuenta con 16.392 habitantes distribuidos entre sus dieciséis distritos, de los cuales 9.368 pertenecen a Alsfeld a treinta y uno de diciembre de 2021 (<https://www.alsfeld.de/>).

Nos encontramos en la ciudad de Caperucita Roja y donde su ayuntamiento tiene fama mundial. Como veremos a continuación, la mayoría de los atractivos turísticos se encuentran en casas típicas de entramado de madera que hacen del casco antiguo un paseo de cuento. Además, se ofrecen rutas inspiradas en los hermanos Grimm y sus cuentos.

4.2.3.1. Atractivos turísticos

En el mundo de los cuentos de hadas, Caperucita roja juega un papel especial en Alsfeld. Se dice que los hermanos Grimm se inspiraron en el traje tradicional de Schwalm con su caperuza roja, que veremos más adelante cuando llegue la ruta a Schwalmstadt. Las experiencias encantadoras que uno no olvida son, por ejemplo, el “Día anual de las hierbas medicinales” y “el Cuento de hadas” en junio, así como una visita a la Casa de cuentos de hadas de Alsfeld. En esta casa de entramado de madera del año 1628, las habitaciones están decoradas con temas de diferentes cuentos de hadas. Aquí también se encuentra una de las colecciones de casas de muñecas más importantes de toda Alemania, así como el "salón de brujas". Durante un recorrido por la ciudad conoceremos a los Hermanos Grimm, que nos invitan a un fascinante viaje al pasado.

Se realizan diferentes representaciones de los cuentos de los famosos hermanos tanto en el jardín del monasterio como frente a la Casa de cuentos de hadas (se tiene que consultar lugar y horarios de las actuaciones en la página oficial del ayuntamiento de Alsfeld <https://www.alsfeld.de/tourismus/fuehrung/rotkaeppchen-auffuehrung/>). Se puede elegir entre Caperucita roja, Rupalstiltkin, El Rey rana o Blancanieves entre otros.

Según el portal del ayuntamiento de Alsfeld, existen diferentes atractivos turísticos y tours por la ciudad diferentes de los mencionados anteriormente que no estén relacionados con los hermanos Grimm.

- El ayuntamiento. Es uno de los más importantes con entramado de madera que tiene Alemania. Fue construido entre 1512 y 1516.
- La farmacia, de la misma época que el ayuntamiento, está allí desde 1665. El edificio data de 1561.
- Casa del tocón. Es la primera casa de entramado de madera con tallas en su fachada. Fue construida en 1609.
- La fuente medieval. Fue redescubierta en 1974 y restaurada durante la ampliación de la zona peatonal de la ciudad.
- Iglesia de la Trinidad. Es la antigua iglesia del monasterio de los ermitaños.
- Antiguo monasterio agustino. Se cree que fue fundado en el S. XIII. Fue construido entre la iglesia y la muralla de la ciudad y fue ocupado por ermitaños.

- La torre de Leonhard. Es la única que se conserva de las numerosas torres de muralla y puertas de las fortificaciones de la ciudad vieja. Es conocida como “el nido de la cigüeña”.
- Osario. Capilla gótica tardía, construida en 1368 y reconstruida en 1510. En el lado norte de la plaza de la iglesia, se usaba para guardar los huesos del cementerio circundante. Ahora es el archivo de la ciudad desde 1983.
- Fuente Schwalm. Fue construida en 1958 como muestra del vínculo existente entre la ciudad y los trajes tradicionales de la zona de Schwalm. En ella se puede ver a una niña vestida con el traje típico.
- Iglesia de Walpurgis. Es una iglesia con una complicada construcción a lo largo de los siglos.
- La casa del vino. Construida en piedra, era una bodega que servía para almacenar y servir vino. Hoy en día acoge a parte de la Administración y el centro turístico.
- Además, se pueden visitar a lo largo y ancho de la ciudad todas aquellas casas de entramado de madera, así como realizar los diferentes tours de los que disponen con una temática muy variada.

4.2.3.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En la ciudad de Alsfeld podemos encontrar diferentes tipos de alojamientos.

- Lugar para autocaravanas. Ubicada en el aparcamiento de Erlenstadtion. Hay 45 plazas de aparcamiento con todos los suministros necesarios. Se encuentra a tan solo 300 metros del casco histórico de la ciudad.
- Camping. A unos pocos kilómetros de la ciudad, está ubicado en Heimertshausen.
- Hoteles y pensiones. Alsfeld ofrece una variedad de alojamientos, desde la posada rural y el negocio hotelero tradicional, casas de huéspedes cuidadas, apartamentos de vacaciones y habitaciones privadas hasta un exclusivo hotel con sauna. En el Centro de Turismo pueden ayudar a encontrar y elegir el alojamiento que más se adapte a las necesidades y presupuesto del turista.

b. Gastronomía

CAPÍTULO 4

En la ciudad de Alsfeld podemos encontrar una variedad de establecimientos entre restaurantes, bares y cafeterías que ofrecen una gastronomía típica de la zona y así como una gastronomía internacional.

c. Servicios complementarios

La ciudad cuenta entre otros con hospital, farmacias, bomberos y rescate, parques infantiles, estación de carga para vehículo eléctricos. Todos los servicios se pueden consultar en la página oficial del ayuntamiento de la ciudad <https://www.alsfeld.de/>.

4.2.3.3. Infraestructuras y transporte

a. Red Viaria

El acceso a la ciudad puede realizarse a través de las diferentes carreteras que llegan desde los diferentes puntos de Alemania. En la *figura 5* se pueden ver los accesos a la ciudad. Aparece Steinau an der Straße al ser la parada anterior de la ruta.

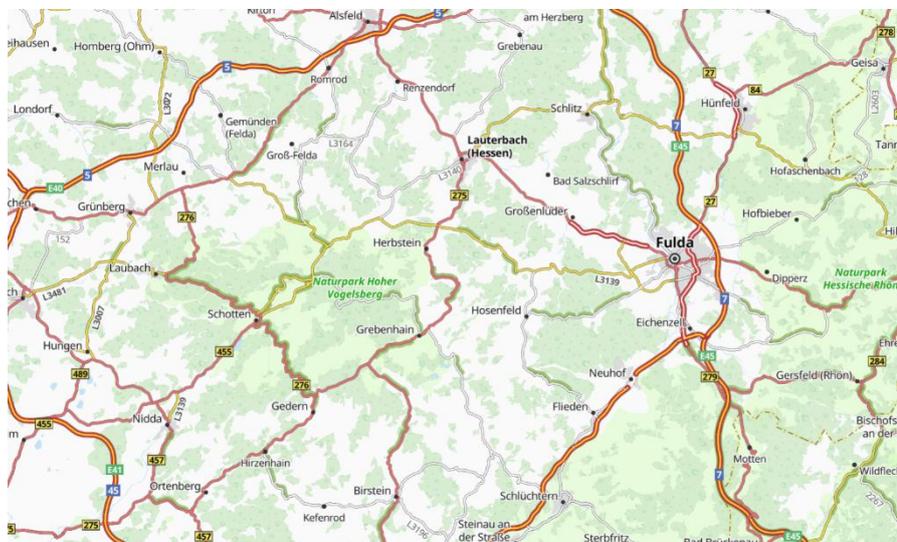


Figura 5. Mapa de carreteras de acceso a Alsfeld (abril 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

Además, se puede llegar a través del autobús de larga distancia, a las dos paradas de las que dispone la ciudad, procedentes de todas las partes de Alemania e incluso de Europa debido a su buena ubicación.

b. Red Ferroviaria

Alsfeld dispone de una parada del tren regional que circula varias veces por hora en la línea ferroviaria Fulda – Giessen. En la *figura 6* se puede ver el mapa de la red ferroviaria de acceso a Alsfeld con la parada de la que dispone.

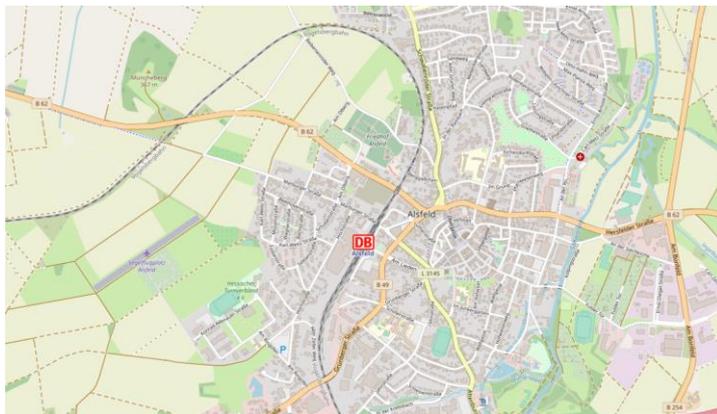


Figura 6. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Alsfeld (abril 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

Alsfeld no dispone de aeropuerto, el más cercano es el que está ubicado en Frankfurt am Main, a unos 100 kilómetros, pero se puede llegar rápidamente gracias a la buena conexión por autopista.

4.2.4. Marburg

Siguiendo la ruta elegida, la última parada de este tramo es la ciudad de Marburg, ciudad universitaria. Siendo la octava ciudad más grande de la región de Hesse, se extiende a ambos lados del Lahn, entre el río y las montañas. Cuenta con 245.206 habitantes repartidos por los veintidós distritos, de los cuales 75.638 pertenecen a Marburg a treinta de junio 2021 (<https://www.marburg.de/>).

El casco antiguo se extiende hasta el castillo, alrededor de 100 metros. Sus calles estrechas y románticas albergan edificios de entramado de madera renovadas y villas de estilo guillermino donde se ubican, la mayoría de las veces, tiendas, bares, pubs y cafeterías. La ciudad cuenta con la universidad protestante más antigua del mundo, Universidad Philipps, que data de 1527, y que gracias a sus estudiantes dan color a la ciudad.

4.2.4.1. Atractivos turísticos

Según la página web oficial de la región de Hesse <https://www.hessen-tourismus.de/de/stadterlebnis/stadtportraits/marburg/> “se pueden encontrar lugares de interés en el centro histórico en cada esquina. Comienza con la Iglesia de Elisabeth, continúa con la sinagoga medieval y la iglesia parroquial luterana y está lejos de

CAPÍTULO 4

terminar en el ayuntamiento del gótico tardío. El arte y la cultura también son muy importantes aquí, por lo que en los días de lluvia puedes pasar horas emocionantes, divertidas e instructivas en instalaciones como la Casa del Romanticismo y el Museo de arte. Por la noche, bien atraen las grandes actuaciones, por ejemplo, en el Hessian State Theatre, o puedes ir a lugares alternativos como el centro cultural G-Werk, que tiene un gran escenario cinematográfico y teatral, o la genial tienda cultural KFZ. En 2022 comenzará un festival muy grande: bajo el lema "Marburg 800" se celebrará el 800 aniversario de la primera mención como ciudad.”

Quien quiera descubrir los cuentos de hadas debe parar en la ciudad de Marburg. Los hermanos Grimm quedaron impresionados por el estilo medieval de Marburgo con sus antiguas casas de entramado de madera, callejones estrechos, escalones empinados, el romántico mercado y el imponente Palacio Landgrave. Durante sus años de estudio entre 1802 y 1806, este encantador entorno inspiró a Jacob y Wilhelm Grimm a perseguir sus ideas para crear la colección Cuentos de niños y del hogar.

El "Camino Grimm" es único en Marburg, con sus figuras de cuento de hadas a lo largo de todo el recorrido, se pueden ver incluso ubicadas en las fachadas de las casas, escalones y paredes que no solo maravillaran a familias y niños. La "luz azul" en la fuente del palacio y el "proyecto de arte de luz Sterntaler" en la Iglesia de la Universidad se encuentran entre los muchos aspectos destacados bien pueden admirar en una visita guiada.

En una carta a su compañero de escuela Paul Wiegand, Jacob Grimm describe sus impresiones de Marburg: "Creo que hay más escalones en la calle que en las casas. Uno incluso entra en una casa por el techo" (<https://www.marburg-tourismus.de/>).

Según la página oficial de turismo del ayuntamiento de Marburg (<https://www.marburg-tourismus.de/>) existen 103 atracciones turísticas para visitar. Las más destacadas son:

- Centro histórico. Conocido por los lugareños como la “ciudad alta”. La mejor manera de conocerlo es hacerlo a pie. Se puede comenzar por la plaza del mercado, donde se encuentra el ayuntamiento de estilo gótico tardío, para ir subiendo a través de las escaleras de caracol que hay a lo largo del recorrido entre las casas hasta el castillo.

- Castillo Landgrave. La primera piedra se colocó alrededor del año 1000 y desde entonces ha servido como fortaleza, castillo y residencia principesca, siendo reconstruido y ampliado en varias ocasiones.
- Iglesia parroquial luterana St. Marien. Es la más antigua de la ciudad y se encuentra entre el castillo y el mercado. Se puede reconocer por su torre inclinada.
- La torre Kaiser Wilhelm. Dedicada al Kaiser Wilhelm I en su inauguración en el año 1890, es conocida como la “torre de los espejos”. Desde su torre se puede divisar una bonita panorámica de la ciudad de Marburg y cuenta la leyenda que los estudiantes que quieren aprobar un examen deben subir a la torre de antemano.

