

# Erlebnisswelt Volkskultur



Bockhorn | Hörandner | Prasch (Hg.)

## **Erlebniswelt Volkskultur**

Buchreihe der  
Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde  
Herausgegeben von Klaus Beitzl  
Neue Serie Band 17

Umschlaggestaltung unter Verwendung einer Abbildung aus dem  
Archiv des Salzburger Freilichtmuseums  
Maibaumaufstellen im Salzburger Freilichtmuseum

# **Erlebniswelt Volkskultur**

Referate der Österreichischen Volkskundetagung  
2001  
in Spittal/Drau

Im Auftrag des  
Vereins für Volkskunde in Wien  
und des  
Österreichischen Fachverbands für Volkskunde

herausgegeben von  
Olaf Bockhorn, Editha Hörandner und Hartmut Prasch

Redaktion  
Nikola Langreiter

Wien 2001  
Selbstverlag des Vereins für Volkskunde

Die deutsche Bibliothek - CIP - Einheitsaufnahme

Erlebniswelt Volkskultur: Referate der Österreichischen  
Volkskundetagung 2001 in Spittal/Drau / im Auftrag des Vereins für  
Volkskunde in Wien und des Österreichischen Fachverbands für  
Volkskunde hrsg. von Olaf Bockhorn... - Wien: Verein für  
Volkskunde; Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für  
Volkskunde, hrsg. von Klaus Beitzl, N. S., Bd. 17.  
ISBN 3-900358-17-6

Alle Rechte vorbehalten

Druckvorlage: Nikola Langreiter  
Umschlaggestaltung: A+H Haller  
Druck: Novographic, Wien

Mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für Bildung,  
Wissenschaft und Kultur (bm:bwk)

# Inhalt

- 7 Vorwort
- 11 Peter Meurkens  
Die Möglichkeiten der Volkskunde am gesellschaftlichen  
Diskurs teilzuhaben. Beispiele aus den Niederlanden
- 31 Christoph Köck  
Erlebniswelt, Volkskultur und Metatourismus
- 51 Brigitte Emmrich  
Und am Himmelfahrtstag zum Heiratsmarkt ... Zur  
'Erlebniswelt Volkskultur' im Spiegel der sächsischen Presse
- 79 Monika Gaurek  
Erlebnis unter freiem Himmel. Wie viel Erlebnis erträgt ein  
Freilichtmuseum?
- 99 Siegfried Kogler  
Brauch und neue Medien. Ein Kärntner Projekt
- 117 Nikola Langreiter/Christian Stadelmann  
Vom Nutzen der Gletschermumie
- 145 Hartmut Prasch  
Erlebniswelt Volkskultur. Chancen – Risiken – Potentiale

- 163 Oliver Haid  
Ö3 präsentiert Halloween. Postmoderne Volkskultur zwischen UKW und WWW
- 183 Hermann Steininger  
Von der traditionellen zur modernen (Volks-)Kultur.  
Beispiele aus Niederösterreich
- 211 Bernhard Fuchs  
Nepal-Repräsentationen. Zwischen Selbstinszenierung, Schau-  
stellung und mimetischem Spiel
- 249 Ronald Lutz  
Bergwelten und Traumpfade. Gipfelstürmer als  
Erlebnisproduzenten
- 269 Gerlinde Haid  
Events mit Volksmusik

## Vorwort

Die in dreijährigem Rhythmus vom Österreichischen Fachverband für Volkskunde gemeinsam mit dem Verein für Volkskunde veranstaltete Österreichische Volkskundetagung fand diesmal vom 12. – 15. Juni 2001 in Spittal/Drau statt, womit der erstmals 1995 ausgesprochenen Einladung des diesen Band mitherausgebenden Direktors des dortigen Museums für Volkskultur Folge geleistet wurde. Nachdem das ursprünglich vorgesehene Tagungsthema „Volkskultur ohne Grenzen“ dadurch an regionaler Aktualität verloren hatte, dass die unter der Bezeichnung „senza confini“ für 2006 im Dreiländereck Friaul, Kärnten und Slowenien geplanten Olympischen Winterspiele nicht den Zuschlag erhielten, wurde, angeregt durch die anhaltende wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der „Erlebnisgesellschaft“ und angesichts der allseits boomenden Eventkultur, „Erlebniswelt Volkskultur“ vorgeschlagen und gewählt. Eine rege aktive Teilnahme war allein schon wegen der vielfältigen fachlichen Anknüpfungspunkte zu erwarten, die im *call for papers* (von Nikola Langreiter und Christian Stadelmann konzipiert und leicht modifiziert in den Nachrichtenblättern des Vereins für Volkskunde sowie der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde veröffentlicht) angesprochen wurden.

Die Diskussion um (moderne) westliche Erlebnisgesellschaften und ihre Implikationen währt seit mehreren Jahren. Der Boom der Eventkultur ist ein Indikator dafür, dass das Thema nicht erschöpft ist. Vom Schaubetrieb in der alten Kormühle mit edukativem Anspruch über Einkaufszentren, deren Angebote weit über simples Shopping hinausgehen, bis zu Freizeitparks mit gigantischen Dimensionen, die längst nicht mehr Monopol des Disney-Konzerns sind: es geht um Genuss, um das schöne leichte Leben.

Vor dem Hintergrund der Branche Volkskunde (unter welcher Bezeichnung sie auch laufen mag) ist das Bewusstsein um die eigene Involviertheit in den Gestaltungsprozess solcher Erlebniswelten sicher ausgeprägt. Wir liefern Erklärungen zu den Dingen des Alltags und Phänomenen der Popularkultur, leisten fachlichen Beistand, geben Anleitungen für die Pflege der Volkskultur und sorgen für den kulturellen *touch* in

Tourismuskonzepten. Selbst wenn man unter sich bleibt – wissenschaftliche Ergebnisse wollen mit einem gewissen Maß an Show präsentiert sein; Edutainment heißt das entsprechende Schlagwort.

Solche Andeutungen wollen klarmachen: die Ansatzpunkte, Zugänge und Möglichkeiten des Umgangs mit dem Thema sind vielfältig. Dabei soll keine neue Folklorismusedebatte initiiert werden, auch Kulturpessimismus ist nicht angebracht. Vielmehr gilt es, in unterschiedlichsten Fachbereichen – genannt seien hier als Beispiele nur Museologie und Tourismusforschung – den Deutungen und Bedeutungen der Erlebniskultur nachzuspüren, zu versuchen, Kulturlandschaften zu analysieren und zu interpretieren.

Der angeschlossene Aufruf an Fachvertreterinnen und -vertreter sowie Interessierte der Nachbarwissenschaften, sich mit einem Vortrag zu beteiligen, hatte jedoch nicht die erhoffte Flut von Anmeldungen zur Folge. Die Erwartungen der Organisatoren wurden zwar – zumindest teilweise – hinsichtlich der Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfüllt (an die hundert, darunter viele Studierende), nicht jedoch, was die Referatsvorschläge betrifft, deren Zahl sich in eher bescheidenen Grenzen hielt (was allerdings, durchaus positiv, zu längeren Vortrags- und Diskussionszeiten führte). Gründe dafür sind im Vorfeld der Veranstaltung leider nicht geäußert worden (auch nicht von den angesprochenen, aber weitgehend absenten Museologinnen und Museologen); der kritischen Anmerkung in der Schlussdiskussion, dass man die erwähnten Nachbarwissenschaften hätte gezielter ansprechen müssen, wird man bei künftigen Veranstaltungen sicherlich Rechnung tragen müssen. Die „vielfältigen fachlichen Anknüpfungspunkte“ kamen hingegen in den Vortragsthemen durchaus zum Ausdruck und sollten zumindest durch diese Veröffentlichung zur weiteren Beschäftigung mit der „Erlebniswelt Volkskultur“ führen.

Ort der insgesamt elf Referate (der Beitrag von Ronald Lutz konnte wegen kurzfristiger Verhinderung des Autors nicht vorgetragen werden) war das Renaissanceschloss Porcia, unter anderem Heimstätte des schon genannten Museums für Volkskultur, das die örtliche Organisation übernommen hatte und dem für den klaglosen Ablauf der gesamten Tagung einschließlich der Exkursion (durch die Bildungskette „Nationalpark Nockberge“) und der beiden Empfänge (des Museums sowie der Kärntner Landesregierung) zu danken ist. Dank gebührt auch den Institutionen, die durch Subventionen die Veranstaltung überhaupt erst

## *Vorwort*

ermöglichten (Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur; Land Kärnten; Stadtgemeinde Spittal/Drau). Dass der Tagungsband so prompt, wiederum in der Neuen Serie der Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, erscheinen kann, dafür zeichnen die zuständigen Personen im Verein für Volkskunde und die Redakteurin Nikola Langreiter verantwortlich.

Wien, Graz, Spittal/Drau, im Oktober 2001

Olaf Bockhorn, Editha Hörandner, Hartmut Prasch



Peter Meurkens, Nijmegen/Eindhoven

## **Die Möglichkeiten der Volkskunde am gesellschaftlichen Diskurs teilzuhaben**

Beispiele aus den Niederlanden

### I

Gleich zu Beginn möchte ich einem Missverständnis vorbeugen: Die Frage, die hier behandelt wird, ist nicht jene nach der *political correctness* diverser Studien zur Volkskunde oder Ethnologie. Mein Beitrag zu dieser Tagung des Österreichischen Fachverbands für Volkskunde handelt vielmehr davon, wie die Volkskunde Teil der öffentlichen gesellschaftlichen Debatte ist oder sein kann. Es geht also nicht darum, inwiefern diese Disziplin die Verpflichtung oder die Intention hat, bestimmte gesellschaftliche Machtstrukturen oder politische Bewegungen zu legitimieren oder zu attackieren; aber es geht sehr wohl um die Art und Weise, wie die Ethnologie das gesellschaftliche Geschehen und das Denken von Menschen beeinflusst, indem sie ihnen Vorstellungen über ihre Gesellschaft vermittelt und dadurch zu einem spezifischen Selbstverständnis führt. Ich möchte vorerst keine allgemeine Stellungnahme dazu abgeben, sondern zunächst versuchen, zu rekonstruieren, wie sich dieser Prozess konkret in jener Gesellschaft vollzieht, in der ich lebe, nämlich den Niederlanden. Am Ende meiner Darlegungen wird der Einfluss der Ethnologie auf gesellschaftliche Diskurse und Praxen vielleicht von selbst deutlich werden.

### II

Im Vorjahr (2000) wurde die Publikation „Volkscultuur. Een inleiding in de Nederlandse etnologie“ (Volkskultur. Eine Einführung in die Niederländische Ethnologie) unter der Leitung von Ton Dekker, Herman Roodenburg und Gerard Rooijakkers herausgegeben. Diese Arbeit „soll nicht weniger ein Nachschlagewerk sein, als vielmehr ein Leitfaden für alle, die sich in die vielfältigen Weisen, wie über Kultur und Alltagsleben

gedacht wird, vertiefen wollen.”<sup>1</sup> Das Buch ist ein großer Erfolg, es erzielte eine hohe Auflage, die sich an ein breites Publikum verkauft. Noch erstaunlicher ist, dass die Rezensionen in nationalen Zeitungen und Magazinen zwar mit weniger enthusiastischem Lob, jedoch nicht, wie bei solchen Werken ansonsten üblich, in abwertendem oder schmunzelndem Ton geschrieben sind.

Vor einem Vierteljahrhundert wäre das innerhalb der Disziplin noch als beruhigend angesehen worden, jetzt erachtet man diesen Umstand als selbstverständlich. Dies ist doch eine auffallende Entwicklung: die Volkskunde oder die Ethnologie ist auch in unserem Land ein ‚normaler‘ Studienbereich geworden. Vor allem in den Niederlanden, wo die Akademie diese Disziplin zuerst aus ihrem Nahbereich völlig ferngehalten und später marginalisiert akzeptiert hat, ist dies ein Phänomen, das weitere Betrachtung verdient: Was ist mit der Volkskunde geschehen und wie ist dieses Geschehen zu interpretieren? Ich möchte damit nicht sagen, dass diese neue Situation nur für die Niederlande gilt, sie trifft vielmehr gleichermaßen auf andere europäische Länder zu. Ihre Analyse kann somit auch für die Kollegen in Österreich von Nutzen sein.

### III

In den Niederlanden, über die ich heute sprechen möchte, hat sozusagen eine stille Revolution stattgefunden, indem die volkskundlichen Themen zu einem Teilbereich des gesellschaftlichen Diskurses einerseits und außerdem zum Subjekt der alltäglichen Praxis in Unterricht und in kulturellen Aktivitäten aufgewertet wurden. Zu beobachten ist die Einführung von bis dahin unbekanntem Themen als (mehr oder weniger) gewöhnlicher oder neutraler Bestandteil in Büchern und Romanen von Literaten. Ebenso kann man das Einbeziehen von volkskundlichen Bereichen in touristische Programme feststellen. Etwa in unserer „Identitätsfabrik“ in Eindhoven wird dazu mit den modernsten Informations- und Kommunikationstechnologien gearbeitet wird.<sup>2</sup>

All das hat aber auch Merkwürdiges: Koblode, das Begraben oder In-die-Bäume-hängen der Nachgeburt eines Pferdes etwa sind Sachgebiete, über

---

<sup>1</sup> Dekker, Ton, Herman Roodenburg, Gerard Rooijackers: *Volkskultuur. Een inleiding in de Nederlandse etnologie*. Nijmegen 2000, S. 11.

<sup>2</sup> Siehe [www.idzo.nl](http://www.idzo.nl), Zugriff 17. 7. 2001.

die ohne jegliche Verwunderung geschrieben wird. Man darf jetzt vorsichtig anerkennen – auch von den sogenannte Kernfachgebieten der Universitäten aus –, dass jede andere wissenschaftliche Disziplin ihre eigenen, kuriosen *hidden corners* hat.

Das Beseelen landschaftlicher Strukturen und topografischer Objekten mittels Markierungen – Märchen und Erzählungen über Werwölfe, Hexen und Zauberer, ist ein akzeptierter Bestandteil der offiziellen Raumordnungspolitik. Das nationale niederländische Programm „Belvedere“ (das offizielle Regierungspapier über zu schützende wertvolle ländliche Gebiete), eingerichtet um räumliche Planung und kulturelles Erbe sinnvoll zu verbinden, plante auch Platz für die Erzählungen der Vergangenheit und über die Vergangenheit ein.<sup>3</sup> Die Präsenz der Erzählungen und der *Oral history*, welche die historischen Landschaften ‚lesbar‘ machen, soll zugleich zu Änderungen im Gebrauch des landschaftlichen Raumes beitragen.

Die sogenannte ‚Neue Volksmusik‘, vielfach gespeist mit – gut oder weniger gut verstandenen – Themen aus der Fundgrube regionaler Kulturen, ist ein fixer Bestandteil von Hitlisten der Popmusik und der populären Musik. Die Künstler, welche Plattländisch oder einen anderen Dialekt sprechen und singen gelten heute als nationale Kultfiguren. Es handelt sich dabei übrigens um jene Dialekte, welche die Volkskundler von damals aus dem Mund der Großeltern notiert und als rasch verschwindendes kulturelles Erbgut aufgezeichnet haben. Der Leadsänger der Dialekt-Popgruppe Normaal war schon eingeladen, um an der Agraruniversität Wageningen, ein international renommiertes Institut für Agrarforschung, Vorlesungen zu halten. Er trug dort, ohne akademisch ausgebildet zu sein, zu regionaler Identität und regionalem Bewusstsein vor.

Die Volkskunde ist, vielleicht gegen ihren Willen, Hauptthema in der Rubrik ‚Kulturelles‘ geworden. Was ist mit der Volkskunde in den Niederlanden geschehen und wie ist das zu verstehen? Ich möchte eine Reihe von Aspekten nennen, um die neue Position der Ethnologie in den Niederlanden zu illustrieren:

---

<sup>3</sup> Siehe [www.belvedere.nu](http://www.belvedere.nu), Zugriff 17. 7. 2001.

1. die Aufmerksamkeit für ‚neue Rituale‘ in den Medien
2. die Aktivierung des regionalen Bewusstseins durch die populäre Musik
3. die ‚salonfähig‘ gewordene Position der Volkskunde in der ‚höheren Literatur‘
4. die Bekanntheit des ethnologischen Paradigmas bei einem breiten Publikum.

Die große Frage dabei ist: wie ist dieser Fachbereich, der nach dem Krieg einen niedrigen Status hatte, ein intellektuelles Unternehmen geworden, von dem Status zu entleihen ist?

#### IV

Der schwedische Ethnologe Jonas Frykman schreibt „the past has become a guide, but it has also become an almost daily conversation topic“<sup>4</sup>. Man lässt sich nicht nur durch die Vergangenheit inspirieren, sie ist heute auch Gegenstand alltäglicher Gespräche und Unterhaltungen. Nicht nur in den Geschichtsbüchern wird die Vergangenheit unserer Gesellschaft besprochen, sie präsentiert sich zum Beispiel genauso in der Ethno-Welle in der (Folk-)Musik und spielt eine Rolle im Film und auf der Theaterbühne. Auch die *hidden corners* des eigenen historischen Lebensraums und die vergangenen Begegnungen mit ‚dem Anderen‘ sind alltäglich Gesprächsthemen in Fernseh- und Radioprogrammen.

Heute muss man nicht mehr ein Heimatmuseum besuchen, um das Spezifische der Gesellschaft, in der man lebt oder die man als Tourist besucht, kennen zu lernen. Es gibt auch Leute, die ironisch erklären, dass man keineswegs diese ‚heiligen Plätze der Erinnerung‘ zu besuchen brauche. Man könne sich auch ohne die Museen, ohne Folklore-Festivals oder ähnlichen Veranstaltungen beizuwohnen mit dem kulturellen Erbe bekannt machen. Es stimmt – die Volkskultur wird auf vielen Ebenen des öffentlichen Lebens eingebracht. Sie dringt durch viele Medien auf verschiedenen Art und Weise ins Privatleben ein. Der Königinnentag (30. April) ist das höchste Fest für alle lokalen, regionalen, kulturellen und

---

<sup>4</sup> Frykman, Jonas: National Identities. Between Modernity and Cultural Nationalism. In: Volkskultur und Moderne. Europäische Ethnologie zur Jahrtausendwende (= Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien 21). Wien 2000, S. 269-286, hier S. 269.

ethnischen Schichten und Gruppen des Landes. Wie Volkskultur etabliert ist und sich im Alltag präsentiert, ist davon auszugehen, dass sie einen hohen Stellenwert besitzt. Da stellt sich die Frage, ob wir als Fachvertreter damit nicht zufrieden sein müssten. Freilich – es gibt eine wahrnehmbare wenngleich verschwindende Diskrepanz zwischen jenem Bereich, welcher bis vor kurzem ausschließlich Studienobjekt professioneller Ethnologen war und den in der modernen Gesellschaft im alltäglichen Small talk und in den Medien behandelten Themen. Diese Situation unterscheidet sich wesentlich von jener vor einem Vierteljahrhundert. In den Niederlanden – und ich würde mich wundern, wenn nicht auch in anderen modernen Gesellschaften.

V

Lassen Sie mich kurz über das herrschende Bild der Niederländischen Volkskunde referieren. Zuerst möchte ich auf das reichhaltige Material im vorhin erwähnten Buch „Volkskultuur“<sup>5</sup> verweisen. Die Volkskunde war in den Niederlanden hauptsächlich das, was man ‚Reliktologie‘ nennt und hatte einen miserablen Ruf vor allem aufgrund ihrer impressionistischen Darlegungen und dubiosen Folgerungen. Diese Diagnose wird auch anderswo nicht ganz unbekannt sein. Sie drehte sich um „alte Sachen, die am Verschwinden waren“ und um „die möglichen Hintergründe der Phänomene“<sup>6</sup>. Zu nennen sind hier etwa die typische Kleidung der Volendammer oder der Staphorsterfrauen oder allgemeiner niederländische Phänomene wie das Sankt Nikolaus-Fest (der Historiker L. Rogier betitelte das Fach als ‚Sanktnikolauskunde‘) und sichere, neutrale Objekte wie Klappmützen und Küchenbretter. Die Disziplin war wegen ihres esoterischen und anekdotischen Anstrichs als völlig unbedeutend ignoriert worden.

Die Volkskundler selbst waren nicht die besten und überzeugendsten Anwälte ihres eigenen Fachbereichs. Die Berufsgenossen mit einer bezahlten Stelle in der Volkskunde, wie P. J. Meertens, brüsteten sich eher mit ihrer wichtigen Amtstätigkeit als mit Qualität und Bedeutung der Wissenschaft, welcher sie sich widmeten. Das Volkskundebureau (später

---

<sup>5</sup> Dekker u. a. (wie Anm. 1).

<sup>6</sup> Ginkel, Rob van: *Volkskultuur als valkuil. Over antropologie, volkskunde en cultuurpolitiek*. Amsterdam 2000, S. 111.

Meertens-Instituut)<sup>7</sup> hat sich sehr gut an einer Amsterdamer Gracht versteckt. Am Büro beschäftigte man sich seit den 1950er Jahren unter den gestrengen Augen J. J. Voskuils ‚in aller Stille‘ emsig mit dem Aufbau der Dokumentationsbestände für den eigenen Gebrauch, für künftige Sammelbände, und im Interesse des internationalen Volkskunde-Atlas. Die gesammelten Daten wurden sicher deponiert und rubriziert in den eigene Karteikästen; Publikationen wurden stets als „noch unvollständig“ zurückgehalten.

Besonders bemüht war man auch um eine Isolierung der „praktischen Volkskunde“<sup>8</sup>, wie sie regionale Heimatvereine und Bauernmuseen betreiben. Diese angewandte Volkskunde galt als gefährlich – ob ihres Forcierens eines ‚aktiven Folklorismus‘ und wegen des den Kollegen dort unterstellten Wunsches, neue „Raritätenkabinette“ für „alte Gebräuche“ gründen zu wollen.

## VI

Nur das Arnheim Freilichtmuseum (NOM) schätze man als die Visitenkarte der Volkskunde für das allgemeine Publikum. Aber die Direktoren, wie J. H. Jager Gerlings und A. J. Bernet Kempers, waren eher geneigt, die Türen der musealisierten Gebäude, welche die Vergangenheit von ehemals repräsentieren sollten, zu öffnen, denn systematische Arbeit an der Dokumentation der typischen Eigenschaften (sowie ihrer Genese und Funktionen) der Gemeinschaftsstrukturen des Landes in ihrer Diversität zu leisten.

Was hat sich geändert? Trotz des zurückhaltenden und reservierten Auftretens der Fachkollegen, setzte sich, vielleicht wegen der rasanten Expansion der Industrialisierung, „the quest for a rural idyll“<sup>9</sup> durch. Dieses Idyll befriedigte die Träume des wachsenden Bürgertums. Neu war, dass allmählich diese Nachfrage des ländlichen Idylls den Charakter eines allgemeinen Anliegens annahm. Immer breitere soziale Schichten

---

<sup>7</sup> Das Volkskundeinstitut der Königlichen Niederländischen Akademie der Künste und Wissenschaften.

<sup>8</sup> Van Ginkel (wie Anm. 6).

<sup>9</sup> Vgl. Rapport, Nigel, Johanna Overing: *Social and Cultural Anthropology. Key Concepts.* London, New York 2000, S. 315-321.

im Land interessierten sich für das nationale Eigene. Einmal in Gang gesetzt resultierte dieser Trend in einer unproblematischen und meistens positiv empfundenen Folklorisierung des Alltags. Es hat, diagnostiziert Gerard Rooijackers am Ende dieser Entwicklung, in den Niederlanden noch nie so großes Interesse an Bräuchen und noch nie so viele Rituale gegeben wie heutzutage.

Die Ethnologie braucht sich nun ihrer Position in der gesellschaftlichen Praxis nicht zu wehren; sie soll sich nur hüten, sich nicht zu sehr in Richtung Popularisierung zu bewegen. Es herrscht so viel Aufmerksamkeit in den Medien, dass eine distanziertere Betrachtung der ‚alten Gebräuche‘, der neu erfundenen Traditionen und der Rituale verschiedener ethnischer Gruppen in Gefahr gerät. Die Volkskunde könnte auch noch am Erfolg scheitern.

## VII

Der erste Schritt zur Popularisierung der Volkskunde hat sich durch die Aufwertung der regionalen Musik ergeben. „Die Musik ist“, zitiert Louis Peter Grijp den Musikologen Martin Stokes, „ein wichtiges Mittel um ethnische Identität zu gestalten.“ Und Grijp fügt hinzu: die Musik ist

„nicht so sehr eine Reflexion oder ein Ausdruck der vorliegenden kulturellen und sozialen Strukturen, wie von Ethnomusikologen und Anthropologen gedacht, sondern ein Mittel, mit welchem Identitäten aktiv zu konstruieren und zu manipulieren sind.“<sup>10</sup>

Es handelt sich, wie Clifford Geertz über Religion gesagt hat, eher um ein Modell *für* als um ein Modell *von* Strukturen im kulturellen Repertoire. Auch die Musik darf eher als Modell *für* das Denken und das Tun gelten, als sie ein Muster *von* den Denk- und Handlungsweisen ist. Dies, so zitiert Grijp abermals Martin Stokes, „ist in Gesellschaften zu beobachten, in denen es ethnische Gruppen mit wiedererkennbaren Volkstraditionen gibt“.<sup>11</sup> Grijp führt beispielhaft Schotten, Irländer, Polen, Katalanen und Basken an.

Für die Niederlanden kann das in dieser Weise nicht zutreffen: Es gibt keine typische regionale Musik; die Dialektsänger adaptieren vielmehr

---

<sup>10</sup> Vgl. Grijp, Louis Peter: Is zingen in dialect Normaal? Muziek, taal en regionale identiteit. In: Volkskundig Bulletin 21, 1995, Heft 2, S. 304-327, hier S. 320.

<sup>11</sup> Ebda.

aufgrund ihres Fehlens internationale Stile. Nichtsdestotrotz sind in den Niederlanden diese Varianten von Regionalmusik zum geeigneten Mittel geworden, um regionale Identität zu gestalten. Die meisten jungen Leute, welche etwa die Musik der Band Normaal, aus der Achterhoek in Gelderland, berühmt für ihre Dialektsongs, hören, ‚fühlen‘ sich auch als ‚Achterhoekers‘ und sprechen so wie die Bandmitglieder.

Die Dialektsänger (oder ihre Texter) nutzen das ethnologische Repertoire, das Generationen von Volkskundlern zusammengetragen haben, nicht übermäßig. Regionales Bewusstsein kann kaum als Basis des Erfolgs von Dialektmusik angeführt werden: weder ist die Vorstellung eines ‚eigenen Volkes‘ noch die Idee der Überlegenheit der eigenen Region gegenüber anderen zu beobachten. Das Publikum erklärt seine Liebe zur regionalen Musik vor allem mit persönlichen Motiven, wie „in meiner eigenen Sprache kann ich mich am besten ausdrücken“. Und, sobald ein bestimmtes Dialektgenre einmal populär ist, zwingt das öffentliche Interesse und der damit verbundene kommerzielle Erfolg wohl auch dazu auf demselben Weg fortzufahren. Dem Auditorium ist zudem nicht nur die eigene regionale Musikband die liebste; das Mädchen aus Limburg liebt in gleichem Maße das friesische oder seeländische Lied, wenn dieses der nationale Tophit ist. Louis Peter Grijp sucht denn auch nach soziologischen Erklärungen, wie die Opposition zwischen dem „ganzen holländischen Land“ versus „Randstad im Westen“ zu verstehen sei, und wie sich die Reaktionen auf groß angelegte Entwicklungen und die Europäische Vereinigung auswirken könnten.<sup>12</sup>

Mir ist das zu einfach. Ich möchte auf eine andere Parallele hinweisen: das Interesse am Regionalen findet man sowohl in der Popularität der Regionalmusik als auch in jener der Volkskunde wieder. Dies sind sozusagen zwei Seiten einer Medaille; sie hängen zusammen und sollen mit anderen gesellschaftlichen Phänomenen verbunden werden. Volkskundler und Dialektsänger sind beide nicht nur „Mythomoteurs“ (wie Gottfried Korff gesagt hat)<sup>13</sup> sondern auch ‚Regiomoteurs‘. Um eine Erklärung zu finden, sind vorerst einige Aspekte in Betracht zu ziehen.

---

<sup>12</sup> Ebda, S. 321.

<sup>13</sup> Korff, Gottfried, Volkskunst: ein Mythomoteur? In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 92, 1996, 2, S. 221-235.

VIII

Einer der Faktoren für die gestiegene Popularität der Volkskunde in den letzten Dekaden ist, dass sie in der ‚höheren Literatur‘ salonfähig geworden ist. Wie kam es dazu?

Erstens muss man sagen, dass einige Vertreter aus den Humanwissenschaften in den letzten Dekaden ‚richtige‘ Schriftsteller geworden sind, also nicht nur in ihrem eigenen Fachbereich publizierten sondern auch im literarischen Sinne. Besonders einige Universitäten haben das ‚kreative Schreiben‘ akzentuiert. In Amsterdam war es der Soziologe Professor A. N. J. den Hollander, welcher auch wegen seiner stilistischen Gewandtheit, zum Beispiel seiner Studien über die USA, von einem größerem Publikum gelesen wird.<sup>14</sup> Er fungierte als ‚Erzieher‘ einer ganzen Generation von Wissenschaftlern in den sozio-kulturellen Disziplinen, von Leuten, die sich folglich daran gewöhnt hatten, nicht ‚mit der Gabel‘ zu schreiben (eine Qualität, die der heutigen Generation von Soziologen leider nicht mehr zuzuschreiben ist). Aus dieser Riege ging eine Gruppe hervor, die sich auch mit ethnologischen Problemfeldern beschäftigt. Der Literaturwissenschaftler Herman Pleij beschreibt in seiner Arbeit über *Cocagna* mit dem Schlaraffenland ein berühmtes ethnologisches Thema.<sup>15</sup> Der Historiker Frits van Oostrum erreicht mit seinem Buch über das Mittelalter geradezu Le Roy Ladurie-Status.<sup>16</sup>

Geert Mak, ursprünglich Schriftsteller und Journalist, ist nach seinen Studien über das Alltagsleben Professor an der Amsterdamer Universität geworden. Er führte mit „Hoe God verdween uit Jorwerd?“<sup>17</sup> monatelang die Bestsellerlisten an. In dem Miniaturepos schildert er das Verschwinden der früheren Gesellschaft (einer wirklichen Gemeinschaft aus Maks Sicht) während der letzten zwei Generationen in einem kleinen friesischen Dorf. Mit seinem Roman „De eeuw van mijn vader“<sup>18</sup> landete er abermals einen absoluten Bestseller. In diesem Werk wird um die

---

<sup>14</sup> Hollander, A. N. J. den: *Visie en verwoording. Sociologische essays over het eigene en het andere.* Assen 1968.

<sup>15</sup> Pleij, Herman: *Dromen van Cocagne: Middeleeuwse fantasieën over het volmaakte leven.* Amsterdam 1997. (Der Traum vom Schlaraffenland. Mittelalterliche Phantasien vom vollkommenen Leben. Frankfurt a. M. 2000.)

<sup>16</sup> Oostrom, Frits van: *Maerlants wereld.* Amsterdam 1996.

<sup>17</sup> Mak, Geert: *Hoe God verdween uit Jorwerd?* Amsterdam 1996. (Wie Gott verschwand aus Jorwerd. Berlin 1999.)

<sup>18</sup> Mak, Geert: *De eeuw van mijn vader.* Amsterdam u. 1999. [Das Zeitalter meines Vaters.]

kalvinistischen Hintergründe des Lebens einer Pfarrersfamilie viel Aufhebens gemacht. Nicht zuletzt dadurch wurde in den Niederlanden ein wachsendes Interesse für das Alltagsleben in früheren Zeiten und heutzutage befördert.

Aber es sind auch die nicht akademisch etablierten bedeutenden Schriftsteller und Literaten im niederländischen Sprachgebiet, welche enorme Kenntnisse über ethnologische Themen zeigen. Ich möchte auf ‚die großen Drei‘ der im Ausland (und sicher auch in deutschsprachigen Ländern) bekannten niederländischen Schriftsteller verweisen: es sind Cees Nooteboom, Hella S. Haasse und Harry Mulisch. Nooteboom ist einer der wichtigsten Nobelpreis-Kandidaten; Übersetzungen seines Buchs „Rituelen“<sup>19</sup> haben dauerhaft viele Bestsellerlisten angeführt, und die Kritiker loben dieses Oeuvre als wichtigen Beitrag zur Weltliteratur. Die deutsche Übersetzung wurde 300.000-mal verkauft. Das Buch handelt vom Reifeprozess eines holländischen jungen Mannes; Themen aus dem volkskundlichen Kanon sind kaum zu finden. Der Roman verweist eher auf kulturanthropologische Phänomene wie ‚das böse Auge‘, afrikanische Masken (die Freundin der Hauptperson ist eine namibische Schönheit) und japanische Vasenkultur.

Danach ist eine Wende in Richtung volkskundlicher Themen in Nootebooms Werk festzustellen. In einer späteren Arbeit über Spanien<sup>20</sup>, im Zentrum steht eine Wallfahrt nach Santiago, zeigt er einen scharfen Blick für die mediterrane Landschaft. J. M. Coetzee (dieser gilt selbst als *der* Ethnologe der südafrikanischen multikulturellen Gesellschaft) schreibt in der „New York Review of Books“: „Nooteboom’s book is more about Spain and its detours than about Spaniards, who appear only as waiters, museum guides and other background figures“. Er bezeichnet es weiter als: „illuminating [...] on Visigothic civilization in Spain, on the Reconquista, on Philip II, but little on contemporary history“.<sup>21</sup> Nooteboom

---

<sup>19</sup> Nooteboom, Cees: *Rituelen*. Amsterdam 1980. (Rituale. Frankfurt a. M. 1995.)

<sup>20</sup> Nooteboom, Cees: *De omweg naar Santiago*. Amsterdam 1996. (Der Umweg nach Santiago. Frankfurt a. M. 1996.)

<sup>21</sup> Coetzee, J. M., *Blowing Hot and Cold*. In: *New York Review of Books*, July 17, 1997; <http://www.nybooks.com/nyrev/WWWarchdisplay.cgi?19970717050R>, Zugriff 24. 7. 2001.

kommentiert hier als Außenseiter die Welt, und Reisen ist für ihn „die Quelle des Erfindens neuer Bilder“<sup>22</sup>.

In seiner neuesten Arbeit, auf deutsch unter dem Titel „Allerseelen“<sup>23</sup> herausgekommen, bemerkt man ein viel besseres Auge für das den Menschen Typische; diesmal stehen Berlin und die Berliner im Mittelpunkt. Nun beschreibt der Schriftsteller die Welt quasi von innen. Der Rezensent Ulrich Greiner hat in „Die Zeit“ geschrieben:

„Arthur Daane [die Hauptperson], weil er Fremder ist (und fremd wird er bleiben, fremd von Anfang an), erkundet mit dem erstaunten Blick des Ethnologen ein Gelände, das wir, die Deutschen, zu kennen glauben, aber, flanieren und denken wir zusammen mit ihm, in Wahrheit nicht kennen“<sup>24</sup>

Der Literat hat aus seinem Hauptcharakter einen Ethnologen gemacht der mit Empathie, von innen heraus, unsere Gedankenwelt und unsere Praxis beschreibt. Zuerst war Nootboom ein Amateur-Philosoph der pompöse Betrachtungen über die Grillen eines Jünglings in seinem Reifungsprozess anstellte. Danach ist er der Außenseiter in einer fremden mediterranen Kultur, der als Entdeckungsreisender (wie ein Anthropologe) eine unbekannte Welt von außen erklärt. Schließlich kommentiert er wie ein ‚echter‘ Ethnologe unsere eigene Welt in haarscharfen Beschreibungen.

Der Schriftsteller ist Ethnologe geworden. Wer hätte das vor zwanzig Jahren gedacht?

## IX

Von den im Ausland bekannten niederländischen Schriftstellern ist Hella S. Haasse diejenige, die sich am meisten und nachdrücklichsten an den ethnologischen Kanon gehalten hat. Ihr jüngstes Buch, „Fenrir“, handelt von mythischen Vorstellung rund um den Wolf, wie sie uns aus vielen Volkserzählungen des europäischen Kontinents bekannt sind.

Erik Waldschade, der Vater der Hauptperson Edith Waldschade, ist ein im Jahre 1977 verstorbener Germanist; über ihn heißt es:

„Sein ganzes Erwachsenenleben hat er sich der Untersuchung und der Beschreibung der altgermanischen Kulturen gewidmet. Es gab, und es gibt

---

<sup>22</sup> Nikkels, Walter, Guido de Werd (Red.): Aanzicht, Uitzicht. Het Museum Kurhaus Kleef. Nijmegen 1997, S. 270.

<sup>23</sup> Nootboom, Cees: Allerzielen. Amsterdam 1998. (Allerseelen. Frankfurt a. M. 1999.)

<sup>24</sup> Siehe [www.zeit.de/1999/9/](http://www.zeit.de/1999/9/); Zugriff 17. 7. 2001.

noch immer, eine imponierende Reihe wissenschaftlicher Beiträge unter seinem Namen, wiewohl seine Name öffentlich nicht mehr erwähnt wird.<sup>25</sup>

Er hatte sich 1933 von den deutschen Akademikern abgewandt, welche „der Nazi-Ideologie ein Gesicht gaben“. Dessen ungeachtet begegnete man ihm in den Niederlanden mit Misstrauen, auch wegen der Natur seines Spezialgebietes, und verdächtigte ihn der heimliche Sympathie mit Äußerungen des Blut und Boden-Kults. Weiter heißt es:

„dass er seinen Glauben an das Gedankengut der alten europäischen Kulturen nie verleugnet hat. Er hat die Entartung, die Vereinfachung einer Symbolik ertragen, welche im Kern großartig ist, und auf ein Drama von weltweiter Tragweite und Bedeutung verwiesen. Dass all dies zu politischen und rassistischen Gegensätzen führte, interpretiert und missbraucht durch Demagogen, Böswillige und Dummköpfe, hat ihm verzweifelt gemacht.“<sup>26</sup>

Dies ist eine Aussage, die in einem modernen ethnologischen Handbuch stehen könnte. Doch es handelt sich nicht um den Kommentar eines modernen holländischen Ethnologen, sondern um eine Skizzierung durch eine berühmte moderne Schriftstellerin – Hella S. Haasse, die Doyenne der niederländischen Literatur.

„Fenrir“ wurde denn auch von Herman Roodenburg, Ethnologe im Amsterdamer Meertens-Instituut, rezensiert. Roodenburg meint, dass sich die Figur Waldschade auf den umstrittenen Gottvater der alten niederländischen Ethnologie, Professor Jan de Vries, bezieht. Umstritten war dieser infolge seiner dubiosen Position und seines Auftretens während der Besatzungszeit. „Er ist ihm sehr ähnlich, aber nicht in jeder Hinsicht“<sup>27</sup>, vergleicht Roodenburg die Romanfigur Waldschade mit dem Ethnologen de Vries. Der Ethnologe kritisiert den Roman wie eine wissenschaftliche Publikation aus seinem Fachbereich; so lehnt er ab, dass der Text zu stark die mythologische Volkskunde repräsentiert und dem Folklorismus nahe ist. Roodenburg lässt unerwähnt, dass hier – mitunter sicher auf kuriose Weise – wohl ein ethnologisches Thema aktualisiert wird (unter anderem mit Bezügen zu Asylanten-Problemen in einem fiktiven Achterhoek Dorf), aber dies in literarischer Freiheit geschieht. Es handelt sich doch hier um Literatur, um die fiktive Vorstellung der Welt!

---

<sup>25</sup> Haasse, Hella S.: Fenrir. Een lang weekend in de Ardennen. Amsterdam 2000, S. 22.

<sup>26</sup> Ebda, S. 23.

<sup>27</sup> Roodenburg, Herman: Rezension „Fenrir. Een lang weekend in de Ardennen.“ In: Volkskundig Bulletin 26, 2000, 1, S. 86-88, hier S. 87.

Für das Buch ist die große alte Dame der niederländischen Literatur also in die Rolle der Ethnologin geschlüpft. Eine Verkleidung, die vor 25 Jahren noch mit einigem Schmunzeln zur Kenntnis genommen worden wäre. Im Jahre 2000 ist davon nichts zu bemerken. Aber auch im Oeuvre der Haasse ist der ethnologische ein absolut neues Element. Vordem hatte sie in ihren Romanen zwar mit Symbolsystemen auseinandergesetzt aber nur in Bezug auf ihr Geburtsland (Indonesien, damals Niederländisch-Indien) oder in historische Romanen. Das hat sich wie bei Cees Nooteboom sehr geändert.

## X

Auch bei dem berühmtesten zeitgenössischen niederländischen Autor kann man ein wachsendes Interesse an volkskundlichen Themen erkennen. Harry Mulisch kam 1927 in Haarlem als einziger Sohn eines ehemaligen Offiziers aus Österreich-Ungarn (geboren im heute tschechischen Jablonec) und einer Jüdin aus einer Frankfurter Familie (geboren in Antwerpen) zur Welt. Nach dem Ersten Weltkrieg emigrierte der Vater in die Niederlande. Obwohl zu Hause deutsch gesprochen wurde, erhielt er seine Erziehung in Niederländisch.

In seinem aktuellen Buch „Siegfried“<sup>28</sup> findet sich wie bei Haasse die Wolfsthematik. Auch in anderen rezenten Publikationen bewegt er sich im Rahmen des üblichen volkskundlichen Repertoires. In „Die Prozedur“<sup>29</sup> geht es um die Suche nach Gold mittels alchemistischer Methoden. Auch in seinem Hauptwerk „Die Entdeckung des Himmels“<sup>30</sup> (von der deutschen Übersetzung wurden mehr als 350.000 Exemplare verkauft) stößt man auf Tiersymbolik (der sprechende Rabe) und auf das Motiv des ‚Ewigen Juden‘. In seinem umfangreichen Werk ist eine interessante Entwicklung zu registrieren. Anfangs ist das Alltägliche mit magischen und mythologischen Elementen verbunden, während in den späteren Arbeiten die Realität stärker in den Vordergrund tritt. In den letzten

---

<sup>28</sup> Mulisch, Harry: Siegfried. Een zwarte Idylle. Amsterdam 2001. (Siegfried. Eine schwarze Idylle. München, Wien 2001.)

<sup>29</sup> Mulisch, Harry: De procedure. Amsterdam 1998. (Die Prozedur. München, Wien 1999.)

<sup>30</sup> Mulisch, Harry: Ontdekking van de hemel. Amsterdam 1992. (Die Entdeckung des Himmels. München, Wien 1994.)

Romanen greift Mulisch thematisch wieder auf die Fantasie zurück, kombiniert sie aber mit ethnologischen Daten.

Mit Nooteboom, Haasse und Mulisch sind es die wichtigen niederländischen Schriftsteller (die auch im Ausland anerkannt sind), die sich auf ethnologische Themen einlassen. Sie verknüpfen diesen Bereich mit Fiktion. Das Publikum akzeptiert das und wundert sich nicht darüber. Damit befindet sich die Volkskunde anno 2001 in einer völlig anderen Lage im intellektuellen Diskurs als vor einige Dekaden. Die große Literatur hat in den verborgenen Winkeln des akademischen Betriebs für sich Themen entdeckt, und damit sind die Arbeitsgebiete der Europäische Ethnologie salonfähig geworden – bei den großen Verlagshäusern, in den nationalen Zeitungen und Magazinen. Wer hätte vor 25 Jahren auf einer Volkskundetagung wie dieser den Mut gehabt, zu behaupten, dass dem Interesse an Tiersagen, an keltischen Symbolsystemen und unserem Drang das Alltägliche nuanciert zu beschreiben, eine florierende Zukunft in der großen Literatur eines westeuropäischen Landes bevorstünde? Diese Annahme wäre 1975 nicht für seriös gehalten worden. Hier nicht und nirgendwo.

## XI

Wie diese Veränderung zustande gekommen ist, lässt sich nicht einfach interpretieren. Man kann feststellen, dass die Schriftsteller so wie Ethnologen arbeiten: mit detaillierten Daten, die in einen perfekten Interpretationsrahmen gesetzt sein sollen. Vielleicht kann man sagen, dass die ‚feststehenden Einsichten‘ aus der Welt der Philosophen oder aus dem Kreis der Psychoanalytiker (Freud war, wie man weiß, bei den Schriftstellern lange populär), der Soziologen und vom Marxismus inspirierten Historiker allmählich ihre Anziehungskraft verloren haben. Die Schemata dieser Gelehrten haben sich als zu eng erwiesen und zu starr, um die spezifischen Feinheiten im Handeln und Denken von Menschen deuten zu können. Retrospektiv gesehen, waren solche Interpretationsschemata vielleicht eine Art Kriegerklärung an die Kreativität. Vielleicht suchten die Autoren deshalb nach einem alternativen Menschen- und Gesellschaftsbild und haben dieses in der Ethnologie gefunden.

In diesem Zusammenhang ist eine intensivere Beziehung zwischen der Ethnologie/Kulturanthropologie und der Literatur zu verstehen. Der

britische Sozialanthropologe Nigel Rapport ist von der gegenseitigen Beeinflussung dieser intellektuellen Aktivitäten überzeugt. Als Beleg dient ihm etwa John Berger: Er beschreibt Modernisierungsprozesse in den französischen Alpen, wobei nicht mehr zu entscheiden ist, ob er das als Literat oder Ethnologe tut. Ähnlich verhält es sich bei seinem dreiteiligen Roman „De vrucht van hun arbeid“<sup>31</sup>, der in der niederländischen Übersetzung mit einem umfangreichen theoretischen Essay über *peasant societies* beginnt. Rapport, selbst aller Theorie abgeneigt die Prozesse ‚fängt‘ und in Schemata ‚einfriert‘, sucht den Interpretationsrahmen für Denken und Handeln der Menschen ebendort, wo ihn die großen Literaten finden. Rapports Held in dieser Hinsicht ist E. M. Forster.<sup>32</sup>

Die Schriftsteller synthetisieren Material, das sie selbst wie Ethnologen gesammelt haben, und zeigen, wie Gesellschaft funktioniert oder funktionieren könnte. Die Aufmerksamkeit für das zugrunde liegende Symbolsystem geht Hand in Hand mit exakter Beobachtung und Beschreibung von Menschen – seien sie auch ‚fiktiv‘. Ihre Vorgangsweise ist getragen von Holismus in Theorie und Holismus im Menschenbild; geradeso, wie es auch Anliegen der Ethnologie und Kulturanthropologie ist. Gibt es eine schönere Aufgabe, als die historischen und soziologischen Abstraktionen den Leuten und ihren Erzählungen wieder zurückzubringen? Der Literat und der Ethnologe sind schon länger Freunde, nur sind sie einander erst kürzlich wirklich begegnet, wie uns die Beispiele aus den Niederlanden zeigten.