Además, se pueden realizar rutas por la naturaleza o descubrir nuevas perspectivas de la ciudad a bordo del barco Elisabeth II.

4.2.4.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En la ciudad de Marburg podemos encontrar diferentes tipos de alojamientos.

- Lugar para autocaravanas. Ubicada en el pabellón de deportes de la Universidad, en Jahnstraße, en las inmediaciones del río Lahn. Hay 10 plazas de aparcamiento con todos los suministros necesarios. Se encuentra a pocos minutos del casco histórico con el castillo de la ciudad. (<https://www.marburg-tourismus.de/camping-und-wohnmobile/pois/>).
- Camping. Ubicado en el Lahn, a poca distancia del centro de la ciudad. Cuenta con 48 parcelas y cuatro casas de madera. Dispone también de todos los suministros necesarios. <https://www.marburg-tourismus.de/camping-und-wohnmobile/pois/>).
- Hoteles y pensiones. Marburg ofrece una variedad de alojamientos, con diferentes categorías para los distintos presupuestos. Se pueden consultar en la página oficial <https://www.marburg-tourismus.de/buchen>.
- Apartamentos y habitaciones privadas. <https://www.marburg-tourismus.de/buchen/>.

CAPÍTULO 4

b. Gastronomía

La ciudad universitaria de Marburg nos ofrece una variedad gastronómica tanto nacional como internacional debido a esa diversidad de culturas que existe gracias a los estudiantes que allí se encuentran. Dispone de todo tipo de establecimientos que pueden estar ubicados en lugares tales como un molino histórico, en un pequeño castillo o en una tradicional posada rural.

c. Servicios complementarios

La ciudad cuenta con hospital, farmacias, parques infantiles, estación de carga para vehículo eléctricos, entre otros. Todos los servicios se pueden consultar en la página oficial del ayuntamiento de la ciudad <https://www.marburg-tourismus.de/>.

4.2.4.3. Infraestructuras y transporte

a. Red Viaria

El acceso a la ciudad puede realizarse a través de las diferentes carreteras que llegan desde los diferentes puntos de Alemania. En la *figura 7* se pueden ver los accesos a la ciudad. Aparece Alsfeld, al ser la parada anterior de la ruta. Para entrar al centro de la ciudad es necesario que el vehículo disponga de la etiqueta verde de contaminación. (<https://www.marburg-tourismus.de/>).



Figura 7. Mapa de carreteras de acceso a Marburg (abril 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

Además, se puede llegar a través del autobús de larga distancia, procedentes de todas las partes de Alemania.

b. Red Ferroviaria

Marburg dispone de una parada del tren regional que circula varias veces por hora en la línea ferroviaria Fulda – Giessen. En la *figura 8* aparece el mapa de la de la red ferroviaria de acceso a Marburg con la parada de la ciudad.

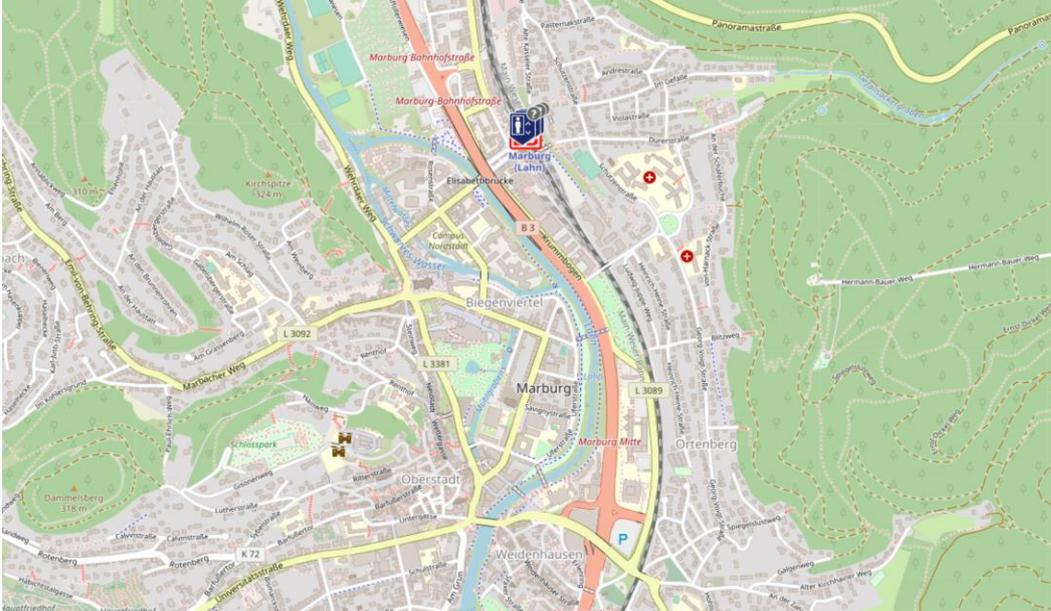


Figura 8. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Marburg (abril 2022)
Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

Marburg no dispone de aeropuerto, el más cercano es el que está ubicado en Frankfurt am Main, a una hora de allí.

4.3. Segundo tramo: Schwamstadt – Kassel

4.3.1. Schwamstadt

La siguiente parada de la ruta de los cuentos de hadas es Schwalmstadt. La ciudad consta de trece distritos entre los que se encuentran Ziegenhain, Treysa, Rommershausen, Trutzhain y Wiera. Con un total de 18.199 habitantes a treinta y uno de diciembre de 2021 (<https://schwammstadt.de/>). Actualmente se considera el centro económico y cultural del país de Caperucita roja. Tiene mucho que ofrecer: edificios de importancia cultural e histórica, museos, casas de entramado de madera, los trajes de Schwalm conocidos a nivel nacional, muchos festivales, mercados, eventos culturales y una naturaleza única.

CAPÍTULO 4

Con el paisaje de baja montaña bien arbolado entre Kellerwald y Knüll, así como los atractivos de los valles fluviales del Eder, Fulda y Schwalm, la región ofrece requisitos óptimos para estancias de vacaciones activas y relajantes en un entorno natural intacto.

Durante su vida, los hermanos Jacob y Wilhelm Grimm encontraron un modelo para su traje de "Caperucita roja" (*Rotkpächen*) en el vestido folclórico tradicional de Schwalm, como se ha visto anteriormente en la ciudad de Alsfeld, que forma parte del estado de Hesse. Las mujeres solteras hasta la edad de 30 años llevaban un gorrito rojo. Hay numerosas leyendas y cuentos en las ciudades del condado de Schwalm-Eder relacionados con el gorro rojo. (<https://schwalmstadt.de/>).

4.3.1.1. Atractivos turísticos

En cuanto a los recursos turísticos de la ciudad de Schwalmstadt, se centrarán en cinco de sus distritos. Se puede consultar la página web oficial <https://schwalmstadt.de/>.

a. Treysa

En Treysa podemos encontrar la plaza del mercado, rodeada de casas con el típico entramado de madera de la zona, con la fuente y su figura llamada "*Johannismänchen*", símbolo de la justicia del mercado del año 1683.

El ayuntamiento con la fuente Ruland, con su veleta que muestra el escudo de armas de la ciudad del año 1651, ha sido restaurado en varias ocasiones, una de ellas debido a un incendio.

Las ruinas de la iglesia de *Totenkirche*, o iglesia de San Martín, símbolo del distrito. Data de los siglos XII y XII y fue construida en el período de transición del estilo románico al gótico. Se puede observar, detrás de la iglesia, que todavía sigue en pie parte de la muralla de la ciudad bien conservada.

Siguiendo la visita, se encuentra la capilla del hospital (*Hospitalskapelle*) de Treysa. Consta de una torre hexagonal con varias figuras en su parte superior. Actualmente se utiliza para eventos.

Y por último, la torre de la bruja (*Hexenturm*), única torre redonda de las fortificaciones de la ciudad de Schwastasdt que se conserva casi en su totalidad. Alrededor de la torre se pueden encontrar algunas de las casas más antiguas de Treysa, que datan de los siglos XVI y XVII.

b. Ziegenhain

El centro histórico de Ziegenhain es la fortaleza de agua del siglo XVI, que todavía está completamente rodeada por las murallas interiores y cuenta con numerosos edificios impresionantes con entramado de madera que se conservan en su interior. Desde 1938, la casa de piedra (*Steinernen Haus*), que antiguamente albergaba a los comandantes de la fortaleza, es el museo de Schwalm albergando un verdadero tesoro de arte y cultura de la ciudad, entre los que se pueden encontrar una colección de artesanía o trajes tradicionales.

c. Rommershausen

Rommershausen se caracteriza por el complejo del castillo. La propiedad señorial cuenta con un molino, una iglesia con un cementerio que la rodea y un asentamiento rural adyacente. Como principal atracción se puede encontrar la historia de un meteorito que, cayó en el bosque en 1916 y fue encontrado por el guardabosques. Actualmente se encuentra en Marburg y en la zona del impacto se puede ver una piedra conmemorativa.

d. Trutzhain

Trutzhain se remonta a 1939, como campo de prisioneros de la guerra. EL antiguo cuartel y la estructura del campamento se conservan a día de hoy.

e. Wiera

En los años 1930, se descubrió un túmulo funerario de la Edad de Bronce. El anillo que lo rodea y el lugar del entierro son todavía claramente visibles hoy en día.

4.3.1.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En la ciudad de Schwalmstadt se pueden encontrar diferentes tipos de alojamientos.

- Lugar para autocaravanas. Existen dos espacios en Treysa, que dispone de 5 plazas de aparcamiento, y Ziegenhain, que dispone de 10 plazas de aparcamiento, además de piscina exterior. Ambos espacios cuentan con todos los suministros necesarios.
- Hoteles y pensiones. Schwalmstadt ofrece variedad de alojamientos, desde hoteles y pensiones, apartamentos hasta habitaciones privadas. Podemos encontrar en la página web <https://schwalmstadt.de/freizeit-tourismus-kultur/hotels-und-pensionen-in-schwalmstadt.html>.

CAPÍTULO 4

b. Gastronomía

En la ciudad de Schwalmstadt podemos encontrar variedad de establecimientos entre restaurantes, bares y cafeterías, que ofrecen una gastronomía típica de la zona así como una gastronomía internacional.

c. Servicios complementarios:

Dispone de hospital, farmacias, centro médico, policía, oficina de correo, estaciones de recarga eléctrica en Hexengasse, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Schwalmstadt. <https://schwalmstadt.de/>.

4.3.1.3. Infraestructuras y transporte

a. Red viaria

El acceso a la ciudad puede realizarse a través de las diferentes conexiones de las que dispone la red de carreteras de Alemania. En la *figura 9* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad. Como se puede observar aparece la ciudad de Marburg, parada anterior de la ruta.



Figura 9. Mapa de carreteras de acceso a Schwalmstadt (abril 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

b. Red ferroviaria

Schwalmstadt dispone de una estación de tren abierta en Main-Wesser-Bahn, ubicada en el distrito de Treysa. Es parada de InterCity así como de tráfico regional. En la *figura 10* se puede ver el mapa de la red ferroviaria de acceso a Schwamstadt con la única parada de la que dispone.



Figura 10. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Schwalmstadt (abril 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

El aeropuerto más cercano es el que está ubicado en Frankfurt am Main, a una hora y cuarto aproximadamente.

4.3.2. Bad Wildungen

Continuando la ruta, se llega a Bad Wildungen, conocida como “la ciudad de la salud”. Cuenta con 17.287 habitantes a finales de 2020 (www.citypopulation.de/). Se encuentra al norte de Hesse, en la región de Edersee, cercana al Parque Nacional Kellerwald-Edersee. Se compone de trece distritos en los que podemos encontrar una variedad de manantiales curativos y el parque termal más grande de Europa, con siete kilómetros y medio de largo; por este motivo se ha convertido en una moderna ciudad de salud y bienestar, que comenzó hace más de 600 años como ciudad balneario.

Como sitios principalmente comprometidos con el mantenimiento o la restauración de la salud física y mental, las ciudades balneario han desarrollado un programa de construcción acorde con estos propósitos.

El uso de fuentes termales se remonta a la antigüedad. Los romanos construyeron grandes baños termales sobre ellas. Luego, en el siglo XVI, se desarrollaron los “viajes de salud”. En contraste con la visita diaria a los baños termales en la época romana, ahora la gente viajaba para usar los manantiales curativos durante un período de tiempo más largo. Esto también trajo consigo nuevas formas de "sociabilidad de baño".

Ejemplos destacados en Bad Wildungen son el Fürstenhof, que se completó en 1912, el conjunto de casas en Hufelandstrasse, así como numerosas villas y antiguas pensiones en Brunnenallee, la avenida más antigua de una ciudad balneario europea.

CAPÍTULO 4

Bad Wildungen se presenta como una ciudad con una gran diversidad en su oferta cultural, de ocio y recreativa, tanto para amigos de los cuentos de hadas como para aquellos visitantes de día o turistas de vacaciones.