Dazu sollte noch Folgendes gesagt werden: zumindest die postmodernen Kulturanthropologen die meinen, dass unser Fachbereich (die Ethnologie und die Kultur- oder Sozialanthropologie) sich nicht mehr länger mit strukturalistischen Modellen sowie funktionellen und genetischen Erklärungsrahmen behelfen müsse, konstatieren den *literary turn in anthropology*. Inzwischen sind wir in einem ganz anderen Stadium angekommen: Es ist nicht nur eine literarische Wende in der Anthropologie zu beobachten, sondern umgekehrt eine ethnologische/anthropologische Wende in der Literatur. So kann man wirklich von einer völlig neuen Situation unseres Fachbereichs anno 2001 sprechen.

---

<sup>31</sup> Berger, John: De vrucht van hun arbeid. Trilogie. Amsterdam 1998. (Von ihrer Hände Arbeit. Trilogie. Frankfurt a. M. 2000.)

<sup>32</sup> Rapport, Nigel: The Prose and the Passion. Anthropology, Literature and the writing of E. M. Forster. Manchester 1994.

XII

Besonders ein Buch (oder vielmehr eine Reihe von Büchern, denn insgesamt sind es sieben Teile) ist in den Niederlanden für die heutige Bekanntheit des volkskundlichen Paradigmas im intellektuellen Diskurs verantwortlich: „Het Bureau“<sup>33</sup> (Das Büro). Gerd Busse hat das Werk des Ethnologen J. J. Voskuil in der Zeitschrift „Marobo“ als „ein Buch des Trostes“ angekündigt:

Seit dem Erscheinen des ersten Bandes im Jahre 1996 hat sich „Het Bureau“ in den Niederlanden zu einem nationalen Großereignis entwickelt. Bislang konnte der Verlag 250.000 Exemplare der Bände verkaufen, doch das Heer derer, die Anteil am Leben Maarten Konings genommen haben, dürfte – auch dank des Medieninteresses an dem Roman – um ein Vielfaches größer sein. Als das reale *Bureau* vor ein paar Jahren umzog, wurden vorher Führungen für Voskuil-Fans veranstaltet. Ein Theaterstück nach Romanmotiven ist seit Monaten ausverkauft, und der Amsterdam-Tourist kann mit einem Reiseführer die Leidensstätten Maarten Konings abschreiten. Einen vorläufigen Höhepunkt erreichte der Bureau-Kult mit einer Fernseh-Talkshow, in der einige der realen Vorlagen der Figuren in Voskuils Pandämonium angehalten wurden, vor der Nation Rechenschaft abzulegen.

Das Merkwürdige ist, dass Maarten Koning niemals existiert hat – zumindest nicht unter diesem Namen. Maarten Koning ist die Romanfigur, mit der sich der Amsterdamer Autor J. J. Voskuil sein 30-jähriges Dasein als „Wissenschaftlicher Beamter“ an einem kleinen Volkskundeinstitut von der Seele schrieb, das er zum schillernden Gegenstand eines 5.000-seitigen Romans mit dem Titel „Het Bureau“ (Das Büro) erkor.

Die Geschichte beginnt 1957. Mangels besserer Alternativen heuert Koning an einem halb- vergessenen Institut für niederländische Volkskultur in Amsterdam an. Zu seinen ersten Aufgaben gehört eine Untersuchung über ‚Wichtelmännchen‘, und in einer Feldstudie versucht man,

---

<sup>33</sup> Voskuil, Johannes J.: *Het Bureau I: Meneer Beerta* (1996) [Herr Beerta]. II: *Vuile Handen* (1996) [Schmutzige Hände]. III: *Plankton* (1997). IV. *Het A.P. Beerta-Instituut* (1998). V. *En ook weemoedigheid* (1999) [Und auch Melancholie]. VI. *Afgang* (2000) [Zusammenbruch]. VII. *De dood van Maarten Koning* (2001) [Der Tod des Maarten Koning]. Amsterdam 1996-2001.

über den Umgang mit der ‚Nachgeburt des Pferdes‘ sogenannte ‚Kultur-  
grenzen‘ aufzuspüren.<sup>34</sup>

Was hat das mit der Beziehung zwischen Ethnologie und Literatur zu tun? Das erste was ich dazu sagen möchte ist, dass in den letzten Jahren die wichtigsten Auszeichnungen des Literaturbetriebs an diesen professionellen Ethnologen vergeben wurden. Voskuil selbst wünscht nicht als Ethnologe sondern als Volkskundler bezeichnet zu werden. Er war seit 1957 am *Volkskundebureau* (das wie erwähnt später nach Voskuils früherem ‚Chef‘ P. J. Meertens umbenannt worden ist) tätig und hatte sich als Leiter der Abteilung Volkskunde 1987 von dort verabschiedet. Voskuil war lange das bescheidene Gesicht der (international gesehen schwachen) niederländischen Volkskunde. Er gestaltete ihr Studium und präsentierte dieses auf den internationalen Konferenzen (niemals bei einer Tagung des Österreichischen Fachverbandes, soviel ich weiß).

Seit der Publikation seines Romans, mit mehr als 5.000 Seiten der längste der Welt genannt, konnte sich das breite Publikum mit dem Diskussionsstand der internationalen wissenschaftlichen Volkskunde bekannt machen. Die Ethnologie gilt jetzt als ein normaler Bestandteil des intellektuellen Diskurses in unserem Land. Für das durchschnittliche Publikum vorher unbekannte Themen, wie ‚der Bankrott der geografischen Methode‘, also das Scheitern der Ambition, mit umfangreichen Datenbeständen auf Karten (wie etwa im Rahmen des Volkskunde-Atlas) die kulturellen Komplexe Europas zu deuten und erklären, sind zu Beginn des dritten Millenniums sehr vielen Holländern vertraut. Wenigstens hunderttausend Landsleute haben nun von diesen ‚theoretischen Diskussionen‘ der Volkskunde gehört und sich dafür interessiert, sonst hätten sie ja nicht nach Teil 1 auch noch viele hundert Gulden bezahlt, um sich die weiteren sechs Bände zuzulegen.

So wissen jetzt alle, dass ‚ethnologische Sachen‘ wie das ‚Mitwinterblasen‘ nicht als aus der germanischen Vergangenheit stammend erklärt werden können; dass das Unsinn ist ebenso wie die Annahme, dass Lärmen an Urformen des emotionalen Lebens anschließt, wie ein in seinem Fachbereich berühmter niederländischer Psychologieprofessor behauptet hat.

---

<sup>34</sup> Vgl. Busse, Gerd: Het Bureau. Ein Buch des Trostes. In: Marabo 4, 2001, S. 70.

Van Ginkel kommentiert: „Unter dem Einfluss von J. J. Voskuils Schlüsselroman ‚Het Bureau‘ ist die niederländische Ethnologie zu breitem Interesse gelangt. Gerade in einer Periode, wo die Volkskundler emsig auf der Suche nach einer neuen Profilierung und Positionierung ihrer Disziplin – vor allem zwischen der Kulturanthropologie und der Kulturgeschichte – sind, hat der ‚Roman fleuve‘ des ehemaligen Leiters des Meertensinstituts viel Staub um die Volkskunde aufgewirbelt. Die Anthropologen sind wieder nach Indonesien zurückgeschickt worden [oder in ein anderes ‚Fernweg-istan‘] und die Kulturhistoriker kleben nach wie vor zwischen Mittelalter und moderner Zeit.“<sup>35</sup>

Das Publikum hat sich gefragt, wer die Volkskundler des Büros eigentlich sind – tatsächlich existente Personen oder nur fiktive Figuren? Sogar auf Homepages, auch jener des Meertens-Instituuts selbst, sind die tatsächlichen Namen der Kollegen enthüllt worden.<sup>36</sup> Die meisten Betroffenen zeigten sich *not amused*. Auch in Kreisen unserer ausländischen Fachkollegen wird, bisweilen mit verbissenem Eifer, danach geforscht, wer und wer nicht (was vielleicht mehr Ärger gibt!) in „Het Bureau“ aufgenommen worden ist und wie ihn Voskuil porträtiert hat. Gerard Rooijackers und ich haben darüber einen Artikel in der „Ethnologia Europaea“<sup>37</sup> publiziert, der mit mehr als durchschnittlichem Interesse in den einschlägigen Instituten studiert wurde. Das Exemplar des Meertens-Instituuts ist längst verschwunden; selbstverständlich haben wir unseren Artikel auch auf einer Website<sup>38</sup> deponiert. Ich könnte hier noch eine kleine Vorlesung über *personae dramatis* halten, aber die Leser der „Ethnologia Europaea“ würden sich langweilen.

Mir stellt sich nun noch die Frage warum durch Voskuils „Het Bureau“ die niederländische Ethnologie salonfähig geworden ist. „Het Bureau“ ist eine paradigmatische Arbeit: das Beispiel des Meertens-Instituuts illustriert, wie Menschen sich durch Reaktion aufeinander eine neue Identität verschaffen, wenn sie gezwungen sind, intensiv miteinander zu arbeiten und zusammen zu sein. Der Roman zeigt, wie ein bürokratischer Apparat

---

<sup>35</sup> Ginkel (wie Anm. 6), S. I.

<sup>36</sup> Vgl. u.a. <http://www.meertens.knaw.nl/het.bureau> oder <http://baserv.uci.kun.nl/~salemans/970716.html>, Zugriff 17. 7. 2001.

<sup>37</sup> Rooijackers, Gerard, Peter Meurkens: Struggling with the European Atlas. Voskuil's Portrait of European Ethnology. In: *Ethnologia Europaea* 30, 2000, S. 75-95.

<sup>38</sup> <http://home.trouwweb.nl/jjvoskuil/docs/rooij001.html>, Zugriff 17. 7. 2001.

zu wirken vermag; und das volkskundliche Institut erweist sich als gut gewähltes Beispiel, um diesen Prozess in seinen vielfältigen Aspekten zu betrachten. So wie wir durch Charles Dickens, der sich mit der Großstadtesellschaft des 19. Jahrhunderts auseinandergesetzt hat, erfahren wie dieser Typus Gesellschaft funktioniert oder seit Flaubert wissen, wie das reale Dorfleben (im Gegensatz zur ländlichen Idylle) am Ende des 19. Jahrhunderts aussah. Oder – auch da lässt sich vergleichen – wie wir von Claudio Magris oder Italo Svevo gelernt haben, die hybride Kultur von Triest zu verstehen, wie Franz Kafka und Joseph Conrad uns die Gesellschaft unter einem bürokratischen Herrschaftssystem beschrieben haben.

Voskuil hat jenen Typus von Gesellschaft analysiert, von der wir selbst, willens oder nicht, ein Teil geworden sind und der uns geformt und deformiert hat. Er lehrt uns – mit Erschütterung – zu sehen, wie der spätkapitalistische Wohlfahrtsstaat, der bürokratische oder demokratische Staat eigentlich funktioniert und was er an Depersonifikation, an Depersonalisierung der vielen ‚Egos‘ verlangt, die alle meinen, sich mit Sinnvollem und mit ihrer Selbstverwirklichung zu beschäftigen. Voskuil skizziert die *conditio humana* des *homo bureaucriticus*, und die Ethnologie spielt dabei die Hauptrolle.

### XIII

Die Ethnologie spielt dabei in mindestens zweierlei Hinsicht die Hauptrolle. Die Akteure sind unsere Kollegen Ethnologen: sicher handelt es sich um Piet Meertens, Ton Dekker, um John Helsloot und Evelien Doelman. Es handelt sich auch um Günther Wiegelmann, Branimir Bratanic, H. L. Cox, K. C. Peeters und Nils-Arvid Bringeus und viele andere. Damit ist „Het Bureau“ ein *Who's Who* der Volkskunde der 1970er und 80er Jahre. Zudem ist die Methode, mit Hilfe derer diese Gruppe (von Voskuil auch einmal als „Stamm“ bezeichnet) analysiert wurde, jene der professionellen Ethnologen, welche zum Beispiel in einer langen Periode intensiver Feldforschung unter Anwendung der teilnehmenden Beobachtung (also der ethnologischen Methode par Excellence), mit angemessener Balance zwischen Distanz und Beteiligung, das Tun und Lassen ‚wirklicher‘ Menschen erforscht haben, deren Handlungen und das dahinter stehende Denken aufmerksam beschrieben und analysiert haben. Man

hat nun Klarheit, wer die Volkskundler sind und was solche Leute studieren.

Die Historiografie der in unserem Land praktizierten Volkskunde ist jetzt teilweise festgelegt. Der Autor Voskuil hat nicht verabsäumt, Entwicklung mitzuverfolgen. Auch der rezente Trend, ethnologische Phänomene mittels für ganz andere Erscheinungen gedachte Theorien zu studieren, hat Voskuil, auch als Schriftsteller, öffentlich kritisiert und allgemein missbilligt. Der Ethnologe soll Feldforscher bleiben. Die Basis für den Roman bildet, wie für zeitgemäßes ethnologisches Arbeiten üblich, neben als Feldforschungsnotizen festgehaltenen Beobachtungen, das in unserer Disziplin konventionelle Material: Protokolle der Versammlungen, Korrespondenz mit Fachkollegen und insbesondere auch die eigenen wissenschaftlichen Artikel, die im niederländischen Fachblatt „Volkskundig Bulletin“ publiziert worden sind. Damals – in den siebziger und achtziger Jahren – haben sich vielleicht weniger als Tausend Abonnenten damit vertraut gemacht, nun sind diese Publikationen hunderttausendfach verbreitet.

#### Zum Schluss

Die Möglichkeit der Volkskunde, am gesellschaftlichen Diskurs Teil zu haben, liegt im ‚In-Worte-fassen der Fantasie‘. Das können wir von jenen großen Literaten lernen, die mit ethnologischen Ideen und volkskundlichen Fakten arbeiten; besonders von J. J. Voskuil, der als seriöser Ethnologe erfolgreicher Schriftsteller geworden ist.

Natürlich ist sein „Het Bureau“ ein Roman, eine Fiktion. Ebenso wie die Bücher von Nooteboom, Haasse und Mulisch Fiktion sind und ebenso wie die Songtexte der Regional-Popgruppen Fiktion sind. Die Themen und Fakten sind aufgebläht, erdichtet, selektiert und kombiniert nach den Regeln des jeweiligen Genres. Romane und vielleicht auch Songtexte bilden aber doch in bestimmter Hinsicht Spiegel des Lebens.

Soll die Ethnologie ein solcher Spiegel des Lebens sein oder werden? Vielleicht ist dies in Zukunft die Herausforderung der Ethnologie, insofern sie überleben will. Und damit wäre eine neue „Erlebniswelt Volkskunde“ erschaffen.

Christoph Köck, München

## **Erlebniswelt, Volkskultur und Metatourismus**

### Einleitung

Der Titel der Konferenz des Österreichischen Fachverbandes für Volkskunde im Jahr 2001 war verheißungsvoll, er lautete „Erlebniswelt Volkskultur“. Dass es sich dabei um eine akademische Veranstaltung handelte, verriet erst das Programm mit den aufgelisteten Vorträgen. Hätte man sich nur an dem Tagungstitel orientiert, dann wäre – zumindest von Außenstehenden – sicher etwas anderes erwartet worden als eine anregende akademische Debatte. Möglicherweise eine Konkurrenzveranstaltung zu all jenen Welten, die mit dem Zusatz Erlebnis hausieren gehen: die landschaftsdesignnten Möbelhäuser, die hundertwasserrenovierten Wohnblöcke, die rundumverglasten Shoppinggalerien, die beflissenen Modernekunstmuseen, die gerücheschwangeren Exofoodparadiese oder auch die traditionsbefrachteten Freilichtmuseen. Schon die Anreise zum freundlichen Gastgeberort Spittal an der Drau war flankiert von den Handzetteln der Agenturen, die Erlebnisse offerierten: in der Bahnhofshalle fand ich das „Erlebnisprogramm“ der Kärntner Landesausstellung „Schauplatz Mittelalter“ in Friesach mit Ritterturnieren und Burghofspielen (und der Verlosung eines VW Golf und eines Fertighauses); des weiteren ein Faltblatt, das – gesponsert von Amnesty International – zum Erlebnisbesuch des Foltermuseums im Rittersaal der Burg Sommeregg einlud („Werde Zeuge einer Hexenverbrennung, sehe Folterungen in Theresianischen Verliesen“); oder der Folder „Erlebniswelt Nockalmstrasse“ der Nationalparkverwaltung, der ein „Erlebnisprogramm“ mit Murmeltierbegegnung und Zirbenwaldbesichtigung ankündigte.

Hier wie dort geht es, so versprechen die Etiketten der Marketingexperten, um Erlebnisse, um außergewöhnliche gefühlсанregende Erfahrungen – und: bei ehrlicher Betrachtung, auch in der Volkskunde (wie in den Kulturwissenschaften überhaupt) geht es letztlich um kaum etwas anderes: ein Vortrag, ein Buch, eine Ausstellung werden besonders dann

von der Öffentlichkeit wahrgenommen, wenn den potenziellen Rezipienten damit ein „Aha-Erlebnis“ ins Haus steht. Und zudem ist die Volkskunde nach wie vor dann von der Öffentlichkeit gefragt, wenn es um Spannung versprechende, volkskulturelle Erlebnispotenziale geht, die vor allem von den medialen Häppchenverkäufern nachgefragt werden: um die Einschätzung von Hexenprozessen, die Verortung von Halloween-Phänomenen, die Taxierung des Wahrheitsgehalts moderner Sagen, die biografischen Erzählungen von uralten Almbäuerinnen et cetera.

Dieser Beitrag thematisiert einige Verbindungslinien zwischen wissenschaftlicher und ökonomisch-kommerzieller Alltagsbeschreibung, am Beispiel von aktuellen kulturellen Phänomenen, denen Erlebnischarakter zugewiesen wird. Dabei rückt die „Erlebniswelt Volkskultur“ in den Fokus der Betrachtung, denn insbesondere hier sind wir involviert: die Volkskunde als Schmiede des Produkts Volkskultur, als kompetente Stofflieferantin für das, was heute nicht mehr nur in kulturhistorischen Ausstellungen, sondern etwa auch in der Betriebswirtschaftslehre im Rahmen des „Regiomarketings“ oder des „Trendmarketings“ behandelt wird. Begleitet wird diese Orientierung von sich rapide ausbreitenden Erlebnisinstitutionen, die mit gezielter ökonomischer Strategie die sogenannten „Erlebniswelten“ planmäßig, nahezu industriell, produzieren. Dabei scheinen die Formate der Erlebniswelten so vielfältig wie ihre Orte und so „volkskulturell“ wie möglich zu sein: Event-Cooking, Erlebnisadvent, Event-Shopping, Erlebnis-Biking, die Liste ließe sich nach weiterem Belieben vielzeilig fortsetzen.

Aus der Omnilokalität des Erlebnisses ergibt sich die Schwierigkeit, im Alltag scharf zwischen gewohnter Welt und Erlebniswelt zu trennen. Wo fängt ein Erlebnis an, wo hört es auf? Zu untersuchen wäre somit auch, ob die anderen Gefühle, die uns Eventmanagement oder Eventmarketing vermitteln wollen, tatsächlich als *so* anders wahrnehmbar sind: Fühle ich mich wie im Mittelalter, wenn ich das Foltermuseum der Burg Sommeregg besuche? Fühle ich mich wie in Griechenland, wenn ich Gyros mit Metaxasauce koche? Fühle ich mich wie in den Alpen, wenn ich im 640 Meter langen Alpincenter in Bottrop (Ruhrgebiet) eine Schiabfahrt unter einem Hallendach genieße?

Für die kulturwissenschaftliche Analyse stellt sich dementsprechend das Problem, ob es überhaupt möglich ist, mit Begriffen wie „Erlebnisgesellschaft“, „Erlebnisindustrie“ oder „Erlebniswelt“ wesentliche Phänomene

unserer Zeit zu charakterisieren. Provokanter gefragt: Fallen wir mit unseren Bewertungen nicht permanent auf die immer neuen Etiketten der Freizeit- und Unterhaltungsinstitutionen herein? Jedenfalls scheint es bei den gegenwärtigen gesellschaftlichen Tendenzen um handfeste Diskursansprüche zu gehen, um das Agieren einer wirkmächtigen Branche, die darauf zielt, mit der systematischen sprachlichen Umwidmung von banalen Alltagssituationen erst eine andere Gefühlswelt zu schaffen. Sind wir also dabei, eine „Labelling-Gesellschaft“ zu installieren, oder leben wir sogar mittendrin? Und ist es nicht eher das Spiel mit den Worten und mit den alltäglichen Versatzstücken, dass das Vergnügen der Menschen auflöst?

Der Beitrag beginnt, diesen Fragen folgend, mit einer Rückschau auf eine kulturwissenschaftliche Begriffsinnovation, die Anfang der 1990er Jahre einsetzte, und die vielleicht sogar ein wenig katalytische Wirkung auf die Erlebnisorientierung unserer Zeit hatte: die Definition der Erlebnisgesellschaft – und: die damit einhergehende inflationäre Verwendung des Begriffs „Erlebniswelt“ in unterschiedlichsten Varianten und Kontexten.

### I. Das Konzept Erlebnisgesellschaft

Ende der 1980er Jahre führte ich eine Untersuchung zur Genese und zur kulturellen Bedeutung des – damals erstmals boomenden – (kommerziellen) Erlebnis- und Abenteuer-tourismus durch.<sup>1</sup> Dabei konnte ich einige Beobachtungen im Kontext dieses relativ jungen touristischen Phänomens machen. Deutlich zu registrieren war eine zunehmende, ästhetisch besetzte ‚Verwilderung‘ im Alltagsleben: Rauchende Männer wurden zum Inbegriff von Unabhängigkeit, junge wie ältere Menschen trugen Rucksäcke anstelle von Akten- oder Einkaufstaschen, auf den städtischen Straßen wurden Offroadfahrzeuge populär und repräsentierten die ‚wild side of life‘ (und man sprach vom Straßenschungel als Verkehrsproblem); in jedem größeren Ort öffneten Wander- und Sportgeschäfte, die sich fortan als „Outdoorläden“ bezeichneten; in gutbürgerlichen Gaststätten standen plötzlich „Holzfällersteaks“ auf der Speisekarte, und in Dänemark eröffnete der erste Center-Park Europas im Tropen-Design, Lalandia, der bis heute in Mitteleuropa viele Nachahmer fand.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Köck, Christoph: Sehnsucht Abenteuer. Auf den Spuren der Erlebnisgesellschaft. Berlin 1990.

<sup>2</sup> Ebda, S. 45ff.

Die Gestaltung der Freizeit geriet in den 1980er Jahren offensichtlich mehr und mehr in den Fokus kollektiver wie individueller Lebensentwürfe und Lebensinteressen. Auffällig war, dass für immer weniger Menschen die Kategorie „Beruf“ das Selbstwertgefühl dominierte (und somit die soziale Position definierte), und dass für immer mehr Menschen die Erfahrung des Außergewöhnlichen – in der erwerbsfreien Zeit – soziale Relevanz bekam: Abenteuerreisen bedeutete ‚Erlebnis leben‘ in potenziierter Form, verhiß die verdichtete und gesellschaftlich hoch geschätzte Erfahrung des kulturellen Grenzübertritts vor allem in entlegenen Regionen Asiens, Afrikas und Amerikas, aber auch in heimischen Gefilden.

Im Unterschied zum damals bereits gebräuchlichen, soziologischen Begriff der „Freizeitgesellschaft“, der eine allgemeine Dominanz der arbeitsfreien Zeit gegenüber der Erwerbszeit suggerierte, fand ich es passender, diese soziale Formation als „Erlebnisgesellschaft“ zu bezeichnen. Erlebnisgesellschaft deshalb, weil die mentale und gefühlsgelerichte Grenzerfahrung von immer größerer Bedeutung für das soziale und kulturelle Kapital des modernen Menschen zu werden schien,<sup>3</sup> und Erlebnisgesellschaft auch, weil sich aus dem Begriff Freizeitgesellschaft eine Möglichkeit der Zeitdisposition ohne Zeitzwänge ableiten ließ. Das ist ja bekanntlich nicht der Fall, wie uns unter anderem jene Urlaubsheftik zeigt, die wir in regelmäßigen Abständen zu Ferienbeginn auf Autobahnen und in den Abfertigungshallen der Flughäfen beobachten können. Auch in der Freizeit sind wir rigiden Zeitzwängen unterworfen; diese Zeitzwänge dienen im Urlaub dazu, ein maximales Potenzial an Erlebnissen zu realisieren. Sogar der Stillstand im Stau wird – so sagen die Tourismuspsychologen – immer wieder als besonders außergewöhnliches Urlaubsereignis vermittelt. Und jeder kennt sie: die Grenzerfahrungs-Geschichten von der ‚Erlebniswelt Autobahn‘, als man in einer hundert Kilometer langen Fahrzeugschlange bei vierzig Grad Hitze sein Spiegelblei auf der Kühlerhaube braten konnte oder als der ADAC bei zwanzig Grad Kälte die Wärmedecken und den heißen Tee vorbeibrachte.

---

<sup>3</sup> Ebda, S. 156f; siehe auch: Köck, Christoph: Abenteuerreisen als kulturelles Kapital. In: Kramer, Dieter, Ronald Lutz (Hg): Tourismus-Kultur Kultur-Tourismus. 2. Arbeitstagung der Kommission Tourismusforschung in der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde 1991. Münster 1993, S. 191-200.

Hermeneutisch abgeleitet hatte ich das Konzept Erlebnisgesellschaft aus den zivilisationstheoretischen Modellen von Norbert Elias: Die touristischen Sehnsüchte nach Wildheit, Ruhe, Einfachheit und Unkultiviertheit interpretierte ich historisch – als Reaktionen auf zunehmende Selbstzwänge, die mit der Etablierung bürgerlicher Kulturmuster wirkmächtig wurden. Die Umsetzung der Sehnsüchte („raus aus dem Alltag“) geschah Ende der 1980er Jahre (und geschieht auch noch heute) vor allem in räumlich und zeitlich limitierten und ästhetisierten Erlebniswelten, mit Hilfe einer systematisch arbeitenden Erlebnisindustrie, die darauf angelegt war (und ist), außergewöhnliche Erfahrungen als standardisiertes Programm zu produzieren. Das Produkt Erlebnis wird als vorwiegend mentales beziehungsweise gefühlsmäßiges wahrgenommen: Die Grenzerfahrungen erfolgen mit hoher physischer Distanz, mit allen Leibesversicherungen, die ein Reiseveranstalter oder ein Reiseausrüster bieten kann, und mit allen zivilisatorischen Beigaben, die für das eigene Wohlbefinden vonnöten sind. So ist im zivilisierten Abenteuer nicht einmal das durch Anstrengungen und Ängste motivierte Schwitzen tolerabel: Thermounterwäsche und Goretextechnologien schützen uns vor unangenehmen körpereigenen Ausdünstungen und schützen uns gleichzeitig vor der Nässe der Natur.

Die Deklaration der Erlebnisgesellschaft erfolgte aus einer Analyse und Kontextualisierung des Abenteuer Tourismus. Zwei Jahre später präsentierte der Bamberger Kulturosoziologe Gerhard Schulze das theoretische Modell der Erlebnisgesellschaft, das auf einer umfassenden empirisch-quantifizierenden Untersuchung in der Stadt Nürnberg fußte.<sup>4</sup>

Nach Schulze ist die zunehmende Erlebnisorientierung eine Folge des Übergangs von der Knappheits- zur Überflussgesellschaft. Er geht davon aus, dass unterschiedlichste individualisierte Formen des physischen und psychischen Genusses das soziale Leben im ausgehenden 20. Jahrhundert dominieren. Es reicht nun nicht mehr – wie noch in der durch Arbeit und Normenerfüllung bestimmten Welt der Nachkriegsjahrzehnte – sich anerkannte materielle Wünsche zu erfüllen, und diese nach Außen hin zu repräsentieren. Wichtig wird zunehmend die Wirkung, welche die Konsumwelt auf das Innenleben des einzelnen Menschen ausübt.

---

<sup>4</sup> Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart, Frankfurt a. M. 1992.

Permanent wird der spätmoderne Mensch dazu veranlasst – aus einem weiten Spektrum konsumtiver Möglichkeiten – Entscheidungen zu treffen, die darauf zielen, ein möglichst selbsterfülltes, ein sich lohnendes Leben zu führen: Erlebnisrationalität, nennt Schulze diese Haltung.<sup>5</sup> Der Soziologe hat seit 1992 seine Theorie der Erlebnisgesellschaft fortgeführt; 1999 veröffentlichte er das Buch „Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur“<sup>6</sup>. Darin werden die erlebnisrationalen Entwicklungen der 1990er Jahre mit Ausblicken ins neue Jahrtausend diskutiert.

Als „Lusttechnik“ definiert Schulze jene Form von Produktion, die für die Erlebnisgesellschaft charakteristisch ist: Diese Technik manifestiert sich besonders auffällig im Bereich der öffentlich gewordenen Sexualität, sie ist individuell ausgerichtet, sie erfüllt Ansprüche aller Art: Intimschmuck und Potenzpille dienen wie der Möbelhausbesuch, der Volkstanzabend oder das Autofahren zur Erzeugung „besserer Erlebnisse“ und erfüllen die sinnstiftenden Leitbilder der Erlebnisrationalität. „Die erlebnisrationale Sichtweise deutet die ganze Welt als Selbstbefriedigungsgerät“, so Schulze.<sup>7</sup> Er bezeichnet das Dasein in der späten Moderne als „Projekt des schönen Lebens“, das nur durch „die letzte noch mögliche Sünde [...], die Langeweile, misslingen kann“.<sup>8</sup> Schulze verdeutlicht in seinen Ausführungen gleichzeitig, dass in den unzähligen Bemühungen unserer Kultur, faszinierend zu sein, in dem Bestreben, sich allzeit und allerorten persönliches irdisches Glück zu verschaffen, der Keim genau zu dieser letzten möglichen Sünde – eben der Langeweile – liege.

Nichts erscheint demnach so wenig erfüllend wie ein Lebenslauf, in dem nichts passiert. Um einer unzureichenden Lebensbilanz vorzubeugen, gerät die eigene Vergangenheit zunehmend zum Stoff einer Erlebnis-erzählung, ein Vorgang, auf den die volkscundliche Biografieforschung

---

<sup>5</sup> Schulze, Gerhard: Entgrenzung und Innenorientierung. Eine Einführung in die Theorie der Erlebnisgesellschaft. In: *Gegenwartskunde* 42, 1993, Heft 4, S. 405-419. Schulze, Gerhard: Interview mit Armin Pongs. In: Pongs, Armin (Hg.): *In welcher Gesellschaft leben wir eigentlich? (= Gesellschaftskonzepte im Vergleich 1)*. München 1999a, S. 219-236.

<sup>6</sup> Schulze, Gerhard: *Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur*, Frankfurt a. M. 1999b.

<sup>7</sup> Ebda, S. 35.

<sup>8</sup> Ebda, S. 39.

mehrfach direkt oder indirekt hingewiesen hat.<sup>9</sup> Die erlebnisrationalen Erzählmuster können dabei zum Beispiel

- persönliche Traditionen als außerordentliche Erfahrungen vermitteln (also etwa den unvergesslichen Geschmack von Großmutterns Apfelkuchen thematisieren),
- sie können die individuelle Teilhabe am großen Weltgeschehen aufgreifen (ich als Mauerspecht anlässlich der Wiedervereinigung oder ich als Tourist in Nelson Mandelas Südafrika),
- oder sie können individualisierte, retrospektive Erinnerungen an jene Alltagserfahrungen sein, die heute immer stärker in parodistischen oder ‚kultigen‘ Retrotrends münden: Ich war dabei als jene Schlaghosen und der Schlager im Original en vogue waren, die heute Guildo Horn reproduziert.

Eine zentrale kulturelle Kompetenz der Teilhaber der Erlebnisgesellschaft ist die „folkloristische Formensouveränität“, Schulze meint damit das Sich-Auskennen im „Archiv der Ereignismuster“, das ständig neu vermischt und aktualisiert wird: etwa durch die Verpackungskunst von Christo, die Plastikgeige von Vanessa Mae, durch die Love-Parade in Berlin, die Choreografie von Boygroups oder durch die Trinkrituale am Strand von El Arenal, am sogenannten Ballermann auf Mallorca, die dann in oberbayerischen Stadeldiscos neu aufgelegt werden.<sup>10</sup> Die Ereignisfolklore wird zum eigenen Symbolschema, und die Elemente dieser Folklore verweisen nicht auf einen moralischen Kern, sondern einzig auf sich selbst. Dementsprechend unspezifisch bewertet werden die Events durch ihre Besucher oder Nutzer: Wie war’s gestern Abend? Interessant, super, endgeil oder einfach nur: ganz nett.

Die omnipräsente „Gier auf Erlebnisse“ ist historisch gesehen nicht einmalig,<sup>11</sup> neu sind nach Schulze jedoch die subjektzentrierten Motive der Erlebnisrationalität. Den allermeisten Zuhörern heute gehe es bei der Aufführung eines Weihnachtsoratoriums ausschließlich um das persönliche Wohlempfinden. Über dieses persönliche Moment hinaus erfüllt das

---

<sup>9</sup> U. a. Lehmann, Albrecht: Erzählen eigener Erlebnisse im Alltag. In: Zeitschrift für Volkskunde 74, 1978, S. 198-215.

<sup>10</sup> Vgl. Schulze 1999b, S. 71f.

<sup>11</sup> Vgl. Löfgren, Orvar: Rum för resande. In: O’Dell, Tom: Nonstop! Turist i upplevelseindustrialism. Lund 1999, S. 41-65.

Oratorium keine weiteren Funktionen: kein Bezug zum Jenseitigen, keine religiöse Einbindung, wie es noch im 19. Jahrhundert üblich war.<sup>12</sup> Die Eliminierung des jenseitigen Lebens aus dem Alltagsdenken, darauf hat Arthur Imhof hingewiesen, führt letztlich dazu, die diesseitige Existenz so lang, so angenehm und so erlebnisreich wie möglich zu gestalten. Biotechnologie, Wellness-Bewegung und plastische Chirurgie zielen in genau diese Richtung.<sup>13</sup>

Obwohl diese Beschreibungen an jene Auflösungs rhetoriken erinnern, die in der Soziologie und gleichermaßen in der Volkskunde immer wieder aufkochen, wenn alte Kulturmuster durch neue verdrängt oder wenn lokale durch globale Muster ersetzt werden, kann man Schulze nicht unter die Kulturkritiker einordnen. Er propagiert und prognostiziert keine Gegenbewegung, keine Umkehr in diesem Prozess. Vielmehr geht er davon aus, dass wir unwiderruflich angekommen sind – in der Erlebnisgesellschaft, und dass es nun darum gehe, uns in dieser Gesellschaft konstruktiv einzurichten.<sup>14</sup>

## II. Lebenslauf-Erlebnisse

Schulzes Diagnosen erweisen sich als zielsicher, besonders dann, wenn man jene Alltagsphänomene verfolgt, denen der Begriff oder das Etikett „Erlebnis“ oder „Erlebniswelt“ zugeordnet wird. Der ideale – erlebnisorientierte – Lebenslauf beginnt bereits die pränatalen Phase. Das populärwissenschaftliche Magazin „Geo“ vom Juli 2001 steht unter der Überschrift „Erlebniswelt Mutterleib“. Es dokumentiert mit zahlreichen Fotos den „Erlebnisraum Mutterleib“, der die Existenz des Fötus bis an sein Lebensende im hohen Alter präge. Der Artikel betont mehrfach, dass sich die Auffassung der pränatalen Medizin in den letzten zwei Jahrzehnten grundlegend geändert habe: der Fötus sei kein „gefühlloser Zellklumpen“, wie früher angenommen, sondern ein höchst wahrnehmungsfähiges, gefühlpfindliches Wesen, das besonders stark den Einflüssen von Seiten der Mütter während der Schwangerschaft ausgesetzt sei. Dementsprechend ist in den USA seit einigen Jahren das „Föten-Training“

---

<sup>12</sup> Schulze 1999b, S. 89f.

<sup>13</sup> Vgl. Imhof, Arthur E.: Reife des Lebens. Gedanken eines Historikers zum längeren Dasein. München 1988, S. 68f.

<sup>14</sup> Schulze 1999b, S. 100f.

angesagt, sozusagen als Auftakt zum Projekt des „lebenslangen Lernens“: „Werdende Mütter schnallen sich teure Kassettenrecorder um den Bauch, beschallen ihre Kinder mit Bach und Beethoven oder lesen ihm über ein Spezial-Megafon Reime und Märchen vor“.<sup>15</sup> Nicht uninteressant ist, dass im Geo-Artikel diesem Wissen eine historische Tiefe verliehen wird: Bis ins 18. Jahrhundert hinein existierten in Europa Vorstellungen, die belegen, dass heftige Erlebnisse der Mutter Folgen für das Ungeborene haben können: „[V]ersieht sie sich im Schreck an einem Hasen, so bekommt das Kind ein zitterndes Kinn oder eine Hasenscharte“. Quelle dieser Geo-Information ist das „Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens“.<sup>16</sup> Die frühestkindliche Erlebnisorientierung ist nicht nur eine US-amerikanische Tendenz. Klaus Hipp, Deutschlands bekanntester Babynahrungshersteller, lässt auf einem Schwangerschaftskalender, auf dessen Cover eine entspannte werdende Mutter im goldfarbenen Pyjama verweilt, einen imaginären Fötus zu Wort kommen: „Meine ersten Wochen mit Mama, ein unvergessliches Erlebnis.“ Diesem Erlebnis folgt schließlich das natale, das – glauben wir den Entwicklungspsychologen – für Kind und Mutter elementar wichtig ist.<sup>17</sup> Kommt es, wie im Falle eines Kaiserschnitts, nicht zur ‚eigentlichen‘ Geburtserfahrung, dann helfen ersatzweise, therapeutische Maßnahmen, um dieses entgangene Erlebnis nachzuholen (etwa die sogenannte Cranio-Sacral-Therapie, die für Mutter und Säugling angeboten wird).

Nur wenige Jahre nach der Geburt (oder der Therapie) erwartet das Kind im Kindergarten die sogenannte Erlebnispädagogik (bei der es darum geht, Kindern systematisch Ersterfahrungen zu vermitteln), im Schulalter locken Erlebnisferien mit den Eltern. Mit ihnen zusammen lernt man, zum Beispiel im Mittelgebirgsurlaub, Goldwaschen oder Töpfern oder besucht eine der zahlreichen Erlebnisparks, die mit immer neuen Attraktionen, die Gefühlswelt ihrer Kunden stets aufs Neue herausfordern. Das fortgeschrittene Jugendalter wird vom Eventmanagement der Konzert- oder Liebesparadenveranstalter begleitet.

Sofern man während dieser Events beim Drogenhandel auffliegt und eine Jugendgefängnisstrafe erhält, kann man in den Genuss einer anderen

---

<sup>15</sup> Hardenberg, Irene von: Erlebnisraum Mutterleib. Der Mensch vor der Geburt. In: Geo 7, 2001, S. 18-42, hier S. 38.

<sup>16</sup> Ebda, S. 42.

<sup>17</sup> Ebda.

Variante Erlebnispädagogik kommen: Erlebnis-Segeltörns mit jugendlichen Strafgefangenen sind eine bewährte Methode der Sozialisationstherapie.

Im etablierten, gut situierten Alter locken vor allem das Erlebnis-Shoping, das nicht nur in den repräsentativen Galerien der Großstädte inszeniert wird, sondern auch in den Einkaufszentren kleinerer Vororte. Ein Obi-Baumarkt im Münchener Umland wirbt zu Beginn der Frühlingszeit mit dem Slogan: „Mach Dir die Welt, wie sie Dir gefällt“ (gerade so, als hätte der Werbedesigner die Individualisierungsszenarien von Gerhard Schulze für seine Zwecke transformiert). Bis ins höhere Alter stellt der Bereich des materiellen Konsums eine sehr wichtige Erlebnisebene dar. Besonders Einrichtungsgegenstände scheinen dem Prinzip der Erlebnisrationalität zu gehorchen. Regelmäßig liegen den Münchener Tageszeitungen Werbebeilagen von Möbelhäusern bei, die sich als „Erlebniswelt“ darstellen. Vor Ort präsentieren sich diese Möbelhäuser tatsächlich jeweils als geschlossener ‚Kosmos‘, in dem – würde es sich nicht um ein Möbelhaus handeln – mit ein paar wenigen Installationsarbeiten tatsächlich zu leben wäre, ohne diese Welt jemals verlassen zu müssen.

Im „Herbst des Lebens“, dem Pensions- oder Rentenalter, sind es vor allem die Aktivsportarten, die Kreativbeschäftigungen und die kulinarische Reiserfahrungen, denen sinnhafte Erlebnisträchtigkeit zugeschrieben wird: Reiten und Wandern, Radfahren und Wellness, Weinseminare, abermals Töpfern oder asiatische Kochkurse. Und schließlich steht sogar das Lebensende – das Sterben – im erlebnisrationalen Diskurs. Denn gesellschaftlich immer stärker unter Kritik gerät das ‚anonyme‘, technisch begeleitetes Sterben in den geriatrischen Stationen der Krankenhäuser. Neuere, immer stärker nachgefragte Modelle setzen das bewusste Erleben des Sterbens in Hospizen dagegen.<sup>18</sup> Dieses bewusste Erleben betrifft nicht nur die Sterbenden selbst, sondern auch deren Angehörige und Freunde, die gefühlsadäquat das Lebensende begleiten und Abschied nehmen können.

---

<sup>18</sup> Wittmann, Ilona: *Moderne ‚Sterbekultur‘. Eine volkswissenschaftliche Untersuchung mit besonderer Berücksichtigung der Hospizbewegung in München*. München (ungedr. Magisterarbeit) 2000.



### III. Erlebnis Arbeitswelt

Im Gleichschritt mit diesen an den Lebenslauf gebundenen Formen scheinen sich gewöhnliche Erfahrung und Erlebnis-Erfahrung im Alltagsleben stärker zu nivellieren. So sind Arbeit- und Erlebniswelt nicht länger als Gegensätze aufzufassen, sondern miteinander verwoben: Metaphern aus dem Wortfeld Abenteuer, Reise, Expedition begleiten den neuen Helden der Arbeitswelt: den Existenzgründer: „Für einen angehenden Unternehmer bedeutet die Gründung eines Unternehmens ein persönliches und finanziell befriedigendes Abenteuer“, das erste Geschäftsjahr wird zur spannendsten Zeit des Lebens, heißt es im Ratgeber „Survival für Existenzgründer“ aus dem Jahr 1992.<sup>19</sup> Der Idealtyp der Arbeitswelt ist längst nicht mehr der fleißige und zielstrebige Kommando empfangende Sachbearbeiter der 1960er oder 1970er Jahre, sondern der flexible, mobilitätsorientierte, kreative und entscheidungsfreudige Manager. Survival camps, in denen seit Mitte der 1980er Jahre diese Tugenden vermittelt werden, sind weit verbreitete Einrichtungen. Der Zehnkämpfer Kurt Bendlin war im deutschsprachigen Raum der Pionier dieser Bewegung.

Ein ähnliches Projekt, das auf die Symbiose von Arbeit und Erlebnis verweist, wurde 1991 von der Siemens AG ins Leben gerufen. Es heißt „Wirtschaftsvisionen“. Mädchen im Alter von 16 bis 18 Jahren sollen dabei unter künstlerischer Begleitung in „Technik-Abenteuer-Camps“ männliche Erfahrungsdomänen erobern. Im Prospekt zum Projekt ist zu lesen: „Mädchen und junge Frauen erfahren hier: ‚Mensch ich kann das!‘ Einen Walkman-Verstärker bauen, einen Kletterfelsen dank eigener Stärke und mit Hilfe des Teams bezwingen, eine Website programmieren“.<sup>20</sup> Und weiter: „Der Computer scheint – auch für Mädchen – ein gutes Objekt zu sein, um die Erfahrung von Subjekthaftigkeit, Leistungslust und Sachkompetenz zu machen“.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Hessler, Alexandra: Wie man Unternehmer wird. Beratungskonzepte für Existenzgründer. Vortragsmanuskript. München 2001 (im Erscheinen), S. 6.

<sup>20</sup> Ottmann, Rebecca: Technik-Abenteuer-Camp für Mädchen. Atome spalten nicht Haare. In: Barth, Manuela, Barbara U. Schmidt (Hg.): Wirtschaftsvisionen. Begleitheft zum Siemens Kulturprogramm. München 2001, S. 1-2, hier S. 2.

<sup>21</sup> Ritter, Martina: Begehren, Subjekthaftigkeit und Sachkompetenz – Mädchen und ihre Computerbeschäftigung. In: Barth, Manuela, Barbara U. Schmidt (Hg.): Wirtschaftsvisionen. Begleitheft zum Siemens Kulturprogramm. München, S. 3-4, hier S. 3.

Lust und Kompetenz in einem Atemzug, nach dem Klettern gleich zum Programmieren, John Urrys These von der totalen Touristifizierung der Welt, unabhängig von Raum und Zeit, steht wohl im Einklang mit dem erlebnisrationalen Paradigma. Müssen wir also wirklich nur noch lernen, unser Dasein mit den Erlebnissen zu arrondieren und zu arrangieren: selbstbezogen, lebenslang und allerorten? Oder aber sollen oder können wir einen Ausweg aus der Kulissenrealität finden, zurück zu den Wurzeln originärer Erfahrung? Wie ist die Haltung der Menschen, die als Akteure die Erlebniswelten schaffen und nutzen?

#### IV. Der Metatourismus und die Kulturalisierung des Erlebnisses

Ein empirischer Ausflug in eine ganz neu errichtete Erlebniswelt gab mit zu denken: das schon erwähnte Alpin-Center in Bottrop, Ruhrgebiet. Perfekt inszeniert: Es handelt sich um eine grüne Blechhalle, die eine 640 Meter lange, künstlich beschneite Ski- und Snowboard-Abfahrt, ausgehend vom ‚Gipfel‘, einer ehemaligen Kohlenhalde, überdeckt. Hier bestätigt sich die Erlebn isrationalität besonders auffällig. Die Werbebroschüre schreibt vom „Fit- und Funerlebnis der Superlative“ mit garantier tem hundertprozentigen Wintersportvergnügen das ganze Jahr über, mit Erlebnis-Gastronomie für individuelle Bedürfnisse. Das „alpine Ambiente“ der Gastronomie ist für dreihundert Gäste konzipiert: ein „lustvoller Rahmen“ findet sich im „Hasenstall“, dem „Kaminzimmer“, in der „Pfand’ler Alm“ und der „Tenne“. Investoren und Sponsoren sind bekannte Schirennläufer Marc Giradelli sowie die Tiroler Gletscherregion Kaunertal, die großflächig Werbefolien ausgerollt hat.

Und was geschah nun dort am Ostersonntag 2001, einem für die meisten arbeitsfreien Tag, dem man sicherlich einen hohen Erlebniswert zuschreiben würde? Vielleicht zwei Dutzend Wintersportanhänger fuhr en am Vormittag gemächlich einen flachen Hang hinab, zeitweise beäugt von ebenso vielen biertrinkenden Hasenstallbesuchern, die ansonsten nichts anderes taten als die Gäste in der Bottroper Eckkneipe einen Kilometer entfernt. Das Ambiente war geprägt vom vielerorts beliebten, quasi-freilichtmusealen Inventar: Dreschflgel, Flachshechel, Holzschlitten und unzählige historische Fotografien mit Wintersportlern an den Wänden. Außergewöhnliche Gefühle waren aus den Gesprächen der Gastronomie-

gäste nicht abzuleiten, einige wenige passten sich allerdings in ihrem Habitus der vorgegebenen Ästhetik an: im Schneeanzug einen Germknödel essen, mitten auf der Kohlenhalde. Aber superlative Sinnenfreuden? Auch beim ethnografischen Gang auf die Toilette wurde ich nicht fündig: trotz alpiner Ästhetik – das Pissoir ist mit einer Plexiglas-scheibe versehen, hinter der künstliche Grasflecken angebracht sind – kein staunendes oder erregtes Verweilen der Gäste.

Was dieses Beispiel ausdrücken soll: die große Mehrzahl jener Erfahrungen, die mit Erlebnisräumen verbunden sind, lassen sich empirisch nicht ihrer Bezeichnung entsprechend als außergewöhnlich oder als sinnens- beziehungsweise gefühlsbetont kategorisieren: Die Besucher fühlen sich definitiv nicht wie in den Alpen, wenn sie die Bottroper Alpin-Center-Piste herunterfahren; sie fühlen sich ebenso wenig wie am Strand, wenn sie in der Diskothek Playa in Bochum tanzen, sie fühlen sich nicht annähernd wie in den Tropen, wenn sie in Center-Parks unter Palmen liegen, und sie fühlen sich nicht wie in Thailand, wenn sie ein thailändisches Restaurant in Deutschland besuchen, auch wenn es ‚landestypisch‘ eingerichtet ist. Und können Sie sich vorstellen, worin das innere Erlebnis besteht, wenn ich mich Samstag vormittags mit Hunderten von anderen Kunden in der Young-Design-Abteilung des Karstadt-Möbelhauses aufhalte und jene weißen Plastik-Gartenstühle ausprobiere, die mir vom Marketing als Wohnenerlebnis angepriesen werden? Empirisch nur schwer überprüfbar ist demnach die Einschätzung Schulzes, dass mit diesen theatralischen Formen elementare Sehnsüchte, Wünsche und Fantasien und Szenarien verbunden sind, die das nach irdischem Glück suchende Innenleben des modernen Menschen erfüllen.

Offensichtlich ist es eben nicht das inhaltliche Versprechen, sondern das souveräne, zum Teil auch ironische Spiel mit den folkloristischen Formen, das die Erlebniswelten trägt. Es ist der Spaß der Menschen daran, die umgebende Wirklichkeit zu gestalten und zu interpretieren – Kulissen sind allgegenwärtig, betont Schulze treffend.<sup>22</sup> Erving Goffman hat bereits Ende der 1950er Jahre die theatralische Haltung beschrieben, mit der wir unsere alltäglichen Lebenswelten inszenieren. Er unterschied damals zwei konträre Positionen: einmal diejenigen, die in der „front region“, der Vorderbühne, agieren, also dort, wo die Vorstellung stattfindet

---

<sup>22</sup> Schulze 1999b, S. 11.

(also etwa die Touristen und Kellner), und diejenigen, die in der „back region“, der Hinterbühne, tätig sind, dort wo die „Illusionen und Eindrücke offen entwickelt werden“<sup>23</sup>, dort, wo die Kulissen erstellt werden, also etwa in der Küche eines Restaurants. Was uns von den 50er Jahren grundlegend unterscheidet, ist die Aufhebung der Grenzlينien zwischen Front- und Backregion. Spannend für die Touristen (oder die Besucher) ist das *making of* – also zu erfahren, wie etwas gemacht wird: Nichts ist bei jugendlichen Konzertbesuchern begehrt als eine Backstage-Karte, sie verschafft den Zutritt zum eigentlichen Leben der Stars, hier sieht man, was sich hinter dem Spiel verbirgt, obwohl man zugleich weiß, dass auch dieses Backstage nur gespielt wird. Und interessanterweise kreisten so manche Gespräche der Alpin-Center-Gäste genau um dieses *making of*: wie denn die Betreiber die Schi-Halle auf minus fünf Grad herunterkühlen, wie sie die Germknödel genauso hinkriegen wie im Kaunertal oder sogar besser, wo die Dekoration wohl herkommt und so weiter.

Zur Inszenierung gehört ganz wesentlich der sprachliche Umgang mit den Stoffen: mit Hilfe einen schier unendlich varianten- und ideenreichen Etikettierung alltäglicher Formen, mit ihrer sprachlichen Transformation in Erlebniswelten,<sup>24</sup> entwickeln wir eine eigene kulturelle Technik gegen den *Horror vacui*, die Angst vor der Leere, vor dem Nichtstun und vor der befürchteten Langeweile. Einige statistische Zahlen geben Anlass zu dieser Schlussfolgerung: Die Erwerbsdauer der männlichen Bevölkerung in Deutschland hat sich seit 1960 von durchschnittlich netto 42 Jahre auf 25 Jahre im Jahr 2000 verkürzt, bei einer Lebenserwartung, die mit 77 Jahren um acht Jahre höher liegt als vor vier Jahrzehnten. Gehen wir von einem Acht-Stunden-Arbeitstag aus, dann sind wir heute weniger als ein Neuntel unserer Lebenszeit mit Erwerbsarbeit befasst.<sup>25</sup> Was im übrigen nicht heißt, dass acht Neuntel des Lebens Freizeit sind, denn wir schlafen ja auch, gehen in die Schule, sind krank und ähnliches. Jedenfalls aber

---

<sup>23</sup> Goffman, Erving: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München 1969 (amerikan. Orig. 1959).

<sup>24</sup> Vgl. Gerndt, Helge: *Innovative Wahrnehmung im Tourismus*. In: Köck, Christoph (Hg.): *Reisebilder. Produktion und Reproduktion touristischer Wahrnehmung*. Münster u. a. 2001, S. 11-20.

<sup>25</sup> Ederer, Peer, Philipp Schullar: *Geschäftsbericht Deutschland AG*. Stuttgart 1999, S. 60f.

DOLOMITI

snow high-lights

Bunte Ferien

Partner  
The first skipass  
that's also a swatch.

DOLOMITI  
SUPERSKI

reservations: [www.dolomitisuperski.com](http://www.dolomitisuperski.com)

„Competition and tradition“ – Ferienprospekt „Dolomiti Superski 1997/98.  
Foto: Archiv Christoph Köck

verfügen wir historisch gesehen über ein extrem hohes Maß an Zeit, die wir selbst ausfüllen müssen.

Die Beschreibung eines Milieus als außergewöhnliche Erlebniswelt, die Umwidmung des gemeinen Radfahrens in „AdventureBiking“, die Umbenennung des Skitourenlaufs in „MountainAttacking“ (Prospekt „Winterfreunden im Salzburger Land“ 2/2000), die Taufe eines Hallenbades zur „„Aquapulco'-Vitalwelt““ (in Bad Schallerbach/Gallspach in der österreichischen Ferienregion Innviertel-Hausruckwald) helfen, mit dieser Verfügungsmasse fertig zu werden. Die sprachliche Modernisierung verknüpft dabei häufig kulturelle Gegensatzpaare: der Wintersportverbund „Dolomiti Superski“ wirbt 1997/98 im Ferienprospekt „Dolomiti snow high-lights. Bunte Ferien“ mit „competition and tradition“, „past times and modern times“, mit „ice and ice cream“. Der Broschüre ist zu entnehmen:

„Die beiden Wochenpakete ‚Fasching im Fassatal‘ bieten neben dem einmaligen Skierlebnis um den berühmten Sellastock auch Romantisches: ein Abendessen auf einer der typischen Hütten mit einem kleinen Ausflug im Motorschlitten. Zurück geht's dann stilecht mit dem Rodel. Und damit das Feiern nicht zu kurz kommt, sind Besuche von vergnüglichen Faschingsumzügen und Maskenbällen vorgesehen. Und Sie werden sehen: die Ladiner verstehen es, zu feiern!“

Und woher nehmen wir die Kompetenz zur folkloristischen Formensouveränität, zum ironischen Umgang mit den Alltagssymbolen, zur Etikettierungskunst unserer Zeit? Rolf Lindner hat in den letzten Jahren in mehreren Studien auf die Funktion kulturwissenschaftlicher Beschreibungen in diesem Prozess hingewiesen.<sup>26</sup> Kulturwissenschaftler, Kultursociologen oder Volkskundler (dies können auch solche in journalistischen Berufen sein) kulturalisieren Alltagsphänomene durch ihre Art und Weise, Wirklichkeitsphänomene zu beschreiben. Auf die Formel von der Erlebnisgesellschaft gemünzt bedeutet dies: Die Lust an der Inszenierung des eigenen Lebens als immerwährendes Erlebnis fußt – nicht nur aber auch – auf kulturwissenschaftlichen Vorgaben: Der alpine Hasenstall in Bottrop sieht so aus, weil die Teilhaber der Erlebnisgesellschaft heute wissen, wie eine alpine Almhütte aussieht, nicht zuletzt dank der

---

<sup>26</sup> Lindner, Rolf: Die Stunde der Cultural Studies. Wien 2000; vgl. Köck, Christoph: Jeder beobachtet jeden. Notizen zur Ethnografisierung des Alltags. In: Ballhaus, Edmund (Hg.): Kulturwissenschaft, Film und Öffentlichkeit. Münster u. a. 2001, S. 41-58.

detaillierten und zahlreichen Beschreibungen in volkskundlichen Fachbüchern und Ausstellungen oder auch in journalistischen Features.

Diese Kulturalisierung des Alltäglichen ist die instrumentelle Basis, Phänomene zum Kult, zum symbolbesetzten Kollektiverlebnis, werden zu lassen. Es sind die besonders dicht beschriebenen Szenen des Alltags, die besonders drehbuchgerecht aufgeführt werden: etwa die Figur des vulgären Massentouristen am vielzitierten Ballermann, der Strandpromenade von El Arenal auf Mallorca. Hier auf Mallorca – dies zeigten die Eindrücke während einer Studienexkursion des Münchener Volkskunde-Instituts im Sommer 2000 – wird die eigene Ethnografie kultiviert. Die Institutskamera, mit der zwei Studenten vor Ort unterwegs waren, löste bei den Touristen ein extrem medienadäquates Verhalten aus: sobald die Kamera auf der Strandpromenade in Aktion trat, begannen die Leute, Lieder anzustimmen oder rhythmisch in die Hände zu klatschen, einige konnten nicht umhin, sich vor der Kamera komplett zu entblößen. „Bin ich jetzt im Fernsehen?“, wurden wir immer wieder gefragt und niemand nahm uns ab, dass wir eigentlich ‚nur‘ Volkskundler (und nicht die Straßenreporter deutscher Privatfernsehsender) waren.

Erst die Beschreibung und Etikettierung durch die kommerzielle Erlebnisindustrie und durch die mediale und wissenschaftliche Tourismuskritik haben das sommerliche carnevaleske Leben an diesem Strandabschnitt zur außergewöhnlichen Erfahrung gemacht. Und zwar nicht nur zum Kult-Erlebnis für die direkt Beteiligten, sondern auch für all jene ‚anderen‘ Mallorca-Touristen, die vom ‚originären‘ Hinterland der Insel in Bussen anreisen, um der Aufführung „Massentourismus“ und dessen *making of* beizuwohnen.

Am Ballermann ist daher auch ein spezifisches Phänomen der Erlebnisgesellschaft besonders klar fixiert: der Metatourismus, ein erlebnisbesetzter Vorgang bei dem Touristen beobachten, ob Tourismus drehbuchgerecht inszeniert wird. Und die Geschichte hat noch eine Vorgeschichte: als ich im Februar 2000 zur Exkursionsvorbereitung auf der Insel war, konnte ich festhalten, wie Rentnergruppen den in der Nebensaison verwaisten Strandkiosk „Ballermann 6“ einnahmen und sich dort zum Sangriatrinken niederließen. Die gesamte Szenerie wurde fotografiert von spanischen Touristen, die interessiert daran schienen, wie die Deutschen ihre ‚heimischen‘ Trinkrituale durchführen. Touristen wie Mallorquinern wird zunehmend bewusst, dass die populäre Kultur Mallorcas nicht im

vermeintlich ursprünglichen Outback stattfindet, sondern entlang der turbulenten Strandpromenaden Arenals.

### Schluss

Kulturwissenschaft dokumentiert und deutet unsere Form des Zusammenlebens als Erlebnisgesellschaft, die Erlebnisindustrie gibt sich Mühe, dieser Deutung gemäß unsere Erlebniswelten (auch als volksculturelle Erlebniswelten) zu produzieren, dann wiederum deutet Wissenschaft die transformatorische Rolle der Erlebnisindustrie für die Veränderung von Volkskultur, und so ließe sich fortfahren. Ein Erkenntniszirkel, der Erklärungen, warum die Welt so ist wie sie ist, nicht eben vereinfacht. Und der dennoch dazu auffordert zu diskutieren:

- zunächst (aber das vielleicht nur am Rande) über den Sinn, in der Wissenschaftssprache mit analytischen Begrifflichkeiten (also hier mit dem „Erlebnis“ beziehungsweise der „Erlebnisgesellschaft“) zu operieren, deren Gehalt durch seine vielschichtige oder sagen wir besser „kreative“ Verwendung in der Alltagssprache verwischt wird
- (ernsthaft zu diskutieren) über die zukünftigen Möglichkeiten volkscultureller Forschung und Analyse in einer Welt, die spielerisch – und zum Großteil mit System – populäre Ethnografien schafft und auch spielerisch mit diesen Ethnografien umgeht
- (und zu diskutieren) über die mögliche kreative Einmischung volkscultureller Arbeit in ökonomische Prozesse, oder anders gefragt: Wenn volksculturelles Wissen sowieso von Ökonomen und Werbefachleuten zur Inszenierung von volksculturell relevanten Erlebniswelten genutzt wird, warum sollen wir nicht den innovativen beziehungsweise den aktiven Part beim Wissenstransfer übernehmen?

Was bei allen erkenntnistheoretischen Uferlosigkeiten beruhigend wirkt, ist die praxisorientierte Formel zweier österreichischen Kollegen, Petra Streng und Gunter Bakay, die (in meiner Erinnerung an einen Vortrag) so lautete: Volksculture zu betreiben heißt, das Leben professionell erleben zu dürfen.



Brigitte Emmrich, Dresden

## Und am Himmelfahrtstag zum Heiratsmarkt ...

Zur „Erlebniswelt Volkskultur“ im Spiegel der sächsischen Presse

Als am 19. Oktober 1907, dem Vorabend („Volksabend“) der XI. Hauptversammlung des Vereins für Sächsische Volkskunde, in Großenhain bei Dresden die „Vorführung einer alten Spinnstube mit Lied und Handlung“ stattfand,<sup>1</sup> hatte dieser von Fachleuten inszenierte Folklorismus keine kommerzielle Dimension; es ging vielmehr um eine kulturell-ästhetisch anspruchsvolle Unterhaltung, die Momente der Nostalgie einschloss.<sup>2</sup> Man wollte eine ländliche Institution erhalten beziehungsweise reaktivieren.

Die volkskundlichen Präsentationen, die Johann August Ernst Köhler im Rahmen des 1878 von ihm mitbegründeten Erzgebirgsvereins organisierte, waren dagegen stärker ökonomisch orientiert. Sie zielten auf eine Verbesserung der Lebensqualität im Erzgebirge durch das Etablieren neuer Erwerbszweige (Tourismus, ‚Volkskunst‘-Schaffen), wobei jedoch ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den wirtschaftlichen Belangen und der – vornehmlich pädagogischen – Vermittlung volkskundlicher Werte angestrebt wurde.<sup>3</sup> Was unterscheidet nun diese Formen des Folklorismus von heute üblichen Veranstaltungen mit volkskulturellem Touch?

Als Anfang Januar 1999 auf Anregung des damaligen Leiters des Bereichs Volkskunde im Institut für Sächsische Geschichte und Volks-

---

<sup>1</sup> Beiträge zur Volkskunde der Großenhainer Pflge. In: Beilage zum Großenhainer Tageblatt, Jg. 102, Nr. 199, 27. 8. 1907, S. 1.

<sup>2</sup> Vgl. Emmrich, Brigitte: Heimatforschung, Spinnstuben-Performance und Hochschulseminar. Aspekte der volkskundlich-folkloristischen Sammlung und Forschung in Sachsen in der zweiten Hälfte des 19. und in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts. In: Simon, Michael, Monika Kania-Schütz (Hg.): Zur Geschichte der Volkskunde. Personen – Programme – Positionen (= Volkskunde in Sachsen 13). Dresden 2001 (in Druckvorbereitung).

<sup>3</sup> Der Erzgebirgsverein war gleichermaßen als „Touristenverein“, Verschönerungsverein“ und „Verein für Volkskunde“ konzipiert; vgl. ebda.

kunde e. V. (ISGV)<sup>4</sup> der Beschluss gefasst wurde, (sächsische) Presseerzeugnisse im Hinblick auf volkskundlich/ethnologisch relevante Beiträge durchzusehen und diese zu sammeln,<sup>5</sup> geschah dies in der Absicht, in der Gegenwart Materialien für die Zukunft zu dokumentieren. Konkrete Vorstellungen von einer späteren Auswertung des Materials gab es noch nicht. Allerdings zeichneten sich schon nach zwei Jahren bestimmte Tendenzen ab, so dass es legitim erschien, einen Sachbereich aus der recht breiten Palette volkskundlich relevanter Themen näher zu betrachten. Die Wahl fiel auf in Sachsen übliche Bräuche und Feste vornehmlich (aber nicht ausschließlich) des Jahreslaufs, bei denen Grundstrukturen oder Elemente „traditioneller Volkskultur“ zu Zwecken der Unterhaltung und Traditionspflege beziehungsweise des Tourismus und damit verbundener kommerzieller Belange rezipiert und reproduziert werden. Um ungebrochene Brauchausübung handelt es sich nur im Einzelfall – und auch da nur mit Einschränkungen.

Im Folgenden sollen die wichtigsten ‚Ereignisse‘ des ersten Halbjahres<sup>6</sup> behandelt werden, soweit sie in der Presse Erwähnung fanden,<sup>7</sup> als Vorinformationen und/oder in Form kurzer oder längerer Berichte. Ankündigungen sind wichtig, weil es in der Regel darum geht, Unterhaltungsangebote zu machen und Publikum aus kommerziellen Gründen anzulocken. Fastnachtsbräuche mit regionalen oder lokalen Traditionen sowie Karnevalsveranstaltungen werden in der Regel angekündigt und danach mehr oder weniger ausführlich geschildert. Als Beispiele wären die Schifferfastnacht in Prossen, Postelwitz/Rathen, Wehlen, Königstein und

---

<sup>4</sup> Michael Simon, seit 1. 10. 2000 Professor für Volkskunde an der Universität Mainz.

<sup>5</sup> Der Sammlungsplan sah vor, vier Jahre lang jeweils in einem Quartal zu sammeln, um so einen kompletten Jahreslauf dokumentieren und zugleich eventuelle Wandlungen feststellen zu können.

<sup>6</sup> Daraus ergibt sich, dass einige wichtige Bräuche und Feste nicht berücksichtigt werden, weil sie in die zweite Jahreshälfte fallen.

<sup>7</sup> Die meisten Beiträge stammen aus den Tageszeitungen Sächsische Zeitung (SZ) und Dresdner Neueste Nachrichten (DNN). Herangezogen wurden ferner folgende, z. T. auch überregionale Pressezeugnisse: Amtsblatt Dresden, BILD, Blasewitzer Zeitung, DIE ZEIT, Denkmalpflege, Der Sonntag, Deutsche Tagespost, Dresdener Anzeiger, Dresdener Morgenpost, Elbland-Journal, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Haus+Geld, Immobilien-Magazin Dresden, Landkreis-Bote, Leipziger Volkszeitung, LH Dresden, Löbtauer Anzeiger, Pinaer Wochenkurier, PLUSZ (Wochenbeilage zur SZ), Pressemitteilung Rathaus, Pressespiegel, Sächsischer Bote, SAX – Das Dresdener Stadtmagazin, Süddeutsche Zeitung, Universitätsjournal (TU Dresden), Westfalen-Blatt, Wochenkurier. Zeitraum: Januar – März 1999, April – Juni 2000.

Schmilka (Sächsische Schweiz) zu nennen,<sup>8</sup> ebenso der Ski- und der Eifasching in Geising sowie der Rodelfasching in Schellerhau und Altenberg (Osterzgebirge).<sup>9</sup> Bedeutendere Kleinstädte mit aktiven Karnevalsvereinen, wie zum Beispiel Radeburg, veranstalten große Umzüge, die zahlreiche Zuschauer von nah und fern anziehen. Für die redouten-ähnlichen Abendveranstaltungen sind Karten meist nur im Vorverkauf zu erwerben. In der Landeshauptstadt Dresden ist ein Karnevalsverein tätig, der in Anlehnung an die Vereine der rheinländischen Karnevalshochburgen auch bestimmte Funktionen im Rathaus wahrnimmt.<sup>10</sup>

Für den als größten ostdeutschen Karnevalsumzug ausgewiesenen Cottbuser Narrenzug werden 100.000 Zuschauer angegeben.<sup>11</sup> Mehrere Karnevalsclubs sind für aufwendige Kostüme bekannt (so jener in Langebrück).<sup>12</sup> Im sorbischen Bereich kommt es zu interessanten Überschneidungen zwischen traditionellen Trachten und modernen Karnevalskostümen.<sup>13</sup> Kinderfastnacht wird in vielen Orten sowohl in Räumen als auch als Straßenfasching organisiert, im Freien meist als „Winteraustreiben“ mit entsprechenden Requisiten eines primär anders orientierten Brauches.<sup>14</sup> Die Veranstalter sind unter anderen Kinderzirkusse, in Dresden auch das Spielprojekt e. V.<sup>15</sup> Häufig sind die Kinder kreativ an der Gestaltung beteiligt.

Über die Fastnachtsveranstaltungen im süddeutschen Bereich sowie in den Karnevalshochburgen des Rheinlandes wird in der Presse meist im Nachhinein berichtet,<sup>16</sup> ebenso über Karnevalsaktivitäten in anderen Ländern, auch in Übersee (z. B. Brasilien).<sup>17</sup> Vorinformationen gibt es in

---

<sup>8</sup> SZ, 21. 1. 1999; SZ, 25. 1. 1999; SZ, 29. 1. 1999; SZ, 3. 2. 1999; SZ, 18. 2. 1999; SZ, 25. 2. 1999; SZ, 1. 3. 1999; SZ, 3. 3. 1999; SZ, 8. 3. 1999; DNN, 8. 3. 1999; Pirnaer Wochenkurier, 3. 2. 1999.

<sup>9</sup> SZ, 1. 2. 1999; SZ, 15. 2. 1999; SZ, 29. 1. 1999.

<sup>10</sup> SZ, 15. 2. 1999; SZ, 18. 2. 1999; Morgenpost, 18. 2. 1999.

<sup>11</sup> SZ, 13./14. 2. 1999. Cottbus liegt freilich außerhalb Sachsens.

<sup>12</sup> SZ, 13./14. 2. 1999.

<sup>13</sup> SZ, 13./14. 2. 1999.

<sup>14</sup> SZ, 10. 2. 1999; SZ, 17. 2. 1999.

<sup>15</sup> SZ, 10. 2. 1999; SZ, 16. 2. 1999.

<sup>16</sup> SZ, 30./31. 1. 1999; SZ, 12. 2. 1999; SZ, 13./14. 2. 1999; SZ, 16. 2. 1999. Von Interesse ist ein Bericht der SZ, 28. 1. 1999 über die Anreise von „Jecken“ aus der Karnevalshochburg Langenfeld bei Köln und deren Teilnahme an Fastnachtsveranstaltungen in der Sächsischen Schweiz und im Osterzgebirge.

<sup>17</sup> SZ, 10. 2. 1999; SZ, 17. 2. 1999.

der Regel nur dann, wenn Reisebüros für Fahrten ins Rheinland oder zum Karneval nach Venedig werben.<sup>18</sup> Fastnachtsbräuche werden jedoch auch von ausländischen Ensembles bei Folkloreveranstaltungen dargeboten.<sup>19</sup>

Für die Vogelhochzeit,<sup>20</sup> einen Bescherbrauch für Kinder im obersorbischen Gebiet, der am 25. Januar begangen wird, hat bereits Friedrich Sieber die Entwicklung von der Glaubensform über die Spielform zur Veranstaltungsform, also vom Kult zum Fest, umrissen.<sup>21</sup> Allerdings ist der Ursprung des Brauches weder zeitlich noch inhaltlich genau geklärt. Erst Mitte des 19. Jahrhunderts wird in einer Zeitungsquelle auf ein sogenanntes „uraltetes Fest“ verwiesen.<sup>22</sup> Zu dieser Zeit breitete sich der Brauch bereits „auf die Städte und Dörfer der sorbisch-deutschen Oberlausitz aus“; zugleich wurde eine gesellige Veranstaltung für Erwachsene organisiert.<sup>23</sup> Der Kinderbrauch wurde zunehmend auch von der deutschen Bevölkerung adaptiert. In Kindergärten und -krippen, Schulen und Horten beging beziehungsweise begeht man ihn als Kinderfest.<sup>24</sup> Bereits 1989 fanden in verschiedenen Orten der Lausitz in größeren Räumen Nachmittagsveranstaltungen für Kinder (und Rentner) mit insgesamt ca. 7.400 Besuchern statt.<sup>25</sup> Der Brauchablauf im Freien – der Vogelhochzeitszug als Festumzug der Kinder in sorbisch-katholischer Hochzeits-tracht – nimmt immer mehr den Charakter eines Umzugs für Schaulustige, vor allem aus der näheren Umgebung, an.<sup>26</sup>

---

<sup>18</sup> Als Ausnahme ein Vorausblick für den süddeutschen Bereich: SZ, 18. 1. 1999.

<sup>19</sup> SZ, 26. 1. 1999.

<sup>20</sup> SZ, 23. 1. 1999; SZ, 26. 1. 1999; SZ, 28. 1. 1999 – Zur Vogelhochzeit siehe Nawka, Blasius, Tomasz A. Nawka: Vogelhochzeit. Ein sorbischer Brauch. Bautzen o. J.; Musiat, Siegmund: Volksleben, Volksfrömmigkeit und Volksbrauch in der Lausitz. Bautzen 1992, S. 134; Musiat, Siegmund: Das Jahresbrauchtum im Gebiet der katholischen Sorben – Naložki katolskich Serbow w běhu lěta (= Haus für sorbische Volkskultur – Sorbisches Folklorenzentrum 1). Bautzen o. J., S. 13f; Sorbische Bräuche. Text: Hanka Fascyna; Fotos Jürgen Matschie. Bautzen 1992, S. 5ff; Gynz-Rekowski, Georg von: Der Festkreis des Jahres. Berlin 1985 (2., veränd. Aufl.), S. 75.

<sup>21</sup> Sieber, Friedrich: Ein Vogel wollte Hochzeit machen ... In: Bautzener Tageblatt, 1935, Nr. 21, Beilage: Lausitzland – Lausitzvolk Nr. 1; Sieber, Friedrich: Aspekte der Brauchforschung. In: Wissenschaftliche Annalen 5, 1956. Zitiert bei Nawka/Nawka (wie Anm. 20), S. 47, 69.

<sup>22</sup> Nawka/Nawka (wie Anm. 20), S. 11.

<sup>23</sup> Musiat, Volksleben (wie Anm. 20), S. 134.

<sup>24</sup> Nawka/Nawka (wie Anm. 20), S. 32.

<sup>25</sup> Ebda, S. 44.

<sup>26</sup> Die Volkskunstrade für die Erwachsenen wird vom Sorbischen Nationalensemble veranstaltet. Vgl. Sorbische Bräuche (wie Anm. 20), S. 9.

Der erst nach der Wende – vor allem bei jungen Leuten – mehr oder weniger heimisch gewordene Valentinstag (14. Februar)<sup>27</sup> findet seinen Niederschlag vornehmlich in den Gratulationsannoncen in der Presse sowie in den Angeboten der Blumen- und Süßwarengeschäfte. Es handelt sich nicht um einen Gemeinschaftsbrauch.

Ein Publikumsmagnet ist das sorbische Osterreiten,<sup>28</sup> das alljährlich am Ostersonntag in drei festgelegten Haupttrouten stattfindet und wie eine internationale Sportveranstaltung genau terminiert ist. Man kann sich in der Presse und in Prospekten darüber informieren, zu welcher Zeit die Osterreiter an welchem Ort ankommen.<sup>29</sup> Alles ist präzise organisiert: Es gibt Hinweise auf Parkplätze, öffentliche Verkehrsmittel, die gastronomische Versorgung an der gesamten Strecke und so weiter. Der Brauch, der nachweislich bereits im 16. Jahrhundert Schaulustige anzog,<sup>30</sup> hat heute überregionale Bedeutung. Die Besucherzahlen sind immens,<sup>31</sup> wobei nicht unwichtig ist, dass es sich um eine Veranstaltung der brauchfreudigen sorbischen Ethnie handelt. Zum Ursprung und Charakter des Brauchs, der von Seiten der Veranstalter als betont kirchlicher Ritus mit Wallfahrtscharakter zelebriert wird – auch dem Saatreiten im Gebiet um Ostritz wurde vom Papst dieser Status zuerkannt –,<sup>32</sup> sei auf die einschlägige Literatur verwiesen.<sup>33</sup> Von den Brauchträgern wird die von Gebet und Gesang begleitete Prozession zum Überbringen der christlichen Osterbotschaft trotz der massentouristischen Herausforderungen in

<sup>27</sup> Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 85. Bei Blechschmidt, Manfred: Das Erzgebirgsjahr. Berlin 1996, S. 21, wird mitgeteilt, dass sich „hierzulande“ (im Erzgebirge oder in Ostdeutschland?) der Valentinstag als ein neues Fest etablierte. Vgl. auch SZ, 10. 2. 1999; SZ, 13./14. 2. 1999.

<sup>28</sup> SZ, 3./4. 4. 1999; SZ (Pirna), 18. 4. 2000; DNN, 18. 4. 2000; SZ, 19. 4. 2000; DNN, 25. 4. 2000.

<sup>29</sup> Siehe z. B. die Streckenlisten in der SZ, 11. 4. 2001, S. 14.

<sup>30</sup> Die Bewohner der Ortschaften an der Strecke. Vgl. Musiat, Siegmund, Dietrich Scholze: Osterreiten in der sorbischen Lausitz. In: Scholze, Dietrich, Hans Löffler (Hg.): Wir Osterreiter. Über den religiösen Brauch in der Oberlausitz – *My křižerjo wo jutrownym naložku katolskich Serbow*. Bautzen [1991], S. 6-16, hier S. 16.

<sup>31</sup> „Seit Öffnung der innerdeutschen Grenze 1989 dürfte die Zahl der Besucher, die meist in Kraftfahrzeugen anreisen, die 50 000 überschritten haben“, stellen Musiat/Scholze (wie Anm. 30), S. 16, fest. In der Presse heißt es: „Oberlausitz zu Ostern fast ausgebucht“ (SZ, 17. 4. 2000).

<sup>32</sup> SZ, 27./28. 3. 1999.

<sup>33</sup> Musiat/Scholze (wie Anm. 30), S. 6ff; Frenzel, Alfons: Osterreiten. Ein sorbischer Brauch. Bautzen 1992; Salowski, Martin: Osterreiten in der Lausitz. Bautzen 1992; Musiat, Volksleben (wie Anm. 20), S. 145; Sorbische Bräuche (wie Anm. 20), S. 26ff; Walde, Martin: Hexenbrennen und Maibaum. Bautzen 1996, S. 17f.

der Regel noch mehr oder weniger ernst genommen, während sie für die zahlreichen Zuschauer in zunehmendem Maße als (bestenfalls noch ‚erbauliche‘) Unterhaltung fungiert.

Außer der konfessionellen Komponente spielt für die Brauchträger auch das Problem der sorbischen Identität eine Rolle, hatte man doch in der Nazizeit versucht, sorbische Bräuche systematisch zu ignorieren oder als ‚ur-deutsche‘ zu deklarieren.<sup>34</sup> Man hatte vergessen beziehungsweise verdrängt, dass zum Wettiner-Fest 1889 und zur Sorben-Ausstellung 1896 in Dresden die Osterreiter bereits als ‚Repräsentanten typisch sorbischen Brauchtums‘ akzeptiert worden waren.<sup>35</sup>

Zu den konfessionellen Bräuchen der Osterzeit gehört im vorwiegend evangelischen Sachsen auch die Konfirmation, die früher mit dem Palmsonntag verbunden war und es heute wieder ist.<sup>36</sup> Da sie als Lebensbrauch individuell ausgerichtet ist, beziehen sich die einschlägigen Berichte in der Presse vornehmlich auf die Zahl der Teilnehmer sowie auf bestimmte Formen einer überkonfessionellen beziehungsweise non-konfessionellen Orientierung: die evangelische Jugendfeier, kritisch auch als ‚Konfirmation light‘ bezeichnet.<sup>37</sup> Sie bieten keinen Showeffekt für Außenstehende; diese können sich lediglich informieren. Das gilt im allgemeinen auch für die verschiedenen Formen der Jugendweihe.<sup>38</sup>

Die katholische Messe in der ehemaligen Tunnelbaustelle unter dem Reichstag in Berlin zum Fest der heiligen Barbara (4. Dez. [1998]) ist im Grenzbereich zwischen individueller (Volks-)Frömmigkeit und klerikaler Veranstaltung angesiedelt. Sie wird hier nur erwähnt, weil ein Bericht darüber im Januar 1999 auch in der sächsischen Presse erschien.<sup>39</sup>

---

<sup>34</sup> Salowski (wie Anm. 33), S. 25. So wurde in der NS-Zeit die sorbisch-katholische Provenienz des Osterreitens geleugnet und das Lausitzer Osterreiten dem deutschen Brauchtum inkorporiert. Siehe z. B. Böhme, Kurt: Deutsches Brauchtum. Ein Führer durch die deutschen jahreszeitlichen Volksfeste. Potsdam 1935, S. 48.

<sup>35</sup> Musiat, Das Jahresbrauchtum (wie Anm. 20), S. 20; Musiat/Scholze (wie Anm. 30), S. 10.

<sup>36</sup> In DDR-Zeiten waren die Konfirmationstermine auf mehrere Sonntage um die Osterzeit und danach verteilt, weil vielerorts versucht wurde, sowohl Jugendweihe als auch Konfirmation zu ermöglichen.

<sup>37</sup> SZ, 29. 3. 1999; SZ, 3./4. 4. 1999. Vgl. in diesem Zusammenhang den Beitrag von Meier, Andreas: Die Jugendweihe einst und jetzt. Der Dativ fehlt. In: Jahrbuch für Volkskunde 23, 2000, S. 95-118.

<sup>38</sup> DNN vom 10. März 1999; SZ, 29. 3. 1999; SZ, 3. 4. 2000; SZ, 6. 4. 2000; SZ (Pima), 7. 6. 2000.

<sup>39</sup> SZ, 30./31. 1. 1999.

Für Ostern sollen noch einige Braucherscheinungen nachgetragen werden. Verzierte Ostereier kann man in Museen und auf den alljährlich in Dresden stattfindenden Ostereier-Kunstmärkten sowohl als fertige Produkte als auch im Prozess des Entstehens besichtigen und meist auch kaufen.<sup>40</sup> Es hat sich ein regelrechtes Kunstgewerbe entwickelt, das neben Vogeleiern auch solche aus Holz, Porzellan, Papier, Textilien, Metall und anderem anfertigt und bearbeitet. Diese Eier dienen vornehmlich dekorativen Zwecken.<sup>41</sup>

Daneben werden Ostereier im weiteren Sinne auch für kommerzielle Werbeaktionen genutzt. So versteckte eine Hotelkette einige Jahre lang Schokoladen-Ostereier für Kinder im Dresdner Stadtpark Großer Garten.<sup>42</sup> Das Eiersuchen geriet zur Massenveranstaltung; in der Presse musste mehrfach darauf hingewiesen werden, dass die Süßigkeiten für Kinder bestimmt seien, da sich Erwachsene ungeniert ‚hamsternd‘ bedienen.<sup>43</sup> Das Hotelunternehmen setzte daraufhin zunächst Aufsichtspersonal im Großen Garten ein, schloss sich dann aber einer Aktion des Dresdner Zoos an, der ebenfalls Schokoladen-Ostereier „von Häschen“ an Kinder verteilen ließ.<sup>44</sup> – Die Messe Dresdner Ostern<sup>45</sup> bietet alljährlich diverse Utensilien für das Osterfest an, darunter viel schaurigen Kitsch (geschmacklose Papp- und glitzernde Keramikosterhasen). Die Presse informiert jeweils über die Veranstaltungstermine.

Die Zahl der Osterbäume – mit Eiern behängte Bäume und Sträucher (meist Birken, Forsythien oder Obstbäume, aber zunehmend auch Nadelbäume<sup>46</sup>), die meist schon wochenlang vor Ostern geschmückt werden und es noch lange nach Ostern bleiben –, ist in Sachsen unvermindert groß. Regionen mit besonders vielen Osterbäumen werden in der Presse genannt und für Ausflüge empfohlen.<sup>47</sup> Auch Osterkrippen gewinnen an

---

<sup>40</sup> SZ, 4. 3. 1999; SZ, 5. 3. 1999; DNN, 9. 3. 1999; SZ, 12. 3. 1999; SZ, 15. 3. 1999; SZ, 24. 3. 1999; SZ, 27./28. 3. 1999; SZ, 29. 3. 1999; SZ, 17. 4. 2000.

<sup>41</sup> In Ausnahmefällen auch zur religiösen Erbauung (meist christlich-katholische Kreuzweg-Motive).

<sup>42</sup> DNN, 19. 3. 1999; DNN, 1./2. 4. 2000; SZ, 4. 4. 2000. Die Eier stammten aus einheimischer Delitzscher Produktion, für die zugleich geworben werden sollte.

<sup>43</sup> Siehe z. B. SZ, 4. 4. 2000.

<sup>44</sup> Ebda.

<sup>45</sup> DNN, 1./2. 4. 2000; SZ, 1./2. 4. 2000.

<sup>46</sup> Dresdner Wochenkurier, 19. 4. 2000 und eigene Beobachtungen.

<sup>47</sup> Vgl. z. B. DNN, 10. 4. 2000.

Bedeutung.<sup>48</sup> Zudem hat man in Sachsen die Brunnengestaltung mit einer Ostereierkrone aus der Fränkischen Schweiz übernommen.<sup>49</sup> Vermutlich wollte man etwas ‚Schönes‘ – ‚Ästhetisches‘ – präsentieren. Um die Ursachen für den fränkischen Brauch kümmern sich nur die Fachleute.<sup>50</sup> Der von sieben sächsischen Extremwanderern erfolgreich absolvierte „längste Osterspaziergang der Welt“ (Gründonnerstag bis Ostermontag 2000)<sup>51</sup> sollte zweifellos mit dem Osterspaziergang in Goethes „Faust“ assoziiert werden.<sup>52</sup>

Ein Frühlingsbrauch zur Walpurgisnacht (30. April/1. Mai)<sup>53</sup> wird an verschiedenen Orten inszeniert. Je nach zur Verfügung stehender Zeit und finanziellen Mitteln kann man das Spektakel an geeigneten Orten in der näheren Umgebung oder an klassischen Plätzen – auch überregional – erleben.<sup>54</sup> Hexenfeuer gehören dazu.<sup>55</sup> Hinweise auf „germanische Mythologie“ finden sich auch heute noch (oder: schon wieder) in der Presse.<sup>56</sup> Wenn von einem „Frühlingsspektakel zur Walpurgisnacht“ – beispielsweise auf dem Jugendbauernhof Nickern bei Dresden<sup>57</sup> – gesprochen wird, ist freilich kaum etwas dagegen einzuwenden. In den letzten Jahren kreierte auch Anwohner des Dresdner Nobelviertels Königstraße ein „Hexen-Spektakel“ zur Walpurgisnacht.<sup>58</sup>

Die gegenwärtigen Hexenspektakel erschöpfen sich meist in Kostümierung und Tänzchen mit erotischem Hintergrund; ältere Bräuche werden nur noch aufgeführt. So ist in der Oberlausitz noch immer das sogenannte

---

<sup>48</sup> SZ, 10. 4. 2000; SZ, 22./23. 4. 2000.

<sup>49</sup> SZ, 10. 4. 2000; SZ, 20. 4. 2000. Vgl. auch SZ, 15./16. 4. 2000. Auch das Museum für Sächsische Volkskunst hat seinen Hofbrunnen in entsprechender Weise geschmückt.

<sup>50</sup> Religiöser Dank für die Wiederverfügbarkeit von Wasser. Siehe SZ, 20. 4. 2000; Sächsischer Bote, 19. 4. 2000.

<sup>51</sup> Sächsischer Bote, 27. 4. 2000.

<sup>52</sup> Vgl. Goethe: Faust. Gesamtausgabe. Leipzig 1954, Der Tragödie erster Teil, S. 156f.

<sup>53</sup> 1. Mai: Tag der Heiligsprechung der hl. Walpurga. Siehe z. B. Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 136; „Nacht der Dämonen“. In: PLUSZ 17, 27.4.-3.5. 2000.

<sup>54</sup> Z. B. den Harzer Hexentanz in Schierke. SZ, 2. 5. 2000. Lokale Termine: PLUSZ (wie Anm. 53).

<sup>55</sup> SZ, 20. 4. 2000; SZ, 27. 4. 2000; SZ, 28. 4. 2000; SZ, 29./30. 4. 2000; SZ, 2. 5. 2000.

<sup>56</sup> (Pirmaer und Dresdner) Wochenkurier, 19. 4. 2000, S. 1; PLUSZ (wie Anm. 53); SZ, 27. 4. 2000.

<sup>57</sup> SZ, 27. 4. 2000 (kursiv von der Autorin).

<sup>58</sup> SZ, 20. 4. 2000; SZ, 2. 5. 2000.

Hexenbrennen üblich,<sup>59</sup> das ursprünglich den Charakter einer mobilen Geisterabwehr hatte,<sup>60</sup> sich jedoch im 20. Jahrhundert zu einer stationären Veranstaltung imaginativen Charakters entwickelte. Die Nazis pflegten das kultische Spektakel, wobei das sorbische Hexenbrennen vermeintlichen germanischen Jubelfeiern zugeordnet wurde. Die Ideologisierung des Brauches setzte sich in der DDR im Rahmen der „Erbbepflege“ in anderer Weise fort: Man bemühte sich um die Einführung eines Friedensfeuers, musste sich aber letztlich mit der beliebten älteren Brauchform abfinden. Das Gödaer Hexenbrennen, das heute wie ein Schauspiel (mit Texten) inszeniert wird, „stellt eine neue Brauch- und Veranstaltungsform dar. Es hat sich in drei Jahrzehnten herausgebildet und erfreut sich eines großen Zulaufs aus nah und fern.“<sup>61</sup>

Für das Touristenpublikum finden im Kurort Oybin (Oberlausitz) vom 1. Mai an (bis zum 30. September) „traditionelle Mönchszüge“ statt.<sup>62</sup> Der Brauch des Maibaumsetzens<sup>63</sup> ist noch in verschiedenen Orten Sachsens üblich – als „Spektakel“ zum Beispiel in Wehlen –,<sup>64</sup> und es gibt auch Belege für das versuchte und erfolgreiche Wegholen („Stehlen“) von Bäumen.<sup>65</sup> Ein prägnantes Beispiel: 1997 versuchten junge Männer des Traditions- und Schützenvereins Fischbach (Kreis Kamenz), den recht kostspieligen kommunalen Maibaum der Stadt Dresden auf dem Altmarkt abzusägen, der dort als Dekorationselement für einen Frühjahrsmarkt aufgestellt worden war. Es kam zu einem juristischen Nachspiel (Anzeige wegen Sachbeschädigung), da der Brauch nicht mehr allgemein bekannt und in Dresden ohnehin nicht nachweisbar war. Die „Brauch-

---

<sup>59</sup> Siehe Walde (wie Anm. 33), S. 29ff und Walde, Martin: Hexenbrennen in der Oberlausitz. Ideologische Vereinnahmung eines Brauchrituals. In: Mitteilungen des Landesvereins Sächsischer Heimatschutz e. V. 1997, H. 1, S. 18-27; ferner SZ, 29./30. 4. 2000.

<sup>60</sup> Sie wurde mit brennenden Besen und anderen Gegenständen vollzogen.

<sup>61</sup> Musiat, Volksleben (wie Anm. 20), S. 148. Siehe auch Musiat, Das Jahresbrauchtum (wie Anm. 20), S. 22.

<sup>62</sup> Verzeichnet u.a. in: Schlemmern, Jubilieren und Musizieren. Ein Jahresplaner durch historische Feste [in Deutschland 1996]. Berlin [1996] (1. Aufl.), S. 71.