4.3.2.1. Atracciones turísticas

Dos épocas estilísticas muy diferentes caracterizan el paisaje urbano de Bad Wildungen. Los edificios de estilo guillermino del último tercio del siglo XIX dominan Brunnenallee y el distrito balneario, mientras que el casco antiguo alrededor de la iglesia del pueblo, el ayuntamiento y la plaza del mercado se caracteriza por edificios con entramado de madera, que datan de los siglos XVI y XVII. Se pueden encontrar a lo largo de sus avenidas, como Brunnenstraße, tallas especiales en los diferentes edificios de casas. (<https://www.bad-wildungen.de/>).

Si lo que busca el visitante es turismo activo, la ciudad cuenta con el parque termal más grande de Europa. Tiene una superficie de 50 hectáreas y una longitud de seis kilómetros. Conecta Bad Wildungen con el centro de salud de Reinhardhausen. Se puede realizar un tranquilo paseo pasando por los numerosos manantiales curativos, admirando a su vez la diversidad natural del parque, especies como las secuoyas o escuchar a las aves desde los bancos o tumbonas que se pueden encontrar a lo largo del paseo. (<https://www.bad-wildungen.de/leben-erleben/kurpark/>).

En cuanto a nuestra ruta de cuento de hadas, el distrito que no se debe dejar de visitar es el de Bergfreiheit. Se encuentra en el valle de Urffbach, en Hoher Kerllerswald. Es un distrito que antiguamente se dedicaba a la minería y ahora esa antigua mina se puede visitar y es la entrada más al sur del Geoparque “Grenz Welten”. En cuanto a los hermanos Grimm, este pueblo se conoce como el pueblo de Blancanieves, ya que los niños prematuros, conocidos como “enanitos”, solían trabajar en las minas del pueblo. Además, la hija de un príncipe, Margaretha von Waldeck, fue envenenada a una edad temprana. Ambas historias fueron utilizadas por los Grimm para la creación de su cuento de hadas “Blancanieves y los siete enanitos”. Se puede visitar la “Casa blanca como la nieve”, cuidadosamente amueblada donde se muestra el famoso cuento. Una vez al año se representa en lo alto del pueblo en un escenario natural. Toda esta información se puede encontrar visitando la página oficial <http://www.bergfreiheit.de/>.

4.3.2.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En la ciudad de Bad Wildungen se pueden encontrar diferentes tipos de alojamientos.

- Lugar para autocaravanas. Existen dos espacios Wohnmobilestellplatz y Wohnmobil-Stellplatz Bad Wildungen. Ambos espacios cuentan con todos los suministros necesarios.
- Hoteles y pensiones. Bad Wildungen ofrece una variedad de alojamientos, desde hoteles, pensiones y apartamentos hasta habitaciones privadas. (<https://buchungen.bad-wildungen.de/>).

b. Gastronomía

En la ciudad de Bad Wildungen podemos encontrar una variedad de establecimientos entre restaurantes, bares y cafeterías que ofrecen una gastronomía típica de la zona, así como una gastronomía internacional. (<https://www.bad-wildungen.de/leben-erleben/gastronomie/>).

c. Servicios complementarios

Dispone de farmacias, centro médico, policía, oficina de correo, estaciones de recarga eléctrica para vehículos, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Bad Wildungen.

4.3.2.3. Infraestructuras y transportes

a. Red viaria

El acceso a la ciudad por carretera puede realizarse a través de las diferentes autopistas y carreteras federales de las que dispone la red de carreteras de Alemania. En la *figura 11* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad. Como se puede observar aparece la ciudad de Schwalmstadt, parada anterior de la ruta.

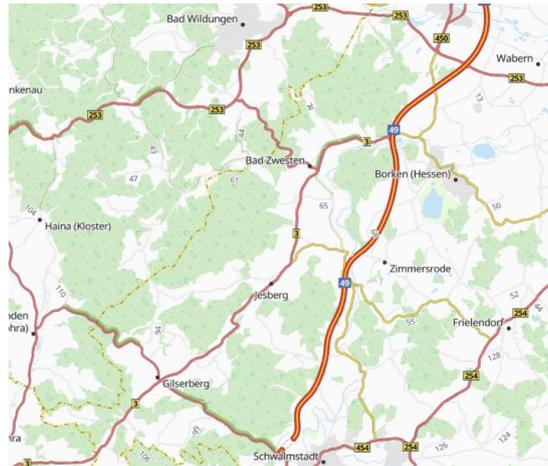


Figura 11. Mapa de carreteras de acceso a Bad Wildungen (abril 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

b. Red ferroviaria

Bad Wildungen dispone de una estación de tren al este de la ciudad. Tiene origen y destino en Kassel. Se puede acceder al centro fácilmente en autobús urbano. En la figura 12 se muestra el mapa de la red ferroviaria de acceso a Bad Wildungen con la parada de la que dispone.

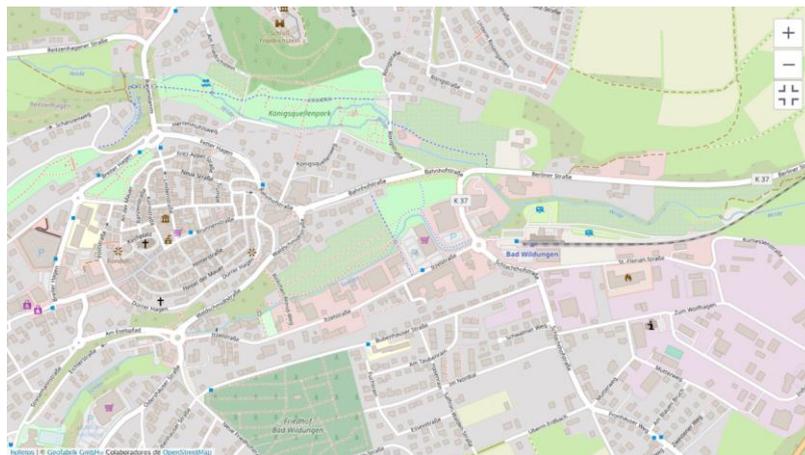


Figura 12. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Bad Wildungen (abril 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

La ciudad de Bad Wildungen no dispone de aeropuerto. El más cercano recomendado es el de Fráncfort, a poco más de 100 kilómetros. Aunque también se puede llegar a los aeropuertos de Dusseldorf, Colonia y Hannover, estos un poco más lejos, a más de 150 kilómetros.

4.3.3. Kassel

Siguiendo con la ruta, la siguiente parada es la ciudad de Kassel. Cuenta con 203.479 habitantes a treinta y uno de diciembre de 2021 (<https://www.kassel.de/>). Una ciudad convertida en el centro del mundo del arte contemporáneo, así como una de las ciudades culturales más excitantes de Alemania gracias al legado de los hermanos Grimm.

Patrimonio de la Humanidad y meca del arte contemporáneo, la ciudad de Kassel es la tercera metrópolis más grande de la región de Hesse, después de Fráncfort y Wiesbaden. Es una de las ciudades más verdes del país gracias al Bergpark Wilhelmshöhe. Además, se pueden encontrar magníficos palacios antiguos que conviven con modernas edificaciones.

Kassel cuenta con la exposición de arte contemporáneo más importante del mundo, denominada “Documenta”, y atrae a visitantes tanto nacionales como internacionales cada cinco años.

Para los amantes de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm, se puede visitar el museo GRIMMWELT dedicado a los cuentos y que se verá a continuación.

4.3.3.1. Atractivos turísticos

Los recursos turísticos que podemos encontrar en Kassel vienen referidos en las páginas web de la ciudad (<https://www.kassel.de/>) y en la página de la región de Hesse (<https://www.hessen-tourismus.de/>). Empezaremos por el Bergpark Wilhelmshöhe, el más grande de Europa de este tipo, y declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2013.

Es famoso por la gran variedad y diversidad de árboles y plantas que se puede encontrar en su extensa superficie de 2,4 kilómetros cuadrados.

El conjunto barroco, cuyas partes veremos a continuación, fue construido a principios del siglo XVIII con un sistema de cascadas de 250 metros de largo con un octógono final, donde se erige una pirámide empinada coronada por la estatua de Hércules de 8,30 metros de altura.

El parque está abierto todo el año y su acceso, que solo podrá realizarse a pie, es gratuito.

Las principales atracciones que podemos encontrar dentro del parque son:

CAPÍTULO 4

- Los juegos del agua. Las fuentes llevan funcionando desde hace más de 300 años bajo el mismo principio de leyes físicas, sin ningún tipo de ayuda de bombas. Las aguas fluyen desde los pies de Hércules hasta el estanque del castillo. El espectáculo puede verse todos los años desde el 1 de mayo hasta el 3 de octubre los miércoles, domingos y festivos. Se puede seguir el curso del agua recorriendo una distancia aproximada de 2,3 kilómetros a pie.
- Hércules. Es el símbolo de la ciudad, ubicado a 530 metros sobre la ciudad desde 1717. Desde la gran plataforma de observación de visitantes, tiene una maravillosa vista de las cadenas montañosas desde el Harz hasta el Rhön. Está abierta desde el 1 de abril al 31 de octubre de martes a domingo.
- Palacio de Wilhwlmsöhe. Al principio fue un monasterio agustino y más tarde un pabellón de caza. Posteriormente, se continuó edificando en varias etapas a partir de 1786. Durante la Segunda Guerra Mundial, sobre todo la parte media del castillo, fue destruido, lo que llevó a que entre los años 1968 y 1974 fuera reconstruido y rediseñado para uso museístico. Hoy en día alberga diferentes exposiciones.
- Löwenburg. Este castillo no se construyó en la Edad Media sino entre los años 1793 y 1801. Fue diseñado como palacio de recreo, por lo que se pueden encontrar viviendas principescas en su interior. Las visitas solo se realizarán con visita guiada cada hora del 1 de abril al 31 de octubre, de martes a domingo.
- Gran invernadero. Construido entre 1822 y 1823, es una atracción que dura todo el invierno, desde el 1 de noviembre al 31 de marzo.
- Necrópolis de artistas. Se encuentra en el parque natural de Habichtswald, a las afueras de Kassel. La ruta, de aproximadamente 1,5 kilómetros, conduce desde el aparcamiento de Bergfreiheit hasta las tumbas alrededor del lago azul. Es accesible todo el año.
- Isla rosa. En 1767 se estableció por primera vez un jardín de rosas en Wilhwlmsöhe. Más de 1.000 arbustos diferentes, rosas silvestres y rosas trepadoras, florecen debajo del castillo, cerca del lago.
- Salón de baile. (*Ballhaus*) Ubicado en un pequeño bosque de castaños en las inmediaciones del ala norte del palacio de Wilhelmshöhe. Fue construido como teatro de la corte de 1808 a 1810. Actualmente, solo está abierto como parte de una serie de conciertos, durante una visita guiada y para eventos especiales.

Los siguientes atractivos están relacionados con los hermanos Grimm.

En GRIMMWELT, los hermanos Jacob y Wilhelm, llegan al presente con los valiosos originales de sus cuentos de hadas, sus artísticas obras, etc. prometiendo una experiencia emocionante. El mundo Grimm, ganador de varios premios, transmite la fascinante vida, creatividad y trabajo de estos famosos hermanos que atraen turistas de todas las partes del mundo a Alemania y al lugar desde donde partió su obra única: Kassel. Son los libros en alemán más leídos, traducidos y vendidos. Las copias manuscritas que se encuentran en la ciudad de los “Cuentos infantiles y del hogar” están incluidos en los Documentos Mundiales de la UNESCO desde el 17 de junio de 2005.

Los hermanos Grimm describieron su estancia de veinticinco años en Kassel como “el momento más laborioso y quizás el más fructífero de sus vidas” (<https://www.kassel.de/>), ya que aquí fue dónde escribieron los 200 cuentos de hadas y también publicaron la “gramática alemana” y el “diccionario alemán”

Además de la completa colección que se encuentra en la ciudad, se incluyen numerosos dibujos y gráficos del hermano pintor, Ludwig Emil Grimm, así como gran cantidad de objetos que formaron parte de su vida y obra.

4.3.3.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En la ciudad de Kassel se pueden encontrar diferentes tipos de alojamientos.

- Kassel Camping. Dispone de 90 parcelas divididas en dos categorías de tamaño, 20 parcelas para tiendas de campaña y 20 parcelas para autocaravanas. Todo ello con los servicios necesarios. (<https://www.campingplatz-kassel.de/de/home>).
- Hoteles y pensiones. Kassel ofrece una variedad de alojamientos, desde hoteles y pensiones, apartamentos de vacaciones hasta habitaciones privadas. (<https://www.kassel.de/einrichtungen/gaeste/kassel-buchen/hotel-und-unterkuenfte.php>)

b. Gastronomía

En la ciudad de Kassel podemos encontrar una variedad de establecimientos entre restaurantes, bares y cafeterías que ofrecen una gastronomía típica de la zona, así como una gastronomía internacional. (<https://www.hessen-tourismus.de/>).