<sup>63</sup> Zum Maibaumsetzen und Maibaumwerfen siehe Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 140f sowie Blechschmidt (wie Anm. 27), S. 66ff; Schubert, Ottmar: Maibäume. Tradition und Brauchtum. Peißenberg 1995; Meinel, Hans, Alfons Schweiggert: Der Maibaum. Geschichte und Geschichten um ein beliebtes Brauchtum. Dachau 1991. Zum sorbischen Bereich siehe Musiat, Volksleben (wie Anm. 20), S. 148; Musiat, Das Jahresbrauchtum (wie Anm. 20), S. 22ff; Sorbische Bräuche (wie Anm. 20), S. 35ff und Walde (wie Anm. 33), S. 71f.

<sup>64</sup> SZ (Pima), 29./30. 4. 2000.

<sup>65</sup> SZ (Pima), 18. 4. 2000; SZ, 29./30. 4. 2000.

ausübung“ wurde als Vandalismus eingestuft; nach zwei Jahren fand sich schließlich ein Kompromiss.<sup>66</sup>

An verschiedenen Orten beginnt man, für Bayern typische Maibäume mit Querverstrebungen, aufzustellen, auf denen Symbole des Handwerks, des bäuerlichen Alltags beziehungsweise Wappen<sup>67</sup> angebracht sind. Beim Maibaumwerfen, der regulären Entfernung des Baumes, konnte Gynz-Rekowski für Mücka (Mikow/Lausitz) 1978 noch über 10.000 Gäste aus nah und fern registrieren.<sup>68</sup> Meinel und Schweiggert weisen darauf hin, dass Touristen „Maibaumsensationen“ lieben; ein „touristenfreundlicher Maibaum“ sei ein hoher Maibaum.<sup>69</sup>

In die Frühlingsmonate fallen auch zahlreiche ortsgebundene Blüten-<sup>70</sup> und Heimatfeste sowie Märkte. Zu letzteren gehören die Heiratsmärkte, die in der volkskundlichen Literatur nur sporadisch erwähnt werden.<sup>71</sup> Manchmal könnten ihre *Funktionen* mit den sogenannten Mailehen beziehungsweise Mädchenversteigerungen zusammenfallen.<sup>72</sup>

---

<sup>66</sup> SZ, 29./30. 4. 2000. Näheres dazu bei Kania-Schütz, Monika, Jörg Hennersdorf: Maibäume in der Gegenwart – Objekte der Dekoration oder Zeugnisse einer Tradition? In: Volkskunde in Sachsen 1999, Heft 7 (= Studien 2), S. 159-170.

<sup>67</sup> Ein solcher Baum wurde in diesem Jahr beispielsweise in Meißen vor dem Bahnhof aufgestellt.

<sup>68</sup> Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 141.

<sup>69</sup> Meinel/Schweiggert (wie Anm. 63), S. 62f.

<sup>70</sup> Mit Wahl und Krönung von Blütenköniginnen; vgl. z. B. SZ, 11. 3. 1999; SZ, 18. 4. 2000; SZ (Pirma), 3. 5. 2000; Pirnaer Wochenkurier, 3. 5. 2000; DNN, 8. 5. 2000; SZ, 8. 5. 2000.

<sup>71</sup> Allgemeinere Informationen siehe in Bächtold, Hanns: Die Gebräuche bei Verlobung und Hochzeit mit besonderer Berücksichtigung der Schweiz. Eine vergleichend volkskundliche Studie. I. Band. (= Schriften der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde 11). Basel, Strassburg 1914, S. 66f. In dem ‚brauner Ideologie‘ verpflichteten Band von Stobel, Hans: Bauernbrauch im Jahreslauf (= Deutsches Ahnenerbe 2. Abt.: Fachwissenschaftliche Untersuchungen 1). Leipzig 1936, wird S. 118 der Heiratsmarkt zu Himmelfahrt in „Diesbar, Collenberg usw.“ genannt (Collenberg nicht nachweisbar: vermutlich Collmberg); S. 154 wird auf einen Heiratsmarkt in der Rhön (mit Quelle) und einen Heiratsmarkt in Reitwein in der Mark Brandenburg (ohne Quelle) hingewiesen. Letzterer ist noch heute belegbar. Siehe Schlemmer (wie Anm. 62), S. 90. Vgl. auch Edgren, Lars: Hantverkaränkor på äktenskapsmarknaden. ‚Åkekonserving‘ inom malmöthantverket 1816-1840. In: Ale. Historisk tidskrift för Skåneland, 1983, H. 4, S. 1-17; Nagy, Géza F.: A párválasztás Varsányban. In: Népi kultúra – népi társadalom 14, 1987, S. 399-429; Steinberger, Manfred: Der Leisenwälder Heiratsmarkt. Entstehung, Entwicklung und damit verbundene Traditionen. In: Gelnhäuser Heimat-Jahrbuch 42, 1990, S. 78-81.

<sup>72</sup> Vgl. Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 140; Rheinsberg-Düringsfeld, O. Frhr. von: Das Festliche Jahr. In Sitten, Gebräuchen und Festen der Germanischen Völker. Leipzig 1863, S. 142f; Rehm, Herm. S.: Deutsche Volksfeste und Volksitten (= Aus Natur und Geisteswelt 214).

Für die belgische Stadt Ecaussieneq wird ein Heiratsmarkt am 1. Mai angeführt.<sup>73</sup> Für Sachsen sind die Heiratsmärkte in Collm (Kreis Torgau-Oschatz), Jauernick (Niederschlesischer Oberlausitzkreis) und Seußlitz (Kreis Riesa-Großenhain) zu nennen, die noch oder wieder am Himmelfahrtstag stattfinden. Als in den 1960er Jahren in der DDR Christi Himmelfahrt als Feiertag wegfiel, wich man wohl zeitweilig auf das Wochenende aus. Genaue Angaben liegen dazu allerdings nicht vor. Nach Auskunft der Gemeindeverwaltung Diesbar-Seußlitz wurde das Fest „seit Jahrhunderten“ und ohne Unterbrechung (also auch in DDR-Zeiten) gefeiert.<sup>74</sup> Dagegen teilte ein leitender Vertreter des örtlichen Fremdenverkehrsamtes mit, dass der Heiratsmarkt mit Wegfall des Himmelfahrtsfeiertages sofort eingestellt worden war.<sup>75</sup> Andererseits weist ein „Jahresplaner“ für ganz Deutschland von 1996 die Heiratsmärkte von Seußlitz und Collm für unterschiedliche Tage (19. 5. [Sonntag] bzw. 23. 5.) aus.<sup>76</sup>

Auf den bekannten Heiratsmarkt von Seußlitz,<sup>77</sup> der diesem Beitrag den Titel gegeben hat, soll nun ausführlicher eingegangen werden. Er ist heute ein rein kommerzielles Fest: 1999 verzeichnete man 15.000 Besucher – eine weitere Steigerung ist für den kleinen Ort an der Elbe kaum zu verkraften.<sup>78</sup> Der Eintritt in den Ortsbereich kostet derzeit bereits sieben D-Mark.

---

Leipzig 1908, S. 30ff; Sartori, Paul: *Sitte und Brauch. Dritter Teil: Zeiten und Feste des Jahres* (= Handbücher zur Volkskunde VII/ VIII). Leipzig 1914, S. 183f; Bächtold (wie Anm. 71), S. 65; Schubert (wie Anm. 63), S. 71, und Meinl/Schweiggert (wie Anm. 63), S. 30.

<sup>73</sup> Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 140.

<sup>74</sup> Angaben im beantworteten Fragebogen des Landesvereins Sächsischer Heimatschutz zur gegenwärtigen Festgestaltung in Sachsen (September 1994).

<sup>75</sup> Information im persönlichen Gespräch am Himmelfahrtstag (24. 5.) 2001 in (Diesbar-) Seußlitz.

<sup>76</sup> Siehe Schlemmer (wie Anm. 62), S. 80f. Der Heiratsmarkt in Reitwein wird ebda, S. 90, für den 1. und 2. 6. 1996 registriert. Eine Überprüfung des für Seußlitz angeführten Termins (19. 5. 1996 – Sonntag statt Himmelfahrtsdonnerstag) im lokalen Fremdenverkehrsamt am 1. 6. 2001 ergab, dass es sich wohl um eine Fehleintragung in der Publikation handelt. Der Heiratsmarkt in Seußlitz begann auch 1996 am Himmelfahrtstag, dauerte allerdings drei Tage.

<sup>77</sup> SZ, 15./16. 4. 2000; DNN, 15./16. 4. 2000; PLUSZ 22, 2000; DNN, 2. 6. 2000.

<sup>78</sup> Laut SZ, 23. 5. 2001 wurden für Himmelfahrt 2001 ca. 20.000 Gäste erwartet. Im Jahre 2000 ließen sich in Diesbar-Seußlitz ca. 150 Paare auf Zeit ‚trauen‘, einige Herren sogar mit mehreren Bräuten. In Jauernick waren es ca. 400 Paare bei ca. 7.000 Besuchern. Die Zahlen für 2001 lagen noch nicht vor.

Was lässt sich zum Ursprung des Seußlitzer Heiratsmarktes ermitteln? Eine Dissertation aus dem Jahre 1940 über „Das Brauchtum des Jahreskreises im Lommatzcher Land“<sup>79</sup> führt die Heiratsmärkte an, die „jetzt nur noch im Lommatzcher und Oschatzer Land“, und zwar in Diesbar-Seußlitz und auf dem Collmberg, stattfinden,<sup>80</sup> wobei auf den Charakter des Festes in der (damaligen) Gegenwart und jüngsten Vergangenheit eingegangen wird.<sup>81</sup> So werden die zahlreichen Orte genannt, aus denen in der Vorkriegszeit<sup>82</sup> junge Bauern und Bauerntöchter zum Heiratsmarkt nach Diesbar-Seußlitz kamen.

Im Hinblick auf den Ursprung des Festes wird lediglich pauschal auf die Heiratsmärkte zahlreicher Völker in der Frühlingszeit verwiesen. Abschließend wird festgestellt, dass die Heiratsmärkte mittlerweile für die bäuerliche Jugend viel von ihrer ehemaligen Anziehungskraft eingebüßt hätten. Einmal gäbe es viele andere Gelegenheiten, sich kennenzulernen; zum anderen würde man sich von den Märkten fernhalten, weil „seit den zwanziger Jahren Städter, Dienstleute und sonst allerlei ‚Hutch‘, das der bäuerlichen Berufs- und Lebenssphäre fremd gegenübersteht, diese besucht“, und die Heiratsmärkte „daher in den letzten Jahren mehr und mehr zu Stätten bloßen Vergnügensrums geworden“ seien.<sup>83</sup>

Im Rahmen der heimatkundlichen Bestandsaufnahme, die zu DDR-Zeiten von der Arbeitsgruppe Heimatforschung im Geographischen Institut der Akademie der Wissenschaften durchgeführt wurde, konnte lediglich registriert werden, dass der frühere Heiratsmarkt von Seußlitz – als Volksfest – von einem herbstlichen Weinfest abgelöst worden ist.<sup>84</sup> Ob

---

<sup>79</sup> Rosseck, Irmengard: Das Brauchtum des Jahreskreises im Lommatzcher Land. Ein Beitrag zur sächsischen Volkstumsgeographie. Leipzig (Inauguraldissertation) 1940. Vom Stadtarchiv Meißen wurden freundlicherweise die für die folgenden Ausführungen relevanten Passagen abgelichtet.

<sup>80</sup> Ebda, S. 109. Als Quellen werden Zeitungsbeilagen, wie Heimat Großenhain, Unsere Heimat Coswig, Die Meißner Heimat etc. genannt; ebda, S. 228.

<sup>81</sup> Ebda, S. 109.

<sup>82</sup> Gemeint ist die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg.

<sup>83</sup> Rosseck (wie Anm. 79), S. 109. Hutch: gemäßigt abwertende Bezeichnung für Personengruppen, bis in die 1940er/50er Jahren gebraucht; Bezug zu engl. *hutch* [mit den Achseln zucken]? Vgl. auch Grimm, Jacob, Wilhelm Grimm: Deutsches Wörterbuch. 4. Bd., 2. Abt. Leipzig 1877, Sp. 1993f.

<sup>84</sup> Seußlitz, Ortsteil von Diesbar-Seußlitz, besteht aus [...]. In: Elbtal und Lößhügelland bei Meißen. Ergebnisse der heimatkundlichen Bestandsaufnahme in den Gebieten von Hirschstein und Meißen (= Werte unserer Heimat 32). Berlin 1979, S. 57-62, hier S. 57.

man an keine alten Quellen herankam oder nicht sonderlich daran interessiert war – zum Zeitpunkt des Erscheinens der Publikation, 1979, war Christi Himmelfahrt als Feiertag in der DDR bereits abgeschafft –, sei dahingestellt.<sup>85</sup>

Häufig wird in der Literatur von einer „Sage“ beziehungsweise „Legende“ gesprochen,<sup>86</sup> die die Etablierung des Heiratsmarktes mit der Auflösung des seit 1268 im Seußlitzer Schloss<sup>87</sup> befindlichen Klarissinnenklosters im Zuge der Reformation in Verbindung bringt. (Die eheliche Versorgung der einstigen Nonnen sollte gesichert werden.) Allerdings wird fast immer betont, dass es sich um eine unverbürgte Erzählung, eine versuchte Erklärung im Nachhinein handelt. Es ist bemerkenswert und sicher kein Zufall, dass diese Geschichte in keiner sächsischen Sagensammlung erscheint.<sup>88</sup> Nachweisen lässt sich lediglich eine Schatzsage im Zusammenhang mit der Auflösung des Klarissinnenklosters: Die Nonnen sollen bei ihrem Auszug einen „großen Schatz“ vergraben haben – in der Hoffnung, ihn bei der erwünschten Rückkehr wieder ausgraben zu können.<sup>89</sup> Letzteres war ohne Zweifel nur ein Sagen-Wunsch, berichtet

---

<sup>85</sup> Die einschlägige Publikationsreihe zeichnet sich allerdings durch das Bemühen um ‚Tiefgang‘ aus.

<sup>86</sup> Zur „Sage“ vgl. Diesbar-Seußlitz. In: Sächsische Weinstraße. Fotos von Erich Tönsperotto. Text von Wolfgang Knappe. Hamm 1995, S. 28 ff, hier S. 30 und Kluge, Ulrich, Karin Herrmann: Sächsische Feste. München, Wien 1998, S. 30f.

<sup>87</sup> Es handelte sich um das seit 1250 erbaute Landschloss des Markgrafen Heinrich des Erlauchten, das dieser zum Gedenken an seine verstorbene Frau 1268 mit 17 zugehörigen Dörfern den Klarissinnen als Kloster stiftete und das „namentlich den Prinzessinnen des Wettinischen Hauses und den Töchtern des Adels der Lommatzcher und Großenhainer Pflege ein behagliches Asyl [...] bot“. Schmidt, Otto Eduard: Die Elbdörfer Diesbar und Seußlitz. In: Mitteilungen des Landesvereins Sächsischer Heimatschutz VII, 1918, H. 9/12, S. 164-176, hier S. 173. Siehe zudem Elbtal und Löbthügelland (wie Anm. 84), S. 57ff.

<sup>88</sup> Auch nicht in der umfassenden Sammlung von Meiche, Alfred: Sagenbuch des Königreichs Sachsen. Leipzig 1903 und den ihr zugrunde liegenden Quellen. Uther, Hans-Jörg: Sächsische Sagen. München 1992, der gleichermaßen Sagensammlungen und Chroniken herangezogen hat, erwähnt eine solche Sage ebenfalls nicht. Es sollte an dieser Stelle daran erinnert werden, dass es zur Sagenbildung keineswegs eines entsprechenden realen Ereignisses bedarf. Wenn aber weder historische noch Erzähl-Quellen vorliegen, ist die Wahrscheinlichkeit, dass das betreffende – im gegebenen Falle zur Sagenbildung geradezu prädestinierte – Phänomen weit zurück reicht, auf jeden Fall sehr gering.

<sup>89</sup> Schmidt, Otto Eduard: Kursächsische Streifzüge. Dritter Band: Aus der alten Mark Meißen. Leipzig 1906, S. 141f; Pohl, Hans-Jürgen: Geschichten und Sagen des Meißner Landes, geschrieben nach alten Chroniken, Urkunden, Überlieferungen. Teil I, II, III. Meißen 1989-1995, S. 40f., Nr. 25 Der Juwelen- und Silberschatz von Seußlitz (Quelle: Markus, P.: Das

doch Karl Julius Hofmann 1844 nach alten Quellen Folgendes über die Auflösung des Klosters:

„Als die Visitatoren (1540) erschienen, fanden sich die Nonnen (14 an der Zahl) sehr bereitwillig von dannen zu ziehen, indem sie bereits die Ordenskleidung schon abgelegt hatten. Die Aebtissin, Barbara v. Haugkwitz, nahm sogleich die gereinigte Lehre an und heirathete den voigtländischen Prediger Johann v. Mila (v. Mylau?). Ihrem Beispiele folgten wahrscheinlich auch die übrigen Nonnen.“<sup>90</sup>

Es gibt also keinen Grund dafür, den Ursprung des Seußlitzer Heiratsmarktes in sehr frühen Zeiten zu suchen.<sup>91</sup> Nach Auskunft des bereits erwähnten Mitarbeiters im Fremdenverkehrsamt von Diesbar-Seußlitz<sup>92</sup> wurde der Brauch im 19. Jahrhundert von findigen Wirtsleuten der Gegend initiiert. Diese Aussage wirkt recht glaubwürdig; eine schriftliche Quelle konnte freilich nicht angegeben werden.<sup>93</sup>

Erwähnenswert ist noch eine Mitteilung aus dem ersten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts, dass das Volk, obwohl von dem Klarissinenkloster „außer den Grüften und Grabsteinen unter der Kirche nichts mehr übrig“ sei, „noch immer [...] den in die Zeit der Rosenblüte fallenden ‚Marienitag‘ mit Musik und fröhlichen Schmäusen auf dem grünen Plan hinter dem Gasthofe“ feiere, wobei sich „noch immer [...] an diesem Tage den Besuchern die Pforten des schönen Schlossparks, des ehemaligen Klostergartens“,<sup>94</sup> öffnen würden.

---

Klarissinenkloster zu Seußlitz. In: Mitteilungen des Vereins für Geschichte der Stadt Meißen 1931).

<sup>90</sup> Hofmann, Karl Julius: Das Meißner Niederland in seinen Naturschönheiten und Merkwürdigkeiten oder das sächsische Italien in den Meißner und Dresdner Gegenden mit ihren Ortschaften. Ein Volksbuch für Natur- und Vaterlandsfreunde topographisch=historisch und poetisch dargestellt und im Selbstverlag herausgegeben. Dresden und Leipzig 1844, S. 121.

<sup>91</sup> Wie dies z. B. bei Kluge/Herrmann (wie Anm. 86) ohne jede Quellenangabe geschieht.

<sup>92</sup> Am 24. 5. 2001 während der Veranstaltung in Seußlitz (auf Anfrage der Autorin).

<sup>93</sup> Allerdings liegt im Fremdenverkehrsamt Diesbar-Seußlitz bio-bibliografisches Material vor: Ein Mann berichtet davon, wie er seine Frau am Ende des 19. Jahrhunderts auf dem Heiratsmarkt Seußlitz kennengelernt hat.

<sup>94</sup> Schmidt (wie Anm. 89), S. 14; vgl. auch Schmidt (wie Anm. 87), S. 174. Marienitag: Hier ist unklar, welches Fest bezeichnet wird; eventuell geht es gar nicht um einen speziellen Marienfesttag. Das *Fest Maria Königin* am 31. Mai kann nicht gemeint sein, da es erst 1954 durch Papst Pius XII. eingeführt wurde (Lexikon für Theologie und Kirche, Bd. 7. Freiburg 1962, Sp. 68). Das *Fest Mariä Heimsuchung* am 2. Juli ist unwahrscheinlich, weil die Rosenblüte früher liegt; ebda. „Überdies feiert die Kirche den Mai als den *Monat der Gottesmutter Maria*.“ Gynz-Rekowski (wie Anm. 20), S. 145. (Kursiv im Original.)

Im Folgenden sei der Ablauf der Veranstaltung am Himmelfahrtstag des Jahres 2001 kurz skizziert:<sup>95</sup> Ein Festzug, der von einem Spielmannszug, einer Kutsche mit dem offiziellen Brautpaar und einer Eisenbahn auf Rädern („Hummelbahn“ mit Lokalprominenz, Presse etc.) angeführt, aber nur von sehr wenigen Besuchern begleitet wurde, bewegte sich von Diesbar nach Seußlitz bis zum Tor des Schlosshofes. Vor dem Eingang<sup>96</sup> befand sich rechts eine kleine überdachte, kaum geschmückte Bühne, auf der die „Trauungen“ stattfanden. Bei der ersten Zeremonie wurde (und wird stets) der Schirmherr des Festes (in diesem Jahr Bob-Olympiasieger Harald Czudaj) mit der amtierenden sächsischen Weinkönigin für 24 Stunden getraut. Danach konnten beliebig viele „Jux-Ehen“ für 14,14 DM Verwaltungsgebühr geschlossen und abends wieder geschieden werden.

Die „Trauung“ erfolgte durch einen „Jux-Pfarrer“ (in weinrotem *Mönchs*-habit mit Kapuze und fezartiger Mütze), dem eine „Jux-Nonne“ (in evangelischer *Pfarrer*kleidung und Nonnenhaube) assistierte. Man erhielt Pappringe (made in Südostasien), eine Heiratsurkunde und eine kleine Flasche Wein. Es gab weder eine einleitende Erläuterung für auswärtige Gäste (z. B. eine anwesende Reisegruppe aus den Altbundesländern) noch den geringsten Versuch, die Zeremonie ansprechend zu gestalten. Die Braut war nur durch ein kleines Kränzchen und ein Sträußchen als solche zu erkennen; der Bräutigam trug nicht einmal einen dunklen Anzug. Zur schnell abgewickelten „offiziellen Trauung“ gehörten Brotschneiden und Holzsägen als Elemente traditioneller ländlicher Hochzeit.

Die Moderation der anschließenden Publikums-„Unterhaltung“ war langweilig und lasziv. Ringsherum Rummelatmosphäre: Losbuden, Buden für Speisen (Würstchen, Pizza u. ä.) und Getränke (Bier, Schnaps, Wein), Kinderkarussell, Verkaufsstände. In einiger Entfernung konnte man die gepflegten Winzerstuben und Weinrestaurants der Sächsischen Weinstraße besuchen. Der Hauptanstoß der vorwiegend jugendlichen Besucher fiel in den frühen Nachmittag, für den eine bekannte Rockformation angekündigt war. Außerdem war die Prämierung der originellsten Teilnehmerkostüme und Fortbewegungsmittel vorgesehen. Alles in allem

---

<sup>95</sup> Von der Autorin persönlich erlebt. – Wesentliche Abweichungen vom Ablauf in den Jahren 1999 und 2000 sind angesichts der vorliegenden Zeitungsberichte unwahrscheinlich.

<sup>96</sup> In früheren Jahren, bevor das Schloss in Privathand übergegangen war, im Schlosshof.



Heiratsmarkt in Seußlitz am 24. Mai 2001 – Pfarrer und ‚24-Stunden-Ehepaar‘ aus dem Kreis der Veranstaltungsbesucher. Foto: Archiv SZ

*Und am Himmelfahrtstag zum Heiratsmarkt ...*



Heiratsmarkt in Seußlitz am 24. Mai 2001 – das offizielle ‚Ehepaar‘ des Jahres mit Nonne. Foto: Archiv SZ

eine unspezifische Unterhaltungsshow ohne jeglichen Informations- oder Bildungsanspruch.<sup>97</sup> Die Einnahmen der Veranstalter waren ohne Zweifel beträchtlich.

Auf dem Dresdner Frühjahrsmarkt trat im Jahre 2000 eine Folklore-Gruppe aus Wurzen mit Gesang und Tanz auf, der es gelang, zufällig anwesendes Publikum zum begeisterten Mitmachen zu animieren.<sup>98</sup> Worin bestand das Geheimnis ihres spontanen Erfolgs? Vermutlich in ihrer Spiel- und Singfreude und ihrer Integrationsfähigkeit. Niemand wollte sich ‚produzieren‘.

Ein bekanntes und sehr frequentiertes sächsisches Marktfest ist die Annaberger Kät am Sonntag nach Pfingsten. Sie hat sich von einem Wallfahrtsfest über ein sommerliches Totenfest und eine Kirchweih schon im 19. Jahrhundert zum bunten Jahrmarktstreiben entwickelt, das – nicht zuletzt durch groß angelegte Werbung in den Medien – viele Menschen nicht nur aus dem Erzgebirge anzieht.<sup>99</sup>

Zahlreiche Orts-, Stadt-, Stadtteil-, Straßen- und andere Volksfeste finden ebenfalls im Frühling und im Frühsommer statt.<sup>100</sup> Zu einem beachtlichen Teil sind sie neu entstanden, wie zum Beispiel ein Volksfest in Seiffenhensdorf (Oberlausitz) – das sogenannte Karasekfest. Es hat seinen Namen von Johannes Karasek, der am Ende des 18. Jahrhunderts als Räuberhauptmann das nordböhmisches-deutsche Grenzgebiet unsicher machte und als „edler Räuber“ in die Folklore eingegangen ist,<sup>101</sup> und wird zu Beginn der Urlaubssaison als Spektakel mit Sagengestalten und Handwerkspräsentationen gefeiert, wobei durchschnittlich 6.000 Besucher angelockt werden. Für Kinder gibt es ein „Querxenland“ (Zwergenland).<sup>102</sup>

---

<sup>97</sup> Am Rande des Festes gab es (nur) für Reisegruppen Kurzführungen durch den Ort und zugängliche Teile des Schlossparks.

<sup>98</sup> SZ, 2. 5. 2000. Von der Autorin auch selbst erlebt.

<sup>99</sup> Vgl. Blechschmidt (wie Anm. 27), S. 97ff.

<sup>100</sup> Regelmäßige Anzeigen in der SZ (und in anderen Zeitungen) schon vom Januar (1999) an. Siehe z. B. SZ, 31. 3. 1999.

<sup>101</sup> Neben den Sagen in den einschlägigen Sammlungen vgl. auch den ‚Volkserzählungsroman‘ Johannes Karasek, der Räuberhauptmann aus der Oberlausitz. Vorwort: Axel Melzig. Bautzen 1996.

<sup>102</sup> SZ, 29./30. 4. 2000; DNN, 29./30. 4. 2000.

Das alljährlich im Mai in Radebeul stattfindende mehrtägige Karl-May-Fest<sup>103</sup> verbindet Indianistik mit Indianer- und Westernromantik. Die Zahl der Besucher wurde im Jahr 2000 auf 30.000 geschätzt. Sie steigt ständig, zumal auch Vertreter von Indianerstämmen aus den USA sowie aus Mittel- und Südamerika und verschiedene Prominente anwesend sind. Besondere Aufmerksamkeit wird der kleidungsmäßigen Repräsentanz sowie sportlichen Wettkämpfen gewidmet. Die Präsenz von Kurden (Vorführung einer kurdischen Hochzeit) wird als Gegengewicht zur barbarischen Darstellung der Kurden bei Karl May verstanden. Erklärtes Ziel der Veranstaltung ist es, ethnische Vorurteile durch ein Bekenntnis zur Multikulturalität zu ersetzen, während in Hohenstein-Ernstthal, der Geburtsstadt Karl Mays, trotz „stilechtem Indianerdorf“ eher ein Karl-May-Kult gepflegt wird.<sup>104</sup> Ungeachtet des Showcharakters vermittelt die Radebeuler Veranstaltung dem vorwiegend jugendlichen Publikum ethnologische Kenntnisse, woran das ortsansässige Karl-May-Museum zweifellos großen Anteil hat. Während des Jahres sorgen unter anderem ABM-Indianer für eine einschlägige Freizeitkultur.<sup>105</sup>

Verschiedene Stadtfeste, vor allem aber Schloss- und Burgfeste oder Ritterfestspiele<sup>106</sup> bieten „Mittelalterspektakel“<sup>107</sup>. Das Stadtfest Wittenberg inszeniert Luthers Hochzeit.<sup>108</sup> Beim Meißner Markgrafenfest (im Burggelände) wird eine gotische Hochzeit zelebriert – vorher ‚eingeübt‘,<sup>109</sup> ansonsten bekommt man Landsknechts- und ‚Volks‘-Leben präsentiert. Auf Burg Stolpen werden bei einer Sonderführung unter dem Titel „Eine sagenhafte Veste“ Sagen und Legenden der Burg und der

---

<sup>103</sup> SZ, 5. 5. 2000; SZ, 26. 5. 2000; Wochenkurier, 31. 5. 2000; SZ, 3./4. 6. 2000; SZ, 5. 6. 2000.

<sup>104</sup> SZ, 3./4. 6. 2000.

<sup>105</sup> SZ, 5. 5. 2000. ABM (=Arbeitsbeschaffungsmaßnahme)-Stellen werden in Deutschland von staatlicher Seite an Arbeitslose vergeben. Diese Beschäftigungsverhältnisse dauern einige wenige Monate bis höchstens ein Jahr. Die ABM-Indianer werden an das Karl-May-Museum Radebeul oder an andere, für die Veranstaltung oder Jugendbetreuung zuständige, Institutionen vermittelt.

<sup>106</sup> Z. B. Ritterturnier im Schlossgelände von Thürmsdorf. SZ, 27./28. 3. 1999; DNN, 13. 4. 2000; SZ (Pima), 18. 4. 2000; SZ, 20. 4. 2000; SZ (Pima), 25. 4. 2000. Ritter und Musikanten aus Schloss Weesenstein – SZ (Pima), 8. 6. 2000; SZ, 10./11. 6. 2000; DNN, 13. 6. 2000.

<sup>107</sup> Die DNN, 15./16. 4. 2000 berichten über solche Mittelalterspektakel unter der Überschrift „Hauen und Stechen im Burghof und das Mittelalter lässt grüßen“.

<sup>108</sup> SZ, 19. 6. 2000.

<sup>109</sup> DNN, 13. 4. 1999; SZ, 14. 4. 2000; DNN, 15./16. 4. 2000; SZ, 25. 4. 2000.



Markgrafenfest in Meißen 2001 – Brautpaar aus Meißen in historischen Kostümen („echte“ Trauung). Foto: Archiv SZ

Stadt Stolpen vorgestellt.<sup>110</sup> Das Klosterfest in Panschwitz-Kuckau<sup>111</sup> bietet sorbische Folklore ebenso wie die Wallfahrt der katholischen Sorben zu Pfingsten nach Rosenthal.<sup>112</sup>

Puppenspiele (im Radebeuler Hohenhaus und in anderen Spielstätten) und Puppenspielfeste (in Hohnstein, Sächsische Schweiz) sind vor allem für Kinder konzipiert; sie spielen im Tourismus der Sächsischen Schweiz aber eine beachtliche Rolle.<sup>113</sup> Der Christopher Street Day wurde aus den USA übernommen.<sup>114</sup> In den neuen Bundesländern wird er – abgesehen von Berlin und Erfurt – bislang nur in Dresden gefeiert (zwischen 7. und 10. Juni).<sup>115</sup> Die Zahl der Schaulustigen dominiert in Dresden. In Leipzig gibt es zu Pfingsten ein Wave-Gotik-Treffen.<sup>116</sup>

Symbole der sächsischen Sonnenwend-<sup>117</sup> beziehungsweise Johannistagsfeiern sind die nächtlichen Feuer. Berichtet wird auch über Sonnenwendveranstaltungen außerhalb Sachsens beziehungsweise Deutschlands. Reisebüros ermöglichen zum Beispiel die Teilnahme an der Sonnenwendfeier in Stonehenge (England)<sup>118</sup> und am Johannistag auf der spanischen Baleareninsel Menorca.<sup>119</sup>

Das Dresdner Elbhangfest,<sup>120</sup> das seit 1991 jeweils am letzten Juniwochenende gefeiert wird, ist eine Mixtur aus anspruchsvollen Musik- und Kunstangeboten, historischen Shows (dem Festumzug wurde in den

---

<sup>110</sup> SZ (Pima), 29./30. 4. 2000.

<sup>111</sup> SZ, 22. 5. 2000.

<sup>112</sup> SZ, 13. 6. 2000.

<sup>113</sup> Zu Puppenspiel und Puppenspieler siehe z. B. SZ, 19. 2. 1999; SZ, 17. 3. 1999; DNN, 27. 4. 2000; SZ, 29./30. 4. 2000; DNN, 3. 5. 2000; SZ, 23. 5. 2000; SZ, 30. 5. 2000.

<sup>114</sup> Als Veranstaltung – der Name entstand in Deutschland, wobei man vom ersten Veranstaltungsort, der Christopher Street in New York, ausging – <http://mir.drugtext.org.aidshilfe/html/events/csday.htm>, Zugriff 8. 6. 2001.

<sup>115</sup> SZ, 10./11. 6. 2000; SZ, 13. 6. 2000; SZ, 26. 6. 2000.

<sup>116</sup> SZ, 13. 6. 2000. Die Wave-Gotik-Treffen sind Ausdruck einer jugendlichen Subkultur romantisch-mystischer Prägung. Die Kleidung ist betont schwarz, manchmal auch schwarz-weiß; die Haare werden oft hochfrisiert und farbenfroh getragen. Elektronische Musik spielt eine wichtige Rolle. Die Leipziger Veranstaltung zu Pfingsten ist etabliert, aber unbedeutend etwa im Vergleich zur Berliner Love Parade. Siehe auch: <http://www.wave-gotik-treffen.de/historie.html>, Zugriff 24. 8. 2001.

<sup>117</sup> SZ, 13./14. 5. 2000; SZ (Pima), 16. 6. 2000.

<sup>118</sup> SZ, 13./14. 5. 2000; SZ, 22. 6. 2000.

<sup>119</sup> SZ, 17./18. 6. 2000.

<sup>120</sup> DNN, 18. 1. 1999; SZ, 9. 3. 1999; SZ, 6. 6. 2000; SZ (Pima), 7. 6. 2000; SZ, 14. 6. 2000; Sächsischer Bote, 15. 6. 2000; SZ (Pima), 15. 6. 2000; DNN, 22. 6. 2000; SZ, 26. 6. 2000.

letzten Jahren durch ironische Kommentare und Kostümierung zunehmend der pseudohistorisch-kitschige Charakter genommen),<sup>121</sup> Handwerkspräsentationen, sportlichen Veranstaltungen und Marktleben. Dieses Fest bietet sozusagen jedem etwas.

Zumindest für jugendliche Teilnehmer gilt dies auch für das Fest Bunte Republik Neustadt,<sup>122</sup> das trotz mancher finanzieller Schwierigkeiten ebenfalls jedes Jahr im Juni in der Dresdner Neustadt veranstaltet und von einer spezifischen jugendlichen Subkultur getragen wird. Diese Kultur ist diversen Einflüssen gegenüber offen und wirkt darum weit über den eigenen Bereich hinaus.<sup>123</sup>

Ein fröhliches Fest für Gymnasiasten (und ihre Angehörigen und Freunde) ist der Letzte Schultag.<sup>124</sup> Er wird seit der Wende 1989 begangen; die gebräuchlichere Bezeichnung Last School Day deutet auf seinen amerikanischen Ursprung hin. Die geistvoll-lustigen Darbietungen sind – zumindest in Dresden – weit entfernt von billiger Show. Das Fest hat übrigens einen Vorläufer in DDR-Zeiten: die Umzüge der Schüler der Polytechnischen Oberschulen in der Öffentlichkeit, vor allem in Dresden, am letzten Schultag. Bei diesen Umzügen dominierten Lärm und Verteufelung der Schule; spaßige Einfälle beschränkten sich in der Regel auf die Kleidung und andere Requisiten.

Es ist kein Zufall, dass – abgesehen vom sorbischen Osterreiten – kaum religiös-konfessionelle Bräuche angesprochen wurden. Erstens ist Sachsen ein protestantisches Gebiet, zweitens liegen die relevanten katholischen Prozessionstage Allerseelen und Allerheiligen in der zweiten Jahreshälfte, und drittens sind konfessionelle Lebensfeste, wie Konfirmation und Erstkommunion, im familiären Rahmen angesiedelt und

---

<sup>121</sup> Man bekennt sich nunmehr offen zum Spektakel. Das ist eine sehr interessante und wohl auch begrüßenswerte Entwicklung. Bei den ersten Elbhangfesten, unmittelbar nach der Wende, wurde todermst ‚zelebriert‘.

<sup>122</sup> SZ, Juni 19. 2. 1999; SZ, 17. 3. 1999; DNN, 27. 4. 2000; SZ, 29./30. 4. 2000; Sächsischer Bote, 15. 6. 2000; SZ, 17./18. 6. 2000; SZ, 19. 6. 2000. Es handelt sich um ein mehrtägiges sommerliches Fest einer in der Dresdner Neustadt etablierten jugendlichen Subkultur. Die Angebote reichen von Kinderspielen über Sportveranstaltungen, Musik- und Tanzprogrammen bis hin zu Ausstellungen.

<sup>123</sup> Bedauerlicherweise kam es am Ende der diesjährigen Veranstaltung erstmals zu massiven Ausschreitungen, die das Weiterbestehen dieses Festes kreativer Jugendkultur in Frage stellen könnten.

<sup>124</sup> Z. B. SZ, 16. 6. 2000.

insofern kein allgemeines Veranstaltungsangebot. Hochzeiten können dies durchaus sein, wenn sie beispielsweise auf Burgen oder in Schlössern, nach einem alten Ritus oder zu bestimmten Terminen (wie 9. 9. 1999)<sup>125</sup> stattfinden. So ist es in Sachsen möglich, unter anderen auf der Albrechtsburg Meißen,<sup>126</sup> auf Schloss Weesenstein,<sup>127</sup> auf Schloss Kuckuckstein in Liebstadt,<sup>128</sup> auf Schloss Purschenstein<sup>129</sup> und auf der Festung Königstein<sup>130</sup> zu heiraten. Ein entsprechendes Ambiente mit „historischen Dekorationen“ im Burg- oder Schlossbereich, etwa „Festungskommandant“ in Tracht,<sup>131</sup> potenziert den Wert der Show.

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass in der Presse auch recht häufig über Bräuche und Feste außerhalb Sachsens berichtet wird. Dabei dominieren bunte Vielfalt (Fastnachtsbräuche in Süddeutschland, Rosenmontag im Rheinland) und Exotik (Karneval in Rio de Janeiro). Erläuterungen sind äußerst selten beigegeben.

Bildungsangebote machen eigentlich nur museale Ausstellungen, die die Showeffekte in angemessenen Grenzen halten. Allerdings sind auch in Museen ausgestellte Zeugnisse der Sachkultur häufig Gegenstände der Vermarktung, wie etwa die „Erzgebirgische Volkskunst“.<sup>132</sup> In speziellen Fällen können museale Präsentationen sogar Event-Charakter annehmen. Das traf unter anderem auf eine Exposition zum Alltagsleben in der DDR im Dresdner Stadtmuseum zu,<sup>133</sup> die zahlreiche Besucher anzog. Viele Museen bieten als zusätzliche Publikumsattraktion die Möglichkeiten kreativer Mitgestaltung: Das Museum für Sächsische Volkskunst in Dresden lädt zu Ostern zum Frühlingsliedersingen (mit Hausorgelbegleitung und verteilten Textblättern) und zum Basteln (Kinder) ein.<sup>134</sup> Die Termine findet man in der Tagespresse und in verschiedenen

---

<sup>125</sup> DNN, 22. 1. 1999; Wochenkurier, 27. 1. 1999; SZ, 28. 1. 1999; DNN, 8. 3. 1999; DNN, 9. 3. 1999; SZ, 12. 3. 1999; Morgenpost, 12. 3. 1999; SZ, 13. 3. 1999.

<sup>126</sup> SZ, 3. 4. 2000.

<sup>127</sup> Verschiedentliche Hinweise in Presse und Rundfunk. Telefonische Bestätigung durch die Schlossverwaltung am 3. 6. 2001.

<sup>128</sup> SZ, 28. 1. 1999; SZ, 13. 4. 2000.

<sup>129</sup> <http://www.neuhausen-erzgebirge.de/schloss.htm>, Zugriff 2. 8. 2000.

<sup>130</sup> SZ, 29./30. 4. 2000; SZ, 8. 5. 2000.

<sup>131</sup> BILD, 12. 5. 2000; SZ, 23. 6. 2000 (jeweils Beispiel Königstein).

<sup>132</sup> Vgl. den Bericht über die Handelskette „Erzgebirgische Volkskunst“ in der SZ, 30./31. 1. 1999.

<sup>133</sup> SZ, 25. 2. 1999; BILD, 15. 3. 1999.

<sup>134</sup> Die weihnachtlichen Pendants dazu sind naturgemäß von noch größerer Bedeutung.

Prospekten. Zunehmend werden auch Zeugnisse *ferner* – durch den Massentourismus nicht unbedingt *fremder* – Kulturen nicht nur in den zuständigen Völkerkundemuseen, sondern auch in einheimischen Freilichtmuseen und anderen Präsentationsräumen gezeigt.<sup>135</sup>

Die Erlebniswelt Volkskultur ist freilich keineswegs auf den engeren Brauchbereich beschränkt. Feste finden auch im Umfeld von technischen Anlagen, wie Mühlen,<sup>136</sup> Hammerwerken,<sup>137</sup> Kalköfen etc., statt. Für den bäuerlich-ländlichen Bereich ist der Sensen-Wettbewerb im Rahmen eines „Erlebniswochenendes“ bei den „Aktionstagen“ in Mohorn und im Tharandter Wald anzuführen.<sup>138</sup> Das Treidlerfest in Krippen an der Elbe macht ehemals schwerste körperliche Arbeit zum Gaudium.<sup>139</sup>

Auch die Folklore ist integriert. In Dresden werden an bestimmten Orten Märchen und Geschichten für Kinder und/oder Erwachsene erzählt:<sup>140</sup> im Türkischen Bad von Schloss Albrechtsberg, im Hungerturm der Wachbergshänke, in den Kasematten unter der Brühlschen Terrasse, im Glockenspiel-Pavillon des Zwingers, im Afrikahaus des Zoos und im Kaminzimmer des Karl-May-Museums in Radebeul. In der Dresdner Yenidze (früheres Tabakkontor in Form einer Moschee) wird neben dem einheimischen vor allem orientalisches Erzählgut gepflegt – und zwar in Verbindung mit Bauchtanz. Die Vorstellungen sind stets ausverkauft.

In einem sächsischen Gebirgsort werden Partys mit folkloristischem Touch, sogenannte „Alm-Partys“, angeboten.<sup>141</sup> Auf Märkten werden alte Handwerke und Volkskunst präsentiert, zum Teil für Kinder zum selbständigen Nachgestalten. Auch Messen und messeähnliche Veranstaltungen, welche die Kleidung, Nahrung und andere Produkte einer Region oder eines (Bundes-)Landes vorstellen,<sup>142</sup> können zur Erlebniswelt Volkskultur gerechnet werden. In bestimmten Kaufhäusern sind Utensilien aus

---

<sup>135</sup> Z. B. eine Ausstellung zur Berber- und Beduinenkultur Nordafrikas im angrenzenden Thüringen. SZ, 22. 2. 1999.

<sup>136</sup> DNN, 13. 3. 1999; DNN, 3./4. 6. 2000; SZ, 10./11. 6. 2000; SZ, 27./28. 6. 2000. Zum Mühlentag am Pfingstmontag 2000 gab es „Mühlenspektakel“.

<sup>137</sup> Siehe z. B. SZ, 22. 5. 2000.

<sup>138</sup> SZ, 24./25. 6. 2000.

<sup>139</sup> Schon angezeigt in der SZ, 18. 4. 2000 für den 26. August 2000.

<sup>140</sup> DNN, 19. 2. 1999.

<sup>141</sup> Party auf der Sachsenalm in Gohrisch vgl. SZ, 29. 1. 1999.

<sup>142</sup> DNN, 5. 1. 1999; SZ, 20. 1. 1999; SZ, 23./24. 1. 1999; SZ, 11. 2. 1999. Die Messe Dresdner Hochzeit '99 präsentierte beispielsweise Sebnitzer Brautschmuck.

DDR-Zeiten für sogenannte „Zonenpartys“ zu erwerben, die in der Dresdner „Funfactory“ stattfinden.<sup>143</sup> Die letztgenannten beiden Bezeichnungen sprechen für sich.

Bereiche des Volksglaubens werden im Satanismus/Satanskult jugendlicher Randgruppen lebendig<sup>144</sup>, denen die auffällige Kleidung mit Dominanz von Schwarz die gewünschte Aufmerksamkeit sichert.<sup>145</sup> Volksmedizinische Praktiken sind in Meditations- und Begegnungszentren aufzuspüren.<sup>146</sup> Man kann auch eine „Schamanin“ als Heilkundlerin aufsuchen.<sup>147</sup>

Kehren wir zu den Bräuchen und Festen zurück. Zunächst lässt sich feststellen, dass kaum noch alte Bräuche und Feste in ihrer originalen Form (Funktion) nachzuweisen sind. Das ist eigentlich ganz normal, da die Gesellschaften und Gemeinschaften, zu deren Funktionieren sie ursprünglich beizutragen hatten, nicht mehr oder nur noch als Relikte existieren. Dennoch landeten die Bräuche und Feste nicht auf dem Müllhaufen der Geschichte, wenn sie gepflegt und inszeniert wurden. Die vor einigen Jahrzehnten vorherrschenden folkloristischen Brauch-Inszenierungen konnten durchaus temporär eine sekundäre Funktion übernehmen: Man denke nur an die Bräuche von Flüchtlingen und Vertriebenen, die nach dem Zweiten Weltkrieg in den alten Bundesländern intensiv gefördert wurden und in vielen Fällen auch eine bedeutsame psychologische Dimension hatten. Die in der DDR inszenierten Bräuche vermittelten nicht nur, wie gewünscht, historische Bildungsinhalte, sondern verzerrten diese meist auch: einmal durch die mehr oder weniger willkürliche Auswahl ‚progressiver Traditionen‘, zum anderen durch konsequentes Außerachtlassen des Zwanghaften beziehungsweise Einengenden der alten Brauchsysteme.