CAPÍTULO 4

c. Servicios complementarios

Dispone de farmacias, centro médico, policía, oficina de correo, estaciones de recarga eléctrica para vehículos, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Kassel. (<https://www.kassel.de/>).

4.3.3.3. Infraestructuras y transportes

a. Red viaria

El acceso a la ciudad por carretera puede realizarse a través de las diferentes carreteras de las que dispone la red de carreteras de Alemania. En la *figura 13* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad. Como se puede observar aparece la ciudad de Bad Wildungen, parada anterior de la ruta.



Figura 13. Mapa de carreteras de acceso a Kassel (abril 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

b. Red ferroviaria

Kassel dispone de varias estaciones de tren, las más cercanas serían: Kassel-Hauptbahnhof, Kassel-Wilhelmshöhe, Kassel-Kirchditmold, Kassel-Harleshausen y Kassel-Jungfernkopf. Existiendo conexiones IC e ICE desde Frankfurt, Hamburgo, Munich, Düsseldorf y Berlín. En la *figura 14* se puede observar el mapa de la red ferroviaria de acceso a Kassel con las diferentes estaciones de las que dispone la ciudad.



Figuras 14. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Kassel (abril 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

Actualmente, el aeropuerto de Kassel solo juega un papel menor en el tráfico nacional regular en Alemania, principalmente vuelos de vacaciones hacia el sur salen de aquí. Los principales aeropuertos más cercanos están en Hanover y Frankfurt am Main. (<https://www.hessen-tourismus.de>).

4.4. Tercer tramo: Trendelburg – Bremen

4.4.1. Trendelburg

La próxima parada de la ruta es Trendelburg, en la región de Hesse. Según la página oficial del ayuntamiento de Trendelburg (<https://www.trendelburg.de/>) la ciudad de Trendelburg se sitúa al pie del complejo del castillo medieval desde hace más de 700 años. Muchas generaciones han dejado aquí su huella. En la década de 1970, la imagen de la ciudad cambió significativamente debido a la demolición, conversión y renovación de muchas casas con entramado de madera. Cuenta con 5.223 habitantes repartidos en los ocho distritos, de los cuales 1.007 pertenecen a Trendelburg a treinta y uno de diciembre de 2018 (<https://www.trendelburg.de/>).

La ciudad cuenta con diferentes atracciones turísticas, si se trata de edificaciones se puede hablar de los castillos o de las iglesias, pero también se puede hacer un turismo más verde en sus reservas naturales. Todo ello se verá a continuación.

4.4.1.1. Atracciones turísticas

Los recursos turísticos que nos ofrece la ciudad de Trendelburg son muy variados. La ruta por la localidad se puede comenzar por el que es el mayor atractivo para los amantes de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm: el castillo de Trendelburg. Tiene un torreón de treinta y ocho metros de altura dominando todo el paisaje urbano de esta pequeña ciudad. Denominado la Torre de Rapunzel, es aquí donde la princesa suelta su larga trenza para el príncipe. Los domingos se puede ver una representación de Rapunzel en el patio del castillo.

Siguiendo nuestra ruta por la ciudad, nos encontramos con el castillo Stammen, de estilo clasicista y con un parque y una muralla del siglo XVIII. El castillo con foso de Wülmersen es una antigua mansión medieval que existe desde hace 900 años, alberga

CAPÍTULO 4

un museo, un café, talleres para jóvenes e incluso un campamento y una casa para grupos.

La Siechenkirche es la torre del pueblo, desaparecida a finales de la Edad Media, su uso como enfermería perduró hasta principios del siglo XVIII. Una vez restaurada es accesible de nuevo.

También se puede pasear por la naturaleza gracias a sus extensas reservas naturales como Diemelau o Reinhardswald.

La esclusa del canal del Landgrave Carl es visitable y se mantiene bien conservada perteneciendo al gran proyecto en el que se construiría una conexión comercial navegable desde el Weser hasta el Rin. El canal es navegable desde Bad Karlshafen a través de Helmarshausen, Trendelburg, Stammen y Hümme desde el siglo XVIII.

4.4.1.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En Trendelburg encontramos diferentes tipos de alojamientos:

- Aparcamiento premium para autocaravanas, Trendula's Paradise, ubicado a orillas del río Diemel. Está abierto de marzo a octubre (en los meses de invierno se hará bajo petición). Dispone de todos los servicios necesarios. (<https://www.trendelburg.de/tourismus/wohnmobil-stellplatz/>, mayo 2022). Además, dispone de un camping.
- Trendelburg ofrece una gran variedad de hoteles, posadas, hoteles rurales, apartamentos, etc. (<https://www.trendelburg.de/tourismus/uebernachtung/>, mayo 2022)

b. Gastronomía

En la ciudad de Trendelburg podemos encontrar una variedad de establecimientos, ubicados muchos de ellos en los importantes atractivos turísticos como el castillo, entre restaurantes, bares y cafeterías que ofrecen una gastronomía típica de la zona, así como una gastronomía internacional.

c. Servicios complementarios

Dispone de farmacias, centro médico, policía, oficina de correo, estaciones de recarga eléctrica para vehículos, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Trendelburg (<https://www.trendelburg.de/gesundheits/>, mayo 2022).

4.4.1.3. Infraestructuras y transportes

a. Red viaria

El acceso a la ciudad por carretera puede realizarse a través de las diferentes carreteras de las que dispone la red de carreteras de Alemania. En la *figura 15* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad. Como se puede observar aparece la ciudad de Kassel, parada anterior de la ruta.

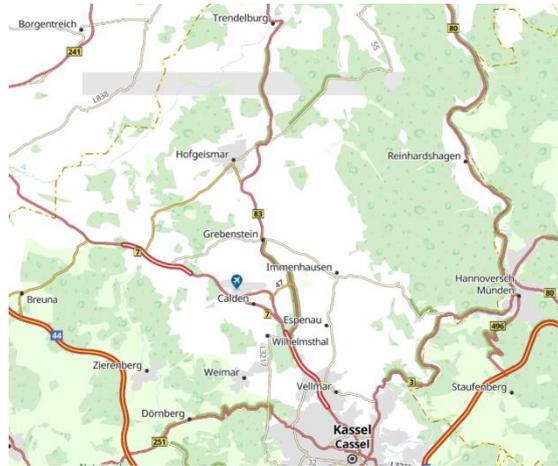
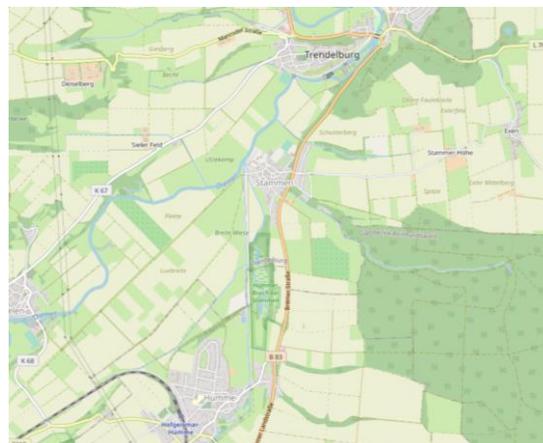


Figura 15. Mapa de carreteras de acceso a Trendelburg (mayo 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

b. Red ferroviaria

Trendelburg no dispone de estación de tren en la ciudad. La parada más cercana, Hofgeismar-Hümme, se encuentra en Hümme, a unos cinco kilómetros. En la *figura 16* se puede ver el mapa de la red ferroviaria de acceso a Hümme.



Figuras 16. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Hümme (mayo 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

CAPÍTULO 4

c. Red aérea

Los principales aeropuertos más cercanos a Trendelburg están en Hanover y Fráncfort am Main.

4.4.2. Polle

Donde el río Weser hace su gran curva se encuentra Polle, la histórica ciudad de Cenicienta, que parece un cuento de hadas. Aquí es donde se encuentran el valle del Weser, la ruta alemana de los cuentos de hadas y el carril bici de larga distancia "Weser". Flecken Polle es un municipio miembro del municipio conjunto de Bodenwerder-Polle y está ubicado entre la ciudad de Münchhausen de Bodenwerder en el norte y la ciudad del distrito de Holzminden en el sur. Cuenta con 1.102 habitantes a dieciocho de agosto de 2014 (www.deutschland123.de).

Con sus cadenas montañosas Vogler, Ith, Rühler Schweiz y Ottensteiner, Münchhausenland Bodenwerder-Polle ofrece la oportunidad de explorar las características naturales de la región de Solling-Vogler en Weserbergland. Además del famoso barón mentiroso von Münchhausen, la encantadora Cenicienta también tuvo aquí su hogar.

4.4.2.1. Atractivos turísticos

En el pintoresco centro de la ciudad todavía hay edificios residenciales históricos y otros monumentos como la iglesia protestante de San Jorge, construida como un edificio renacentista en el siglo XVI. Las ruinas renovadas del castillo de los condes de Everstein se elevan por encima del valle del Weser y se pueden ver desde lejos.

Cenicienta tiene su casa en Polle. Callejones de ensueño y un pintoresco centro de la ciudad caracterizan a la ciudad. En la casa de huéspedes se puede visitar la sala de Cenicienta. Hay exposiciones de arte regulares en la "pequeña galería" y cada tercer domingo de mayo a septiembre la obra de Cenicienta, a la que se puede asistir de forma gratuita, recuerda a la famosa princesa. Para un público más activo, se puede descubrir el cuento de hadas en el Cinderella Trail. (<https://www.solling-vogler-region.de/de/p/bodenwerder-polle/45670722/>).

La localidad de Flecken Polle ha sido miembro de esta ruta encantadora desde que se fundó la Ruta Alemana de los Cuentos de Hadas. Cenicienta ha estado oficialmente en

Polle desde 1995 y, un año después, la obra Cenicienta comenzó a representarse todos los años el tercer domingo de mayo a septiembre a las 14:15. Todo lo demás gira en torno a Cenicienta. En 2009, se instaló una "Sala de Cenicienta" en la casa de huéspedes, que atrae visitantes cuando no hay representaciones, y en mayo de 2013 se inauguró el Camino de Cenicienta alrededor del castillo. Aquí grandes y pequeños pueden descubrir la chimenea, el palomar y el zapato de oro de Cenicienta. El libro de cuentos editado por Reclam-Verlag con texto original de los hermanos Grimm se puede leer en un total de tres lugares a lo largo del castillo.

También vale la pena visitar el castillo del conde Everstein, que está entronizado en lo alto de una montaña sobre el valle del Weser. Una vez realizada la reserva de la visita, el conde Otto von Everstein y su esposa Lutgard von Schladen guiarán al visitante a través del complejo del castillo y brindarán datos interesantes sobre el estilo arquitectónico y la historia.

Se puede visitar el municipio cercano de Bodenwerder, donde el barón von Münchhausen se hizo famoso por sus "cuentos de mentiras". Quién no conoce sus aventuras salvajes, por ejemplo su paseo en una bala de cañón sobre una ciudad sitiada. Cualquiera que quiera aprender más sobre la figura histórica de Hieronymus Carl Friedrich Freiherr von Münchhausen debe visitar el Museo Münchhausen en Bodenwerder (abierto todos los días de 10:00 a 17:00). De mayo a octubre también hay actuaciones representando las famosas historias del barón von Munchhausen todos los domingos, a las que se puede asistir de forma gratuita. (<https://www.solling-vogler-region.de/de/p/bodenwerder-polle/45670722/>).

Además de todos estos atractivos, en Polle se pueden realizar numerosas rutas de senderismo y ciclismo, así como excursiones a Weser en los barcos de la "Flotte Weser" o la travesía en el transbordador de cable más grande de Weserbergland.

4.4.2.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En Polle encontramos diferentes tipos de alojamientos:

- Parque de autocaravanas Weserterrassen. Dispone de todos los servicios necesarios. (<https://www.polle-weser.de/>).
<https://www.trendelburg.de/tourismus/wohnmobil-stellplatz/>

CAPÍTULO 4

- Polle ofrece una gran variedad de hoteles, casas, pensiones, apartamentos, etc. (<https://www.polle-weser.de/verzeichnis/index.php?mandatstyp=8>).

d. Gastronomía

En la ciudad de Polle podemos encontrar una variedad de establecimientos, entre restaurantes, bares y cafeterías, que ofrecen una gastronomía típica de la zona, así como una gastronomía internacional.

e. Servicios complementarios

Dispone de farmacias, centro médico, policía, oficina de correo, etc. Esta localidad no dispone de estación de recarga para vehículos. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Flecken Polle (<https://www.polle-weser.de/seite/172456/was-erledige-ich-wo.html>).

4.4.2.3. Infraestructuras y transporte

a. Red viaria

El acceso a la ciudad por carretera puede realizarse a través de las diferentes carreteras de las que dispone la red de carreteras de Alemania. En la *figura 17* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad. Como se puede observar aparece la ciudad de Bodenwerder.

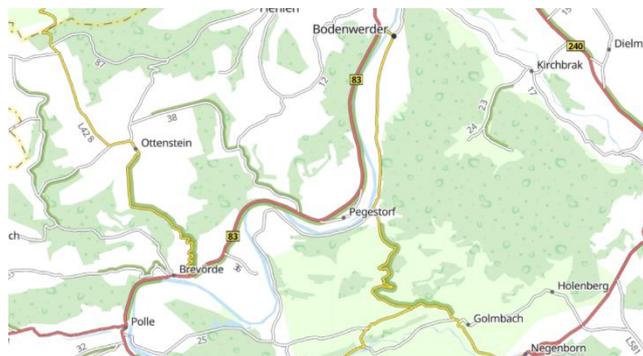


Figura 17. Mapa de carreteras de acceso a Polle (mayo 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

b. Red ferroviaria

La ciudad de Polle no dispone de estación de tren.

c. Red aérea

Esta localidad no dispone de aeropuerto. El más cercano sería el de Hannover.

4.4.3. Hamelín

Siguiendo la ruta llegamos a Hamelín, nuestra penúltima parada. Según la página web oficial del ayuntamiento (<https://www.hamelin.de/>) la ciudad está situada en las ondulantes colinas de Weserbergland y, gracias a los hallazgos arqueológicos encontrados y las huellas de asentamientos, se puede calcular que Hamelín ya existía en el siglo VIII. Cuenta con 56.310 habitantes distribuidos en trece distritos a treinta y uno de diciembre de 2014 (<https://www.hamelin.de/>).

Esta localidad ganó fama mundial a través del éxodo del “Hämelsche Kinder¹” (1284) a partir del cual se desarrolló más tarde la conocida leyenda del flautista de Hamelín², que sigue atrayendo cada año a cientos de turistas al casco histórico.

El centro de la ciudad es único, los edificios del Renacimiento fueron erigidos por los comerciantes de Hamelín y todavía hoy se pueden admirar las imponentes casas con entramado de madera y piedra arenisca que tanto caracterizan el casco antiguo.

4.4.3.1. Atractivos turísticos

Dentro de los diferentes atractivos turísticos que se pueden encontrar en Hamelín podemos empezar por Osterstraße, con la antigua puerta de Pascua al final de la calle por donde se dice que salieron los niños de la leyenda del flautista de Hamelín.

En esta misma calle se encuentra la Rattenfängerhaus o “casa del flautista” que lleva su nombre desde alrededor de 1900 debido a la inscripción que aparece en el costado, y que dice: “En el año 1284, en el día de Juan y Pablo, 26 de junio, un flautista vestido con toda clase de colores había seducido a 130 niños nacidos en Hamelín, perdidos en el Calvario cerca del Koppen” (<https://www.hamelin.de/de/tourismus/altstadt-und-weserbergland/altstadt-und-stadtgeschichte/altstadtrundgang>). Más adelante se puede ver la Garnisonskirche (iglesia de la guarnición). Se llama así porque sirvió a la guarnición de la ciudad como lugar de culto hasta el año 1843.

La Stiftsherrenhaus (casa canónica) fue construida en 1558. La fachada presenta una rica decoración ornamentada y figurativa en tres zonas. Es la única casa renacentista de

¹ “Hämelsche Kinder” es una novela histórica de Wilhelm Raabe. Se basa en “La fábula desenmascarada de la salida de los niños de Hämel” de Christian Friedereich Fein.

² Según la leyenda, el flautista de Hamelín no solo ahuyentó a todos los molestos roedores al río Weser, sino que también secuestró a todos los niños del pueblo en 1284 cuando nadie quería pagarle.

CAPÍTULO 4

entramado de madera en Hamelín con representaciones figurativas. Está conectada con la Leisthaus por un puente, ambas casas albergan el museo Hamelín.

La Hochzeitshaus (casa de bodas) se encontraba frente al antiguo ayuntamiento y fue construida entre 1610 y 1617 como casa de celebraciones. Además, el edificio albergaría instalaciones como la farmacia municipal, la balanza municipal y la taberna de vinos. Todos los días se puede ver, desde el mercado de caballos, la fachada oeste de la Hochzeitshaus, la trágica historia de Hamelín en formato miniatura y acompañada de música. Los espectadores pueden seguir su historia desde el ahogamiento de las ratas hasta la desaparición de los niños. Las puertas de bronce se abren todos los días a las 13:05, 15:35 y 17:35.

La Fischpfortenstraße conducía a una de las dos puertas llamadas “puertas del pescado” (la segunda estaba al final de Wendenstraße) que proporcionaban acceso al Weser como un pasaje en la muralla de la ciudad. Fuera de la muralla estaba el atracadero de los barcos de Weser, donde se descargaban las mercancías con destino a Hamelín. En esta misma calle se puede encontrar el paseo a lo largo del río Weser, el Pfortmühle (molino de puerta) y la casa de Wilhelm Busch.

La Wendenstrasse, donde se pueden ver diferentes construcciones como Bürgerhus, haciendo esquina con la Kupferschmiedestrasse, una joya del entramado de madera y la Lückingsches Haus con un edificio del renacimiento con un pasillo torcido.

La catedral St. Bonifacius es la iglesia más antigua de la ciudad. La torre ofrece una vista maravillosa de la ciudad y el campo.

No se puede dejar de citar la Bungeloserstrasse ya que es una reminiscencia de la partida de los niños en la leyenda de Rattenfängersage (“El flautista de Hamelín”). Se dice que los niños salieron de la ciudad de Hamelín por este callejón, que conducía a la puerta de Pascua, en dirección este. Como señal de duelo, en este lugar no se puede cantar ni tocar instrumentos.

Desde mediados de mayo hasta mediados de septiembre, la obra al aire libre de la Rattenfängersage se lleva a cabo los domingos a las doce del mediodía. Un total de unos setenta actores representan a los visitantes de todo el mundo cómo se produjo la trágica partida de los niños en 1284 (según los hermanos Grimm, "*Deutsche Sagen*"). La obra, que trata sobre promesas incumplidas, tiene una duración de media hora y los visitantes

pueden vivirla de forma gratuita. (<http://www.archiv.dmsqr.de/de/reisen/reiseziele/mitgliedsorte/view/hameln/>).

Para obtener más información se puede visitar la página <https://www.hameln.de/de/tourismus/altstadt-und-weserbergland/altstadt-und-stadtgeschichte/altstadtrundgang>.

4.4.3.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En Hamelín encontramos diferentes tipos de alojamientos:

- Lugar para autocaravanas. Tranquilo y cerca del centro. Dispone de todos los servicios necesarios. (<https://www.hameln.de/de/tourismus/hotels-fewos/wohnmobilstellplatz>).
- Hameln ofrece una gran variedad de hoteles, pensiones y apartamentos. (<https://www.hameln.de/de/tourismus/hotels-fewos>).

b. Gastronomía

La variedad gastronómica que ofrece la ciudad de Hamelín y sus alrededores se puede disfrutar ya sea en cafeterías, restaurantes, cervecerías al aire libre, pizzerías, etc. Para más información se puede dirigir a la página web <https://www.hameln.de/de/tourismus/shopping-gastronomie/gastronomie>.

c. Servicios complementarios

Hamelín dispone de todos los servicios necesarios de una ciudad de este tamaño como farmacias, centros médicos, estaciones de recarga de vehículos, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Hamelín (<https://www.hameln.de/de?L=0>).

4.4.3.3. Infraestructuras y transporte

a. Red viaria

El acceso a la ciudad por carretera puede realizarse a través de las diferentes vías de las que dispone la red de accesos de Alemania. En la *figura 18* se puede ver el mapa que da entrada a la ciudad por esta vía. Como se puede observar aparece la ciudad de Polle, parada anterior.



Figura 18. Mapa de carreteras de acceso a Hamelín (mayo 2022)
Fuente: <https://www.viamichelin.es>

b. Red ferroviaria

La ciudad de Hamelín dispone de una estación de tren, Hamelín. En la figura 19 se puede observar el mapa de la red ferroviaria de acceso a Hamelín con la parada de la que dispone.



Figuras 19. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Hamelín (mayo 2022)
Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

Hamelín no tiene aeropuerto, el más cercano se encuentra en Hannover.

4.4.4. Bremen

Llegamos al final de nuestra ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm: Bremen. Es una ciudad hanseática con 1.200 años de tradición y cosmopolitismo. Se encuentra al noroeste de Alemania y es atravesada por el río Weser. Se la conoce también por su papel en el comercio marítimo, representado por los edificios de la plaza del mercado. Es la ciudad natal de los mundialmente conocidos músicos de Bremen del cuento de los hermanos Grimm. La ciudad cuenta con un total de 566.600 habitantes a diciembre de 2020 (<https://www.bremen.de/>).

La antigua ciudad comercial, con su centro histórico alrededor de la plaza del mercado, emana el estilo de una ciudad joven. Se pueden encontrar diferentes atractivos turísticos, entre los que se halla uno declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

4.4.4.1. Atractivos turísticos

La visita se puede comenzar por el conjunto del ayuntamiento y la estatua de Roland, ubicados en la histórica plaza del mercado. Fueron declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2004 debido a su representación de manera destacada del desarrollo de la autonomía y la soberanía cívica en una sociedad urbana europea.

El ayuntamiento ha sido la sede del gobierno autónomo local y del gobierno estatal desde su construcción en 1405. Frente al edificio se encuentra la estatua de Roland que fue erigida en 1404 (tuvo un predecesor de madera que fue quemado en 1366 por los sirvientes del arzobispo) como símbolo de libertad que la ciudad había alcanzado como se puede observar en el escudo de armas que sostiene la estatua: “Os proclamo la libertad que Carlos y muchos otros príncipes han dado ciertamente a esta ciudad. Gracias a Dios por eso. Este es mi consejo” (<https://www.bremen.de/>). Tiene una altura de más de diez metros y es la estatua independiente alemana más grande de la Edad Media alemana, según la UNESCO. Para saber más información sobre el Roland se puede visitar la página web oficial de Bremen <https://www.bremen.de/tourismus/sehenswuerdigkeiten/bremer-roland>.

La plaza del mercado (*Marktplatz*) por su parte es una de las más bellas de Europa donde antiguamente se encontraba el comercio de la ciudad. Ahora se desarrollan allí eventos como el mercado navideño. En el pavimento podemos ver una Cruz Hanseática roja, que originalmente se encontraba en las banderas de la Liga Hanseática³. Se puede encontrar en el lado este de la plaza una maqueta de bronce del casco antiguo de Bremen. En el lado oeste del ayuntamiento podemos ver la estatua de bronce de Gerhard Marcks que recuerda el popular cuento de hadas de los hermanos Grimm desde 1953. Según la historia, burros, perros, gatos y gallos alguna vez se dirigieron a la ciudad en busca de una vida mejor aquí. Todos los domingos de mayo a septiembre a las 12:00 en el Domshof se puede disfrutar de una representación al aire libre, en vivo y

³ La Liga Hanseática fue una confederación comercial y defensiva entre ciudades y comunidades de la cuenca del mar Báltico y el mar del Norte, en la que los comerciantes decidieron unirse para proteger sus intereses y así poder tener mayor peso a la hora de negociar y asegurar sus rutas y privilegios.

CAPÍTULO 4

a tamaño real, del conocido cuento de los hermanos Grimm en el que los cuatro animales cobran vida y cuentan la aventurera historia de su viaje a Bremen.

A pocos metros de los músicos se encuentra la Ratskeller, la bodega más antigua de Alemania, donde se llevan sirviendo vinos, de 650 variedades diferentes, desde 1409.

Se puede continuar por la calle secreta de Bremen: la Böttcherstraße. Situada en el corazón de la ciudad, fue construida entre 1922 y 1931 y se encuentra a unos 100 metros de la plaza del mercado y del río Weser. Se pueden ver edificios de arquitectura expresionista, como la Haus des Glockenspiels (la casa de los carrillones), donde suenan treinta campanas de porcelana de Meissen al mismo tiempo (de enero a marzo a las 12, 15 y 18 horas y de abril a diciembre a las 12 y a las 18 horas). También se encuentra el museo de Roselius-Haus y el museo de Paula Modersohn-Becker. Para más información sobre esta interesante calle se puede visitar su página web <http://www.boettcherstrasse.de/>.

No puede faltar en la visita a la ciudad el distrito más antiguo de Bremen: el Schnoor. Se encuentra a tan solo unos metros de la plaza del mercado. Era un barrio donde vivían pescadores, artesanos y comerciantes. Debe su nombre a la palabra en bajo alemán utilizada para “cordón” y no hay mejor título, ya que sus pequeñas casas coloridas y tiendas se alinean como perlas en un collar a lo largo de callejones tan estrechos que se pueden tocar ambos lados con los brazos extendidos.

No se puede olvidar realizar excursiones a lo largo del río Weser.

4.4.4.2. Facilidades turísticas

a. Alojamientos

En Bremen se pueden encontrar gran variedad de alojamientos turísticos. Para realizar una reserva en cualquiera de ellos podemos visitar la página <https://www.bremen.de/tourismus/reiseplanung/uebernachten#/> (mayo 2022).

Se pueden reservar desde hoteles de lujo hasta pensiones, pasando por apartamentos, habitaciones familiares o en el campo.