Folkloristische Darbietungen der beschriebenen Art spielen heute nur noch eine marginale Rolle. Das gilt auch schon für die neuen Bundes-

---

<sup>143</sup> SZ, 24. 2. 1999. Siehe auch SZ, 9./10. 1. 1999. Zonenpartys: Der Begriff „Zone“ ist im gegebenen Fall von SBZ (Sowjetisch Besetzte Zone), der späteren DDR – unter Ausschluss Berlins –, abgeleitet.

<sup>144</sup> SZ, 30./31. 1. 1999.

<sup>145</sup> Persönliche Auskunft einer ‚Satanistin‘ in einer Straßenbahn in Dresden. Siehe auch SZ, 13. 6. 2000.

<sup>146</sup> SZ, 21. 1. 1999.

<sup>147</sup> DIE ZEIT, 28. 1. 1999.

länder. Die heutige Brauchausübung und Festgestaltung ist – abgesehen von den kommerziellen Aspekten, die es ja in bescheidenerem Maße auch schon früher gab – durch Ästhetisierung (oder Pseudoästhetisierung) und Erlebnisorientierung charakterisiert.<sup>148</sup> Ein enorm angewachsenes Freizeitvolumen muss ausgefüllt werden,<sup>149</sup> zumal die kreative Freizeitgestaltung relativ unbedeutend und häufig auch formalisiert ist (man denke an das Vereinswesen). Wenn Freizeitangebote attraktiv sein sollen, müssen sie ästhetisiert oder extrem auf „Abenteuer“<sup>150</sup> orientiert sein. Für beides sind bestimmte Phänomene der Volkskultur hervorragend geeignet. Sie bieten ‚Schönes/Ästhetisches‘ (Trachten, Objekte der Volkskunst, bestimmte Brauchhandlungen, Folklore etc.), ‚Exotisches‘ (z. B. Mittelalterspektakel) und ‚Action‘ (z. B. Maibaumstehlen).

Die Volkskultur ist bereits voll in die „Erlebnisgesellschaft“, beziehungsweise in die „Freizeit- und Spaßgesellschaft“ integriert. Die Wochenendausgaben der sächsischen Presse informieren kontinuierlich über Brauch- und Festveranstaltungen in einem weiteren Umkreis, der mit dem Auto bequem zu erreichen ist.

Die meisten Veranstaltungen in Sachsen gleichen einander freilich wie ein Ei dem anderen. Ob man eine bekannte Rockgruppe bei einem Orts- oder Stadtfest oder bei einem Heiratsmarkt erlebt, ist völlig egal. Überall findet man die gleichen Jahrmarktsbuden für Getränke, Speisen, Glücksspiele, Tinnef-Verkauf etc. Auch von Bildungsanspruch keine Spur – man denke an die Burgfeste mit „Mittelalter, wie es uns gefällt“! Ein Triumph der Oberflächlichkeit und Beliebigkeit: „Erleben wird vom Nebeneffekt zur Lebensaufgabe.“<sup>151</sup>

Auf die löblichen Ausnahmen wurde eingegangen. Doch bei diesen handelt es sich fast ausschließlich um neue Feste: zum Beispiel das kreativ angeeignete Last School Day-Fest der Gymnasiasten und das Dresdner Elbhangfest. Hinzu kommen einige Veranstaltungen aus dem

---

<sup>148</sup> Siehe Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. M., New York 1992, S. 13f.

<sup>149</sup> Auf soziale Aspekte der Freizeit, wie erzwungene, ungewollte freie Zeit, soll hier nicht eingegangen werden. Dazu ausführlich bei Schulze (wie Anm. 148), S. 15ff.

<sup>150</sup> Vgl. Luger, Kurt: Sehnsucht Abenteuer. Entgrenzungsversuche und Fluchtpunkte der Erlebnisgesellschaft. Mit einem Vorwort von Hubert Christian Ehalt (= Wiener Vorlesungen im Rathaus 40). Wien 1995.

<sup>151</sup> Schulze (wie Anm. 148), S. 55.

sorbischen Bereich. Zwar haben auch dort die meisten Bräuche ihre ursprüngliche Funktion verloren, teilweise aber eine neue, allgemein akzeptierte übernommen. Sie dienen jetzt vorwiegend zur Bewahrung der sorbischen ethnischen Identität.

Dazu stellt Elka Tschernokoshewa, die Leiterin der Abteilung Volkskunde im Sorbischen Institut e. V., aber fest:

„Entscheidend ist, das Ethnische nicht als Substanz und nicht als Stabilität, sondern in seiner Dynamik, Situativität und Kontingenz zu denken, das heißt auch, als einen von mehreren Erfahrungshorizonten, die immer neu im Leben verhandelt werden“.<sup>152</sup>

Es sind also auch hier noch einschneidende Wandlungen zu erwarten.

---

<sup>152</sup> Tschernokoshewa, Elka: Das Reine und das Vermischte. Die deutschsprachige Presse über Andere und Anderssein am Beispiel der Sorben (= Hybride Welten 1). Münster, New York, Berlin 2000, S. 188.



Monika Gaurek, Großmain

## Erlebnis unter freiem Himmel

Wie viel Erlebnis erträgt ein Freilichtmuseum?

Wettkuhmelken zu jeder Zeit und mit lebenden Kühen, Ostereier suchen im Sommer, Trachtenclubbing, Musikantenstadel, romantische Pferdekutschenfahrten, Bauernmarkt mit Trachtenverein als Statisten, Hochzeit in der Museumskapelle und so weiter, gehören zu den Wünschen, die von verschiedenen Besuchergruppen<sup>1</sup> an ein Freilichtmuseum herangetragen werden. Die Besucher suchen das Andere, das Erlebnis, und unser Logo, zum Beispiel, verspricht ja auch „Erlebnis unter freiem Himmel“. Ein normaler Museumstag, während dem man ‚nur‘ die in mühevoller Forschungsarbeit originalgetreu wiedererrichteten Häuser besichtigen kann, lockt immer weniger.



**SALZBURGER  
FREILICHT  
MUSEUM**

*Erlebnis unter freiem Himmel*

Kaum eine andere Museumsgattung wird von der Wissenschaft so häufig diskutiert und der Kritik ausgesetzt, wie Freilichtmuseen. Disneyland,

---

<sup>1</sup> Wird in diesem Aufsatz der Einfachheit halber nur von „Besuchern“ gesprochen, so ist selbstverständlich beiderlei Geschlecht damit gemeint.

Vergnügungs- und Animationspark, Bühne für urige Sensationen, Häuserfriedhof – so lauten nur einige der ‚liebenswürdigen‘ Attribute, die solche Museen mit sich schleppen. Trotzdem mangelt es Freilichtmuseen im Vergleich zu manch anderen Museen nicht an Besuchern. Warum? Um diese Frage wird es im Folgenden gehen und darum, sich an eine wissenschaftlich vertretbare und zugleich erlebnisreiche Form der Kulturvermittlung in kulturhistorischen Museen anzunähern.

Zu Beginn soll zum besseren Verständnis kurz auf die rege Diskussion über Freilichtmuseen in den 1980er Jahren eingegangen werden, die ja eine sehr wichtige kritische Auseinandersetzung mit dem Typus Freilichtmuseum mit sich brachte. In ihrem Verlauf brachte sie eine Sensibilisierung, ohne die vielleicht mittlerweile wirklich schon so manches Freilichtmuseum zum urigen Funpark mutiert wäre. Ich verwende das Wort Sensibilisierung mit Absicht, weil ich denke, dass in dieser Debatte die in der Wissenschaft vertretenen Meinungen und die Möglichkeiten der Praxis weit auseinander klafften. Die Standpunkte wären in der damals geforderten Form in der heutigen Zeit unvereinbar. Durch die Notwendigkeit, ihren Stellenwert in der Gesellschaft neu zu legitimieren und sich auch wirtschaftlich zu positionieren, sind Museen in einen Wettstreit mit den vielfältigen Angeboten einer Erlebnis- und Unterhaltungsgesellschaft um das zahlende Publikum geraten und müssen sich auch diesen neuen Herausforderungen stellen. Und das gerade in Zeiten, wo die öffentliche Hand im Bereich Bildung und Kultur zahlreiche Sparmaßnahmen setzt.

So hat das auch Anja Schöne in ihrem Buch: „Alltagskultur im Museum – zwischen Anspruch und Realität“ bemerkt. Sie bereiste fünfzig Museen in Deutschland und der Schweiz und stellte fest, dass die Arbeit in den Museen im Kontext von Erwartungen und Verpflichtungen so praxis- und objektbezogen abläuft, dass eine Auseinandersetzung mit Wissenschaftstheorien kaum zu leisten ist. Die empirischen Erhebungen der Autorin haben eine Kluft zwischen Museum und Universität bestätigt.<sup>2</sup>

Der Verband der europäischen Freilichtmuseen hat im Jahre 1982 Aufgaben und Ziele der Freilichtmuseen in folgender Weise formuliert:

---

<sup>2</sup> Schöne, Anja: Alltagskultur im Museum. Zwischen Anspruch und Realität. Münster 1998, S. 229ff.

„Freilichtmuseen sind wissenschaftlich geplante und geführte oder unter wissenschaftlicher Aufsicht stehende Sammlungen ganzheitlich dargestellter Siedlungs-, Bau-, Wohn- und Wirtschaftsformen unter freiem Himmel und in einem zum Museums Gelände erklärten Teil der Landschaft. Sie sind für die Öffentlichkeit zugänglich und dienen gleichermaßen konservatorischen wie auch individuell bestimmten, wissenschaftlichen, edukativen Zwecken.“<sup>3</sup>

Demgegenüber sprechen wir bei der musealen Erhaltung von Gehöften an ihrem ursprünglichen Standort, von Denkmalthöfen. Das Bewahren kulturgeschichtlich wertvoller Bauernhöfe in einem Freilichtmuseum erfolgt durch die Translozierung, das heißt Übertragung, der Objekte in ein geschlossenes Areal, wobei die in der Museumslandschaft wiedererstandenen Originalbauten mit allem Inventar, vom einfachsten Arbeitsgerät bis zum Mobiliar, ausgestattet werden und auf diese Weise einen Blick in den Mikrokosmos des einstigen Bauernhauses mit seiner Lebens- und Arbeitsweise eröffnen.<sup>4</sup> Was wurde nun aus diesen als Zielsetzung formulierten Richtlinien?

#### Zur Diskussion der 1980er Jahre

Fasst man die Auseinandersetzung einzelner Wissenschaftler in den 1980er Jahren grob zusammen, so wurde vor allem kritisiert, dass sich in Freilichtmuseen eine Differenz zwischen der Realität und der Konstruktion des Geschichtlichen auftut. Es bestehen ja ganz unterschiedliche Wahrnehmungsmöglichkeiten des Vergangenen: Wer aus Texten, aus schriftlichen Dokumenten und ähnlichem, Einblicke in abgelaufene Prozesse und abgeschlossene Situationen sucht, begegnet Vergangenheit in anderer Weise, als der Besucher, der ein Freilichtmuseum betreten hat. Dem Besucher im Museum wird – so scheint es – Vergangenes unmittelbar gegenwärtig.<sup>5</sup> Die Gebäude und ihre Ausstattungen sind aus ihren eigentlichen Zusammenhängen herausgelöst und zum Geschichtsdoku-

---

<sup>3</sup> ICOM-Deklaration. In: Tagungsbericht des Verbandes der europäischen Freilichtmuseen in Szentendre 1982. Szentendre 1984, S. 90-102.

<sup>4</sup> Pöttler, Viktor Herbert: Erlebte Baukultur. Museum unter freiem Himmel. Eine Idee setzt sich durch. Stübing 1988, S. 59.

<sup>5</sup> Deneke, Bernward: Realität und Konstruktion des Geschichtlichen. In: Ottenjann Helmut (Hg.): Kulturgeschichte und Sozialgeschichte im Freilichtmuseum. Historische Realität und Konstruktion des Geschichtlichen in historischen Museen. Referate der 6. Arbeitstagung der Arbeitsgruppe „Kulturgeschichtliche Museen“ im Museumsdorf Cloppenburg. Cloppenburg 1985, S. 9-20, hier S. 9.

ment – oder genauer: zum Element von Geschichtsdarstellungen – geworden.<sup>6</sup>

Bernward Deneke schränkte im Rahmen der Arbeitstagung „Kulturgeschichtliche Museen“ im Museumsdorf Cloppenburg 1985 – hinsichtlich der Wertung dieser musealisierten Überreste als unmittelbares und deshalb objektives Zeugnis der Vergangenheit ein: Zunächst ist zu berücksichtigen, dass die Dingwelt jeweils unterschiedlichen Überlieferungsbedingungen unterliegt. Der ursprüngliche Gebrauch, das meint auch unterschiedliche Grade der Nutzung, die Stellung der Dinge und ihre Geltung im alten Lebenszusammenhang, Erinnerungswerte, sozioökonomische Situationen und Entwicklungen, wie etwa die Lage der verschiedenen Bevölkerungsschichten, beeinflussen schon im Lebensprozess die Überlieferung von Dingzeugnissen in unterschiedlicher Weise.<sup>7</sup>

Diese Kritik der Objektivität bezieht sich aber nicht nur auf Freilichtmuseen, sondern auf jedes kulturgeschichtliche Museum. Gesammelt wurde leider sehr oft nur nach ästhetischen und nicht nach kulturhistorisch relevanten Gesichtspunkten.

Deutliche Worte fand Lenz Kriss-Rettenbeck 1981 auf einer Tagung in Bad Windsheim, die sich unter dem Titel „Freilichtmuseen und Hausforschung“ mit dem wissenschaftlichen Wert der Freilichtmuseen befasste. Die erste Aufgabe des Freilichtmuseums sei es, „gewissermaßen im Präventivverfahren durch Forschung in Zusammenarbeit mit Historikern, Kennern der Kulturlandschaft, Denkmalpflegern, Wirtschafts- und Agrarhistorikern, Volkskundlern und Hausforschern wichtige Baudenkmale und Werke als historische Zeugnisse zu erfassen, zu bearbeiten, nach ihrem historischen und Dokumentationswert, nach ihrer Bedeutung für Wirtschafts- und Baukultur und für die künstlerische Gestaltungskraft zu gewichten und für die weiterführenden Forschungen bereit zu stellen.“<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Vgl. Gerndt, Helge: Kultur als Forschungsfeld. Über volkskundliches Denken und Arbeiten. München 1981, S. 71-76.

<sup>7</sup> Deneke (wie Anm. 5), S. 11.

<sup>8</sup> Kriss-Rettenbeck, Lenz: Gesichtspunkte und Grundsätze für Freilichtmuseen. Oder: Hausen und Wirtschaften als Ausstellungsproblem. In: Bedal, Konrad, Kilian Kreiling (Hg.): Freilichtmuseen und Hausforschung. Symposium am 30. und 31. Juli 1981 in Bad Windsheim (= Kleine Schriften des Fränkischen Freilandmuseums 2). Bad Windsheim 1981, S. 11-18, hier S. 14.

Auch Dieter Harmening<sup>9</sup> und Dieter Kramer<sup>10</sup> – drei Praktikerstimmen trafen hier aufeinander – bestanden mit Nachdruck auf den rein wissenschaftlichen Charakter des Freilichtmuseums und lehnten dessen Kommerzialisierung und Freizeitorientierung entschieden ab.

Kriss-Rettenbeck hat auf der genannten Windsheimer Tagung überdies darauf hingewiesen, dass die Demonstration bäuerlicher und handwerklicher Arbeitsvorgänge an tatsächlichen historischen Arbeitssituationen immer dann vorbeiziele, wenn sie nicht auch den gesamten Rahmen der Arbeitsbedingungen mit ins Gedächtnis rufen. Er setzte damit ein großes Fragezeichen hinter die angestrebte Historizität und Authentizität der im Museum nachgestellten Arbeitsverrichtungen.<sup>11</sup> Bei den Handwerksdemonstrationen kommt es ihm auf die Erläuterungen an; derjenige, der das Handwerk vorzeigt, schlüpft nicht in eine historische Rolle, sondern steht informierend und erklärend vor dem Webstuhl oder vor der Drehbank und erläutert Technik und manuelle Fertigkeiten im Arbeitsvollzug.

Wo nach Kriterien des Gefälligkeits- und Souvenirwertes produziert wird, betont er weiters, da werde gerade das begünstigt, wovor Freilichtmuseen sich, laut eigenen Bekundungen, sich hüten wollen: ein nostalgisch zugeschnittenes Bild der bäuerlichen Vergangenheit. Dies, so Lenz Kriss-Rettenbeck, ist ein Bild, das den Romantizismen einer Großstadt- und Modernitätsfeindlichkeit folgt und nicht den Prinzipien einer wissenschaftsorientierten Annäherung an historische Wirklichkeit. Durch das Ausstellen der Höfe ist die Spezifik des vorindustriellen Bauernalltags nur unzulänglich erfasst, weil das System der bäuerlichen Arbeit ganz andere physische und psychische Voraussetzungen kannte. Auf diesen Umstand wiesen Kriss-Rettenbecks Bad Windsheimer Überlegungen hin, und so hat es etwa – um nur ein Beispiel zu nennen – Franz Innerhofer – mit scharfen Konturen in seinen autobiografischen Romanen „Schöne Tage“ und „Schattseite“ ausgeführt.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Vgl. Harmening, Dieter: So haben sie gelebt. Zum Anspruch ganzheitlicher Dokumentation im Freilichtmuseum. In: Bayrische Blätter für Volkskunde 8, 1981, S. 196-205.

<sup>10</sup> Vgl. Kramer, Dieter: Museen und Freizeit: Zwischen Besucherfreundlichkeit und Kommerz. In: Die Zukunft beginnt in der Vergangenheit. Museumsgeschichte und Geschichtsmuseum (= Schriften des Historischen Museums Frankfurt a. M. XVI). Gießen 1982, S. 89-97.

<sup>11</sup> Kriss-Rettenbeck (wie Anm. 8), S. 14.

<sup>12</sup> Innerhofer, Franz: Schöne Tage. Salzburg 1974 und ders.: Schattseite. Salzburg 1975.

So reproduzieren Freilichtmuseen mit ihrem Ganzheitsanspruch die Zeit vor dem ‚Sündenfall Entfremdung‘ – mit einem naturhaften Rahmen für das vernünftige Aufwachsen von Kindern, das Zusammenleben der Generationen, mit einer überschaubaren Lebensmittelproduktion und so fort.

Gottfried Korff betonte 1984, dass ohne Zusatzinformation und ohne Orientierungswissen viele Wahrnehmungen in Zusammenhang von praktischem Nachvollzug des Alltagslebens im Freilichtmuseum sowohl fragmentarisch als auch äußerlich blieben. Dass es in alten Bauernhäusern infolge unterentwickelter Heiztechnik kalt war, dass das alte Bauernhaus seine spezifischen Geruchsqualitäten hatte, weil etwa Stall und Wohnung sich unter einem Dach befanden, braucht nicht durch einen Wohnaufenthalt im Museumshaus erkundet werden, Sachverhalte wie diese sind auch durch Informationen darzutun. Die Eigentümlichkeit historischer Verhaltens- und Denkweisen wird erst durch die erkannte Distanz zum Heute klar. Vergangenheit ist nach Gottfried Korff etwas Überlebt-Vergangen-Fremdes, was nicht einfach nachzuvollziehen, sondern erklärungsbedürftig ist.<sup>13</sup>

Museumsarbeit ist Verständlichmachen von Dingen, deren Lebenswelt verloren, dem Heute entfremdet ist. Die Reaktivierung handwerklicher Arbeit und bäuerlichen Wirtschaftens, die sich im Museum zunächst als logisch und plausibel ausnimmt, erweist sich also als Problem – als Problem auf mehreren Ebenen. Helmut Ottenjann hat in einem Zeitungsinterview angemerkt, dass selbst „die Natur“ nicht mitmache. Die heutigen Kühe seien „gut ein Viertel größer als ihre Ahnen“. Sie passten gar nicht mehr in die Ställe der historischen Häuser. Die Ställe zu vergrößern wäre eine architektonische Fälschung – und die großen und fetten Kühe hineinzuzwängen, würde das Bild eines Wohlstandes vermitteln, den es so nicht gab.<sup>14</sup> Zusatzinformationen also sind, um nicht falsche Bilder entstehen zu lassen, besonders wichtig.

Man wird auch darüber streiten können, ob im Museum Brauchtumspflege betrieben werden soll oder nicht. Dass ein Freilichtmuseum sich

---

<sup>13</sup> Korff, Gottfried: Geschichte im Präsenz? Notizen zum Problem der „Verlebendigung“ von Freilichtmuseen. In: Ottenjann (wie Anm. 5), S. 43-54, hier S. 47.

<sup>14</sup> „Probeleben im Museumsdorf Cloppenburg. Wie die alten Klamotten zu neuen Ehren kommen“. In: Rheinischer Merkur/Christ und Welt, 13. 8. 1982, S. 28; zit. lt. Korff (wie Anm. 13), S. 48.

mit der Dokumentation von Bräuchen befassen kann, ist unumstritten, aber ob das unbedingt durch Heimatpflegergruppen erfolgen sollte, bleibt eine offene Frage. Denn dabei werden wie Konrad Köstlin es nannte „unehrliche Identifikationsreize“<sup>15</sup> ausgesandt. ‚Unehrlich‘ deshalb, weil die folkloristischen Aktionen von der Authentizität des Museums profitieren sollen, obwohl ihre primären Absichten ästhetische und missionarische sind: nämlich von der schönen und guten Ordnung der alten Volkskultur zu verkünden. Gefährlich scheinen diese Unternehmen auch deshalb zu sein, weil sie das ohnehin suggestive Ambiente des Freilichtmuseums noch verführerischer zu machen scheinen. Anstatt die idyllische Kulisse, die Freilichtmuseen nun einmal bieten, zu konterkarieren, wird diese ausgenutzt und potenziert. Hier verbindet sich die wirkungsästhetische Absicht mit dem sozialpolitischen Zweck der Folklore: die Scheinvergangenheit wird zur Fluchtwelt.<sup>16</sup> Es tritt ein Mechanismus ein, den Lutz Niethammer in seiner Alltagsdidaktik beschrieben hat. „Einstieg über einen undurchschauten Alltag von heute, Ausflippen über einen letztlich nicht rekonstruierbaren Alltag von Gestern.“<sup>17</sup>

#### Wie sieht der Museumsalltag in Zeiten einer erlebnisorientierten Gesellschaft aus?

Es sind Aktionen wie das Maibaumaufstellen, derentwegen den Freilichtmuseen oftmals Unseriosität und Unwissenschaftlichkeit vorgeworfen werden. Gerade wegen der folkloristischen Angebote und der Animationsprogramme wird die Grenze zu Freizeitparks und Unterhaltungseinrichtungen als fließende gesehen. Aber genau solcherart Aktionen lieben die Besucher so sehr.

Ein Marketingbüro hat dem Salzburger Freilichtmuseum geraten das Logo „Erlebnis unter freiem Himmel“ gegen „Der Zauber des Echten“ zu tauschen. Der Kulturvermittlung im Haus verursachte diese Phrase ein Schockerlebnis in zweierlei Hinsicht. Erstens bemüht man sich bei

---

<sup>15</sup> Köstlin, Konrad: Museen und Volkskunde. In: Kieler Blätter für Volkskunde 1970, S. 21-38, hier S. 29.

<sup>16</sup> Korff (wie Anm. 13), S. 50.

<sup>17</sup> Niethammer, Lutz: Anmerkungen zur Alltagsgeschichte. In: Bergjamm, Klaus, Rolf Schörken (Hg.): Geschichte im Alltag – Alltag in der Geschichte. Düsseldorf 1982, S. 11-29, hier S. 22.



Maibaum aufstellen lockt jedes Jahr rund 3.000 Besucher in das Museum.  
Foto: Archiv Salzburger Freilichtmuseum

Führungen, Ausstellungen et cetera konsequent vom Heile-Welt-Klischee wegzukommen, und außerdem ist wohl ein Wohnblock genauso ‚echt‘ wie ein Blockbau-Bauernhaus.

Dem Marketingbüro kann man aber nur vorwerfen, dass die Phrase am Ziel und der Aufgabe des Museums vorbeigeht. Dieses besser zu vermarkten wäre mit dem neuen Leitspruch „Der Zauber des Echten“ möglicherweise sogar gelungen, denn die Menschen suchen ‚den Zauber‘. Dahingehend hat das Marketingbüro seine Aufgabe erfüllt. Besucher wollen das Andere, die Abwechslung zum Alltag, das Erlebnis. Eine sich ständig verändernde Umwelt führt zu zunehmendem Identitäts- und Orientierungsverlust sowie zu einer allgemeinen Verunsicherung. Folkloristisch konstruierte Welten, auf die man nachträglich verklärte Blicke wirft, erfahren dabei eine große Aufwertung. Gepaart mit vermehrter Freizeit sind dies nicht zuletzt die Voraussetzungen für das wachsende Interesse an den Freilichtmuseen. Diese Museen werden nicht unbedingt aus Bildungshunger aufgesucht, sondern weil man für ein paar Stunden in eine ‚heile Welt‘ eintauchen will.

Seit einigen Jahren erscheinen in rauen Mengen Bücher über Globalisierung und deren Auswirkung auf die Lebenswelt des einzelnen Menschen. Psychologen und Soziologen vertreten die Meinung, dass die globalisierte Welt auch ein stärkeres Bedürfnis nach überschaubaren Bereichen auslöst. ‚Freilichtmuseum‘ wird mit naturnahem Aufwachen der Kinder assoziiert, mit friedlichem Zusammenleben der Generationen, es gibt dort keine Umweltverschmutzung sondern harmonisches Leben mit der Natur und dergleichen. Sie werden zu Orten hochstilisiert, die zeigen, „wo die Welt halt einfach noch in Ordnung war“. Die Auseinandersetzung mit Globalisierung versus Fragmentierung und dann noch eine Verknüpfung mit den Auswirkungen auf Freilichtmuseum wäre hochaktuell, würde aber hier den Rahmen sprengen.

Hans Joachim Klein, Universitätsprofessor für Soziologie in Karlsruhe, führte 1999 in den sieben Baden-Württembergischen Freilichtmuseen mit Studenten rund 5.000 Besucher-Interviews durch. Neben der Altersstruktur der Besucher wurde auch untersucht, welche Leute das Museum wie oft besuchen, woher sie kommen, wie Besucher mit den Angeboten umgehen, Dinge wahrnehmen, wie lange die Besucher im Museum

verweilen und vieles mehr.<sup>18</sup> Ein interessantes Ergebnis der Studie ist, dass zum Beispiel zwischen 72 Prozent und 90 Prozent der Besucher sich gegen den Einsatz von neuen Medien im Freilichtmuseum aussprachen und diese als verfremdende Elemente auffassen. Museumspädagogik hingegen schwört auf interaktive Vermittlung – Touch-Screen Computer, Fernseher und ähnliches muss man haben, um modern zu sein. Der Großteil der Besucher hätte aber lieber authentische Räumlichkeiten, wo es aussieht, als ob die Knechte gerade vom Kartenspielen aufgestanden wären. Der Besucher will keine langen Texte lesen, sondern während seines Aufenthalts in eine für ihn ‚einfach schöne Welt‘ eintauchen, die möglichst authentisch ist.

Als Kulturvermittlerin versucht man bei Führungen dieser vermeintlichen Idylle stets mit Vehemenz zu begegnen, weil man ja an der Universität gelernt hat, dass Geschichte möglichst ‚objektiv‘ vermittelt werden soll. Es ging mir aber auch schon so, dass mir Besucher sagten: „Ich will nichts hören von harter Arbeit und Sozialstrukturen, sondern ich will einfach die schöne Landschaft, mit den der Natur angepassten Höfen für ein paar Stunden genießen.“ Nun, nach solchen Aussagen stellt sich die Frage, was macht man überhaupt als Volkskundlerin noch in einem Freilichtmuseum, wäre es nicht besser, ausschließlich Betriebswirte einzustellen? Gott sei Dank gibt es noch genügend Antworten zugunsten der Volkskunde. Gerade die Gratwanderung zwischen Erlebnis, Idylle und objektiver Vermittlung ist für alle Freilichtmuseen zu einer großen Herausforderung geworden, und hier sind volkskundliches *know-how* und Kreativität gefragt.

In vielen Freilichtmuseen werden Schauspieler eingesetzt, die verschiedene Szenen darstellen. Im Ecomusée d'Alsace hält ein Lehrer Unterricht und vermittelt dadurch, welchem nationalen Pathos die Kinder im Elsass einst ausgesetzt waren. Im Freilichtmuseum am Kiekeberg ist der Bauer gerade gestorben, und man sieht ein – mit Puppen nachgestelltes – Aufbahrungszeremoniell. Die Bäuerin, die gerade Brot bäckt, oder die Magd, die sich um die Tiere kümmert, sind wichtige Elemente im ältesten europäischen Freilichtmuseum in Skansen, Schweden. In Arnheim stellt man

---

<sup>18</sup> Klein, Hans Joachim: Das Publikum der Freilichtmuseen. Besucheransprüche und Besucherwünsche. Verwertbarkeit der Erkenntnisse für eine besuchergerichtete Museumspädagogik. Vortrag bei der 15. Tagung der Museumspädagogen an Freilicht- und Industrie-museen im Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, Gutach, 24. bis 26. Mai 2001.

Fensterlszenen nach; ob hier wirklich die Vermittlung im Vordergrund steht, sei dahingestellt. Der Volkskundler Max Matter aus Freiburg meinte bei der 15. Tagung der Museumspädagogen und Museumspädagoginnen im Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, dass er in solchen *living history*-Darstellern die Zukunft der Museen sieht. In Nordamerika seien diese schon gang und gäbe, allerdings seien ihm dort ständig kostümierte Leute untergekommen, die ihn nur mit „How are you“ begrüßten, was zu wenig an Vermittlung wäre.

Durch *living history*-Darsteller erlebten die Besucher noch eher ein authentisches Bild und meinten sich in eine ferne Vergangenheit zurückversetzt. Die Schauspieler sollten auch Auskunft über die jeweils dargestellte Tätigkeit und Lebensweise geben. Die enormen Besucherzahlen der einschlägigen US-Museen ließen ein Marketingherz höher schlagen. Klingt interessant – eine Umsetzung in Praxis scheint schwierig, wie Max Matters Berichte zeigten, meist kommt dabei nicht mehr als ein „How are you“ heraus.

Immerhin dauert es oft Jahre bis ein Haus originalgetreu aufgebaut wird, von der dendrochronologischen Untersuchung, der Putzschichtenanalyse, der Archivforschung, den unzähligen Befragungen der ehemaligen Bewohner, der Bauanalyse und nicht zuletzt der Leistung der Handwerker, die mit alten Techniken arbeiten. Und das Ergebnis soll dann nur noch als Kulisse dienen? Soll man den Bildungsauftrag so verstehen, den Leuten jegliche Möglichkeit zur selbständigen kreativen Auseinandersetzung mit den Häusern zu nehmen, indem sie gleich von Schauspielern empfangen werden, die durch ein paar Anekdoten eine möglichst lustige Alltagswelt von damals vorgaukeln? Es wird wohl kein Patentrezept geben, um zwischen seriös und unseriös zu entscheiden. Wählt man diese Form der Präsentation, so betont Max Matter, ist wichtig, dass dabei immer Vermittlung im Vordergrund steht, die auf seriöser Forschung beruht.<sup>19</sup>

Trotz all den genannten Schwierigkeiten halte ich Freilichtmuseen für wichtige und notwendige Einrichtungen und zwar aus zweierlei Gründen: Erstens sind Freilichtmuseen jener Ort, wo dokumentiert und erforscht wird, was im etablierten Museumsbereich bisher allenfalls am Rande eine

---

<sup>19</sup> Matter, Max: Vorsicht! Aktives Museum! Vortrag bei der 15. Tagung der Museumspädagogen an Freilicht- und Industriemuseen im Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, Gutach, 24. bis 26. Mai 2001.

Rolle gespielt hat, nämlich die Alltagskultur der vorindustriellen Gesellschaft, insbesondere der ländlichen Bevölkerungsschichten. Es wird nach funktionalen Gesichtspunkten gesammelt, nicht nach ästhetischen. Das Freilichtmuseum ist eines jener Medien, die besonders sinnfällig und wirkungsvoll dem historischen Alltag auf der Spur sein können. Und es ist zugleich eines jener Medien, in denen die historische Alltagskultur beeindruckend und überzeugend zum Ansehen gebracht werden kann, zum Ansehen in dessen doppelter Bedeutung. Das Freilichtmuseum bietet die Möglichkeit die Sachzeugen vorindustrieller Alltagskultur zu präsentieren und zu entschlüsseln, wobei freilich stets gilt, dass die Präsentation und Erforschung der historischen Alltagskultur zu den schwierigsten Aufgaben der Geschichtsdarstellung und -vermittlung überhaupt gehört.

Im Freilichtmuseum läuft das Begreifen über Sensualität und über Emotionalität. Im Freilichtmuseum hat man, wie nirgendwo anders, die Chance, unterhalb der einseitig gewordenen, weil nur noch verbal und kognitiv verlaufenden Bildungsakte der Gegenwart, historische Einsichten zu vermitteln, die auch auf dem Prinzip der Anschauung, des Erlebnisses basieren.

Hundertprozentige Objektivität gibt es nicht, aber ich bin der Meinung, dass es Aufgabe der Wissenschaftler ist, sich an diese anzunähern. Die scharfen Kritiken und die Denkanstöße, welche von Freilichtmuseumsmitarbeitern gerne als „Diskussion der 1980er Jahre“ bezeichnet werden, waren notwendig, um eine Sensibilisierung herbeizuführen und sich auf dieser Basis neue Strategien zu suchen, um Volkskultur eben erlebnisreich zu vermitteln. Mit der Erhaltung eines Freilichtmuseums sind hohe Kosten verbunden, weshalb möglichst viele zahlende Besucher notwendig sind. Auch vom Geldgeber, der öffentlichen Hand, wird man letztlich nach den Besucherzahlen bewertet.

Aufgabe eines zeitgemäßen Museums ist also in erster Linie, Wege zu suchen, die weder am Publikum vorbei vermitteln und es langweilen, noch komplexe Themenkreise unverantwortlich vereinfachen oder gar verfälschen.

Gerade in den Freilichtmuseen müssen wir fähig sein, auf ein Publikum einzugehen, welches kaum über Museumserfahrung verfügt. So sind ganz andere Formen der Kommunikation gefragt als beispielsweise in Kunstmuseen. Freilichtmuseen werden fast ausschließlich als Freizeitbeschäf-

tigung besucht, also müssen wir die Gelegenheit nutzen, eine sinnvolle Freizeitgestaltung anzubieten. Es gehört zu den heikelsten Aufgaben, dem Publikum persönliche Erlebnisse, Genuss und Freude zu vermitteln, ohne Abstriche von der inhaltlichen Qualität zu machen und ohne oberflächliche Konditionen einzugehen.<sup>20</sup>

Zudem scheinen im Freilichtmuseum die Verstehensansprüche und damit die gedanklichen Anforderungen an den Besucher reduziert; die Sache ist ihm partiell vertraut: Alte Häuser gibt es ja auch in der eigenen Wohn- oder Urlaubsregion, Ausstattungen und Tätigkeiten der bäuerlichen Welt von vorgestern kennt man schließlich aus dem Heimatfilm. Zum wesentlichen Charakteristikum der Freilichtmuseen gehört, sich in einem ganzheitlichen Gewand zu präsentieren, das heißt, die einzelnen Objekte nach Möglichkeit nicht zu isolieren, und damit teilweise zu verfremden, sondern sie in ihrem Lebenszusammenhang zu zeigen, damit sie sich scheinbar gegenseitig zum Sprechen zu bringen, so dass sie sich gleichsam selbst erläutern. Es ist schon verständlich, dass viele Besucher ohne den Willen, sich weiterzubilden, ins Freilichtmuseum kommen und stärker vom Wunsch nach Unterhaltung oder wohligem Abtauchen in eine heile Vergangenheit motiviert sind. Sich dies klarzumachen, bedeutet aber zugleich, die eminente Bildungsaufgabe zu erkennen, welche von der Museumsführung geleistet werden muss. Im Freilichtmuseum ist es noch weniger als in anderen kulturhistorischen oder gar in Kunstmuseen möglich, darauf zu vertrauen, dass sich die Dinge von selbst erklären, dass sie unmittelbar und unmissverständlich zum Betrachter sprechen. So ist die Ganzheitlichkeit der Präsentation im Freilichtmuseum nicht nur dessen Stärke, sondern auch dessen Fluch. Denn die vorgeführte Ganzheitlichkeit ist niemals eine reale, sondern immer eine konstruierte – ohne dass die Präsentation dies dem Besucher gleich zu vermitteln vermag. Der Bildungsauftrag der Freilichtmuseum gegenüber der Masse der Besucher wird also in der Hauptsache darauf zielen müssen, diese nicht bei der angenehmen Unterhaltung zu belassen, sondern sie mit der unverstellten Lebenswirklichkeit vergangener Welten zu konfrontieren, ihnen Wahrheit und nicht schönen Schein zu vermitteln.

---

<sup>20</sup> Huwyler, Edwin: Freilichtmuseum Ballenberg – das Erlebnis. Separatdruck aus der Zeitschrift Kunst und Architektur in der Schweiz 49, 1998, Heft 2.

Intendiert ist damit ein kritisches Hinterfragen der Museumsobjekte und der seitens der Besucher mitgebrachten Erwartungen und Überzeugungen. Doch wäre es kaum zweckdienlich, das Publikum beständig zu verunsichern und vor den Kopf zu stoßen, etwa durch provokative Arrangements. Wenn sich die allgemeine Pädagogik darum bemüht, Freude und Spaß als Motivationsgrundlage für Lernen zu erzeugen oder zu verstärken, so kann es in der Museumspädagogik nicht darum gehen, die in der Regel von den Besuchern schon mitgelieferte Hochgestimmtheit zu zerschlagen, sondern sie im Gegenteil sinnvoll zu nützen.

Es ist die Aufgabe der Museumspädagogik, im Sinne von Vermittlung den Kontakt zwischen den Museumsobjekten und den Besuchern herzustellen. Die museumspädagogische Praxis verfügt über ein breites Spektrum an Methoden, Zugängen und Aktivitäten, da sie sich an möglichst alle Publikumskreise richtet. Erwachsene, Jugendliche und Kinder sind in Ihrer Gemeinsamkeit ebenso angesprochen, wie spezielle Zielgruppen. Impulse aus Spiel-, Theater-, Kunst und Medienpädagogik unterstreichen das vielfältige Erscheinungsbild. Im Gegensatz zur Schule verfügt das Museum über besondere Möglichkeiten des erfahrungsoffenen und entdeckungsorientierten Lernens. Abseits der Anforderungen durch Lehrplan und Notendruck findet ein Prozess kreativer Auseinandersetzung statt. Nicht Wissensakkumulation steht im Vorderrund, sondern ein Begreifen mit allen Sinnen.

Als Beispiel dazu sei die beliebte Veranstaltung „Kochen in alten Bauernküchen“ im Salzburger Freilichtmuseum genannt. Auf den verschiedensten Herden (von jenem in der mittelalterlichen Rauchküche bis zum Sparherd der 1920er Jahre) werden regionaltypische und auch von der zeitlichen Entwicklungsstufe zu den Herden passende Speisen gekocht. Die Besucher können sich über das Speisenangebot, welches mit der technischen Entwicklung der Herde einherging, informieren (etwa als es noch kein Backrohr gab, blieben Süßspeisen auf in Fett Gebackenes beschränkt, ebenso war Braten nur am Spieß möglich und vieles mehr).

Die Besucher können die Speisen probieren und erleben hautnah den beißenden Rauch der offenen Feuerstelle. Selbstverständlich werden auch Konservierungsmöglichkeiten wie das Einlegen von Obst und Gemüse gezeigt, und die Besucher können sich über das karge Nahrungsmittelangebot in den Wintermonaten informieren, beziehungsweise von Methoden hören, mit deren Hilfe man in Zeiten ohne Gefriertruhe und



Kochen im spätmittelalterlichen Rauchhaus.  
Foto: Archiv Salzburger Freilichtmuseum

Supermarkt, der rund um das Jahr Obst und Gemüse anbietet, über den Winter kam. Die Köchinnen sind meist Museumsführerinnen, die sich vorher zum Thema ein umfangreiches Wissen angeeignet haben. Die Küchen des Museums dienen nicht nur als urige Kulisse, sondern es wird deren ursprüngliche Funktion in den Mittelpunkt gestellt. Ich finde Veranstaltungen dieser Art einen gelungenen Kompromiss zwischen Erlebnis und seriöser Vermittlung.

Die Museologen müssen sich weiters bemühen, den Ansprüchen der Ganzheitlichkeit zu genügen (soweit dies unter Abwägung von Wahrheitskriterien vertretbar ist); mit der bloßen Übertragung eines Gebäudes in ein Museum ist es nicht getan. So entstünde allenfalls ein Architektur-Spezialmuseum. Die Gebäude wurden geschaffen, um in ihnen zu leben und zu wirtschaften; darum gehören Mobiliar und Arbeitsgeräte zwingend dazu. Dies ist banal, selbstverständlich und allgemein akzeptiert, gleichwohl oft nicht leicht zu realisieren, da viele Gebäude sozusagen ‚nackt‘ erworben oder transferiert werden.

Hat man die Gebäude tatsächlich typologisch ‚richtig‘ (entsprechend der Erbauungszeit, der letzten Nutzung, nach einem angenommenen mittleren Zeitpunkt oder in irgendeiner Mischung) ausstaffiert, so wird in mancher Beziehung ein durchschnittlich vorgebildeter und mit Phantasie ausgestatteter Besucher den Zusammenhang zwischen den Objekten untereinander oder Objekten und Räumen nachvollziehen können, das heißt, er wird sich das einst stattgefundene Leben vorstellen können. Vielfach wird ihm das nicht gelingen, umso weniger, je weiter entfernt von bäuerlichem Leben und handwerklicher Produktion sein eigener Alltag verläuft und je geringer sein Bildungsstand ist. Hier besteht Bedarf für didaktische Hilfen – für Großfotos, Diaschauen, Filme oder konkrete Vorführungen.

Gerade letztere erfreuen sich steigender Beliebtheit. Handwerkliche oder bäuerliche Arbeiten werden bevorzugt im Rahmen von speziellen Aktionstagen in den Freilichtmuseum inszeniert. Dagegen wird man kaum etwas vorbringen können, solange die originalen Museumsobjekte dadurch keinen Schaden leiden. Solche Veranstaltungen sind vielmehr ein Mittel, neue Schichten anzusprechen, sie zu einem Besuch im Museum zu animieren – die Grundvoraussetzung, dass ein Museum seinen Bildungsauftrag überhaupt realisieren kann. In diesem Sinne sollten die Museumsfachleute Fantasie beweisen und immer wieder andere Techniken vorführen, um die Bildungsanreize zu variieren. Doch

sind die Arbeiten so zu organisieren, dass tatsächlich Interaktion und Kommunikation zwischen Besuchern und Fachleuten möglich ist und Hintergründe der Arbeit (körperliche Beanspruchung, soziale und finanzielle Aspekte, regionale Besonderheiten) – eben die ganzheitliche Einbindung – sichtbar werden.

Zum anderen aber muss zumindest dem interessierten Laien auch die Möglichkeit geboten werden, den Grad von Inszeniertheit und künstlichem Arrangement, den jedes ‚ganzheitliche‘ Freilichtmuseum aufweist, zu durchschauen und tiefer in die Realität des hinter den Objekten und Gebäuden stehenden vergangenen Lebens einzudringen. Dies kann am besten durch Sonderausstellungen und durch fundierte, allgemein verständliche Vorträge geschehen. So ist möglich, einzelne Aspekte des Lebens, Wirtschaftens und Feierns zu vertiefen, schlecht oder kaum durch Objekte Darstellbares zu vermitteln. Zusätzlich erschließen sich so abermals Wege der Heranführung von weiteren Interessenten.

Edwin Huwlyer, wissenschaftlicher Leiter des großen Schweizerischen Freilichtmuseums Ballenberg, schließt einen Aufsatz, in dem es um ein ähnliches Thema geht mit den Sätzen:

„Ballenberg das Erlebnis‘ verspricht das Logo unseres Freilichtmuseum seinen Besuchern. Der Erlebnischarakter verbirgt allerdings vielfältige Gefahren in sich. Die Bemühungen, den wissenschaftlichen Ansprüchen zu genügen, widersprechen oft dem tatsächlichen Verhalten der Besucher, für die das Museum vielfach eine Flucht zurück in eine heile Welt bedeutet. Ein vielfältiges museumspädagogisches Angebot ist eine der Maßnahmen, um gegen die Illusion des vermeintlichen ‚So ist es einmal gewesen‘ und gegen ein verklärtes und verfälschtes Geschichtsbild anzukommen.“<sup>21</sup>

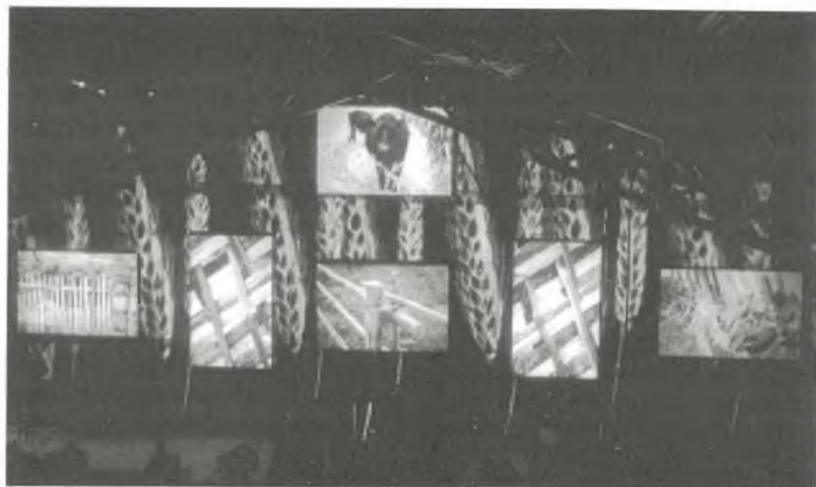
Besucher sind Kulturkonsumenten, die mit veränderten Sehgewohnheiten und Erlebnisansprüchen ihre Freizeitangebote auswählen. Wollen Museen ihren Bildungsauftrag aufrecht erhalten und Publikum anlocken, müssen sie ihre authentischen Kulturgüter in zeitgemäßer Weise inszeniert darbieten und darüber hinaus um ihr Angebot herum organisieren. Gabriele Kindler, Vorsitzende des Bundesverbandes für Museumspädagogik in Deutschland, betonte, dass sich die Museen in unserer Erlebnisgesellschaft neu positionieren müssen, um der ständigen Konkurrenz von Unterhaltungseinrichtungen stand zu halten. Aktionen sollen allerdings in

---

<sup>21</sup> Ebda.