También se puede buscar alojamientos en lugares originales como, por ejemplo, pasando la noche en el agua durmiendo en casas flotantes del Wiertsee o Bad Bederkesa, en el velero de Alexander von Humboldt o el hotel barco Perle.

En el caso de no disponer de caravana y querer dormir en la naturaleza, existen dos opciones. Una el albergue cubierto HafenTraum donde no importa el tiempo que haga, ya que es todo interior, se puede elegir entre cabañas de madera, caravanas de estilo vintage o casas pequeñas. Y otra opción es el Camping hanseático, donde se alquilan caravanas para disfrutar de la experiencia.

b. Gastronomía

En Bremen se pueden encontrar gran cantidad de locales dedicados a la gastronomía, ya sea para un café, una cerveza, o para una gran comida en restaurantes y bares. Se puede realizar una búsqueda en cada momento en la página oficial <https://www.bremen.de/marktplatz/gastrofinder#/>.

Además, es posible que el turista elabora su propia cerveza Bremen.

c. Servicios complementarios

Bremen dispone de todos los servicios necesarios de una ciudad de este tamaño como farmacias, centros médicos, estaciones de recarga de vehículos, etc. Para más información, se puede consultar la página oficial del ayuntamiento de Bremen (<https://www.bremen.de/>).

4.4.4.3. Infraestructuras y transporte

a. Red viaria

El acceso a la ciudad por carretera puede realizarse a través de las diferentes conexiones de las que dispone la red viaria de Alemania. En la *figura 20* se puede ver el mapa de carreteras que dan entrada a la ciudad. Como se puede observar aparece la ciudad de Bremen, parada anterior.

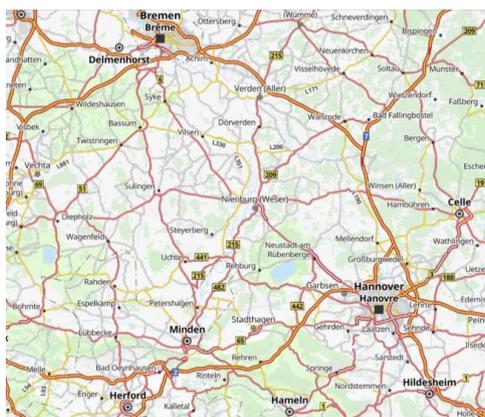


Figura 20. Mapa de carreteras de acceso a Bremen (mayo 2022)

Fuente: <https://www.viamichelin.es>

CAPÍTULO 4

b. Red ferroviaria

La ciudad de Bremen cuenta con trece estaciones de tren: Bremen Hbf, Bremen-Burg, Bremen-Mahndorf, Bremen-Walle, Bremen-Neustadt, Bremen-Lesum, Bremen-Oslebshausen, Bremen-Schönebeck, Bremen Sebaldsbrück, Bremen-St Magnus, Bremen-Vegesack, Bremen-Hemelingen y Bremen-Oberneuland. En la figura 21 se puede ver parte del mapa de la red ferroviaria de acceso a Bremen, solo aparece la estación principal y Neustadt. Para consultar las paradas de interés, se puede visitar la página oficial <https://www.bahnhof.de/bahnhof-de>).

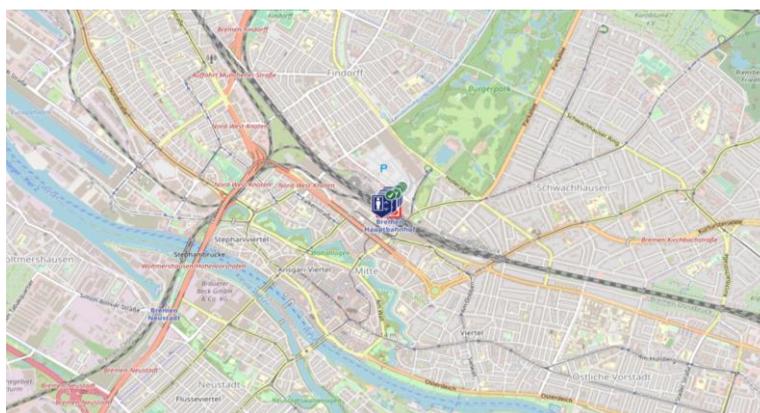


Figura 21. Mapa de la red ferroviaria de acceso a Bremen (mayo 2022)

Fuente: <https://www.bahnhof.de/>

c. Red aérea

La ciudad de Bremen cuenta con un aeropuerto situado a tres kilómetros del centro. Otros aeropuertos cercanos son el de Hannover, Hamburgo y Dortmund.

4.5. Imagen y destino de la ruta

La promoción de la Ruta de los cuentos de hadas como destino turístico está al cargo de la “*Deutsche Märchen Strasse*” (<https://www.deutsche-maerchenstrasse.com/>) y de los diferentes ayuntamientos de las localidades por las que pasa la ruta y cuyas páginas oficiales están reflejadas anteriormente.

La página web oficial de la ruta de los cuentos de hadas está muy bien organizada. Al inicio dan la bienvenida y ponen a disposición del visitante lugares, alojamientos, actividades, etc., y un calendario de eventos para todo el año y en cualquier punto de la ruta. También se encuentra el contacto por si se necesita más información. Se pueden consultar todas las paradas que se pueden realizar a lo largo de los 600 kilómetros de

ruta, así como los atractivos turísticos que se pueden encontrar y las actividades que se pueden realizar. Está disponible en seis idiomas.

Arriba a la derecha aparecen tres iconos, el primero de los cuales es para buscar. El segundo se denomina “lugares y regiones” y al pincharlo aparece un mapa de la ruta con el número de lugares por región que se pueden visitar y las diferentes ciudades que pertenecen a la ruta. El tercero, a la derecha del todo, ofrece un menú donde está todo más detallado y donde se puede filtrar lo que realmente se está buscando.

4.6. Resumen y evaluación de los resultados de la encuesta

Para conocer más detalladamente las preferencias turísticas actuales de los españoles cuando viajan al extranjero se ha realizado una encuesta con dieciocho preguntas dirigidas a una población mayor de 18 años. En el *Anexo 1* se puede consultar la plantilla con las preguntas. A continuación, se presenta la información obtenida de las 90 encuestas recibidas.

4.6.1. Perfil de los encuestados

Para delimitar el público objetivo al que enfocar este proyecto, se ha preguntado a los encuestados sobre su edad, el nivel medio de ingresos mensuales, el número de veces al año que viajan al extranjero, con quién realizan estos viajes, el gasto medio efectuado por persona y año y el medio de transporte en el que se desplazan al destino.

El intervalo de edad entre 50 y 65 años ha obtenido el mayor porcentaje de respuesta (63,83%) seguido de los encuestados que se encuentran en la franja de 35 a 49 años con un 27,66%. El 6,38% entre 18 y 34 y el 2,13% tiene más de 65 años.

Así mismo, es interesante destacar que un 28,26% afirma tener unos ingresos mensuales que no superan los 4.000 euros y un 21,74% no supera los 2.000 euros. Hay que decir que se daba la opción de no contestar si no se deseaba y un 23,91% no ha querido hacerlo.

Algo de más de la mitad de los encuestados, el 55,07%, afirma que viaja en pareja (34,78%) o con amigos (20,29%). No obstante, el porcentaje que viaja en familia es alto y representa un 36,23% del total.

La mayoría de los encuestados (40,81%) afirma realizar un viaje cada dos o tres años al extranjero seguido de aquellos que hacen un viaje al año (26,53%), con una estancia

CAPÍTULO 4

media que oscila entre los cinco y quince días (68,52% del total). El medio de transporte para este tipo de viajes elegido por el 78,57% es el avión.

En cuanto al gasto medio por persona que acostumbran a desembolsar en los viajes al extranjero, la media se sitúa entre los 1.000 y 1.500 euros (35,85%), seguido de un 22,64% que gasta más de 1.500 euros y con el mismo porcentaje entre 500 y 1.000 euros.

4.6.2. Preferencias turísticas

Para poder determinar el tipo de producto turístico que se quiere desarrollar, se realizaron preguntas relativas al destino con los siguientes resultados.

a) Movilidad en el destino

La mayoría de los encuestados (un 31,08%) eligió el vehículo personal (coche, moto, autocaravana, etc.) para desplazarse, seguido por un 21,84% que prefiere hacerlo a pie y un 16,09% en tren.

b) Tipo de alojamientos

En cuanto al tipo de alojamientos elegidos, no existen grandes diferencias entre los apartamentos turísticos (con un 23,81%), los alojamientos de categoría superior (un 22,62%) y los alojamientos de categoría estándar (un 19,05%).

c) Época del año

El verano es la época del año preferida por el 37,13% de los encuestados. No obstante, cabe destacar que el mismo porcentaje, un 22,39%, no le da importancia a la época del año o prefiere la primavera.

d) Organización del viaje

Más de la mitad de los encuestados (un 58,82%) afirma que prefiere encargarse de todos los preparativos personalmente, reservando por su cuenta el transporte, el alojamiento y las actividades a realizar en el destino. Aunque también se puede decir que hay un 21,57% que prefiere que se lo den todo organizado, y un 17,65% demanda solo el hotel y el transporte.

e) Búsqueda de destinos y elección

Los amigos y familiares (31,52%) e Internet y las redes sociales (30,43%) son las fuentes que juegan un papel más importante a la hora de encontrar un nuevo destino

para viajar. De esta elección dependerán tres factores: las recomendaciones de terceros, el interés por conocer nuevos destinos y los precios.

f) Motivaciones turísticas

Lo que más les atrae a los encuestados en nuevo destino es recorrer puntos de interés, disfrutar de la gastronomía y la visita a museos y exposiciones. En el próximo viaje, los encuestados afirman están interesados en descubrir la gastronomía y las tradiciones junto con la historia de la zona que se visite.

4.6.3. Apreciación de la ruta como destino turístico

En la encuesta se plantean además algunas preguntas respecto a los conocimientos sobre el país, Alemania, y sobre la ruta en concreto como destino turístico. Se ha preguntado si han viajado alguna vez al país germano y un porcentaje elevado ha contestado negativamente (63,83%). Entre los que respondieron afirmativamente, a la mayoría le gustó sobre todo la naturaleza y la cultura con su arquitectura y gastronomía.

Un poco más de la mitad de los encuestados (un 54%) no conoce los cuentos de los hermanos Grimm y un 93,62% no ha oído hablar nunca de la ruta de los cuentos de hadas.

Esta información obtenida a través de la encuesta, en combinación con el análisis realizado anteriormente, resultan de gran utilidad a la hora de crear un nuevo producto turístico y ayudarán a la definición del público objetivo, a plantear las estrategias para la consecución de los objetivos, como pueden ser atraer al mayor número de turistas al destino y desarrollar acciones en función de sus preferencias.

4.7. Análisis DAFO

Para concluir con la parte de investigación, se elabora un DAFO, que es un método de planificación utilizado para evaluar los factores internos y externos favorables y desfavorables (Weihrich, 2002) que puedan influir en nuestro destino. El análisis DAFO se plasma a través de una tabla donde se resumen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que muestra nuestro destino.

CAPÍTULO 4

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de la cultura literaria alemana en España• La ruta de los cuentos de hadas no es muy conocida en España.• Falta de comunicación entre localidades (las hay solo por carretera).• Algunos destinos no gestionan bien sus recursos para atraer a los turistas.	<ul style="list-style-type: none">• Crisis sanitaria a nivel internacional.• La dificultad del transporte entre algunas ciudades.• Sector muy sensible a crisis económicas.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Oferta turística variada.• Gran patrimonio histórico-cultural.• Patrimonio natural.	<ul style="list-style-type: none">• Gran interés por la cultura de los hermanos Grimm por parte de los españoles.• Mostrar mayor interés por las necesidades de los turistas por parte de las empresas turísticas.• Interés creciente de la demanda por el conocimiento de nuevas culturas.

CAPÍTULO 5.

PROPUESTA DE DESARROLLO

5.1. Definición de objetivos y público objetivo

Una vez definido el punto de partida, llega el momento de empezar con la etapa estratégica, en la que se establecerán los objetivos previstos con el lanzamiento del nuevo producto y el público objetivo al que irá dirigido.

5.1.1. Objetivos del producto turístico

1. Consolidar la Ruta de los cuentos de hadas como destino suficientemente competitivo en el mercado turístico español.
2. Conseguir que la Ruta de los cuentos de hadas se convierta en un destino atractivo para los turistas españoles que buscan una experiencia diferente.
3. Dar a conocer el potencial de los distintos puntos dentro de la ruta de los cuentos de hadas.
4. Impulsar el turismo como un medio de desarrollo de los valores propios de la cultura y de la identidad alemana.

5.1.2. Público objetivo

El público objetivo al que se ha decidido enfocar el presente proyecto es de nacionalidad española. Son personas de entre 30 y 60 años de edad, es decir, adultos que viajan con amigos, en pareja o en familia. Su gasto medio, para un viaje al extranjero de entre 5 y 15 días, no supera los 1.500 euros.

Entre las motivaciones, podemos destacar cuatro factores diferentes agrupados de dos en dos: primero, disfrutar de la gastronomía y conocer tradiciones, mitos y leyendas, y, en segundo lugar, descubrir la arquitectura y los monumentos junto con su historia. Asimismo, se debe recordar que en la elección del destino también influyen las recomendaciones efectuadas por otras personas, el interés por conocer nuevos lugares y los precios.

5.2. Desarrollo del producto turístico

El presente producto se vende a través de las agencias de viajes y se llama “Érase una vez un cuento”. Se desarrolla en tres tramos delimitados de la Ruta de los cuentos de

CAPÍTULO 5

hadas, cuyas ciudades han sido elegidas por el vínculo con los Grimm y con los cuentos más conocidos en España. La ruta se realizará en autobús, se hará el traslado desde el aeropuerto hasta Hanau, inicio de la ruta, y entre las diferentes ciudades que se visitarán hasta llegar a Bremen y de allí de vuelta al aeropuerto. La oferta turística existente en esos tramos puede satisfacer en gran medida las necesidades de los visitantes y busca cumplir con los objetivos previamente definidos.

Se han elegido tres tramos, con cuatro, tres y cuatro ciudades diferentes para desarrollarlo, ya que se consideraba necesario ofrecer mayor variedad y potenciar, al mismo tiempo, el turismo en cada una de las ciudades. De este modo, el turista conocerá aquellas localidades que más vínculo tienen con los cuentos que más conocen.

- Primer tramo: Hanau, Steinau an der Straße, Alsfeld (Caperucita roja) y Marburg.
- Segundo tramo: Schwamstadt, Bad Wildungen (Blancanieves) y Kassel.
- Tercer tramo: Trendelburg (Rapunzel), Polle (La cenicienta), Hamelín (El flautista de Hamelín) y Bremen (Los músicos de Bremen).



Figura 22: Mapa de la ruta de los cuentos de hadas
Fuente: <http://www.archiv.dmsqr.de/de/?lang=de>

Se podrá, asimismo, aumentar el número de ciudades por tramo, si así lo desean los turistas, para conocer más cuentos e historias.

5.3. Difusión y promoción

Una vez diseñado y definido el producto turístico se debe concretar a través de qué medios o de qué manera se quiere dar a conocer. En el caso de este producto se creará un folleto turístico que hará a su vez de itinerario de la ruta. Se dispondrá en formato físico y formato digital, y se presentará la iniciativa con toda aquella información que sea de utilidad y necesaria.

El folleto estaría disponible en la página web oficial de Alemania en el apartado de turismo (<https://www.deutschland.de/en/travel-in-germany>). Asimismo, se distribuirán a aquellas páginas oficiales tanto de los ayuntamientos de las ciudades elegidas como aquellas páginas de viajes de Alemania de interés turístico para el viajero. Podrá presentarse físicamente en las oficinas turísticas, en los hoteles, etc.

Para su difusión en el país de origen, España, se pretende contar con la colaboración de las agencias de viajes y de la oficina de turismo de Alemania (calle de San Agustín, 2, 28014 Madrid o a través de su página web: <https://www.germany.travel/en/home.html>) que dispondrán del folleto en formato digital y físico.

Además, se firmará un contrato de colaboración con la aerolínea de Iberia. Todos aquellos turistas que utilicen sus aeronaves para viajar a Alemania y hacer la ruta de los cuentos recibirán un vale descuento de 10%, financiado por la aerolínea, para utilizarlo en los diferentes alojamientos turísticos colaboradores con esta iniciativa que se encuentran en las ciudades elegidas de la ruta.

Tratarse de un producto turístico no estacional ayuda a que su promoción en cualquier feria, evento o exposición no esté sujeta a fechas, por lo que se podrá presentar en las diferentes ediciones de las ferias de turismo como FITUR, ARATUR, TUREXPO E INTUR. Todas ellas, además, publicitarán el producto a través de sus redes sociales.

Se contará con la colaboración de las diferentes oficinas de turismo de las ciudades de la ruta donde se facilitará toda la información y se dispondrá del folleto de nuestro producto.

5.4. Campaña publicitaria para la promoción del turismo en la Ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm

Como ya se ha comentado anteriormente, la promoción será a través de un folleto en el que se incluirá, de forma resumida, aquella información más relevante sobre la ruta. Para ello, se informará de los tres tramos con las diferentes ciudades. Se adjuntará, además, un mapa de la ruta completa.

El principal objetivo de mi propuesta de desarrollo es captar la atención de los turistas que estén interesados en conocer la ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm. Mi folleto turístico deberá conseguir el objetivo de atraer a todo aquel turista que quiera adquirir el producto/servicio: una ruta por los cuentos de hadas de los hermanos Grimm. Para ello, el folleto se desarrollará de una manera original ofreciendo la mejor imagen del producto.

Otro de los objetivos de mi proyecto es que el producto que estoy diseñando tenga mayor presencia y una mejor difusión, teniendo como vías más directas y efectivas para alcanzar estos objetivos los propios folletos. Un folleto turístico proporciona acceso al saber y a la experiencia.



Figura 23: Páginas 2, 6 y 1 (de izq. a der.) del folleto

Fuente: Elaboración propia



Figura 24: Páginas 3,4 y 5 (de izq. a der.) del folleto

Fuente: Elaboración propia

5.5. Seguimiento y control del producto turístico

Para poder valorar la acogida y evaluar la iniciativa involucrando al turista en el desarrollo del producto turístico, se creará una página web, así como una aplicación para móviles y tabletas que nos servirá tanto para la información inicial que necesiten los visitantes a la llegada a cada destino como para ir almacenando toda esa información necesaria para la realización de la ruta.

Una vez en el destino, se podrá entrar en la aplicación y a través del GPS se podrá obtener la ubicación en el mapa en todo momento y en tiempo real. Esto facilitará, posteriormente, la realización de la gymkana con las diferentes actividades que se van proponiendo y que se verán a continuación. Tendrá una duración máxima de dos horas en cada lugar.

El objetivo de dicha gymkana es averiguar cuanto saben los participantes sobre los hermanos Grimm y sus cuentos más conocidos y famosos. La gymkana trata de acercar a la gente por lo que no es una actividad competitiva sino cooperativa donde todos los integrantes deben hacer sus aportaciones y compartirlas con el resto de su equipo para

CAPÍTULO 5

ponerlas en común. A su llegada se les hará entrega de un pasaporte, donde vendrá explicado el orden en el que tendrán que ir encontrando a los diferentes personajes y edificios relacionados con los cuentos y la vida de los hermanos Grimm en cada ciudad. Estos estarán ubicados a lo largo de caminos, en edificios emblemáticos, famosas plazas, etc. Además, irán anotando todo lo que vayan realizando a lo largo de las pruebas, y sellando en cada oficina de turismo para poder obtener su obsequio que será por cortesía de los diferentes comercios y servicios (restaurantes, alojamientos, etc.) de cada ciudad y podrá ser un pin, un bolígrafo, un lapicero o un personaje de cuento en miniatura. En el caso de que en el grupo existan participantes de diferentes edades, mayores y pequeños, las consignas se realizarán en función de cada uno de ellos.

Cada grupo estará acompañado en todo momento por un guía que al llegar a cada lugar les contará una pequeña historia relacionada con el lugar donde se encuentran, tras lo cual se les planteará la prueba que podrá ser de ingenio o de habilidad, pero sobre todo será trabajo en equipo. Hasta que no se supere satisfactoriamente, no podrán conseguir su sello y pasar a la siguiente. Los grupos estarán compuestos por un máximo de ocho personas cada uno.

Una vez hechos los grupos se les hará entrega de una insignia, de un personaje de cuento por grupo a cada uno de ellos y deberán llevarla durante todo el viaje.

Una vez encontrados los personajes y superadas las pruebas establecidas, los equipos participantes se dirigirán a la oficina de turismo donde se les revisará que han realizado correctamente la prueba y se les hará entrega del obsequio. Tendrán que realizar una foto del grupo en cada prueba o lugar que se vaya indicando para subirla a la aplicación y poder mostrarlas posteriormente a la oficina de turismo para obtener el regalo. Tras la actividad, el/los guía(s) seguirán mostrando el resto de los atractivos turísticos de la ciudad.

Las diferentes pruebas se redactan a continuación:

- ✓ Hanau. Ciudad natal de los hermanos Grimm. Los participantes deberán buscar y encontrar a través de las pistas las diez esculturas que se encuentran repartidas por la ciudad. Cada grupo comenzará cada uno por un personaje diferente para no encontrarse.

PROPUESTA DE DESARROLLO

- ✓ Steinau an der Straße. Segunda ciudad en la infancia de los Grimm. En este caso deberán ubicar todos aquellos lugares y edificios que hicieron parte de la infancia de los famosos hermanos.
- ✓ Alsfeld. Ciudad inspiradora de Caperucita roja. En este lugar deberán buscar y encontrar un entorno adecuado en el que poder contar y grabar el famoso cuento de Caperucita roja que subirán a la aplicación.
- ✓ Marburg. Donde estudiaron y comenzaron a tramar sus cuentos de niños y del hogar. Descubrirán el “Camino Grimm” donde se encuentran figuras de los cuentos y también buscarán aquellas que se encuentren en fachadas, escalones, etc.
- ✓ Schwamstadt. Tendrán que encontrar la estatua de la “Caperucita roja”.
- ✓ Bad Wildungen. Ciudad de Blancanieves y los siete enanitos. Los participantes buscarán la casa de Blancanieves.
- ✓ Kassel. Ciudad donde pasaron más años a lo largo de su vida. Aquí realizarán un breve resumen de todo aquello que se puede visitar en el mundo Grimm (GRIMMWELT).
- ✓ Trendelburg. Ciudad de Rapunzel. Deberán encontrar a través de un recorrido por la ciudad la torre desde donde Rapunzel descolgó su trenza.
- ✓ Polle. Ciudad de Cenicienta. Recorrerán el camino de la Cenicienta alrededor del castillo con las diferentes figuras y los textos originales del cuento. Posteriormente, se dirigirán a la casa de huéspedes donde visitarán la “sala de Cenicienta”.
- ✓ Hameln. Ciudad del flautista de Hameln. Tendrán que recorrer el camino que hicieron los niños por las calles de la ciudad al sonido de la flauta.
- ✓ Bremen. Los músicos de Bremen. Deberán encontrar la estatua de los famosos animales músicos que llegaron a Bremen y escribir una breve historia de porque creen que arribaron a esta ciudad.

CONCLUSIONES

El turismo literario es uno de los tipos de turismo más en auge que existen actualmente en nuestra sociedad por la importancia que ha cobrado el conocimiento de la cultura. Se ha escogido como punto de partida para la creación y desarrollo de un nuevo producto turístico que dé a conocer a los hermanos Grimm y sus cuentos de hadas más conocidos en España, para lo que se han tenido en cuenta las preferencias del mercado emisor español. Llega el momento de la realización de una reflexión general sobre lo tratado a lo largo de todo el proyecto, y de se evaluar si se han cumplido los objetivos y se han contestado las preguntas propuestas en el segundo capítulo.

En la descripción del marco teórico y conceptual del tercer capítulo, se ha explicado el turismo en el que se basa este proyecto, el turismo cultural, y más concretamente el turismo literario con los hermanos Grimm como protagonistas. Todo ello para definir el concepto de producto buscado y determinar aquellos elementos que tendrán una mayor relevancia a la hora de diseñar el producto más adecuado al destino que se quiere potenciar en este caso la Ruta de los cuentos de hadas.

Con la información obtenida en el marco teórico, en el capítulo cuatro se ha profundizado en la oferta turística de las ciudades elegidas para nuestra ruta. Podemos comprobar la gran variedad de recursos de los que dispone Alemania, ya sean naturales, arquitectónicos, culturales, etc. Además, se ofrece información sobre la imagen y promoción de la ruta en el país germano.

En el mismo capítulo se especifica la demanda actual a través de una encuesta dirigida al mercado español, que ha sido esencial para poder realizar un correcto desarrollo del producto, obteniendo información muy precisa en la formulación de preguntas concretas y la interpretación de los resultados.

La conclusión a la que he llegado tras el análisis de este capítulo es que la Ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm es un buen producto para desarrollar, ya que la mayoría de los encuestados no la conoce y, analizando sus motivaciones y preferencias, la oferta turística a lo largo de la ruta se adapta bastante bien a las necesidades del turista español. Por ello se puede determinar que el producto turístico que se ha creado es potencialmente atractivo para este mercado.

Durante la investigación se encontró un pequeño obstáculo en lo que se refiere al tamaño de la muestra de la encuesta. Aunque con los datos de los que se

dispone se puede observar una tendencia bastante esclarecedora, hubiera sido positivo haber obtenido un mayor número de respuestas para que los datos recogidos fueran más representativos del mercado emisor español. Como ya se ha mencionado anteriormente, se han obtenido 90 encuestas, por lo que se hablará de una encuesta orientativa.