Ausstellung „Lungau – Land hinter'm Tauern“ – der Hörsessel bringt Zeit-  
zeugenberichte zu Gehör. Foto: Archiv Salzburger Freilichtmuseum



Die Multivisionsschau „Museumsblicke“ soll Details vermitteln.  
Foto: Archiv Salzburger Freilichtmuseum

das Konzept des Museums integriert werden und von dessen Philosophie her vertretbar sein. Aufhören müssten sie dort, wo Aktionen zu Aktionismus werden, und wo man von einer Sonderveranstaltung und einem Event zum anderen hetzt, und die Aufgaben Sammeln, Bewahren und Dokumentieren ins Hintertreffen geraten und somit der Bildungsauftrag gar nicht mehr erfüllt werden könne. Sie erhielt mit dieser Aussage die Zustimmung aller Teilnehmer dieser Tagung.<sup>22</sup>

Manche Bewahrer des Musealen werden die Massenhaftigkeit als Kulturtourismus beklagen, anderer dagegen sehen in dieser Bewegung eine gelungene Demokratisierung der Kultur. Kulturelle Einrichtungen werden zu Orten der Freizeitbeschäftigung, an denen man etwas Sinnvolles erleben kann. Bildungsbarrieren werden abgebaut, die Kulturlandschaft wird zum Erlebnisraum für ein breites Publikum. Diese schönen Worte in Praxis umzusetzen, ist eine schwierige Aufgabe, eine ständige Gratwanderung, aber auch eine große und interessante Herausforderung.

#### Zusammenfassung

Durch die Notwendigkeit, ihren Stellenwert in der Gesellschaft neu zu legitimieren und sich auch wirtschaftlich zu positionieren, sind Museen mit den vielfältigen Angeboten einer Erlebnis- und Unterhaltungsgesellschaft in einen Wettstreit um das zahlende Publikum geraten und müssen sich auch diesen neuen Herausforderungen stellen.

Das Bewegen zwischen Erlebnis, Idylle und objektiver Vermittlung ist für alle Freilichtmuseen eine Gratwanderung, Kreativität ist hier gefragt. Aktionen sollen in das Konzept des Museums integriert werden und mit dessen Philosophie kompatibel sein, Aktionen sollen dabei nicht zu Aktionismus mutieren, und Sonderveranstaltung und Events sollen nicht beim Sammeln, Bewahren und Dokumentieren und damit bei der Erfüllung des Bildungsauftrags behindern.

---

<sup>22</sup> Kindler, Gabriele: Begrüßung bei der 15. Tagung der Museumspädagogen an Freilicht- und Industriemuseen im Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, Gutach, 24. bis 26. Mai 2001.

Siegfried Kogler, Villach

## Brauch und neue Medien

Ein Kärntner Projekt

Dieses Projekt wurde vor über drei Jahren auf meine Initiative hin gestartet.<sup>1</sup> Personen und Politik haben sich seither grundlegend geändert, und – auch unabhängig davon – haben die Perspektiven und die Aufgaben des Projektes sich wesentlich verändert. Der Projekttitle hingegen lautet nach wie vor: „Archiv der Kärntner Volkskultur – Kärntner Kulturatlas“. Hier drückt sich ein großer, ein umfassender Anspruch aus. Wenn ich mir die zugrundeliegende Projektbeschreibung heute anschau, kann ich mein anfängliches Gefühl, auf einem klodeckelgroßen Brett sitzend gegen die Wellen eines Meeres von Anforderungen und Wünschen anzurudern, ohne weiters nachvollziehen:

„Das Unternehmen ‚Kärntner Kulturatlas‘ versteht sich als Schnittstelle zwischen wissenschaftlicher Spezialisierung und ‚volksbildnerischer‘ Breitenwirkung und Popularisierung. [...] Die Kartenblätter sind für den kulturellen Austausch und die Selbstdarstellung im Alpen-Adria-Raum bestens geeignet. [...] Die bildungsbezogene Bedeutung des Vorhabens steht im Mittelpunkt, Aktivierung des Vereins- und Dorflebens ist über die Erhebungsvorgänge zu leisten. [...] Es geht um die Institutionalisierung des schwierigen Diskurses um regionale und lokale Identität, um die aktive Auseinandersetzung mit der eigenen Um- und Lebenswelt.“<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Der institutionelle Projektträger war das Kärntner Bildungswerk, ein selbständiger, wenn auch subventionsabhängiger Verein der Erwachsenenbildung, der als Dachverband für über 600 Kulturvereine im Land fungiert, das sind vorwiegend Singgruppen, Chöre, Dorfgemeinschaften und Trachtengruppen, und wo ich als Bildungsreferent für Volkskultur tätig war. Heute ist das sogenannte Brauchtumsreferat, eine Unterabteilung des Kulturamtes der Kärntner Landesregierung der Träger.

Das Projekt war von Anfang an finanziell unabhängig, und zwar durch die Unterstützung des Kulturamtes der Kärntner Landesregierung, im Jahr 1998 wesentlich gefördert durch Landeshauptmannstellvertreter Michael Ausserwinkler als Kulturlandesrat sowie durch den Leiter des Kulturamtes Gerhard Baumann.

<sup>2</sup> Das eklektische Vorgehen führt von ernsthaften Ansätzen, etwa: Bockhorn, Olaf: Identitätsverluste. Von der Prostitution der Volkskultur zur modernen Kolonisation der Alpentäler. In:

Und so weiter und so fort. Angesprochen werden etwa noch „Vermarktungspotentiale, volks- und tourismuswirtschaftlicher Nutzen“. Ein abschließender Blick in die ursprüngliche Projektbeschreibung verweist unter dem Punkt 2.8 auch auf einen – vielleicht unbewusst eingebauten – Notausgang:

„Schließlich sind inhaltliche Offenheit und methodische Breite des Projektes Garant für die perspektivische Weiterentwicklung des Konzeptes in Richtung Internet und stete Aktualisierung und Anpassung an neue Herausforderungen. Die Arbeit an den Kartenblättern ist elastisch und kann auf aktuelle Probleme in kürzester Zeit reagieren.“

Das ‚dick Auftragen‘ ist Subventionsansuchen inhärent; man will es allen recht machen, nichts auslassen, vermeintliche oder eingebildete Mitbewerber ausstechen. Dabei sollte man aber nie übersehen, dass die Höhe oder der Umfang der schlussendlich gewährten Subvention meist nicht einmal ausreicht, um auch nur einen Punkt gründlich zu bearbeiten. Jedenfalls hat es meinem Fall gereicht, einen kulturwissenschaftlichen Arbeitsplatz zu stützen und die nötigen Arbeitsmittel anzuschaffen.

Von den angesprochenen Kartenblättern ist nicht viel geblieben, das Vorbild Österreichischer Volkskundeatlas hat nicht getragen.<sup>3</sup> Was geblieben ist, sind drei Fragebogenaktionen. Im ersten Projektjahr ging es um die Datenerhebung, um das Sammeln. Über den Traum von der Ordnung der Welt, über die Sphinx der Vollständigkeit beim Sammeln, über Obsession, regressives Verhalten und anale Disposition im Zusammenhang mit Sammeln kann man nachlesen;<sup>4</sup> hier ist festzuhalten, dass – im

---

Erwachsenenbildung in Österreich 5, 1993, S. 23ff, über Schätze aus dem Zettelkasten zu nachgerade anbietender Erwachsenenbildungs-Kasuistik.

<sup>3</sup> Die sogenannte kartografische Methode diente nie als Vorbild. Von den Einzeldaten beziehungsweise den eingegangenen Einzelfragebögen hatte ich mir schon einiges erwartet, aber die zentral gelagerten Daten aus dem Wolfram-Nachlass im Salzburger Landesinstitut für Volkskunde, Richard-Wolfram-Forschungsstelle sind leider weitestgehend ungeordnet und für Kärnten wohl auch unvollständig; die blaugepausten Fragebögenrückläufe, die der damalige wissenschaftliche Mitarbeiter für Kärnten Oskar Moser erhalten haben muss, scheinen bis dato im Moser-Nachlass, so wie er bis heute im Institut für Kärntner Volkskunde am Landesmuseum für Kärnten in Maria Saal bearbeitet ist, nicht auf. Auf eine befriedigende lokale historische Tiefenschärfe musste vorerst verzichtet werden.

<sup>4</sup> Vgl. den anregenden Aufsatz von Strouhal, Ernst: Unter Sammlern. In: Falter 28, 1997, S. 18f sowie grundlegender bei: Benjamin, Walter: Ich packe meine Bibliothek aus. Eine Rede über das Sammeln. In: Rexroth, Tillman (Hg.): Walter Benjamin. Gesammelte Schriften. Bd. IV/1. Frankfurt a. M. 1991, S. 388-396 und Pomian, Krzysztof: Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln. Berlin 1997.

Unterschied zu manchem Subjekt, das hinter seiner Sammlung verschwindet, oder sich hinter ihr zu verstecken sucht – ich die Meinung vertrete, dass nicht der Besitz, sondern der Gebrauch einer Sammlung das Verhältnis zum Material bestimmen sollte.

Abgefragt haben wir das Vereinswesen und damit zusammenhängend Jahresfeste, Bräuche, bloß vom Selbstverständnis der Handelnden aus. Ausgangspunkt für unsere Erhebungen waren spürbare Defizite bei der Öffentlichkeitsarbeit. Das Bildungswerk ist eine Anlaufstelle für allerlei Fragen seitens der Medien, ob das jetzt Rundfunk, Fernsehen, die österreichische Presse oder die drei maßgeblichen Kärntner Printmedien<sup>5</sup> sind. Für die hauseigene Zeitschrift<sup>6</sup> fehlte es ebenso an aktuellem, rezentem Überblicksmaterial. Und auch Kulturgruppen oder interessierte Einzelpersonen stellen gerne Fragen: „Wie viele Erntedankfeste werden veranstaltet?“, oder: „Was ist denn jetzt der Unterschied zwischen einer Krampus- und einer Perchtengruppe?“, oder – konkreter: „Wie soll ich ein Maibaumfest durchführen, und ist das ein sozialistisches Fest?“

Da konnten wir freilich helfen, allgemein und sehr punktuell. Was aber gefehlt hat, war eine Gesamtschau, ein landesweiter Überblick. Es war schon unerträglich, immer beim hochverdienten, aber überholten Georg Graber<sup>7</sup> nachschauen zu müssen. Nach 1945 erschienene Brauchbücher sind nicht hilfreich, im übrigen haben die meisten Autoren ohnehin bei Graber abgeschrieben.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> „Maßgeblich“ was die Reichweite betrifft sind: „Kleine Zeitung“ – mit den meisten Lesern und umfangreichen Regionalbeilagen, „Neue Kärntner Krone“ – mit wenig Regionalbezug und die „Neue Kärntner Tageszeitung“ ehemals sozialdemokratisches Organ, mittlerweile stark geschrumpft und Teil des Media-print-Konzerns.

<sup>6</sup> Kärntner Kultur*Kontakte* – erscheint fünfmal jährlich, derzeit im 23. Jg.

<sup>7</sup> Graber, Georg: *Volksleben in Kärnten*. Graz 1941 (2.).

<sup>8</sup> Als Beispiel seien genannt: Maierbrugger, Matthias: *Lebendiges Brauchtum in Kärnten*. Klagenfurt 1975 und: Koschier, Franz: *Kärntner Brauch im Jahreslauf*. Ein Leitfaden. Klagenfurt 1984 sowie jüngst: Graftschafner, Kurt: *So ist's Brauch in Kärnten*. Klagenfurt 1999. Die Arbeiten von: Zablatnik, Pavle: *Volksbrauchtum der Kärntner Slowenen*. Klagenfurt 1992; Moro, Oswin: *Volkskundliches aus dem Kärntner Nockgebiet* (= *Archiv für vaterländische Geschichte und Topographie* 72). Klagenfurt 1992 (2.) und Prasch, Helmut: *Um die Möll*. *Volkskunde eines Kärntner Tales*. Spittal/Drau (1968) sind so lesenswert wie eigenständig, jedoch räumlich begrenzt. Auf die vielen monografischen und lokal bezogenen Arbeiten zur Kärntner Brauchkultur, die im wesentlichen in der „Carinthia“ und der „Kärntner Landsmannschaft“ erschienen sind, kann hier nicht eingegangen werden.

Alle Gemeinden und Pfarren, evangelische und katholische, wurden kontaktiert. Ordnungsprinzip waren die kirchlichen Feste, die konkreten Formen und ihre Träger. Die Gemeinden beziehungsweise die Amtsleiter und Kulturreferenten erhielten lediglich eine Liste zum Ausfüllen. Sie haben uns aber zusätzlich ihre Vereinslisten und Veranstaltungskalender geschickt. Den Pfarrämtern haben wir mehr zugemutet: Die Seelsorger, Pfarrräte und Pfarrrätinnen hatten ein mehrseitiges Formular auszufüllen.

Alle 132 Gemeinden haben sich beteiligt und uns geantwortet. Bei den Pfarren lag die Rücklaufquote immerhin bei über 80 Prozent. Dass die Antworten aus den gemischtsprachigen Pfarrsprengeln im Süden des Landes spärlicher waren, kann mit dem nicht gerade minderheitenfreundlichen und selbst verschuldeten Image der Kärntner Volkskulturverbände, zu tun haben – das will zumindest vermutet sein. Zusätzlich haben wir die vorhin genannten Zeitungen als Quellen genützt. Erhebungen vor Ort waren auf Grund der angespannten Arbeitssituation in der Erwachsenenbildung so gut wie unmöglich.

In einem nächsten Schritt wurde eine Access-Datenbank mit über 4.000 Einzeleinträgen gefüttert. Bei der Datenbankerstellung haben wir uns an die Vereinssoziologie, vor allem an die gesammelten Aufsätze von Herbert Schwedt<sup>9</sup> angelehnt. Seine Parameter und die Themenauswahl versprachen für die Kärntner Verhältnisse durchaus einen praktikablen analytischen Ansatz. Erwähnt seien nur die Titel: „Abwanderung und Dorfkultur“, „Regionalbewußtsein in Reliktgebieten“, „Vereine im ländlichen Raum“, „Brauch, Geschichte, Dorfkultur“ oder „Neue Feste“. In dieser Richtung wäre noch einiges zu tun, aber um weiterzumachen bedürfte es finanzieller und personeller Ressourcen, die wir nicht haben. „Wir“ meint hier, die in direkter Abhängigkeit vom Kulturstamt Tätigen; die finanziellen und personellen Ressourcen etwa in der Abteilung „Landesplanung“ der Kärntner Landesregierung lägen da – nicht zuletzt durch die EU-Förderungen für den ländlichen Raum – schon anders, aber es scheint, als ob man dort ohne großartige soziokulturelle Reflexion Mittel verteilte.

Die entscheidende Wende erfuhr unser Projekt durch eine gut besuchte Landestagung in Irschen im oberen Drautal. Nach einer bildreich

---

<sup>9</sup> Schwedt, Herbert: Probleme ländlicher Kultur. Gesammelte Aufsätze (= Studien zur Volkskultur in Rheinland-Pfalz 17). Mainz 1994.



Marien Schiffsprozession am Wörthersee. Foto: Archiv Kämtner Heimatwerk

unterstützten Präsentation wurde der Wunsch laut, die Ergebnisse unserer Studie zu veröffentlichen. Zusätzlicher Ansporn war die gute Presse, die wir hatten, zwei Rundfunkinterviews und zahlreiche Besprechungen der Tagung in den Regionalblättern. Die Aufmerksamkeit steigerte sich noch, nachdem wir Ende 2000 den Prototyp einer Publikation auf CD im Landesarchiv vorgestellt haben. „Kärntner Kulturatlas bietet virtuelle Brauchtumsanalyse“<sup>10</sup>, „Alle Kärntner Bräuche sind jetzt per Mausclick abrufbar“<sup>11</sup>, „Gesammeltes Brauchtum“<sup>12</sup>, „Brauchtum vital und aktuell“<sup>13</sup> und „Er weiß von allen Kärntner Bräuchen“<sup>14</sup> lauteten die Schlagzeilen. Einmal, besondere Ehre, wird der Volkskundler in Farbe abgelichtet, ein andermal firmiert er, zweifelhafte Ehre, in der Rubrik „Kärntner des Tages“, wo sonst meist allerlei andere Obsessionsinhaber und Wichtiger vom Rekordkürbiszüchter bis zur Balkonblumenkönigin eine Plattform finden.

Die regionale Öffentlichkeit nimmt sich seit dem 19. Jahrhundert der ‚altherkömmlichen‘ Formen gerne an<sup>15</sup>, heute, im Zeichen der immer kleinräumigeren Berichterstattung, der marktstrategischen Leser-Bindungsversuche sowie der schon allenthalben angesprochenen „Brauchtums-Renaissance“, nur noch verstärkter.

Seit der Irschen-Tagung haben wir also unsere didaktische Aufgabe darin gesehen, die Datenbank mit den vielen Einzeleinträgen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Eine CD-Rom-Produktion haben wir gegenüber dem Buchdruck den Vorzug gegeben, denn sie ist relativ billiger, und überdies ist die CD ein flexibles Medium und leicht aktualisierbar.

Bei der Frage, die Datenfülle in verdauliche Happen zu zerlegen, geht es um eine Gratwanderung zwischen Verständlichkeit, Einfachheit und der Vermittlung von Fachwissen, die auf dem letzten Stand ist. Da kann es schon passieren, dass man zwischen den Stühlen Wissenschaft und Erwachsenenbildung auf dem Boden landet. Vorsichtig haben wir eine

---

<sup>10</sup> Kärntner Tageszeitung, 14. 12. 2000, S. 22.

<sup>11</sup> Kleine Zeitung, 19. 12. 2000, S. 14.

<sup>12</sup> Kleine Zeitung, 21. 12. 2000, S. 32.

<sup>13</sup> Kärntner Tageszeitung, 28. 12. 2000, S. 34.

<sup>14</sup> Kleine Zeitung, 20. 1. 2001, S. 36.

<sup>15</sup> Die Genese mit vielen Beispielen abgehandelt bei: Johler, Reinhard: Die Formierung eines Brauches. Der Funken- und Holepfannsonntag. Studien aus Vorarlberg, Liechtenstein, Tirol, Südtirol und dem Trentino (= Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien 19). Wien 2000, S. 20-98.

neue mediale Schnittstelle zwischen uns und der Welt eingeführt. Wir meint, um das hier einmal zu sagen: Ich als Autor und Sepp Fasching, der die Technik besorgt hat, sowie Freundinnen und Freunde, die sporadisch und leider viel zu oft noch ohne adäquate Entlohnung geholfen haben, die Bräuche technisch zu domestizieren. Die interpretierende Reflexion hält sich weiterhin an der bloßen Empirie fest, aber sie wird zwischen *fiction*, der Emotion der Bilder und Töne, und den *facts*, also den Texten, schwieriger. Der Großteil der Fotos stammt von Kurt Grafschafter und wurde vom Klagenfurter Verlag Heyn zur Verfügung gestellt, der auch den Vertrieb unseres Produkts übernehmen soll.

Am Anfang dieser Neuorientierung ging es uns manchmal wie den Multi-Media-Künstlern der 90er Jahre: Mit „elegant verhaltenem Stolz“<sup>16</sup> fühlten wir uns als Meister auf einem Territorium der Zukunft. Die multimediale Facettenhaftigkeit, die Ebenenvielfalt versprach einiges. Aber die Liebe zum Inhalt und die schreibende Annäherung ist immer stärker geblieben, als dass ich die Faszination des Mediums zur Botschaft hätte machen können. Im übrigen hat die Multimedia-Gründungseuphorie der 90er Jahre allgemein doch merklich nachgelassen. Die Versprechen über die neuen Möglichkeiten, die neuen Kommunikationsformen, ja die neue Kunst und Kultur, die da entstehen hätten sollen, klingen heute weniger emphatisch. In diesem Zusammenhang hat Max Goldt<sup>17</sup> zurecht darauf verwiesen, dass es heute schon kühn anmutet, die Internet-Ehrfurcht zu dämpfen. Es wäre an der Zeit die angeblich „neue Kulturtechnik“ zu hinterfragen, und im Zusammenhang mit viel gepriesenen Programmen wie „Schulen ans Netz“ an die pädagogischen Sackgassen zu erinnern, in die etwa die Sprachlabors in den 70er Jahren führten. Ein Anfänger bewegt sich im schlichten Reich des Internet schon bald recht wendig. Die Schwierigkeit ins Internet einzusteigen, liegt – um mit dem Genannten zu sprechen – „irgendwo zwischen dem Binden eines Windsorknotens und dem Erlernen von Standardtänzen. Ein noch besseres Beispiel ist

---

<sup>16</sup> Süßbrich, Ute: Virtuelle Realität. Eine Herausforderung an das Selbstverständnis des Menschen (= Kulturanthropologische Notizen. Schriftenreihe des Instituts für Kulturanthropologie und Europäische Ethnologie der Universität Frankfurt am Main 56) 1997, S. 107ff passim, hier: S. 115.

<sup>17</sup> Goldt, Max: „Kühn ist vermutlich, wer die Internet-Ehrfurcht dämpft“. In: Titanic. Das endgültige Satiremagazin 8, 2000, S. 48f.

das Autofahren.“ Aber wer würde die Schulen damit beauftragen, diese „essentiellen Kulturtechniken“ in den Lehrplan aufzunehmen?

Zudem bin ich halt doch über das Buch determiniert, also über ein lineares Medium. Einen neuen Weg des Schreibens und Lesens über die multimediale Technik habe ich für mich nicht entdeckt. Die offensichtliche Textlastigkeit unseres Prototyps macht dies deutlich, wir haben die vielen darstellerischen Möglichkeiten der Bildschirmästhetik noch nicht ausgeschöpft. Schon die kurze Zeitspanne, in der wir uns mit dem neuen Medium befasst haben, reichte für eine pragmatisch unterlegte Ernüchterung. Die nachgerade kindliche Begeisterung, die bei manchen öffentlichen Äußerungen die Hoffnungen und Perspektiven der neuen Medien beschreiben wollen, kann ich, genau besehen, nicht teilen. Da halte ich es mit der Medienkünstlerin Alba D'Urbano, die nüchtern feststellt:

„Das ist für mich kein neues Medium – ich hasse dieses Wort ‚neu‘. Für mich ist es ein Medium, das unser Leben im Moment stark beeinflusst, weil es in jedem Bereich der Kommunikation, der Produktion, der Kultur usw. als Grundlage vorliegt. [...] Aber ich finde nicht, daß das toll, daß das besser ist, und daß das ganz neue Horizonte öffnet. Jede Technik hat ihre Grenzen. Durch jede, die angeboten wird, geht eine andere verloren. [...] Ja, wir bekommen etwas dadurch, daß wir etwas anderes verlieren. Deswegen benutze ich das Mittel, um in unserer Zeit zu sprechen. Es ist Teil unserer Zeit.“<sup>18</sup>

Das Neue an der CD-Rom ist also heute schon einigermaßen verbraucht, wenngleich für unser Fach gelten mag, dass sie als Medium noch nicht ganz erwachsen ist. Allgemein ist ja alles, was heute unter dem Label „neue Medien“ figuriert, im Grunde nur die Weiterentwicklung einer jahrhundertalten Kulturtechnik. Das hat jüngst eine Ausstellung in Basel zu zeigen versucht, die von Ralf Beil unter dem Titel „Eine kleine Geschichte des Schwarzraumes“<sup>19</sup> besprochen worden ist. Von der Camera obscura, über die Laterna magica, über die chemische Präparierung von Fotomaterial, über die Bewegung der Bilder und ihre gegenwärtige Digitalisierung zöge sich ein roter Faden der Realitätsprojektion wie auch der visuellen Überforderung, die im übrigen so oft übersehen wie übertrieben verteuftelt wird.

---

<sup>18</sup> Zit. in Süßbrich (wie Anm. 16), S. 109.

<sup>19</sup> Beil, Ralf: Eine kleine Geschichte des Schwarzraumes. In: Neue Zürcher Zeitung, 28. 5. 2001, S. 23.

Für unser Garagenprodukt, unseren Prototyp muss ich in der Rückschau feststellen: *Too much, too soon*. Wir lernen erst langsam mit der Software, dem Programm „macro-media“, umzugehen, alle Bausteine sind eigenständige Filme, deren Möglichkeiten noch auszuloten sind. Die Interaktivität muss verstärkt werden, damit die anfängliche Lust auf das neue Medium nicht einer gewissen Frustration weicht. Das Layout, die Benutzeroberfläche oder das Design, bescheinigen mir Experten, sei zwar solid, aber langweilig. Fotos als Hintergrund für Textleisten sind unbrauchbar, sie können noch so „schön“, im Sinne kleinbürgerlicher Ästhetik sein, nach mehrmaligem Anschauen, kann man sie nicht mehr sehen. Hier ist vielmehr Einfachheit, Schlichtheit in Farbe und Form angesagt. Neue Medien und Fotos heißt auch, dass ein ‚schönes Kärnten‘ weniger gefragt ist, denn die Brauchbarkeit der Bilder für ihre serielle Bearbeitung.

Ein älplerisches Grafikmandl, wir haben ihn „Volte“ genannt, war ursprünglich als den Benutzern dienliches Hilfemännchen gedacht, wird nunmehr aber als kritischer Geist eingesetzt, der die Texte kontrapunktisch kommentiert. Ich meine nicht, dass wir damit dem Geschmack gewisser landverliebter, romantisierender ‚Trachtler‘ nachgegeben haben, sondern dass die Figur, gestaltet vom Schillerplatz-Mitglied<sup>20</sup> Hans Seiger, zwar mit dem typischen Klischee spielt, aber ironisch gebrochen ist, was in Kombination mit dem gesprochenen Wort noch unterstrichen wird.

Die Bräuche werden in drei Jahreszeiten eingeteilt, angelehnt an das Kirchenjahr – das hat sich aus den Pfarrfragebögen sowie der Tatsache ergeben, dass es im Sommer und Herbst halt weniger Brauchhandlungen gibt, die konnte man deshalb gut zusammenfassen. Die Einteilung ist Hanns Korens „Volksbrauch im Kirchenjahr“<sup>21</sup> entnommen. Die immer wieder gestellten Ursprungsfragen, die Legenden werden angesprochen, jedoch nicht abschließend beantwortet. Wichtig sind die gegenwärtigen Tendenzen, wer macht was, wo und wann? Viele Neuerungen und Wiederbelebungen wurden registriert. Auffällig sind beispielsweise die Innovationen, die sich aus der Hinwendung vieler Landwirte zur Pferdezucht ergeben. Die Rentabilität der Milchwirtschaft hat abgenommen,

---

<sup>20</sup> Am Schillerplatz liegt die Akademie der bildenden Künste.

<sup>21</sup> Koren, Hanns: Volksbrauch im Kirchenjahr. Ein Handbuch. Innsbruck 1986 (Neuaufgabe).



Der kritische Geist „Volte“, Entwurf von Hans Seiger. Archiv Siegfried Kogler

gleichzeitig wird Kärnten zunehmend als ‚Reiterparadies‘ touristisch vermarktet. Stefani-, Georgi- und Leonardiritte und -feste nehmen zu. Es werden auch schon Pfarrer als Nikolaus oder Martin hoch zu Ross gesehen.<sup>22</sup> Herausragend ist der Perchtenboom der 90er Jahre.<sup>23</sup> Heute agieren über 120 Gruppen im Land. Der folkloristische Minimalismus des Perchtenlaufes bei gleichzeitiger großartiger emotionaler Wirkung wird in den Städten von Oktober bis Jänner vorgeführt, der hohe Aufmerksamkeitswert bei geringem Aufwand wird allenthalben eingesetzt. Es ist heute nicht vorstellbar, auf welches Spektakel die Marketingstrategen nach den Perchten setzen wollen. Das sogenannte Jörgl-Fatschen<sup>24</sup> wird es nicht sein, denn dazu scheint dieser vergessene Brauch zu wenig laut und exaltiert zu sein.

Nicht immer wird die nötige Tiefe erreicht, was das Quellenstudium oder vergleichende Texte angeht.<sup>25</sup> So sind die einzelnen Abteilungen von durchaus unterschiedlicher Qualität, auch was das kritische Potential angeht.<sup>26</sup> Aus zeitökonomischen Gründen wurde der sicher nicht

---

<sup>22</sup> Folgende Brauchabteilungen oder Termine sind eingerichtet: WINTER: Adventsingen, Barbara, Nikolaus, Herbergsuchen, Krampus und Perchten, Klöckeln, Hirtenspiele, Weihnachten, Stefani, Frisch- und Gsundschlagen, Silvester und Neujahr, Sternsingen, Sautone, Sebastian, Lichtmess, Blasius, Kirchleintragen, Striezelwerfen, Fasching – FRÜHLING: Valentin, Kreuzweg, Fastentücher, Passion, Widderopfer, Palmsonntag, Ratschen, Speisesegnung, Ostern, Osterfeuer, Emmausgehen, Pestprozession, Kugelspiele, Dreinagelwallfahrten, Georg, Markus, Bittage, Florian, Maibrauch, Christi Himmelfahrt, Pfingsten, Kufenstechen, Kranzelreiten, Reiftanz, Fronleichnam, Sonnenwende – SOMMER, HERBST: Kirchtage, Feste, Märkte, Ringen, Autoweihen, Kräuterweihen, Erntedank, Simon, Hubertus, Allerheiligen, Leonhard, Martin, Cäcilia.

<sup>23</sup> Vgl. Kogler, Siegfried: Perchten, Perchten – die Sehnsucht nach dem Uralten? In: *Kärntner Kulturkontakte* 5, 1999, S. 41-43.

<sup>24</sup> Fatschen – das Einwickeln des ritterlich-kriegerischen, reitenden Georg mit Bauwoll- oder Leinenbinden.

<sup>25</sup> Die – freilich kritikwürdigen, und mit Vorsicht zu genießenden – Arbeiten von Gugitz etwa bieten einen ersten, materialreichen Überblick, der durch strenge Quellenkritik und konsequentes Nachfragen in den Belegorten oder bei den „Kultplätzen“ durchaus brauchbar ist. Gugitz, Gustav: *Fest und Brauchtumskalender für Österreich, Süddeutschland und die Schweiz* (= Buchreihe Österreichische Heimat 19). Wien 1949 und insbes. Ders.: *Kärntner Wallfahrten in Volksglauben und Brauchtum*. Klagenfurt 1951.

<sup>26</sup> Hätten wir nur mehr monografische und detailreiche Vorarbeiten mit einem ähnlich umfangreichen Quellenapparat wie jene über die Widderopfer, könnten wir viel öfter auf den gelegten Schienen zu groß angelegten Aufnahme- und Filmverfahren kommen. Bockhorn, Olaf: *Opferwidder und Widderopfer. Widderprozessionen und Widderversteigerungen in Osttirol und Oberkärnten*. In: Bockhorn, Olaf, Helmut P. Fielhauer (Hg.): *Kulturelles Erbe*

unumstrittene Überblick von Dietz-Rüdiger Moser „Bräuche und Feste im christlichen Jahreslauf“<sup>27</sup> die Hauptquelle für Hintergrund- und Ursprungsfragen. Karten sind als einfache Übersichtskarten übriggeblieben. Sie werden in Zukunft verstärkt eingebaut, man kann sie als Plattformen zum Arbeiten mit mehreren Ebenen gut gebrauchen.

Die Abteilung „Ringen“ zeigt schon jetzt, was gestalterisch möglich sein kann, und wie es weitergehen wird: Der Brauch wird von den Betroffenen, also den Brauchausübenden, aus in den Blick genommen, deren Selbstverständnis herausgearbeitet. Vom Text zum Bild und zurück sind mehrere Ebenen eingeführt. Eine Übersichtskarte ermöglicht direktes Nachschlagen zu den Veranstaltungsorten mit relevanten Informationen.

Eine Großabteilung befasst sich mit der Kärntner Mundart, in lexikalischer wie linguistischer Hinsicht. Es war ein großes persönliches Anliegen, und dem Wunsch nach einheitlicher Verschriftung der Mundart ist hier ein Vorbild gegeben. Weiters ging es um den Nachweis der vielfältigen romanischen und slowenischen Einflüsse. Neben eigenen Lemmata habe ich vor allem auf das Standardwerk von Heinz-Dieter Pohl<sup>28</sup> zurückgegriffen. Die neu entfachte Beliebtheit des Gstanzldichtens und -singens<sup>29</sup> zeigt das Bedürfnis nach Dialekt, hier liegt nun ein digitales Nachschlagwerk vor.

Die Abteilung Brauchforschung ist für Leute mit Lust auf Theorie gedacht, sie ist eine Handreichung, die Anregungen und Anstöße vermitteln soll. Die Arbeiten von Hans Moser<sup>30</sup>, Martin Scharfe<sup>31</sup>, Hermann

---

und Aneignung. Festschrift für Richard Wolfram zum 80. Geburtstag (= Veröffentlichungen des Instituts für Volkskunde der Universität Wien 9) Wien 1982, S. 23-54.

<sup>27</sup> Moser, Dietz-Rüdiger: Bräuche und Feste im christlichen Jahreslauf. Brauchformen der Gegenwart in kulturgeschichtlichen Zusammenhängen. Graz, Wien, Köln 1993.

<sup>28</sup> Pohl, Heinz-Dieter: Kleine Kärntner Mundartkunde mit Wörterbuch. Klagenfurt 1989.

<sup>29</sup> Die Kleine Zeitung hat in Zusammenarbeit mit dem Bildungswerk nun schon zum zweiten Mal ihre Leserschaft zum Einsenden von Vierzeilern eingeladen. Das Echo soll enorm positiv gewesen sein, die Qualität der Texte ebenso – mit dem gegenteiligen Vorzeichen. An der Nordseite der österreichischen Alpen soll es ja schon einen „Gstanzlautomaten“ geben; die Volksmusikbegeisterten-neu sind, scheint's, um keine halbblustige Idee verlegen.

<sup>30</sup> Zur Erinnerung sei genannt: Moser, Hans: Brauchkundliches vom Ende des 14. Jahrhunderts. In: Beitzl, Klaus (Hg.): Volkskunde, Fakten und Analysen. Festgabe für Leopold Schmidt zum 60. Geburtstag (= Sonderschriften des Vereines für Volkskunde in Wien 2). Wien 1972, S. 224-245.

<sup>31</sup> Scharfe, Martin (Hg.): Brauchforschung (= Wege der Forschung 627). Darmstadt 1991.

Bausinger<sup>32</sup> und Reinhard Johler<sup>33</sup> sind hier eingeflossen. Am Schluss der Abteilung „Brauchforschung heute“ ist auch das eine oder andere persönliche Credo verzeichnet. Die Literaturliste ist eine kleine Bibliothek und ein Nachweis des vielen Aufgehobenen.

Wie geht es weiter? Die Landesförderung allein wird nicht ausreichen, Gespräche mit potentiellen Sponsoren stimmen aber optimistisch. Ein Schwerpunkt der Neuauflage, neben den angesprochenen Verbesserungen im Layout und der benutzerfreundlichen Oberflächen sowie der Ausdruckbarkeit der Textpassagen, liegt in der filmischen Umsetzung. Es handelt sich dabei nicht um eigentliche Dokumentarfilme, sondern um Clips, um kurze Sequenzen mit einer maximalen Länge von rund einer Minute, geschuldet der Speicherkapazität des Mediums, aber auch den Erfahrungen von Experten, die sich mit der Aufmerksamkeitsspanne der sogenannten User beschäftigen. Das ist einerseits herausfordernd, weil man auf das Wesentliche zu achten hat, wirft andererseits auch einige Probleme auf. Die – ohnehin viel zu selten – geführten Diskussionen um den volkscundlichen Film<sup>34</sup> helfen ein wenig. „Partizipierendes Filmen“<sup>35</sup> ist bei diesen Clips nicht drin, was möglich und gewollt ist, sind Interviewpassagen mit Betroffenen im Originalton, mittels Schuss- und Gegenschuss. Als Vorbilder für diese Art des Filmens eignen sich Aufbau und Ästhetik von Fernsehdokumentationen<sup>36</sup>, wo man sich hinsichtlich Zeitabläufen, Kameraführung und Schnitttechnik viel anschauen kann. Man gerät dabei ins Collagehafte, Zerfledderte, in ein assoziatives Schweben, aber auch in eine konzentrierte Punktgenauigkeit, die einem als Arbeitsweise liegen kann, wenn man sich vor Augen hält, dass

---

<sup>32</sup> Insbesondere die jüngst veröffentlichten Überlegungen und Thesen zum Heimatbegriff, die er anlässlich eines Vortrages beim Wiener Kolloquium in Erinnerung an Helmut Fielhauer vorgetragen hat. Bausinger, Hermann: Heimat und Globalisierung. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde 104, 2001, Heft 2, S. 121-135.

<sup>33</sup> Johler (wie Anm. 15).

<sup>34</sup> Zuletzt: Dehnert, Walter (Hg.): Zoom und Totale. Aspekte eigener und fremder Kultur im Film. Marburg 1999.

<sup>35</sup> Ein mittlerweile in Ehren ergrautes Schlagwort, mit dem man sich zu recht dagegen gewehrt hat, dass sich der volkscundliche Filmer, als quasi allmächtig und unsichtbar hinter der Kamera versteckt und so tut, als wäre er gar nicht da gewesen.

<sup>36</sup> Über die Möglichkeiten und Chancen, die Behinderungen und Schwierigkeiten für Volkscundler selbst an TV-Produktionen mitzuwirken siehe Füssenhäuser, Martin: Volkscunde und Fernsehen. In: Dehnert (wie Anm. 34), S. 97-117, angesprochen auch von Obermüller, Peter A.: Volkscultur im Fernsehen. In: Medien Journal 3, 1995, S. 11-19.



Tresdorfer Passion. Foto: Archiv Kärntner Heimatwerk



Osterfeuer. Foto: Archiv Kärntner Heimatwerk

Fragmente zwar die Komplexität steigern, aber auch eine gewisse Bedeutungs- und Sinnverschiebung bringen.<sup>37</sup> Das gilt gleichermaßen für die Bildfolgen, bei denen Standbilder durch Auf- und Abblenden sowie Animation in Bewegung gesetzt und mit Ton unterlegt werden, was sie zu kleinen Trickfilmen macht.

Die CD-Rom wird, so hoffen wir, das vorweihnachtliche Geschäft beleben. In Klagenfurt wird im Rahmen der schon etablierten Messe „Familie und Gesund Leben“ eine dreitägige „Kärntner Brauchtumsmesse“ vom Brauchtumsreferat der Kärntner Landesregierung in Zusammenarbeit mit der Messegesellschaft veranstaltet. Als Zielsetzung verzeichnet das unveröffentlichte Arbeitspapier die „Bündelung des gesamten Spektrums der Kärntner Volkskultur und des Kärntner Brauchtums“, neben kommerziellen Ausstellern sollen Vereine und Initiativen im Rahmen von Sonderschauen ihre Produkte kostenfrei präsentieren können. An einen Multi-Media-Raum ist gedacht, „Geheimnisvolle Winterszeit“ lautet hier die Überschrift. Den Rahmen des vorweihnachtlichen Singens und der adventlichen Heimeligkeit gilt es zu nützen. Wir stellen uns in eine Reihe mit den professionellen Vermarktern der Volkskultur-Erlebniswelt, bleiben Partner der interaktiven Kunstwelt beziehungsweise der rasanten technischen Entwicklung. Als Erlebnisproduzenten liefern wir Bilder und Töne. An Originalbildern und -tönen mangelt es heute immer.

Auch wenn wir einem kritischen Ansatz das Wort reden, ist, auf der Suche nach Absatz und Marktpräsenz, die Gefahr eines affirmativen Vorgehens immer gegeben, man entgeht ihr nicht mehr. Das passiert um so leichter, als „Skandal und Anstoß hierzulande und heute nicht leicht zu haben sind, und zwar weder durch gezeigte Wahrheit, noch durch gesprochene Provokation“.<sup>38</sup> Dabei sind wir uns bewusst, dass wir dem „zeitgenössischen Spektakel der hoch konsumierenden Erlebnisgesell-

---

<sup>37</sup> Als vorbildliche Arbeit nenne ich nur die Dokumentation über „cross over“ in der musischen Volkskultur von Thomas Tielsch (Deutschland 1996), die am 20. 5. 2001 um 21.15 Uhr von dem Fernsehsender „3Sat“ ausgestrahlt wurde, und die einmal mehr gezeigt hat, dass es wesentlich ist, zu wissen, was man nun erzählen will.

<sup>38</sup> So Franz Haas am 18. 5. 2001 in der Neuen Zürcher Zeitung unter dem Titel „Nichts gehört und nichts gewußt haben wollen“, einer Besprechung zu Werner Koflers Sprechstück mit Musik „Tanzcafé Treblinka“, das im Studio des Stadttheaters Klagenfurt zur Uraufführung gekommen ist.

schaft analytische Sinnlichkeit und Selbstreflexion entgegen setzen“<sup>39</sup> wollen, wenn auch hierzulande nur in Spurenelementen, nicht zuletzt wegen unseres Bildungsanspruches. Aber auch wegen des Anspruchs auf „Leben mit Haltung“, dem es nicht genügt, alles sagen zu können, um doch zu wissen, dass Demütigung auf Unangepasstheit folgt, dem Politik als Engagement des einzelnen, und – ja doch – Liebe und Wahrheit in einer zunehmend als autoritär empfundenen Umwelt etwas sagen, um sich weiterhin gegen die „Diktatur der Angepaßten“<sup>40</sup> zu verhalten. Aber das führt zu einem anderen *project in progress* – was die Brauchkultur dafür leisten kann, will in einem ersten Schritt gezeigt sein.

---

<sup>39</sup> Ebd.

<sup>40</sup> So lautet ein Titel der philosophierenden, norddeutschen Diskursrock-Studentenband „Blumfeld“ mit dem einnehmenden Sänger Jochen Distelmeyer auf ihrem letzten Album „Testament der Angst“ – es muss ja nicht immer „Ton, Steine, Scherben“ sein.



Nikola Langreiter und Christian Stadelmann, Wien

## Vom Nutzen der Gletschermumie

### Hintergrund

Donnerstag, 19. September 1991: auf einem Gletscher in der Nähe des Hauslabjochs in 3.210 Meter Höhe sehen Erika und Helmut Simon aus Nürnberg einen menschlichen Körper aus dem Eis ragen; in der Similaunhütte berichten sie von ihrem Fund; der Hüttenwirt verständigt Gendarmerie und Carabinieri.

Freitag, 20. September: Ein Bergungsteam versucht die Leiche aus dem Eis zu befreien, das Wetter verschlechtert sich, die Aktion muss abgebrochen werden; ein gefundener altertümlicher Pickel wird mitgenommen und auf dem Gendarmerieposten Sölden abgegeben.

Samstag, 21. September: erneute Versuche, die Leiche freizulegen scheitern; die zufällig in der Nähe weilenden Bergsteiger Reinhold Messner und Hans Kammerlander sowie die Musikwissenschaftlerin Gerlinde Haid und deren Mann, der Volkskundler Hans Haid, besuchen den Fundort.

Montag, 23. September: Reporter des Österreichischen Fernsehens sind aufmerksam geworden, lassen sich per Hubschrauber an den Ort des Geschehens fliegen und so weiter, und so weiter.

Donnerstag, 26. September: in der Wiener „Arbeiter-Zeitung“ wird die Gletschermumie erstmals als Ötzi bezeichnet.<sup>1</sup>

Im Folgenden präsentieren wir Überlegungen zum „Nutzen der Gletschermumie“ im Dreieck von Erlebnis(-welt), Populärkultur und eben einem sogenannten ‚archäologischen Sensationsfund‘. Uns geht es nicht

---

<sup>1</sup> Fleckinger, Angelika, Hubert Steiner: Faszination Jungsteinzeit. Der Mann aus dem Eis. Bozen 1999 (3.), S. 33; zur Chronologie der Ereignisse vgl. Sulzenbacher, Gudrun: Die Gletschermumie. Mit Ötzi auf Entdeckungsreise durch die Jungsteinzeit. Wien, Bozen 2000, S. 60f. Vgl. auch AZ, 26. 9. 1991, S. 11. Es ist erstaunlich, dass selbst lexikalische Nüchternheit dem Namen Ötzi (unter Anführungszeichen) gegenüber anderen den Vorzug gibt; vgl. Österreich Lexikon in zwei Bänden. Wien 1995, Bd. 2, S. 167f.

um den „Mann aus dem Eis“, wie die – wissenschaftlich – korrekte Bezeichnung lautet, sondern um Ötzi – ein popularkulturelles Phänomen. Rund 500 verschiedene Benennungen kursierten zeitweilig für den Mann vom Hauslabjoch, den Alpen-Adam, Brac, Gelatimann, den kalten Alten.<sup>2</sup> JournalistInnen im englischen Sprachraum riefen ihn Frozen Fritz, in Frankreich Hibernatus.<sup>3</sup> Wie in einer Tageszeitung<sup>4</sup> zu lesen war, ist Ötzi nach der Schifahrerin Petra Kronberger der erste ‚Österreicher‘ der es auf das Titelblatt des US-Magazines „Time“ geschafft hat – immerhin vor dem Politiker Jörg Haider.

Wir nehmen die zahlreichen Spitz- und Kosenamen, die intensive und vergleichsweise lang anhaltende Medienpräsenz der Gletschermumie (über Sensationsberichterstattung hinaus) als Zeichen für breites Interesse, für eine gewisse Anteilnahme, als Hinweis auf ein Phänomen der Popularkultur. Zur Namensdiskussion gehörten auch Vorschläge wie Schnalsi, Urtiroler, Homo Hauslabiensis oder Homo Tirolensis – interpretierbar auch als Ausdruck einer Gemengelage unterschiedlicher Interessen.

### Begehrlichkeiten

Kaum war der Fund des Leichnams als Sensation begriffen worden, da setzte auch schon die Diskussion darüber ein, was mit der Mumie in näherer oder fernerer Zukunft geschehen sollte. Umgehend, am 24. September 1991, erhoben die Vertreter der Gemeinde Sölden, zu deren Gebiet die Fundstelle gehörte – so nahm man zunächst an –, Anspruch darauf.<sup>5</sup> Man war noch weit davon entfernt, ein Konzept für die öffentliche Ausstellung zu entwickeln, aber das Alter des Fundes, die Begleitumstände und die starke Emotionalisierung, die er hervorrief,

---

<sup>2</sup> Dietrich, Stefan: Keine Spur von frostig. Seit heute ist der berühmteste Tiroler der Welt in seinem (wahrscheinlich) endgültigen Domizil im Archäologiemuseum in Bozen zu bewundern. In: *Tiroler Tageszeitung, Magazin*, 28. 3. 1998, S. 1f.

<sup>3</sup> Mit Kosenamen wurden bislang nur wenige archäologische Menschenfunde bedacht: Lucy, Australopithecus, 1976, Äthiopien und Juanita, offiziell Ice Maiden, ein Inkamädchen, 1995, Peru, vgl. Sulzenbacher (wie Anm. 1), S. 8.

<sup>4</sup> Neue Vorarlberger Tageszeitung, 21. 10. 1992, S. 6; vgl. auch Jaroff, Leon: Iceman. In: *Time*, 26. 10. 1992, S. 52-56.

<sup>5</sup> Vgl. *Tiroler Tageszeitung*, 26. 9. 1991, S. 3.

verhießen Medienpräsenz und gute Werbung für die Gemeinde, deren Ökonomie auf Tourismus aufbaut.

Aus dem Selbstverständnis der zentralen musealen Institution Tirols heraus wusste sich aber auch das Landesmuseum Ferdinandeum im Recht, Stätte der Aufbewahrung des Fundes zu werden. Es kam zu einem Gespräch zwischen dem Museumsdirektor und dem Söldener Bürgermeister, das nachher von beiden Seiten unterschiedlich interpretiert wurde. Das Landesmuseum ließ verlauten, man habe sich geeinigt, „dass der Gletschermensch dem Innsbrucker Museum zur ‚Verwahrung und Betreuung‘ übergeben werde“,<sup>6</sup> woraufhin sich der Söldener Bürgermeister beeilte, klar zu stellen, dass seine Gemeinde weiterhin versuchen wolle, die Gletschermumie ins Ötztal zu bekommen. Ihr zu Ehren wollte man in Vent ein Museum errichten.<sup>7</sup> Einig war man sich jedenfalls darin, dass der Fund „im Land Tirol verbleiben“ müsse. Diesbezüglich hatte man sich bereits der Hilfe des Nordtiroler Landeshauptmannes versichert.<sup>8</sup> Mittlerweile war nämlich eine dritte Variante ins Spiel gekommen: weil die Österreichischen Bundesforste die vermeintlichen Grundeigentümer der Fundstelle waren, kam auch ein Standort Wien – das Naturhistorische Museum etwa – in Frage.<sup>9</sup>

Noch bevor diese Option zu einer realen Perspektive werden konnte, kamen Zweifel auf, ob Ötzi überhaupt auf österreichischem Staatsgebiet gefunden worden war. Und ehe sich die Ahnung, dass es italienischer Boden sei, zur Erkenntnis verdichtete, wandte sich der Schnalser Bürgermeister im selben Bewusstsein, in dem zuvor sein Söldener Amtskollege agiert hatte, mit der Forderung an seine Landesregierung, sie solle die Ansprüche des Schnalstales vertreten.<sup>10</sup> Aber der Südtiroler Landeshauptmann stellte sich zunächst eher vor, dass die Gletschermumie das naturhistorische Museum Bozens bereichern könnte.<sup>11</sup> Eine Ausstellung im Landesmuseum Ferdinandeum in Innsbruck, dessen Sammlung räumlich ja auch Südtirol abdecken will, hielt er nicht für gerechtfertigt. Anfang Oktober, zwei Wochen nach der Entdeckung, formulierte er in

---

<sup>6</sup> Tiroler Tageszeitung, 27. 9. 1991, S. 5.

<sup>7</sup> Vgl. Der Standard, 28./29. 9. 1991, S. 10.

<sup>8</sup> Vgl. ebda.

<sup>9</sup> Vgl. Neue Kronen Zeitung, 27. 9. 1991, S. 8 u. Der Standard, 28./29. 9. 1991, S. 10.

<sup>10</sup> Vgl. Tiroler Tageszeitung, 30. 9. 1991, S. 3.

<sup>11</sup> Tiroler Tageszeitung, 1. 10. 1991, S. 3.

einem offiziellen Schreiben den Anspruch des Landes Südtirol auf den Fund und wartete zugleich mit einer neuen Variante für eine zukünftige Präsentation auf: Die Gletscherleiche solle „in kürzest möglicher Zeit im Landesmuseum für Archäologie Schloß Tirol ausgestellt und dem Publikum zugänglich gemacht werden.“<sup>12</sup> In der „Tiroler Tageszeitung“ wurde indes die Befürchtung geäußert, dass „unser’ Mann [...] eines Tages nach Florenz verschwindet.“<sup>13</sup> Unverdrossen bemühten sich die Schnalser weiterhin darum, den Fund ins eigene Tal zu bekommen. Die entsprechende Forderung des Gemeinderates begleitete das Argument, dass, wie „bei anderen wertvollen archäologischen Funden überall auf der Welt [...], die Aufbewahrung oder Aufbereitung des wertvollen Kulturgutes möglichst in unmittelbarer Nähe des Fundortes erfolgen“ solle.<sup>14</sup>

Wie in Österreich war auch in Italien die Diskussion um den ‚richtigen‘ Standort zu einem Tauziehen zwischen den institutionalisierten Zentralstellen der Landesidentität und den lokalen Interessen geraten, wobei die Gemeinden Sölden und Schnals in der Gewissheit, dass der Mann auf „heimischem“ Boden gestorben war und wohl auch dort gelebt hatte, zunächst sehr selbstbewusst agierten. Aus dem Hintergrund drohte da wie dort das Schreckgespenst der jeweiligen staatlichen Hauptstadt, das nie konkrete Formen annahm, aber von vornherein abzuwehren war. Wien oder Rom wurden Ansprüche und jegliche identifikatorische Bezüge abgesprochen. Unabhängig von den ausstehenden Untersuchungsergebnissen der eigens eingesetzten Grenzkommission ging es in dem Streit darum, wer das Recht auf die Definition der Gletschermumie habe. Mehrere Komponenten blieben dabei wichtig: erstens der Boden, der zunächst ein Nordtiroler/Söldener, dann ein Südtiroler/Schnalser, immer aber ein Tiroler war, und zweitens, das enorme Alter des Toten, das – in Verbindung mit dem Faktor Boden – einem wie auch immer begriffenen ‚Kulturkreis‘ eine bis dahin ungeahnte historische Tiefe attestierte.

Keine der unmittelbar in die Diskussion eingebundenen Personen aber ein Kommentator der „Tiroler Tageszeitung“ sprach konkret das pekuniäre Motiv an, das die Standortfrage stets begleitete: „In Sölden möchte man ihn, damit die Fremdenverkehrskasse klingelt. Und auch im Ferdi-

---

<sup>12</sup> Zit. lt. Dolomiten, 5./6. 10. 1991, S. 13.

<sup>13</sup> Tiroler Tageszeitung, 30. 9. 1991, S. 3.

<sup>14</sup> Dolomiten, 12./13. 10. 1991, S. 13.

nandeum würde er im Rahmen der urgeschichtlichen Sammlung sicher mehr Besucher anlocken als bisher dorthin gekommen sind.“<sup>15</sup>

Der Autor wartet überdies mit einer Idee auf, wie der Streit zu schlichten sein könnte. Er schlägt vor, den Homo Tyrolensis in einer Wanderausstellung je sechs Monate in Vent, im Ferdinandeum und auf Schloss Tirol zu zeigen. Zuletzt gehöre er auch noch drei Monate nach Nürnberg, also in jene Stadt, in der das Ehepaar Simon zu Hause ist, das den Fund gemacht hat. Den „Eismann“ könne man nach dieser Tournee „in einem Glassarg im ewigen Eis des Similaun-Gletschers“ beerdigen.<sup>16</sup> Unabhängig davon, wie ernst dieser Vorschlag gemeint war: er weist auf einen Aspekt hin, dem auch von anderer Seite Gewicht beigemessen wurde, nämlich die Idee, die Gletschermumie zu bestatten. Der Umgang mit ihr wurde immer wieder als Geschmack- und Pietätlosigkeit im Dienste der (Fremdenverkehrs-)Wirtschaft verurteilt: „Unseren Ötzi darf man vermessen, verfilmen, zerstückeln zwecks Analyse, vergasen zwecks Konservierung, demnächst pornographisch zur Schau stellen vor Millionen lüsterner Touristen.“<sup>17</sup> Es wurde ein Vergleich mit der makaber anmutenden Präparation des Afrikaners Angelo Soliman im 18. Jahrhundert angestellt<sup>18</sup> und – in einem Leserbrief an eine Tageszeitung – sogar der Papst angerufen, der sich für das „ureigenste Recht des ‚Ötzi‘“, „das Recht der ewigen Ruhe“ einzusetzen hätte.<sup>19</sup>

Auch der damalige österreichische Landwirtschaftsminister, Franz Fischler, kritisierte, dass mit dem Mann im Eis „pietätlos und inhuman“ umgegangen werde. Allerdings argumentierte er bedächtiger, hieß gut, dass sich die Wissenschaft mit ihm beschäftige, verlangte aber, dass im Anschluss daran, „ein Ehrengrab für den Toten“ errichtet werde.<sup>20</sup> Im Übrigen wertete Fischler den Fund als „echte Chance für ein Haus der

---

<sup>15</sup> Tiroler Tageszeitung, 2. 10. 1991, S. 3.

<sup>16</sup> Ebd.

<sup>17</sup> Nennung, Günther: Ötzi ist ein Slowene. Rätsel „Schneemensch“. In: Krone bunt (Sonntagsbeilage der Neuen Kronen Zeitung), 20. 10. 1991, S. 22f, hier S. 23.

<sup>18</sup> Augustin, Hans: Pathologie einer Eitelkeit – Homo Tirolensis. In: Zeitschrift für Literatur 8, 1991, Nr. 27, S. 8f. Zu Angelo Soliman siehe Sauer, Walter: Auf der Suche nach dem afrikanischen Wien. In: Ders. (Hg.): Das afrikanische Wien (= Studien zum südlichen Afrika 2). Wien 1996, S. 10-40, v. a. S. 34-39.

<sup>19</sup> Oberösterreichische Nachrichten, 12. 10. 1991, S. VIII (Leserforum).

<sup>20</sup> Tiroler Tageszeitung, 8. 10. 1991, S. 3.

Alpen in Innsbruck“, das die Stadt zur „geheimen Hauptstadt des gesamten Alpenraumes“ werden lassen könnte.<sup>21</sup>

Derart visionäre Perspektiven waren bei anderen Bundespolitikern nicht auszumachen, zumal deren Verbundenheit mit der Stadt Innsbruck nicht so weit ging, sie aufgrund des Fundes in den Status einer geheimen Hauptstadt erheben zu wollen. Sie zeigten aber doch großes Interesse an Ötzi, förderten vor allem die wissenschaftliche Aufarbeitung, die sie als große Möglichkeit für die Universität Innsbruck begriffen. In der Debatte rund um den angemessenen Ausstellungsort übten sie – das legen zumindest die Zeitungsberichte nahe – im Gegensatz zu den Landespolitikern große Zurückhaltung. Die Logik solch unterschiedlichen Verhaltens ergibt sich, unabhängig von der jeweiligen Persönlichkeit der Agierenden, daraus, dass die nationalen Interessen weit stärker auf das wissenschaftliche Renommee hin orientiert waren, das die Erforschung der Gletschermumie einschließlich ihrer Befunde versprach, als auf ihren identifikatorischen Wert. Den hatte und hat sie – wie gesagt – vor allem für Tirol.

Bald war klar, dass die Gletschermumie ausgestellt werden würde und auch, dass der Standort in Südtirol, dort aber nicht im Schnalstal, liegen werde. In Innsbruck blieb die Genugtuung, dass die Universität die wissenschaftlichen Arbeiten leiten könne, und Ötzi erst nach Abschluss der wichtigsten Untersuchungen gen Süden zu schicken sei. Die Aufbruchsstimmung wurde auch dahingehend genützt, dass man ein eigenes Interdisziplinäres Forschungsinstitut für alpine Vorzeit einrichtete, dem unter anderem die Aufgaben zukommen sollten, die aufwendige Pressearbeit und die Koordination der vielfältigen Forschungsprojekte zu erledigen.<sup>22</sup>

In Wien entwickelte die Anthropologische Abteilung des Naturhistorischen Museums der häufigen Anfragen von Besucherinnen und Besuchern wegen den Plan, eine Kopie zwecks Dokumentation anfertigen zu lassen. Die Zustimmung des Wissenschaftsministers liege bereits vor.<sup>23</sup> Zur Ausführung gelangte der Plan allerdings nicht. Ötzi wurde in Wien

---

<sup>21</sup> Ebd.

<sup>22</sup> Fleckinger/Steiner (wie Anm. 1), S. 32f. Zunächst war als Institutsbezeichnung „Mensch und alpine Umwelt von der Urzeit bis ins frühe Mittelalter“ vorgesehen gewesen (Der Standard, 18. 9. 1992, S. 8).

<sup>23</sup> Kurier, 9. 7. 1992, S. 21.

fortan eigentlich nur noch rezipiert; eine institutionalisierte Setzung des Phänomens fand nicht statt.

Ganz anders war die Situation in den beiden Tälern, an deren Scheitelpunkt der Fundort liegt: Nachdem die Hoffnungen, als Präsentationsort vor anderen den Vorzug zu bekommen in Schnals- und Ötztal unerfüllt blieben, entwickelte man dort ein umso reichhaltigeres Repertoire an marktorientierten Verweisen darauf, dass er eigentlich aus dieser Region komme und in diese Region gehöre.

In der Gemeinde Sölden haderte man allerdings noch lange mit dem Schicksal. Der Umstand, dass der Fundort weniger als hundert Meter von der Staats- und Gemeindegrenze entfernt liegt, ist nur schwer zu akzeptieren gewesen. Noch gegen Ende Oktober 1991 war man fest dazu entschlossen, in Vent für Ötzi ein Museum einzurichten: „Er isch a Kostbarkeit und er isch oana vo ins, wenn auch a uralter. [...] So einen Schatz lass' ma uns nit so leicht wegnehmen“ zitierte der „Kurier“ den Bürgermeister.<sup>24</sup> Das Venter Museum ist schließlich eher bescheiden ausgefallen. Eine erste Ausstellung konnte aber schon im Juni 1992 eröffnet werden. Unabhängig davon nutzt man seither vor allem die Tatsache, über die Original-Schauplätze des Sterbens und Bergens von Ötzi zu verfügen. Seit Sommer des selben Jahres bietet man auf einem eigens eingerichteten Weg geführte Gletscherwanderungen zum Fundort an,<sup>25</sup> der durch ein Denkmal markiert und auf diese Weise überhaupt erst als solcher erkennbar gemacht ist.

Gleichzeitig wird die gesamte betreffende Bergregion in besonderer Weise mystifiziert. Was von Ötzi bekannt ist – dass er vor über 5.000 Jahren gelebt hat, dass er gejagt haben muss und auf dem Weg vom einen Tal ins andere gewesen sein muss –, wird in den Kontext von alpinen Sagen und bekannten und gedeuteten Elementen historischer Hirten- und Jägerkultur gesetzt. Somit wird seine Geschichte mit jener bestimmter anderer mystifizierter Orte verknüpft und letztlich die hochalpine Gebirgsregion generell mit dem Prädikat ‚uralt‘ versehen und mit einer Aura des ‚Heiligen‘ belegt.<sup>26</sup> Schnals- und Ötztal haben sich solcherart

---

<sup>24</sup> Kurier, 20. 10. 1991, S. 21.

<sup>25</sup> Vgl. Neue Vorarlberger Tageszeitung, 2. 6. 1992, S. 6.

<sup>26</sup> Besonders eindrücklich in Hans Haid: Mythos und Kult in den Alpen, 1992 (2.). Das Buch ist 1990, also vor der Entdeckung Ötzis, in erster Auflage erschienen. In der zweiten Auflage

den selben kulturellen Unterbau geschaffen und operieren mit gleichen und gemeinsamen Strategien. Die Unterschiede bestehen vor allem darin, dass das Ötztal über die bessere touristische Infrastruktur verfügt, im Schnalstal aber doch stärker auf eine genuine Beziehung zu Ötzi verwiesen werden kann. Seit es wissenschaftlich mehr oder weniger geklärt ist, dass er im unteren Teil des Schnalstales gelebt hat, begreift man ihn endgültig als Ahnen und berühmtesten Bewohner des Tales. Das Vermarktungsprogramm lautet ‚Archaismus‘ und ‚Kontinuität‘. Die idealisierte Schilderung der Lebensweise der Bevölkerung wird mit dem Zusatz versehen: „Ähnlich, wie es vielleicht bereits Ötzi als neolithischer Bauer gehalten haben könnte.“<sup>27</sup> Und als sicher gilt: „Ötzis Geist lebt weiter im Schnalstal, seinen Bewohnern und seiner Natur“.<sup>28</sup>

Die Mystifizierung der Region wird auf vielfältige Weise in die Angebote des regionalen Fremdenverkehrs integriert: Vorträge, Ausstellungen und eine Multivisionsschau über den Lebensraum des Mannes aus dem Eis finden sich im Kulturprogramm der Region.<sup>29</sup> Der Ort Sautens wird damit angepriesen, dass die „Landschaft dort [...] fast noch so aus[schauen] wie in der Bronzezeit, die Hotels freilich [...] so modern [seien], wie man es mit Recht erwarten“ könne.<sup>30</sup> „Den Winter erleben mit Holla-Ötzi“ bietet Obergurgl an und spielt damit bloß mit der Assoziation,<sup>31</sup> ohne dass das so bezeichnete Angebot einen unmittelbaren Zusammenhang mit dem Gletscherfund erkennen ließe. Die beziehungsvollen Namensgebungen touristischer Einrichtungen und gastronomischer Angebote funktionieren nach dem gleichen Muster. Auch für den deutungsschweren Jahreswechsel 1999/2000 hatte man ein einschlägiges Programm parat: Interessierte sollten in einer Nachtwanderung, gekleidet in Pelzmütze und einen Poncho aus Fellen, angetan mit Hosenröhren aus Ziegenfell, einem

---

ist es dann um das Kapitel „Der Mann im Eis. Etztoolar Neene“ [Ötztaler Großvater] erweitert worden (S. 241-249), das in mystizistischem Duktus in den übrigen Text eingepasst ist.

<sup>27</sup> Das Schnalstal in Südtirol heute. Einst der Lebensraum des Mannes aus dem Eis. In: Mündl, Kurt: Der Ötztal-Mann und seine Welt. Das Jahr bevor er schlief. Graz, Wien, Köln 1999, S. 203-208, hier S. 204; vgl. auch S. 205.

<sup>28</sup> Ebda, S. 203f.

<sup>29</sup> Vgl. pro vita alpina 56, 2000, S. 5-7.

<sup>30</sup> In die Heimat des „Ötzi“. Ruefas Winterangebote in zehn neuen Katalogen, Oberösterreichische Nachrichten, Wochenendbeilage, 19. 10. 1992, S. VIX.

<sup>31</sup> Vgl. <http://www.tiscover.com/hollaoetzi>, Zugriff 3. 12. 1999.



Assoziatives Spiel mit der ‚Marke Ötzi‘, Ötztal 2000. Foto: Nikola Langreiter

ledernen Lendenschurz und heugefütterten Schuhen – ausgerüstet allerdings auch mit Thermoanzug – zur Fundstelle geführt werden. Als Neujahrgeschenk sollte dann jedeR TeilnehmerIn einen durchbohrten Stein mit Fransenbündel – „eine Reproduktion von Ötzis letztem Schmuck“ – erhalten.<sup>32</sup> Ob und in welcher Weise diese „Tour d’Ötzi“ zustande gekommen ist, war leider nicht zu eruieren.

### Verwissenschaftlichung

Dass das assoziative Spiel mit Ötzi Sinn hat, wird evident, wenn man beobachtet, wie rasch er Aufnahme in die populäre Kultur gefunden hat. Ötzi hat von Anfang an starke Emotionen geweckt – nicht nur in Nord- und Südtirol. Nach seiner Entdeckung sind zahllose Bilder und Plastiken entstanden, in denen ambitionierte KünstlerInnen seinen mumifizierten Zustand festgehalten oder versucht haben, sein ursprüngliches Aussehen zu rekonstruieren; darüber hinaus diente Ötzi als Motiv für Erzählungen und Gedichte.

Alle wissen etwas über Ötzi. Das macht ihn zum Allgemeingut und damit gehört er in gewisser Weise auch allen. Die Medien wachten über eine angemessene Weitergabe der Forschungsergebnisse an eine breitere Öffentlichkeit; mehrmals wurde unzureichende Information beklagt. Unter anderem kritisierte man im Wissenschaftsmagazin „Nature“, dass alles geheim gehalten werde<sup>33</sup> und die am Projekt arbeitenden WissenschaftlerInnen durch rigide Verträge gebunden seien. Eine Zeitlang regelte eine kleine PR-Agentur – „Ethik & Kommunikation“ – für die Innsbrucker Universität die Vermarktung des Ötzi-Forschungsprojektes. Die mittels Publikationen, öffentlicher Auftritte der ForscherInnen und so weiter erwirtschafteten Gelder flossen in den Forschungstopf.<sup>34</sup> In allen Medien wurde, haarklein – im wahrsten Sinne des Wortes – berichtet: über die konkreten Studien verschiedenster Disziplinen, die unterschiedlichen Erkenntnisinteressen, die angewandten Methoden und über die Resultate. Einzelne Forscher gerieten zu Stars, auch an ihrem Schicksal und Fortkommen wurde lebhaft Anteil genommen.

---

<sup>32</sup> Nickel, Jost: Die Nacht der Nächte. Die besten Ideen für Silvester ‘99. Leipzig 1998, S. 38.

<sup>33</sup> Polatschek, Klemens: Sind Sie eine Fälschung? Fragen an Ötzi, den mumifizierten Urtiroler aus dem ewigen Eis. In: Die Zeit, 9. 4. 1993, S. 78.

<sup>34</sup> Vorarlberger Nachrichten, 2. 7. 1993, S. A5.

Die Laien haben viel gelernt. „Wie alt war Ötzi zum Zeitpunkt seines Todes?“, wurde 2000 im österreichischen Fernseh-Prominentenquiz „Countdown“ gefragt. Und wir wissen, dass wir die Antwort aufgrund von Knochenanalysen, das Alter der Mumie hingegen dank der C-14-Methode wissen könnten.<sup>35</sup> Viel geschah also zur Wissenserweiterung der Öffentlichkeit in Sachen Gletschermumien<sup>36</sup> im Besonderen und alpiner Ur- und Frühgeschichte im Allgemeinen.<sup>37</sup> Die wissenschaftlichen Protagonisten – Institutionen und Personen – waren im Zu-Markte-Tragen ihres Kapitals wechselnd erfolgreich; besonders das Experimentieren mit – nach allgemeinem Verständnis – nicht-wissenschaftlichen Präsentationsformen kam mitunter nicht gut an. Ein groß aufgezogenes „Geburtsfest“ für Ötzi im Innsbrucker Kongresshaus 1992 mit Präsentation neuester Erkenntnisse, „ebenso sensationell wie der Fund selbst“<sup>38</sup>, „hochkarätig besetzte[r] Podiumsdiskussion mit Publikumsbeteiligung“ und Musikumrahmung, stieß auf geringe Resonanz; kaum 100 Gäste kamen.<sup>39</sup>

Zugleich hat sich der Posteinlauf am Institut für Ur- und Frühgeschichte vervielfacht: ganze Schulklassen äußern sich in Sachen Ötzi, „Hobby-Ötziologen“ liefern Theorien zu Herkunft, Todesursache, Zweck seines Aufenthalts im Gebirge sowie Ratschläge zum weiteren Umgang mit der

---

<sup>35</sup> Radiokarbondatierung; in der Erdatmosphäre wird durch kosmische Strahlung Stickstoff in das radioaktive Kohlenstoff Isotop C-14 umgewandelt; C-14 gelangt über die Nahrungskette in Tiere und Menschen; stirbt ein Lebewesen wird kein C-14 mehr aufgenommen sondern sehr langsam in Raten abgebaut: nach 5.730 Jahren ist nur mehr die Hälfte vorhanden, nach weiteren 5.730 Jahren nur noch ein Viertel. Schwankungen der C-14-Konzentration in der Atmosphäre bewirken, dass Datierungen, die weiter als 1.000 Jahre zurückgehen, ungenau sind; Abhilfe schafft hier die Kombination mit Dendrochronologie (Baumrindendatierung); vgl. Sulzenbacher (wie Anm. 1), S. 42. Zum Zeitpunkt seines Todes war Ötzi ca. 45 Jahre alt.

<sup>36</sup> Ötzi stellt eine Ausnahme dar – Gletscherleichen werden üblicherweise zu Fettwachsmumien.

<sup>37</sup> Im Zusammenhang mit Verwissenschaftlichung verweisen wir hier nur auf die Ideen zur sozialen Diffundierung wissenschaftlichen Denkens in Beck, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a. M. 1996 (Orig. 1986) oder Giddens, Anthony: Konsequenzen der Moderne. Frankfurt a. M. 1995. Vgl. auch Warneken, Bernd Jürgen: Die Stunde der Laien. Eine Studie über populäre Apokalyptik der Gegenwart. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 94, 1998, Heft 1, S. 1-20, hier S. 12.

<sup>38</sup> Neue Kronen Zeitung, 21. 9. 1992, Ausgabe Tirol, S. 13.

<sup>39</sup> Und bezahlten ATS 100,- Eintritt, die dem Forschungsprojekt zugute kamen; vgl. Tiroler Tageszeitung, 18. 9. 1992, S. 5.

Mumie. Zweifel an ihrer Echtheit kursieren; man rätselt kurz, ob Reinhold Messner als ‚Yeti-Spezialisten‘ ein Streich gespielt worden sei, eine breite Öffentlichkeit argumentiert wissenschaftlich.<sup>40</sup> Vielfältige Kenntnisse und Interessen werden dabei mobilisiert – sie reichen von Technologie und Medizin über Prähistorisches und Historisches, bis hin zu Esoterik und Parapsychologie. Diese Verwissenschaftlichung schlägt sich in LeserInnenbriefen, in Korrespondenz mit ExpertInnen und öffentlichen Auftritten nieder.<sup>41</sup> Die Äußerungen sind „Zeugnisse einer Popularkultur der verwissenschaftlichen Welt“.<sup>42</sup> Unterschiedlichste Interessensgruppen, AnhängerInnen bestimmter Weltanschauungen, diverse kommerzielle Unternehmen nehmen Ötzi nicht zuletzt auf Basis popularisierter wissenschaftlicher Kenntnisse in Dienst. Die deutsche Zeitschrift „Naturkost“ warb mit Ötzi für vegetarische Diät,<sup>43</sup> auf dem Buchmarkt tat sich einiges – über Ötzi-Literatur im engeren Sinn hinaus: „Kultplätze im Land“ führt zu Menhiren im Vinschgau „an denen Ötzi vorbeigekommen sein muß“<sup>44</sup>, um nur ein Beispiel zu nennen. Der Nutzen der Gletschermumie ist also kein geografisch begrenzter, Ötzi hat überregionale Bedeutung. Aber es gibt *hot spots* – in der näheren Umgebung nördlich und südlich des Fundorts in den Öztaler Alpen.

### Ferlach

Zuerst ein kleiner Abstecher nach Ferlach, wenige Kilometer südöstlich vom Tagungsort Spittal: Im Rahmen der Kärntner Landesausstellung 1997 „alles jagd ... eine kulturgeschichte“ setzten dort „Science Wonder Productions“ aus Wien Folgendes in Szene – wir zitieren aus dem Ausstellungskatalog:

---

<sup>40</sup> Neue Kronenzeitung, 27. 9. 1991, S. 8; besonders engagiert in dieser Debatte: Heim, Michael, Werner Nosko: Die Ötztal-Fälschung – Anatomie einer archäologischen Groteske. Reinbek bei Hamburg 1993.

<sup>41</sup> Gestützt auf wissenschaftliche Ergebnisse, in wissenschaftlicher oder zumindest wissenschaftskompatibler Form wird Zustimmung oder Kritik an bestimmten ExpertInnen sowie die eigene Meinung zum Ausdruck gebracht; vgl. Warnken (wie Anm. 37), S. 13.

<sup>42</sup> Wie von dieser Welt Gebrauch gemacht wird, ist spezifisch und von sozialen und kulturellen Hierarchien mitgeprägt; ebda, S. 17.

<sup>43</sup> Vgl. <http://www.naturkost.de/aktuell/981221d.htm>, Zugriff 24. 7. 2001.

<sup>44</sup> Jantsch, Franz: Kultplätze im Land. Bd. V Tirol, Südtirol, Vorarlberg. Unterweisersdorf 1995, S. 17.

„Am 5. Juni bei Vollmond startet das Event ‚Der Eismann lebt‘. Da erscheint der Ötzi/Eismann leibhaftig [...] und beginnt [...] eine fünfmonatige Ausstellungsevolution. Eine Zeitdauer, die auch tatsächlich notwendig ist, weil er sich innerhalb dieser 5 Monate unter anderem ein Haus baut, einen Garten anpflanzt, und vieles mehr [...]. Er lernt ständig und man kann ihm beim Überleben in der Jungsteinzeit zusehen. [...] [S]ein Verhalten ist vollkommen authentisch, entspricht dem Stand der Erkenntnisse der anthropologischen Forschungsarbeit. Der Eismann kommt also am ersten Tag mit jenen Gegenständen in Ferlach an, mit denen man ihn im Gletschereis gefunden hat.“<sup>45</sup>

Der Ötzi aus der *Living installation*, ein „irischer Anthropologe“, konnte täglich acht Stunden bei spätneolithischem Treiben beobachtet werden; jegliche Kontaktaufnahme mit ihm war den ZuschauerInnen verboten, abends fuhr Ötzi heim in die „karge Wohnung“ nach Klagenfurt.<sup>46</sup> Und die AusstellungsbesucherInnen „gehen mit dem Eindruck nach Hause: Der seltsame Mann, den sie hier erblicken, der spielt nicht den Eismann, er ist der Eismann – ihr Vorfahre.“<sup>47</sup>

Wenig später kehrte die Steinzeit abermals ins Bodental südlich von Ferlach zurück: Der „Kinofilm zur weltweiten Sensation“<sup>48</sup> „Der Ötztal-Mann und seine Welt. Das Jahr bevor er schlief“ entstand hier. Danach wurde Ötzis oder eigentlich: „Akums“ Dorf der Tourismusbranche übergeben. Vorerst am Drehort, der schon eine Hitparade romantischer Plätze für Liebespaare in einer Zeitschrift angeführt hatte, eingebaut in das regionale touristische Angebot (Besichtigung des Filmdorfes, im Winter als Schneeschuh-Wanderung, dann Ferlacher Jagdmuseum mit Film). Vier Jahre nach Drehschluss wirbt die Carnica-Region Rosental auf

---

<sup>45</sup> Steuerer, Jakob: „der oetzi taucht in ferlach auf, oder: der eismann lebt“. In: Hödl, Günther, Hartwig Pucker (Hg.): alles jagd ... eine kulturgeschichte. Kärntner Landesausstellung Ferlach 1997. Katalogbuch. Klagenfurt 1997, S. 481–483, hier S. 481f.

<sup>46</sup> Kurier, 15. 6. 1997, S. 7; Nach einem Studium der Geschichte, Soziologie und Politikwissenschaft „zog er in eine abgeschiedene Region Irlands, wo er nur von natürlichen Ressourcen lebte.“ Ebda; vgl. auch Der Standard, 22./23. 3. 1997, S. 8.

<sup>47</sup> Steuerer (wie Anm. 45), S. 482; vgl.

<http://business.carinthia.com/landesausstellung/engl/oetzi.html>, Zugriff 14. 1. 2000.

<sup>48</sup> Urbanek, Werner: Ötzis Auferstehung. In: Krone bunt (Sonntagsbeilage der Neuen Kronen Zeitung), 17. 10. 1999, S. 8–11, hier S. 8; zum Film: „Ötztal-Mann und seine Welt. Das Jahr bevor er schlief“, Regie: Kurt Mündl; Constantin Film, ORF Universum, Power of Earth-Produktion; Co-Produzenten ORF, ZDF, ZDF Enterprises, Discovery Channel. Der Film kam am 29. 10. 1999 in die österreichischen Kinos und wurde wenig später, in einer ‚entschärften‘ Fassung im ORF gezeigt. Für eine pathetische Darstellung der Motivation zum Film siehe Hillrichs, Hans Helmut: Einer von uns. In: Mündl (wie Anm. 27) S. 7.

Postkarten mit Standbildern aus dem Film: „die Filmwelt des Ötztal-  
mannes ladet [sic] ein ...“. <sup>49</sup>

### Umhausen und Schnals

Die Filmrequisiten, genauer die Gebäude, bilden mittlerweile den Kern des Ötzi-Dorfs in Umhausen im Ötztal. Und damit sind wir in den Erlebniswelten in der Umgebung des Fundorts angelangt. Neben dem Ötzi-Dorf, das 2000 eröffnet worden ist, gibt es im Südtiroler Schnalstal seit Herbst 2001 mit dem ArcheoParc Schnals eine ähnliche Einrichtung. Die großen Projekte in Ötz- und Schnalstal wurden also nicht in den näher am Fundort gelegenen Ortschaften verwirklicht. Mit Umhausen und Katharinaberg haben verkehrs- und damit tourismustechnisch besser gelegene Orte die regionalpolitischen Querelen um die Ötzi-Parks für sich entschieden. In beiden Freilichtanlagen begeben sich BesucherInnen auf die „Spuren des Mannes aus dem Eis“, „originalgetreue Nachbauten entführen [...] in die Jungsteinzeit“<sup>50</sup>. Das Ötzi-Dorf kann nicht wie der ArcheoParc Schnals mit „Blickkontakt zum Fundort“<sup>51</sup> werben, doch dort wie da ist man bemüht, alpine Jungsteinzeit authentisch<sup>52</sup> und „anspre-

---

<sup>49</sup> Vor den Völkermarkter Stausee-Auen und dem Wörthersee-Bootssteg bei Mondschein, lt. Zeitschrift „Kärntner Monat“, siehe Krobath, Peter A.: Ötzis Welt. Ein Premierenbericht. In: *Universum*, Nr. 10, Oktober 1999, S. 84-92.

<sup>50</sup> Ötzi-Dorf Umhausen, *Tiroler Tageszeitung, Sonderjournal*, 4. 8. 2000, S. 1-3, hier S. 1; vgl. <http://www.oetziworld.it/oetziworld/ger/events/uebers.html>, Zugriff 6. 6. 2001.

<sup>51</sup> <http://www.archeoparc.valsenales.org/archeoparc/ger/archeo.html>, Zugriff 6. 6. 2001. Die Freilichtanlage eröffnet voraussichtlich am 16. 9. 2001. Die Region wirbt schon seit einiger Zeit mit Hilfe der Gletschermumie; die GastwirtInnen von Schnals sind längst „Ötzi-Gastgeber“, im Winter 2001 veranstaltete man ein Saisonabschlussrennen um die „Ötzi-Trophäe“ usw. Im Zusammenschluss mit anderen Kultur- und Freizeiteinrichtungen zum „Magischen Rätischen Dreieck“ (einem EU-Leader Projekt) werden Strategien entwickelt, um in der Freizeitindustrie besser zu bestehen. Dazu vgl. Schuck-Wersig, Petra, Gernot Wersig: *Museumsmarketing in den USA. Neue Tendenzen und Erscheinungsformen* (= Berliner Schriften zur Museumskunde 15). Opladen 1999, S. 36.

<sup>52</sup> Zu Fragen der ‚Echtheit‘ von Angeboten der Freizeit- und Tourismusindustrie vgl. Mundt, Jörn W.: Die Authentizität des Geldes. Zur ökonomischen Entwicklung künstlicher Destinationen. In: *Voyage 3, Künstliche Ferien – Leben und Erleben im Freizeitreservat*, 1999, S. 13-32, hier v.a. S. 13f und Vester, Heinz-Günter: Authentizität. In: Hahn, Heinz, H. Jürgen Kagelmann (Hg.): *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München 1993, S. 122-124, hier S. 123. Vester meint, dass mit den Erlebnis- und Kulturtourismus-Szenarien postmoderne Umwelten entstanden sind, „in denen mit der Unterscheidung von Authentizität vs. Inauthentizität spielerisch umgegangen wird.“ Ebd.

chend“ aufbereitet zu präsentieren: in einem „Erlebnishaushaus“ beziehungsweise einer „Infozentrale“, mit Hausrekonstruktionen „nach streng wissenschaftlichen Vorgaben“, Versuchsfeldern mit Urgetreidesorten, Steinschlagplätzen, Lehmgruben, Menhiren und so weiter Einblick in die Lebenswelt „unseres berühmtesten Vorfahren“<sup>53</sup> wird geboten, mehr noch: BesucherInnen sollen Vergangenheit erleben, in sie eintauchen, hautnahe Erfahrung mit dem Spätneolithikum machen. Bewusst soll dabei werden, dass die Steinzeitmenschen „Kunstfertigkeit“ besaßen, die die geistigen und technischen Grundlagen für „unsere heutige Kulturhöhe“ schufen.<sup>54</sup> „Die Pforte führt nicht nur auf ein anderes Areal – sie ist eine Zeitschleuse. Nach wenigen Schritten findet sich der Besucher des Ötzi Dorfes in einer anderen Welt zu einer anderen Zeit wieder. In der Zeit des Eismannes.“ In der ersten Saison, in drei Monaten, besuchten 40.000 Leute den archäologischen Freizeitpark im Ötztal; Konrad Spindler kommentiert, dieser Zuspriech habe bewiesen, „dass erlebbare Geschichte voll im Trend liegt“<sup>55</sup> – zumindest die weit zurückliegende Geschichte, Vorgeschichte sogar. Diese neu entdeckte Ostalpen-Vergangenheit ist exotisch, in gewissem Sinn pittoresk und vor allem: niemand ist eigentlich von ihr betroffen. Es geht *auch* um Identität, aber nicht verbunden mit persönlichen Belastungen.<sup>56</sup>

Ötzi-Dorf und ArcheoParc Schnals liegen im Trend. Seit Gerhard Schulzes „Erlebnisgesellschaft“<sup>57</sup> wird alles mögliche und werden ganz besonders Freizeiteinrichtungen und Kulturangebote mit dem Etikett ‚Erlebnis‘ versehen – von der Hoffnung beseelt, sich damit eine gute Position in der harten Konkurrenz um KundInnen zu sichern. Erlebnis hat

---

<sup>53</sup> <http://www.oetziworld.it/oetziworld/ger/events/uebers.html>, Zugriff 6. 6. 2001.

<sup>54</sup> Ötzi Dorf Umhausen (wie Anm. 50) hier S. 1f; vgl.

[www.archeoparc.valsenales.org/archeoparc/ger/archo.html](http://www.archeoparc.valsenales.org/archeoparc/ger/archo.html) und

[www.archeoparc.valsenales.org/archeoparc/ger/archpark.html](http://www.archeoparc.valsenales.org/archeoparc/ger/archpark.html), Zugriff 6. 6. 2001.

<sup>55</sup> Kurier, 29. 4. 2001, Ausgabe Tirol, S. 9. Ein Foto zum Text zeigt Kinder im Gelände, die zwei Didgeridoo-Spielen zuhören.

<sup>56</sup> Vgl. Köstlin, Konrad: Das Museum zwischen Wissenschaft und Anschaulichkeit. Zum Verhältnis von Recherche und Präsentation. In: Scharfe, Martin (Hg.): Museen in der Provinz. Strukturen, Probleme, Tendenzen, Chancen. Referate und Diskussionen der 5. Arbeitstagung der „Arbeitsgruppe: Kulturgeschichtliches Museum“ in der DGV, vom 5.-7.6.1980 (= Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Instituts 54). Tübingen 1982, S. 47-60, hier S. 49.

<sup>57</sup> Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. M. 1992.



Eine Führung durch das Ötzi-Dorf in Umhausen/Ötztal.

Foto: Archiv Ötztaler Verein für prähistorische Bauten und Heimatkunde



Blick in den ArcheoParc Schnals – eröffnet im September 2001.  
Foto: Archiv ArcheoParc Schnals

Konjunktur als Begriff in diversen Diskursen und als Praxis.<sup>58</sup> Bürgermeister Jacob Wolf und Projektmanagerin Barbara Marberger – sie kommt aus der Tourismusbranche – betonen bei jeder Gelegenheit, dass das Ötzi-Dorf kein „kitschiger Erlebnisspielplatz“ sei, „kein Disneyland“<sup>59</sup>, sondern eine seriöse Dokumentation, die realistisch zeigt, wie der Eismann gelebt hat. ‚Vielleicht‘ gelebt hat – wird manchmal hinzugefügt, aber nicht immer. Als Garantie für die Qualität des Gebotenen gilt hier die Zusammenarbeit mit der Universität Innsbruck; zwei Archäologen waren beratend tätig. Die MitarbeiterInnen der „Überlebensschule Tirol“ sichern mit ihrem Animationsprogramm, dass BesucherInnen im „Erlebnisdorf“ Ötzis Alltag wirklich kennen lernen.<sup>60</sup> Teile einer Vergangenheit, Bewegungen, Rückschläge, Erfolgserlebnisse, Gefühle der VorfahrInnen sind hier selbst zu erleben und auszuleben.<sup>61</sup> Das kontinuierlich wachsende Interesse für Historisches, so wird oft erklärt, habe

---

<sup>58</sup> Vgl. u. a. Prash, Hartmut: „Erlebniswert und Edutainment“. Überlebensformeln für Museen im nächsten Jahrtausend! In: Jahrbuch für Volkskunde und Museologie des Bezirksheimatmuseums Spittal/Drau 13, Museum 2000, 1999/00, S. 51-65, hier S. 53. Und kritisch dazu: Dieter Kramer: „Wenn in volatilen Märkten um frei verfügbare Kaufkraft der Konsumenten heftig gerungen werden muss, dann entsteht ein innovations- und experimentierfreudiges Klima. Erlebnis- und Konsumwelten sind Strategien, bei denen das Kundenverhalten im Käufermarkt zu konditionieren versucht wird.“ Kramer, Dieter: Rezensionen. Thomas Heinze (Hg.): Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien. München, Wien 1999 und Albrecht Steinecke (Hg.): Erlebnis- und Konsumwelten. München, Wien 2000. In: Voyage 4, Tourismus verändert die Welt – aber wie?, 2001, S. 174-179, hier S. 175.

<sup>59</sup> Das Disney-Konzept wird in der deutschsprachigen Diskussionen häufig als schlechthin Böse gehandelt, vgl. Schuck-Wersig/Wersig (wie Anm. 51), S. 63; auch: Hennig, Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. Frankfurt a. M. 1999 (Orig. 1997), S. 167f; Gyr, Ueli: Kitsch in der Zeitung. Medientypische Gebrauchsweisen zum Nachdenken. In: Volkskultur und Moderne. EE zur Jahrtausendwende. FS für Konrad Köstlin zum 60. Geburtstag am 8. Mai 2000. Wien 2000, S. 215-231, hier S. 231; zur Theatermetaphorik die in diesen Zusammenhängen von Kritikern oft bemüht wird vgl. Maase, Kaspar: Nahwelten zwischen „Heimat“ und „Kulisse“. Anmerkungen zur volkskundlich-kulturwissenschaftlichen Regionalitätsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 94, 1994, Heft 1, S. 53-70, hier S. 57.

<sup>60</sup> Ötzidorf Umhausen (wie Anm. 50), S. 1f; vgl. Kurier, NÖ, 12. 4. 2000, S. 13; „Willkommen auf der Seite der Überlebensschule Tirol ...“ auf:

<http://www.domenreich.net/uest/index.html>; Zugriff 6. 6. 2001. ‚Friedvolle Krieger der Wildnis‘ auszubilden gehört unter anderem zur Philosophie der Überlebensschule Tirol; vgl. dazu: Bendix, Regina: Der Gespielte Krieg. Zur Leidenschaft des Historic Reenactment. In: Volkskultur und Moderne (wie Anm. 59) S. 253-268, hier S. 256, S. 259.