Este trabajo me ha servido principalmente para conocer mejor Alemania, y sobre todo la Ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm, que desconocía antes del inicio del TFG. Las expectativas de acogida de esta nueva propuesta son muy positivas, pero habrá que tener en cuenta que un producto turístico solo funcionará cuando se trabaje conjuntamente y cuidando todos los detalles en su lanzamiento y difusión. Para ello, se ha realizado un folleto con el que se busca atraer a los turistas que quieran realizar la Ruta de los cuentos de hadas de los hermanos Grimm, haciendo parada en aquellas ciudades más representativas en la vida de los famosos hermanos y en los cuentos más conocidos en España, como son Caperucita roja, el flautista de Hamelín o los músicos de Bremen y aquellos que gracias a Walt Disney se han hecho más famosos como Blancanieves o Rapunzel. El folleto, que como ya se ha visto, se hará en formato papel y digital, prevé la creación de una página web y una aplicación móvil.

El objetivo de este trabajo ha sido redactar la mayor información posible sobre la ruta, y desde mi punto de vista ha sido alcanzado gracias a las fuentes consultadas y que se mencionan a continuación.

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

Arana Palacios, J (2013). *Embarquen por la biblioteca: una aproximación de los viajes literarios*. España. Editorial Trea.

Arias Argüelles-Meres, L (2015). *Literatura y turismo*. España. Septem Ediciones.

Boullon, R (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas.

Bowen, J., Flores Zamora, J., García de Madariaga, J., Kotler, P. y Makens, J. (2011) *Marketing Turístico*. Madrid, España: Editorial Pearson.

Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo (2013) *Manual de desarrollo de productos turísticos*, Madrid. Recuperado de https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_es (Último acceso 20/03/2022)

Fernandez, A. (2006). *Turismo y Patrimonio Cultural*, Jaén, Universidad de Jaén.

González Santamaría, P. (2015). *Influencia del valor percibido y de la satisfacción en la lealtad: una aplicación al turismo náutico*. Universidad de Vigo.

Hosteltur (2016). *Wikitur: Glosario de Términos Hoteleros, Turísticos y Relacionados*. Recuperado de <https://www.hosteltur.com/wikitur/producto-turistico> (Último acceso: 23/03/2022)

Jesús Garrido, S. (2018). *Diseño de productos turísticos*, Madrid. Editorial Paraninfo.

Magadán Díaz M, Rivas García J, (2010) *Turismo literario*, Oviedo, Septem Ediciones.

Mármol Sinclair P, Ojeda García C (2012). *Marketing Turístico*. Editorial Paraninfo.

Míguez Alonso, A (2021). *Propuesta de desarrollo de un nuevo producto turístico en Galicia destinado al turista alemán*. Universidad de Valladolid.

OMT (1998). *Introducción al turismo*. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/Introducción-al-turismo-la-omt-pdf/> (Último acceso: 23/03/2022).

Smith, Y (2012). *Literary Tourism as a developing genre: South Africa's potential*, (tesis no publicada). University of Pretoria, Pretoria.

Uccella, F, (2013). *Manual de patrimonio literario: Espacios, casas-museo y rutas*. Editorial Trea.

RECURSOS DIGITALES

Alsfeld.

www.alsfeld.de.

Último acceso 06/04/2022.

Bad Wildungen.

<https://www.bad-wildungen.de/>.

Último acceso 09/04/2022.

Bergfreiheit.

<http://www.bergfreiheit.de/>.

Último acceso 09/04/2022.

Bremen.

<https://www.bremen.de/>.

Último acceso 15/04/2022.

Böttcherstraße.

<http://www.boettcherstrasse.de/>

Último acceso 17/04/2022.

Camping de Kassel.

<https://www.campingplatz-kassel.de/de/home>.

Último acceso 10/04/2022.

Deutsche Bahn.

www.bahnhof.de.

Último acceso 20/05/2022.

Deutschland.

<https://www.deutschland.de/en/travel-in-germany>.

Último acceso 23/05/2022.

Ferienwohnung Familie Schäfer.

www.ferienwohnung-schaefer.de.tl.

Último acceso 04/04/2022.

Ferienwohnung Familie Stoos.

www.ferienwohnungstoos.de.

Último acceso 04/04/2022.

Ferienwohnung Familie Ziegler.

www.ferienwohnungziegler.de.

Último acceso 04/04/2022.

Ferienwohnungen Haus an der Kinzig.

www.anderkinzig.de.

Último acceso 04/04/2022.

PROPUESTA DE DESARROLLO

Ferienwohnung Haus Weinbrenner.

www.haus-weinbrenner.com.

Último acceso 04/04/2022.

Ferienwohnung Spessartwald.

www.ferienwohnung-spessartwald.de.

Último acceso 04/04/2022.

Página oficial de los hermanos Grimm.

<http://grimms.de/>

Último acceso 08/06/2022.

Hamelín.

<https://www.hameln.de/>

Último acceso 13/04/2022.

Hanau Startseite.

<https://www.hanau.de/>

Último acceso 01/04/2022.

Haus Talblick Familie Staudt.

www.ferienwohnung-staudt.de

Último acceso 04/04/2022.

Hotel-Restaurant Brathänchenfarm.

<https://www.brathaehnchenfarm.de>

Último acceso: 03/04/2022.

Hotel Burgmannenhaus und Wilde Speisekammer.

<https://www.burgmannenhaus-steinau.de/>

Último acceso 04/04/2022.

Kassel.

<https://www.kassel.de/>

Último acceso 10/04/2022.

La ruta de los cuentos de hadas.

<https://www.deutsche-maerchenstrasse.com/>

Último acceso 23/05/2022.

Mein klein Hotel Steinau – Rabenstein.

www.klein-hotel.de

Último acceso 04/04/2022.

Mundo Primaria.

<https://www.mundoprimary.com/literatura-para-ninos/cuentos-hermanos-grimm>

Último acceso 06/06/2022

CAPÍTULO 5

Oficina de turismo de Alemania.

<https://www.germany.travel/en/home.html>

Último acceso 23/05/2022.

Ferienwohnung – Pensi3n Haus Sigrid.

<https://haus-sigrid-Zimmervermietung.business.site>

Último acceso 04/04/2022.

Polle.

<https://www.polle-weser.de/>

Último acceso 11/04/2022.

Posada. Landgasthaus Bayrischer Hof.

<https://bayrischer-hof.info>.

Último acceso 04/04/2022.

Posada. Landgasthaus Deutsches Haus.

<https://www.landgasthof-deutsches-haus.de>

Último acceso 04/04/2022.

Reservas hoteles y pensiones Bad Wildungen.

<https://buchungen.bad-wildungen.de/>

Último acceso 09/04/2022.

Reservas hoteles y pensiones en Kassel.

<https://www.kassel.de/einrichtungen/gaeste/kassel-buchen/hotel-und-unterkuenfte.php>.

Último acceso 10/04/2022.

Schreiber Reisen.

www.schreiber-reisen.de.

Último acceso 04/04/2022.

Steinau Startseite.

<https://www.steinau.eu/>

Último acceso 03/04/2022.

Schwalmstadt.

<https://schwalmstadt.de/>

Último acceso 08/04/2022.

Trendelburg.

<https://www.trendelburg.de/>

Último acceso 11/04/2022.

Turismo de la regi3n de Hesse.

<https://www.hessen-tourismus.de/>

Último acceso: 06/04/2022.

PROPUESTA DE DESARROLLO

Turismo de la región de Solling Vogler.

<https://www.solling-vogler-region.de/de/p/bodenwerder-polle/45670722/>

Último acceso 11/04/2022.

Turismo de Marburg.

<https://www.marburg-tourismus.de/>

Último acceso 06/04/2022.

Turismo Literario.

<https://www.turismoliterario.com/>

Último acceso 08/06/2022.

Via Michelin.

www.viamichelin.es.

Último acceso 21/04/2022.

ANEXO

ANEXO

Borrador de la encuesta realizada para el conocimiento de las preferencias turísticas de los españoles cuando viajan al extranjero

1. ¿Con qué frecuencia suele realizar viajes internacionales con una finalidad turística? Conteste a esta pregunta teniendo en cuenta la frecuencia de sus viajes previa a la situación de pandemia

- No viajo nunca
- Una vez cada 2 o 3 años
- 1 vez al año
- Entre 2 y 3 veces al año
- Entre 3 y 6 veces por año
- Más de 6 veces al año

2. ¿Con quién acostumbra a realizar sus viajes al extranjero?

- Solo
- En pareja
- En familia
- Con amigos
- Grupo turístico
- Otro

3. ¿Cuánto tiempo acostumbra a permanecer en un destino al viajar al extranjero?

- Menos de 3 días
- Entre 3 y 5 días
- Entre 5 y 7 días
- Entre 7 y 15 días
- Más de 15 días

4. ¿En qué medio de transporte prefiere viajar cuando realiza un viaje internacional? Puede seleccionar un máximo de 2 respuestas

- Vehículo propio (Coche, moto, autocaravana...)
- Avión
- Tren
- Autobús
- Barco
- Otro. Indicar cuál:

5. ¿Qué medios de transporte prefiere utilizar para desplazarse en el destino? Seleccione tantas opciones como desee.

- Coche, moto, autocaravana... (personales o de alquiler)
- Tren
- Autobús
- Taxi
- Bicicleta
- A pie
- Otro. Indicar cuál:

6. ¿En qué tipo de alojamiento suele hospedarse? Puede seleccionar las opciones que desee.

- Alojamiento particular
- Apartamentos turísticos
- Hostal/ Bed & Breakfast
- Albergue
- Casas Rurales y hoteles rústicos
- Campings
- Alojamiento Hotelero de categoría estándar

CAPÍTULO 5

Alojamiento Hotelero de categoría superior

7. ¿En qué época del año prefiere o suele viajar? Seleccione las que desee.

- Primavera
- Verano
- Otoño
- Invierno
- Indiferente

8. ¿Cuánto suele gastar por persona y año en un viaje?

- Menos de 200 €
- Entre 200 y 500€
- Entre 500 y 1000 €
- Entre 1000 y 1500 €
- Más de 1500 €
- Prefiero no contestar

9. ¿Cuándo viaja prefiere...? Seleccione solo una opción, por favor.

- Que se lo den todo organizado desde una agencia.
- Que sólo le organicen el hotel y el transporte.
- Encargarse de todo personalmente y a su gusto.
- Totalmente indiferente

10. ¿Cómo suele descubrir un nuevo destino turístico?

- Libros
- Ferias y congresos
- Publicidad
- Artículos de prensa o revistas
- Internet y redes sociales
- Amigos/familia
- Agencias de viajes
- Otros

11. Por orden de importancia (del 1 al 8), enumere los factores que tiene en cuenta a la hora de elegir un destino.

- Recomendaciones
- Cercanía y accesibilidad
- Precios
- Previsión meteorológica
- Diversidad de actividades y atractivos turísticos
- Interés por conocer nuevos lugares
- Familia o amigos en el destino
- Sostenibilidad

12. ¿Había escuchado anteriormente hablar de La Ruta de los Cuentos de Hadas? En caso de respuesta afirmativa, indicar cómo.

- No
- Sí:

13. En el caso de haber viajado a Alemania, ¿podría escribir a continuación qué es lo que más le ha gustado o llamado la atención de dicho destino?

- No he viajado a Alemania
- Lo que más me ha llamado la atención es...

PROPUESTA DE DESARROLLO

14. ¿Recomendaría Alemania a familiares o amigos? Si la respuesta es no, indique por qué.

- Sí
- No. Porque...

15. ¿Qué le gustaría hacer en un nuevo destino? Seleccione las opciones que desee.

- Recorrer los puntos de interés del destino a pie o en transporte público
- Alquilar bicicletas o patines para explorar el destino
- Acampar
- Relacionarse con la población local
- Hacer fotos
- Visitar museos, exposiciones, exhibiciones...
- Visitas guiadas
- Participar en actividades religiosas
- Actividades relacionadas con la salud y el bienestar
- Natación y otras actividades acuáticas
- Actividades de aventura
- Caminatas por el bosque
- Otros deportes no pertenecientes a los anteriores grupos
- Disfrutar de la gastronomía
- Compras
- Relax
- Conciertos y festivales
- Fiesta y vida nocturna
- Otro. Por favor especifique:

16. ¿Sobre qué aspectos le gustaría aprender durante su próximo recorrido turístico?
Seleccione todas las opciones que considere de su interés.

- Historia
- Tradiciones, mitos y leyendas
- Religión
- Idioma
- Arquitectura y monumentos
- Agricultura
- Flora y fauna
- Gastronomía
- Otro. Por favor, especifique:

17. Rango de edad

- > 65 años
- 50-65 años
- 35-49 años
- 18-34 años

18. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor los ingresos mensuales en su unidad doméstica?

- Menos de 2000 €
- Entre 2000 € y 4000 €
- Entre 4000 € y 7000 €
- Entre 7000 € y 10000 €
- Más de 10000 €
- Prefiero no decirlo

Muchas gracias por el tiempo que ha dedicado a realizar esta encuesta. Sus respuestas han sido almacenadas anónimamente y serán analizadas de forma conjunta con los demás resultados.