<sup>61</sup> Vgl. ebda, S. 256. In kurzen interaktiven Programmen ist ein „Feger“ herzustellen oder mit Pyrit und Zunder ein Feuer zu entfachen, in Kursen vermitteln sie prähistorischen Bogenbau, Töpferei etc.; es gibt zudem mehrtägige Camps für Erwachsene und Kinder.

mit der Suche nach Übersichtlichkeit in der unüberschaubaren, temporeichen Gegenwart zu tun. Im Ötzi-Dorf arbeitet vor allem die Überlebensschule mit dieserart Kompensationsthesen: in einer Welt zunehmender Medialisierung und Virtualität solle man sich besinnen, sich der Natur und den authentischen Dingwelten aus der Vergangenheit zuwenden.<sup>62</sup> „Zur Selbstbezüglichkeit von Ereignissen passt die kulturtechnische Erfindung des Erlebnisparks. Man taucht in zeitlich und räumlich eingegrenzte Szenerien ein, angeboten zur gefälligen Benutzung“<sup>63</sup>, schreibt Gerhard Schulze. Echte Kunstwelt, künstliche Echtwelt? Den BesucherInnen ist’s wohl egal, in geschichtlichen Themenparks stellen korrekte Rekonstruktionen eines historischen Ambientes zufrieden.<sup>64</sup>

Wir würden noch gerne aufrollen, wie die Verantwortlichen die hohen Kosten der Projekte argumentieren, welche Marketingstrategien öffentlich gemacht werden, welche Attraktionen und Animationsprogramme für die Zukunft geplant sind und ob zum Beispiel das Ötzi-Dorf ein Museum ist oder nicht. Aus Platzgründen nur ganz kurz in den Shop des Ötzi-Dorfes in Umhausen und dann weiter nach Bozen. Der Shop ist, so war in einer Kritik zum Freilichtpark zu lesen, „fast professioneller als das ‚Ötzi-Dorf‘ selbst“; es gibt ‚Mitbringsel‘ aus der Jungsteinzeit, zum Teil sind es Erzeugnisse der Überlebensschule (Pfeile, Bogen, Messer), und ein großes Angebot an regionalen Produkten aus Landwirtschaft und Kunsthandwerk. Thematisch sind die Waren mehr oder weniger mit dem Kernangebot Ötzi verknüpft, das Niveau des *Merchandising* wird geradezu penetrant betont, das passt zur oben angesprochenen ‚Kitschabwehr‘.<sup>65</sup>

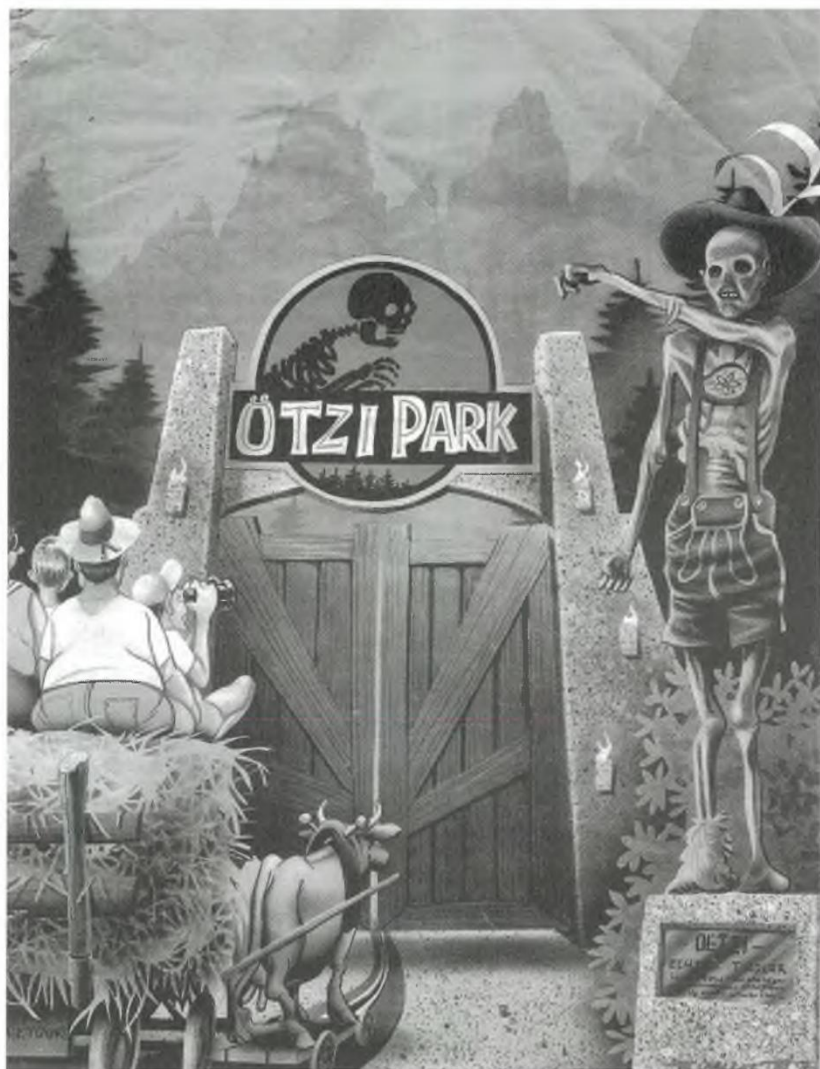
---

<sup>62</sup> Godau, Sigrid: Inszenierung oder Rekonstruktion? Zur Darstellung von Geschichte im Museum. In: Fehr, Michael, Stefan Grohé (Hg.): Geschichte-Bild-Museum. Zur Darstellung von Geschichte im Museum (= Museum der Museen, Schriftenreihe des Karl Ernst Osthaus Museums 1). Köln 1989, S. 199-211, hier S. 199; Korff, Gottfried: Zur Faszinationskraft der Dinge. Eine museumshistorische Reflexion in Bildern. In: Volkskultur und Moderne (wie Anm. 39), S. 341-354, hier S. 353f; vgl. Ötzidorf Umhausen (wie Anm. 50), S. 2.

<sup>63</sup> Schulze, Gerhard: Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur. Frankfurt a. M., New York 1999, S. 94.

<sup>64</sup> Vgl. Hennig (wie Anm. 59), S. 171.

<sup>65</sup> Reisner, Ulli: Auf Ötzis Spuren. Als erstes Tiroler Medium testet ECHO anonym Tiroler Freizeitangebote und startet seine neue Serie mit dem eben eröffneten „Ötzi Dorf“. In: Echo 10, 2000, S. 50f, hier S. 51; zur zunehmend wichtigen Rolle des merchandising-Bereichs für Museen siehe z. B. Schuck-Wersig/Wersig (wie Anm. 51), S. 19, S. 95f.



Ötzi-Park in der Interpretation des Karikaturisten Bruno Haberzettel.  
Mit freundlicher Genehmigung des Zeichners

Weit über die Region und weit über die schon angesprochene Tourismuswerbung hinaus reichen die Formen der Nutzung und Verwertung der Mumie. Das Image, oder wenigstens die Bekanntheit Ötzis ist gut fürs Geschäft und auf eine breite Produktpalette übertragbar. In Schwaz, im Tiroler Unterland, warb ein Jeansgeschäft bereits im Oktober 1991 mit dem Ötzi in der Auslage für unverwüstliche Hosen, ein Unterwäscherzeuger versicherte, dass ausgerüstet mit seinen Produkten dem Ötzi *das* nicht passiert wäre, und die volkstümlichen Musiker „Kastelruther Spatzen“ absolvierten Konzerte in T-Shirts mit dem Konterfei des Ötzi und der Aufschrift „I bin a Tiroler ... schon seit 4000 Jahren“.<sup>66</sup> Der „Südtiroler Köcheverband“ lanciert via Internet ein Rezept für „Ötzi-Schlutzer“<sup>67</sup>. Folgt man dem Stichwort ‚Ötzi‘ im Netz, führt dies vielfach auf private Homepages, mehrfach auch zu Websites mit rechtsextremen Inhalten.

Vor der Überfuhr der Mumie von Innsbruck nach Bozen sorgte gar eine Bombendrohung einer ominösen „Kampftruppe Ein Tirol“ für Aufregung.<sup>68</sup> Die Übersiedlung im Jänner 1998 ging trotzdem wie geplant, ohne Schwierigkeiten, mit enormen Sicherheitsvorkehrungen und unter großem Medieninteresse vonstatten; seit 28. März 1998 ist Ötzi im Südtiroler Archäologiemuseum in Bozen zu besichtigen.<sup>69</sup>

### Bozen

Mit der Eröffnung des Archäologiemuseums Bozen setzten der Ötzi-Kult und die Nutzung der Gletschermumie in Bozen erst so richtig ein. Ötzi-Wein, Ötzi-Eiscreme und Ötzi-Menüs, Ötzi als Schokofigur, als Marzipanmännchen oder als Schmuckstück. Von Seiten des Archäologiemuseums bedauert man, auf „diese Geschäftemachereien“ keinen Einfluss zu haben, ein archäologischer Fund könne leider vor der „Kitsch- und Souvenirproduktion“<sup>70</sup> rechtlich nicht geschützt werden. Freilich blüht auch im Museum der Devotionalienhandel: Ötzi als Schlüsselanhänger,

---

<sup>66</sup> Oberösterreichische Nachrichten, 31. 10. 1991, S. 19.

<sup>67</sup> Vgl. <http://www.skv.org/koestlichkeiten/oetzischlutzer.html>, Zugriff 24. 7. 2001.

<sup>68</sup> Salzburger Nachrichten, 10. 1. 1998, S. 5.

<sup>69</sup> Tiroler Tageszeitung, 17./18. 1. 1998, S. 4.

<sup>70</sup> Linhart, Andreas: Süße Geschäfte mit „Ötzi“. In Bozen blüht das Geschäft mit dem Gletschermann: Längst gibt es „Ötzi“ als Silberschmuck, Schokofigur oder Marzipanmännchen. In: News 51, 1998, S. 76; vgl. auch Fleckinger/Steiner (wie Anm. 1), S. 150.

auf T-Shirts, Rucksäcken, die Replik seiner Fellmütze, Ötzi-Spiele und -Bücher et cetera. Im Bildband zur Abteilung „Mann aus dem Eis“ heißt es dazu:

„Das Südtiroler Archäologiemuseum versucht dem Mann aus dem Eis ein neues Image zu geben: Die Rekonstruktion des lebenden Mannes aus dem Eis soll das Abbild des Toten ersetzen. [...] Die Gesetze des Marktes außerhalb des Museums können von keiner öffentlichen Stelle beeinflusst werden. Die Nachfrage bestimmt das Angebot.“<sup>71</sup>

Museen befänden sich, so heißt es oft, auf dem Weg, feste Bestandteile der Reise- und Freizeitindustrie zu werden, die wiederum wandle sich von einem Komplex wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Vorgänge zu einem „entdifferenzierten Element postmoderner Kultur“<sup>72</sup>. John Urry konstatiert eine „eindeutige Verschiebung in der Konstruktion der Vergangenheit von einer mit einer Aura versehen Geschichte hin zu einem mit Warencharakter behafteten geschichtlichen Erbe („heritage“).“ Museen und ähnliche Einrichtungen stehen demnach nicht (nicht mehr?) außerhalb der Marktwirtschaft. Sie konkurrieren miteinander als Elemente einer „Freizeitindustrie – in der das, was gerade Mode ist, einem enorm schnellen Verschleiß unterliegt.“<sup>73</sup>

Doch als Museum befindet sich die Bozner Ötzi-(Re-)Präsentation in einem anderen Spannungsfeld als die Freilichtparks in Umhausen und Katharinaberg. Das Südtiroler Archäologiemuseum agiert mit dem Selbstverständnis der Institution Museum, verfügt über dessen Aura – Wissenschaftlichkeit und Seriosität müssen nicht ständig betont werden. Hier besteht die Möglichkeit, „(Süd-)Tirols liebste Leiche“<sup>74</sup> einzubinden in Jahrtausende alpiner Historie und deren Überreste. Das Museum muss sich weniger abgrenzen von den anderen Angeboten unter dem Sammelbegriff ‚Erlebniswelt‘ und kann trotzdem auch als solche auftreten. Außerdem besitzt es den Schatz.

„Wenn man etwas anschauen soll, dann muß etwas da sein. [...] Die Schätze müssen wirklich ausgestellt werden, nur dann können sie so verwertet werden: in der ‚Besitzausstellung‘, die das Museum zum

---

<sup>71</sup> Fleckinger/Steiner (wie Anm. 1), S. 150. Das ist übrigens der allerletzte Satz des Buches.

<sup>72</sup> Urry, John: Wie erinnern sich Gesellschaften ihrer Vergangenheit? In: Beier, Rosmarie (Hg.): *Geschichtskultur in der Zweiten Moderne*. Frankfurt a. M. 2000, S. 29-52, hier S. 31.

<sup>73</sup> Ebd., S. 30f, S. 48.

<sup>74</sup> Linhart (wie Anm. 70), S. 76.

repräsentativen Zimmer der Stadt macht<sup>75</sup>, wie Konrad Köstlin erklärt. Und so lassen sich auch die hohen Ausgaben für die fachgerechte Ausstellung rechtfertigen – weit über die Landesgrenzen hinaus in der europäischen Museumslandschaft habe das Südtiroler Archäologiemuseum einen hohen Stellenwert, betont der Landeshauptmann Luis Durnwalder, und sein Kulturlandesrat Bruno Hosp redet von einem „Weltkulturgut, das der Nachwelt erhalten werden müsse“<sup>76</sup> – und das in Bozen. Hosp verspricht zudem, dass der Fund nicht kommerzialisiert werde.

Doch auch hier auf 1.200 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche, muss Geschichte vom Ende der letzten Eiszeit bis zur Zeit Karls des Großen in einer Form erzählt werden, die sich geschäftlich rentiert. Mit Originalobjekten aufwarten zu können, genügt nicht; auch hier gelten Zielsetzungen erlebnisorientierten Marketings: „Das Stimulieren von Affekten, Assoziationen und Emotionen beim (Kultur)Touristen wird gekoppelt mit der Darstellung neuer (Kultur)Erlebniswelten, die touristisch in-Wert-setzbar sind“<sup>77</sup>, fasst etwa der Tourismuswissenschaftler Thomas Heinze die Programmatik zusammen.

Hauseigene PädagogInnen sind abgestellt, um Kindern und Jugendlichen, „gern gesehene[n] Gäste[n]“, „Geschichte spannend und hautnah“<sup>78</sup> zu vermitteln. Und auch für die Erwachsenen gilt: „Fasziniert, staunend, aber auch seltsam berührt begegnen wir einem Zeugen unserer eigenen Vergangenheit: Das Schicksal dieses Einzelnen nimmt der ‚Geschichte‘ ihre Anonymität – und wird in unseren Köpfen lebendig.“<sup>79</sup> Die Museumspädagogik, der also große Bedeutung beigemessen wird, ist vor allem Ötzi und seiner Zeit gewidmet. Und wenn den Fragen nach dem Alltagsleben nachgegangen wird, wenn es also darum geht, wie ‚unsere Vorfahren‘ gegessen haben, wie sie getöpft und wie und woraus sie ihre

---

<sup>75</sup> Köstlin (wie Anm. 56), S. 47f.

<sup>76</sup> Tiroler Tageszeitung, 16. 1. 1998, S. 4; Durnwalder, Luis: Vorwort. In: Fleckinger/Steiner (wie Anm. 1), S. 6.

<sup>77</sup> Heinze, Thomas: KulturtourismusMarketing im Zeichen des Erlebnismarktes. In: Ders. (Hg.): Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien. München, Wien 1999, S. 390-401, hier S. 400; vgl. Prasz (wie Anm. 58), S. 51f.

<sup>78</sup> Sulzenbacher (wie Anm. 1), S. 56.

<sup>79</sup> Fleckinger/Steiner (wie Anm. 1), S. 10.



Souvenir aus dem Museumsshop im Archäologiemuseum Bozen.  
Karte: Folio Verlag Bozen-Wien

Kleidung hergestellt haben,<sup>80</sup> so scheint das in erster Linie für die Jungsteinzeit, also jene historische Periode interessant, in der Ötzi gelebt hat.

Das Archäologiemuseum in Bozen ist der Ur- und Frühgeschichte Südtirols gewidmet, der Zeit von etwa 15.000 vor bis etwa 800 nach Christus. Seine besondere Charakteristik ist aber, dass es die hohen BesucherInnenzahlen, die große Medienpräsenz – ja seine Existenz überhaupt – Ötzi verdankt. Folgerichtig ist die Gletschermumie wirkungsvoll im Zentrum des Museums platziert (im mittleren der drei Stockwerke, die zur Ausstellungsfläche gehören) – umrahmt von der Dokumentation seiner Fundgeschichte, der Präsentation der Beifunde und einer lebensgroßen Rekonstruktion. Die darunter und darüber liegenden Stockwerke dienen wohl vor allem der Einstimmung und Ausbegleitung, so wertvoll und aussagekräftig einzelne der gezeigten Exponate auch sein mögen. Medien widmen ihnen kaum Aufmerksamkeit, und ein Katalog, der das Haus insgesamt behandelt, ist bislang nicht erschienen. Ein Journalist verwendete denn auch anlässlich der Eröffnung eine opulente Metapher: „Das Archäologie-Museum ist Ötzis Mausoleum, das ‚Taj Mahal‘ Südtirols. Und die ausgestellten Funde – sind seine Grabbeigaben.“<sup>81</sup>

In der Ausstellungsarchitektur und deren Interpretationen spiegelt sich einerseits diese Dramaturgie der Sensation wider, andererseits versucht sie eine Ehrfurcht gebietende Aura der Heiligkeit zu entwickeln, die wohl auch von der Eigenart der Diskussion um die Zurschaustellung des Ötzi bestimmt ist. Denn die Debatte um einen pietätvollen Umgang mit dem Ötzi, wie sie bereits anlässlich seiner Auffindung geführt worden war, wurde anlässlich der bevorstehenden Ausstellung wieder aufgenommen. Nun wurde sie aber nicht von den JournalistInnen oder auf den Leserbriefseiten der Tageszeitungen geführt, sondern sie war primär zu einer Diskussion zwischen Politik und Wissenschaft geworden. Der Landeshauptmann und der Kulturlandesrat von Südtirol zeigten sich an einer öffentlichen Präsentation des populären Fundes sehr interessiert. Die Wissenschaftler, die zuvorderst mit der Erhaltung und Betreuung der

---

<sup>80</sup> Vgl. Sulzenbacher (wie Anm. 1), S. 56. Nach Peter Stone interessieren Fragen wie diese BesucherInnen von Archäologiemuseen am meisten; vgl. Stone, Peter G.: Introduction: a framework for discussion. In: Ders., Brian L. Molyneaux (Hg.): *The Presented Past. Heritage, museum and education* (= *One World Archaeology* 25). London, New York 1994, S. 14-28, hier S. 20.

<sup>81</sup> *Kurier*, 29. 3. 1998, S. 9.

Gletschermumie befasst waren, konnten zwar der Idee einer Bestattung Ötzi ebenfalls nichts abgewinnen, da sie ihn als Forschungsobjekt auch für die Zukunft verfügbar halten wollten.<sup>82</sup> Sie wollten ihn aber ebenso wenig ausgestellt wissen. Besonders der Vorstand des Instituts für Ur- und Frühgeschichte der Universität Innsbruck, der als „Chef-Ötzi-forscher“<sup>83</sup> apostrophierte Konrad Spindler, exponierte sich diesbezüglich. Von Anfang an brachte er ethische Gründe aber auch die hohen Kosten vor, die eine Ausstellung verursachen würde.<sup>84</sup> Nachdem absehbar wurde, dass die Ausstellung fester politischer Wille war und für Ötzi in Bozen ein Museum eingerichtet werden sollte, brachte er seine nicht zuletzt auf die Gletschermumie begründete wissenschaftliche Reputation ein: „Weltweit stimmen alle Experten überein, daß eine dauernde Ausstellung nicht möglich ist. Jeder, der etwas anderes sagt, ist ein Scharlatan, dem es nur ums Spektakel und nicht um die Erhaltung der Mumie geht.“<sup>85</sup>

Unmittelbar vor der Überführung nach Bozen, gibt Spindler den Eismann sogar verloren, wenn er zitiert wird, dass es unverantwortlich sei, den „Eismann allein wegen hoher Besucherzahlen zu opfern.“<sup>86</sup> Und immer wieder sind vor allem seine moralischen Bedenken Thema der Berichterstattung über Ötzi.<sup>87</sup> Die technischen Probleme der Konservierung bei gleichzeitiger Ausstellung konnten augenscheinlich gelöst werden, und Spindlers ethische Argumentation wurde nicht besonders ernst genommen. Die Vorbehalte seien vom falschen Mann gekommen,<sup>88</sup> „Spindler selbst habe keine Gelegenheit zur Vermarktung ausgelassen, und dabei auch die kleinsten Körperdetails der Mumie fotografisch sichtbar gemacht“, wird der Südtiroler Kulturlandesrat zitiert.<sup>89</sup>

---

<sup>82</sup> Dass immer wieder neue, zum Teil überraschende Erkenntnisse möglich sind, zeigt die unerwartete Entdeckung einer Pfeilspitze in Ötzis Schulter im Juli 2001.

<sup>83</sup> Tiroler Tageszeitung, 19. 9. 1995, S. 5.

<sup>84</sup> Vgl. arab: „Und wir kriegen nur mehr die Knochen ...“ In: FF 44, 26. 10. - 1. 11. 1991, S. 20f, hier S. 21.

<sup>85</sup> Tiroler Tageszeitung, 19. 9. 1995, S. 5.

<sup>86</sup> Tiroler Tageszeitung, 4. 1. 1998, S. 11.

<sup>87</sup> Z. B. Kurier, 6. 1. 1998, Ausgabe Tirol, S. 8; Buchacher, Robert: Ötzi baba! In: Profil, 12. 1. 1998, S. 68-71, bes. Interview S. 71.

<sup>88</sup> Vgl. Salzburger Nachrichten, 10. 1. 1998, Österreich-Ausgabe, S. 5.

<sup>89</sup> nach Kurier, 6. 1. 1998, Ausgabe Tirol, S. 8.



Sorgfältig inszeniert – Vorhalle zu Ötzis Vitrine.

Foto: Josef Pertner, Archiv Archäologiemuseum Bozen

Diese Diskussion hat jedenfalls ihren Niederschlag in der Präsentation durch das Bozener Museum erfahren. Verschiedentlich werden die BesucherInnen darauf hingewiesen, dass sie sich dessen eingedenk sein sollen, dass es sich bei dem Ausstellungsobjekt um einen Menschen handle. Deshalb, so wird betont, „wurde auf eine sehr zurückhaltende Form der Präsentation großer Wert gelegt.“<sup>90</sup> Die Mumie sei „nicht in den Mittelpunkt des Geschehens ‚gezerrt‘ worden, sondern in einen optisch abgegrenzten, dezent gehaltenen Raum eingebunden.“<sup>91</sup>

Ötzi liegt im hinteren Teil eines ovalen Bereichs, der durch Stellwände abgeschirmt ist und in dem ansonsten keine Exponate untergebracht sind. Der Eindruck einer sakralen Halle wird noch dadurch unterstützt, dass in der Decke in unregelmäßigen Abständen eine Vielzahl von kleinen, schwach leuchtenden Lämpchen eingelassen ist, was wir als Andeutung eines Sternenhimmels interpretieren. Ötzi ist hinter einer Wand aus profiliertem Blech durch eine 40 x 40 Zentimeter große Scheibe zu sehen. Davor ist eine Hebebühne installiert, die dazu dient, Personen von unterschiedlicher Größe den Blick auf ihn zu ermöglichen. Der Zugang zum Guckloch erfolgt über einen durch Kordeln begrenzten Gang. Jenseits des Guckloches ist eine Sitzbank aufgestellt.

Das Problem der Ethik wird an die BesucherInnen delegiert, wenn in der Publikation zur Ausstellung erklärt wird, dass der Schauraum unterteilt worden sei, damit „der Museumsbesucher selbst“ entscheiden könne, „ob er sich die Mumie ansehen möchte oder nicht.“<sup>92</sup> In anderen Abteilungen des Museums sind einige menschliche Skelette ausgestellt, denen im Übrigen keine pietätvolle Huldigung widerfährt.

Mit der Einrichtung des Südtiroler Archäologiemuseums hat Ötzi eine „letzte Ruhestätte“ und die Debatte um seine konkrete museale Repräsentation ein vorläufiges Ende gefunden. Die Idee Ötzi bietet aber noch sehr viel Spielraum. Seine professionelle freizeitwirtschaftliche Nutzung hat erst in den letzten Jahren so richtig eingesetzt. Eine zusammenfassende Analyse erscheint uns deshalb verfrüht. Wir wollen das Geschehen rund um Ötzi in Zukunft weiter verfolgen.

---

<sup>90</sup> Fleckinger/Steiner (wie Anm. 1), S. 143; wortgleich bei Mündl (wie Anm. 27), S. 200.

<sup>91</sup> Ebda; wortgleich bei Mündl (wie Anm. 27), S. 200.

<sup>92</sup> Ebda; wortgleich bei Mündl (wie Anm. 27), S. 200.

Hartmut Prasch, Spittal/Drau

## **Erlebniswelt Volkskultur**

Chancen – Risiken – Potentiale

Von der „Erholung“ zum „Erlebnis“

Freizeitforschung und damit auch Freizeitindustrie besitzen schon seit einem Jahrzehnt mit „Erlebnis“ ein erfolgsträchtiges Schlüsselwort. Unter der Vielzahl von Freizeitbereichen spielen auch Kultur und insbesondere Volkskultur eine wesentliche Rolle. Dies zeigt sich bereits seit den 1970er Jahren in den Bemühungen des Tourismus, der im Streben nach Befriedigung der Bedürfnisse seiner potentiellen Kunden redlich danach trachtete, diese aufzuspüren.<sup>1</sup>

Während Urlaub und damit Freizeit früher zu den Luxusbedürfnissen gezählt wurden, gelten sie heute als geradezu lebensnotwendig und haben sich so zu Primärbedürfnissen gewandelt. Im Streben nach Verwirklichung von Freizeitwerten kam schon vor dreißig Jahren der Volkskultur mit ihrem breiten Spektrum zunehmend touristische Bedeutung zu, und sie geriet zu einem wesentlichen Bestandteil des Marketinginstrumentariums im Bereich der ‚Produktgestaltung‘. Volkskultur wird Marktartikel. Hinzu kommt in den Anfängen dieser Entwicklung, dass viele volksculturelle Erscheinungen in ihrer traditionellen Verankerung quasi gratis in Anspruch genommen werden können, ebenso wie die natürlichen und landschaftlichen Ressourcen einer Destination – „Kommerzialisierung freier Güter“ hieß dafür in den siebziger Jahren das Schlagwort der Touristiker.<sup>2</sup>

In den 1980er und 1990er Jahren wandelt sich die passive Konsumorientierung – also der Anspruch auf „Erholung“ – in eine aktive Erlebnisorientierung. „Der Wunsch das Leben zu erleben ist der Ausdruck eines Wandels in den Wertvorstellungen und Lebensorientierungen

---

<sup>1</sup> Siehe dazu: Prasch, Hartmut: Die „Kommerzialisierung freier Güter“ – oder: Brauchtum und Tourismus. In: Jahrbuch Volkskunde und Museologie des Bezirksheimatmuseums Spittal 4, 1990, Brauchtum heute, 61-74, hier S. 62f.

<sup>2</sup> Siehe dazu: Krippendorf, Jost : Marketing im Fremdenverkehr. Bern 1971.

der Menschen“.<sup>3</sup> Daraus entwickelte sich auch der „Erlebniskonsument“ als Gegenpol zum „Versorgungskonsumenten“, wobei laut statistischen Untersuchungen Erstgenannter bereits 41 Prozent der Bevölkerung ausmacht.<sup>4</sup> Dabei steht für den Erlebniskonsumenten Qualität und Anspruch an das Angebot hoch im Kurs, womit dem Erlebniswert als Garant für die Ausgabefreudigkeit des Konsumenten höchste Priorität zukommt.<sup>5</sup> Der Freizeitforscher Horst Opaschowski bezeichnet dieses Verhalten als „Luxese“, das heißt einerseits Askese und hartes Sparen im Alltag, um sich andererseits den Luxus leisten zu können, die Freizeit erlebnisreich zu gestalten. „Erlebnisreich gestalten“ beinhaltet vor allem folgende Wunschelemente: Positive Stimmung und emotionales Erlebnis, Unterhaltung, Entspannung und Bequemlichkeit, Kontrasterleben, Gemeinschaftserleben.

„Erlebniswelten sind auch Fluchtburgen für Menschen, die der Langeweile und Einsamkeit zu Hause entfliehen wollen [...] Erlebniswelten sind Ideen von einem anderen Dasein – in einem handfesten physischen Sinn und in einer metaphysischen Bedeutung: Hier können Heilsversprechen, Erlösungshoffnungen und Vorstellungen vom Himmel wahr werden.“<sup>6</sup>

#### Auf dem Weg in die „Erlebniswelt“

Der Boom der „Erlebniswelten“ unterschiedlichsten Charakters ist ein Ergebnis der permanenten menschlichen Horizonterweiterungen der letzten sechzig Jahre. Nehmen wir die Entwicklung Oberkärntens als Beispiel: In den Alpentälern der Region zwischen den Zentralalpen und den südlichen Kalkalpen waren bis in die 1950er Jahre durch verkehrsmäßige Abgeschiedenheit Lokalkolorite erhalten geblieben. Der Blick in ‚die weite Welt‘ war schon unmittelbar vor der eigenen Haustür versperrt. Sowohl die Verkehrserschließung durch den Ausbau der Eisenbahnlinien als auch der Straßen- und Autobahnbau öffneten erste Gucklöcher (Oberkärnten ist nur über Pässe oder durch Tunnel erreichbar) nach außen

---

<sup>3</sup> Opaschowski, Horst: Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Die Zukunft der Freizeitparks und Erlebniswelten. In: Kaiser, Alexander (Hg.): Studienfahrt Kärnten Card – Erlebniswelten Österreich, Deutschland, Schweiz. 27. – 29. Mai 1999. Arbeitsmappe, Villach 1999, o. S.

<sup>4</sup> Ebda.

<sup>5</sup> Ebda.

<sup>6</sup> Ebda.



Foto: Archiv Hartmut Prasch

ebenso wie von draußen nach innen. Die gleichzeitig einsetzende Etablierung moderner Kommunikationsformen von Zeitungen über Radio bis zum Film – erst über das Kino, dann über das Fernsehen – brachten Bilder der ‚weiten Welt‘ in die Provinz. Filmhandlungen boten vielschichtige idealisierte Identifikationsmöglichkeiten mit Darstellern und Dargestelltem.<sup>7</sup> Die Konsumgüterindustrie ermöglichte parallel dazu der ländlichen Bevölkerung das, was die Helden der Leinwand vorstellten, auch selbst zu besitzen. Damit war der erste Schritt in eine „Erlebniswelt“ voll neuer Eindrücke, Sehnsüchte, Wunschvorstellungen und Träume getan. Hermann Bausinger belegt diese Entwicklung hin zur ‚Allerweltskultur‘ mit den Attributen „Zerfall des Horizonts“, „Mobilität“ und „Reiz des Exotischen“.<sup>8</sup>

Ab Mitte der siebziger Jahre sind es weitere wesentliche Entwicklungen, die die Welt auf unterschiedlichsten Ebenen erlebbar machen. Einerseits werden die entlegensten und exotischsten Reiseziele durch den rapiden Ausbau des weltweiten Flugnetzes leicht erreichbar und dabei relativ erschwinglich. Nahezu jedermann kann sich heute im Original und dreidimensional anschauen, was er bislang nur von Bildern kannte. Die weltumspannenden Kommunikationsnetze, Mobiltelefon, E-mail, Internet setzen den Einzelnen zudem in potentiell ständige Verbindung mit der Welt.

Damit scheinen wir erreicht zu haben, wonach unsere Sehnsucht verlangte: Die Welt ist für uns auf den unterschiedlichsten Ebenen verfügbar und erlebbar geworden – wir haben unsere „Erlebniswelt“. Was wollen wir noch mehr?

Dadurch, dass diese Welt verfügbar geworden ist, ist ein wesentliches Element menschlichen Antriebs verloren gegangen – dennoch: Sehnsüchte, Wünsche und Träume sind die bedeutendsten emotionalen Triebfedern geblieben. Und so ist es kaum verwunderlich, dass *eine* Welt nicht mehr genug ist. Wir brauchen neue „Erlebniswelten“ – und wir

---

<sup>7</sup> siehe dazu: Prasch, Hartmut, Günther Antesberger: Kärntner Volkskultur und Kärntner Lied. In: Rumppler, Helmut (Hg.): Kärnten. Von der deutschen Grenzmark zum österreichischen Bundesland (= Geschichte der Österreichischen Bundesländer seit 1945; Schriftenreihe des Forschungsinstituts für politisch-historische Studien der Dr.-Wilfried-Haslauer-Bibliothek, Salzburg 6/2). Wien, Köln, Weimar 1998, S. 633-655. hier v. a. S. 633f.

<sup>8</sup> Bausinger, Hermann: Volkskultur in der technischen Welt. Frankfurt a. M., New York 1986, S. 75.

schaffen sie uns – oder clevere Freizeitspezialisten setzten sie uns vor – und wir nehmen sie dankbar an. Unter dem Begriff „Erlebniswelten“ subsumieren sich zur Zeit so unterschiedliche Einrichtungen wie Freizeitparks (Prater), Erlebnisbäder (Therme Loipersdorf), Einkaufserlebniscenter (Airportcenter Salzburg), Großkinos (Cineplex), Tierparks (Safari-Park Gänserndorf), Edutainmentcenters (Sealife), Brand-Lands (Audi-Autostadt), kulturhistorische Denkmale wie ‚Erlebnisschlösser‘ und Archäologieparks ebenso, wie Open Air-Events jeglicher Art.

Das Ziel all dieser Unterfangen ist ein gemeinsames: Es werden künstliche Traumwelten geschaffen, „um die Alltagsmonotonie von Stress, Langeweile und Vereinsamung überhaupt ertragen zu können“.<sup>9</sup> Sie bestechen den Besucher durch ein erstklassig durchgestyltes Gesamtpaket aus Imagination, Attraktion und technischer wie logistischer Perfektion und vermitteln so „inszenierte Ereignisse und Veranstaltungen, die multi-sensitiv, also mit starken emotionalen und physischen Reizen dargeboten werden und den Teilnehmern besondere, nicht alltägliche, vielfach spannende oder auch einmalige Erlebnisse vermitteln“.<sup>10</sup>

#### Erlebnisanspruch und Volkskultur

Wenn wir nun den Anspruch der Erlebnisgesellschaft mit verschiedenen Elementen des breiten Spektrums der Volkskultur in Verbindung bringen, gibt es zahlreiche Faktoren, die diesen Vorstellungen gerecht werden können. Es soll aber in der Folge nicht nur darum gehen, Elemente der Volkskultur in das Konzept von Erlebniswelten zu integrieren, es soll auch versucht werden an Einzelbeispielen aufzuzeigen, wo die gegenwärtigen Chancen der Volkskultur in unserer erlebnisorientierten Gesellschaft liegen. Ich habe dazu zwei Bereiche aus dem Spektrum Volkskultur gewählt – einerseits weil ich meine, dass dort die Berührungspunkte am deutlichsten sind und sich dennoch die Wesensstruktur der beiden grundlegend unterscheidet, andererseits – ich gebe es zu – weil diese Bereiche meine persönlichen Interessenslagen und Forschungsschwerpunkte am stärksten repräsentieren: Traditionelles Brauchtum und Museen.

---

<sup>9</sup> Opaschowski (wie Anm. 3).

<sup>10</sup> Ebd.

In Bezug auf ihre Erlebniskomponenten sind beide Bereiche zu charakterisieren und auf ihre Besonderheit im Vergleich mit gängigen technisch-virtuellen Inszenierungen zu prüfen. Gemeinsam ist ihnen dabei, dass sie eine wesentliche Sehnsucht des Menschen ansprechen, jene nach Zeitreisen. In unserer realen Welt ist das Verlassen der Gegenwart bisher noch nicht möglich. Imaginäre Reisen in die Vergangenheit und Zukunft spielen auch deshalb im Bereich der Erlebnisinszenierungen eine ganz zentrale Rolle. Der Nachteil aller virtuellen Inszenierungen dieser Art ist allerdings, dass sie lediglich als Projektionen funktionieren, aber realiter nicht fassbar erscheinen.

### Erlebnispotential Brauchtum

Traditionelles Brauchtum repräsentiert überlieferte Geisteshaltungen sozialer und religiöser Provenienz, die beiden Kategorien von Teilnehmern einen direkten Anknüpfungspunkt zur Vergangenheit anbieten. Den Brauchausübenden in Form der Identifikation mit der eigenen Vergangenheit im Sinne von lokaler Identität, den Zuschauern durch die Möglichkeit, direkt im Geschehen ein Stück mystifizierter, aus der Sicht der Gegenwart unverständlicher Vergangenheit mitzuerleben. Verstärkt wird dieser Effekt durch die Verknüpfung des Brauchtum mit Terminen und Orten, denen zum einen besondere Umstände des Jahres- und Lebenslaufs, zum anderen wirtschaftliche, religiöse oder gesellschaftliche Hintergründe zugrunde liegen. Eben diese machen eine permanente Verfügbarkeit unmöglich. Brauchtum findet nur in bestimmten Zeitspannen an bestimmten Orten statt und lässt sich ohne Verlust der Ausstrahlung – man könnte auch sagen ohne Erlebnisverlust – nicht beliebig zeitlich und örtlich transferieren – das haben inzwischen auch die meisten Tourismusmanager erkannt und akzeptiert.

Zudem haftet dem Brauchtum – insbesondere den Schaubräuchen – ein enormer inszenatorischer Erlebniswert an, der sich sowohl in den Ablaufritualen als auch in der Ausstattung repräsentiert.

Das wesentlichste Element dabei aber ist zweifellos, dass es sich bei den Darstellern um Menschen handelt. Dies bedeutet, dass die Handlungsabläufe sowohl für den Darsteller als auch für den Zuschauer bis zu einem gewissen Grad unberechenbar bleiben – ein Umstand, der bei beiden den inneren Spannungspegel stark anhebt.

Im Gegensatz zu virtuellen Projektionen, die vorprogrammiert ablaufen und bei denen der Spannungspegel ein Einmaleffekt bleibt – wenn sie denselben *Motion ride* zum zweiten Mal fahren, wissen sie wie bei einem Film, den sie zum zweiten Mal sehen, ganz genau, was wann passiert und in den Universal-Studios taucht der Weiße Hai auch immer an der gleichen Stelle auf – bleibt bei Brauchabläufen die Spannung auch nach der x-ten Wiederholung erhalten, da die Erwartungshaltung nicht eindeutig normierbar ist.

Ich illustrieren dies an einigen Beispielen: Speziell die Maskenbräuche üben große Faszination aus. Egal ob es die großen Fasnachtsumzüge in Tirol, der Venezianische Karneval, das Tresdorfer Christi-Leiden-Spiel oder das Krampus- oder Barttlaufen und Klaubaufgehen in den Alpentälern ist, die barocken Kostüme der Imster Scheller und Roller besitzen gleich intensive Ausstrahlung wie die fantastischen Masken in Venedig. Die Ausstattung eines Matreier Klaubaufs mit Maske, Fellkleid und Geläute ist imponierend und furchterregend zugleich, das Schauspiel der Tresdorfer Passion ergreift jeden. Auch wenn man schon wiederholt der Brauchausübung beiwohnt, kann man nie wissen, wann und wo in den dunklen Matreier Gassen eine wilde Horde Klaubaife auftaucht, wen die Mohrenspritzer in Imst als Opfer auswählen oder hinter welcher Ecke rund um den Markusplatz die Masken posieren.

Bei den erwähnten Brauchformen kommt als zusätzlicher Adrenalinstoß die Gesichtsmaske hinzu, die in ihrer verfremdenden Wirkung ebenso irritiert wie der Umstand, nicht zu wissen, wer sich dahinter verbirgt. Ähnliche Spannungsfaktoren haften ebenso jenen Schaubräuchen an, bei denen es um sportliche Wettkämpfe geht, wie etwa dem Kranzelreiten in Weitensfeld oder dem Kufenstechen im Gailtal, die auch in ganz Europa ihre Parallelen finden. Auch hier ist der Ablauf zwar vorbestimmt, der Ausgang aber stets ungewiss. Dieser Ungewissheitsfaktor hebt auch brauchtümliche Wettstreite von inszenierten und durchchoreografierten Ritterspiel-Stuntshows ab, bei denen der Zuschauer von vornherein weiß, wer böse und wer gut ist, und wer demnach am Ende gewinnt. Beim Hüttenberger Reifanz wiederum steht das Ritual und die Tradition eines in dieser Form ‚ausgestorbenen‘ Berufsstandes im Mittelpunkt, der durch Jahrhunderte Gesellschaft und Wirtschaft einer Region geprägt hat. Hier wird ein Stück Vergangenheit dargestellt, mit dem sich die Darsteller bis heute identifizieren und bei dem das Publikum für kurze Zeit aus der



Foto: Archiv Hartmut Prasch



Foto: Archiv Hartmut Prasch

Gegenwart abtauchen kann. Auch hier obliegt es den Darstellern, wen aus dem Publikum sie zum sogenannten Pritschen (dabei werden Prominente aus dem Kreis der Zuschauer auf eine Pritsche gelegt und mit einem Holzschwert symbolisch geschlagen. Dies bedeutet Glück und Ehre für die Auserwählten und muss ihnen auch einen entsprechenden Obolus wert sein) einführen und damit in den Ablauf integrieren.

Wie hoch aus genannten Gründen Brauchtum in der Gunst der Ausführenden und insbesondere in der Gunst des Publikums steht, beweisen nicht zuletzt die enormen Besucherscharen, die von weither zu den Terminen pilgern, sondern auch das Medieninteresse, das sich in Vorberichten und interpretativen Essays ebenso widerspiegelt wie in Fernseh- und Fotodokumentationen im Nachspann der Ereignisse.

Lassen sie mich nun mit dem besonderen Erlebnisfaktor des lebenden Darstellers vom Brauchtum zur Entwicklung der Museen in der Erlebnisgesellschaft überleiten – eben dieser fehlt dort nämlich in der Regel und deshalb erscheint auch die Ausgangsposition wesentlich anders. Die Erwartungshaltung des Rezipienten ist eine andere. Der Besucher hat sowohl aus persönlicher Erfahrung mit Museen als auch durch medialen Einfluss über Werbung, Zeitungen und nicht zuletzt Mundpropaganda bereits ein gefestigtes Bild von dem, was ihn im Museum erwartet – tote Objekte, Beschriftungen und multimediale Informationen – berechenbare Inszenierungen also.

Gerade den lebenden Darsteller, der ein Theater immer vom Film unterscheiden wird, konnten Museen bis heute in den wenigsten Fällen integrieren – es sei den sie machen den Besucher selbst zum ‚lebenden Darsteller auf Zeit‘ durch interaktive Animationsprojekte im Rahmen der Vermittlungstätigkeit. Einige Vergleiche zur Verdeutlichung seien gestattet: Während Besucher stundenlang vor den Aquarien im Haus der Natur verweilen können und ewig warten, bis die Muräne, die sich im Loch verkrochen hat, vielleicht doch für einen Moment hervorlugt, beträgt die statistische Aufenthaltsdauer vor starren Museumsobjekten im Schnitt weniger als dreißig Sekunden. Während Besucher einen Safaripark ausdauernd durchstreifen können, um vielleicht ein Nashorn, eine Giraffe oder gar einen Löwen zu sehen und – wenn sie nicht erfolgreich waren – dennoch zufrieden und glücklich über das Abenteuer nach Hause fahren, macht sich im Museum sofort Enttäuschung breit, wenn das im Prospekt abgebildete Reliquiar in Wahrheit nur zehn Zentimeter hoch ist, oder die



Foto: Archiv Hartmut Prasch

historischen Töpferwaren nicht viel anders aussehen, als die Stücke daheim in der Privatsammlung. Der Spannungsbogen in der Erwartungshaltung fehlt hier, der Unsicherheitsfaktor, der zum Beispiel dem Brauchablauf anhaftet, ist nicht vorhanden. Obwohl Museen eine Garantie abgeben können, dass alle ihre Objekte zu sehen sind, wiegt das nicht auf. Vielleicht sollte man für die Zukunft einmal über ein „Museum der versteckten Objekte“ nachdenken – ich darf verraten, ich tue dies.

### Erlebnispotential Museum

#### Ausgangssituation

Österreich verfügt derzeit über mehr als 1.200 Einrichtungen, die relativ eindeutig als Museen charakterisiert werden können. Bezogen auf die Bevölkerung unseres Staates entspricht das in etwa einem Wert, bei dem auf 6.000 Einwohner ein Museum kommt. Im europäischen Durchschnitt kommt auf etwa viermal so viele Einwohner ein Museum.<sup>11</sup> Österreich ist ein Museumsland. Mehr als 90 Prozent dieser Museen fallen in die Kategorie der Lokal- und Regionalmuseen, deren Bestände sich in erster Linie aus volkskulturellen Objekten und Sammlungen zusammensetzen, ebenso wie die Freilichtmuseen und Denkmalthöfe. Bei der Betrachtung der „Erlebniswelt Volkskultur“ nehmen demnach die volkskundlichen Museen einen bedeutenden Stellenwert ein. Die grundlegende Frage wird hier sein, inwieweit sich die Institution Museum im Rahmen der boomenden Entwicklung neuer erlebnisorientierter Freizeitangebote – unter diese sind Museen zweifellos einzuordnen – behaupten werden können. Die große Chance des Museums gegenüber allen virtuellen Erlebniswelten ist der Umstand, authentische dreidimensionale Objekte präsentieren zu können.<sup>12</sup> Doch wo bleibt der daraus resultierende Erlebniswert, wenn diese hinter Glas versperrt hermetisch vom Besucher getrennt werden? Objekte hinter einer Scheibe sind nicht viel mehr als Fotos oder Bildschirmansichten – sie verlieren ihre dritte Dimension. Authentische Objekte fordern die Nähe des Betrachters, sie bieten nicht nur Sehbares, sie strahlen Gerü-

---

<sup>11</sup> Vgl.: Prasch, Hartmut: *Museum accreditation as a quality proof for museums*. In: Manneby, Hans, Teti Hadjinicolaou (Hg.): *Museum accreditation as a quality proof for museums*. Athen 2000, S. 52-56.

<sup>12</sup> Siehe: Prasch, Hartmut: „Erlebniswert und Edutainment“. Überlebensformel für Museen im nächsten Jahrtausend? In: *Jahrbuch für Volkskunde und Museologie des Bezirksmuseums Spittal* 13, 1999/2000, Museum 2000, S. 51-65.

che ebenso ab, wie sie durch Berührbarkeit Botschaften zu vermitteln vermögen.

Gerade hier liegt *die* Gelegenheit der volkkundlichen Museen. In ihren Sammlungen handelt es sich beim Großteil der Objekte um Alltagsgerät, das über Jahrzehnte harter täglicher Beanspruchung ausgesetzt war. Diese hat ihre Spuren hinterlassen, die es offen zulegen gilt. Ihre Beschaffenheit lässt es auch durchaus zu, dass sie von Besuchern berührt werden dürfen, ohne großen Schaden zu erleiden. Das Spittaler Museum für Volkskultur ist der Beweis dafür, dass dieses Konzept funktioniert.

Vergleicht man darüber hinaus die Entwicklung der Museen parallel zur Entwicklung der Erlebnisparks, so ist bei letzteren eindeutig festzustellen, dass sie sich aus ihrer Rolle als reine Unterhaltungsbranche ohne Anspruch herausentwickeln zu thematischer Zentrierung und inhaltlicher Orientierung. Vom reinen Entertainment hin zu Edutainment und Infotainment, das heißt zu erlebnisorientierter Aus- und Weiterbildung und zur Anpassung an die sich ständig ändernden Anforderungen der Informationsgesellschaft<sup>13</sup>, ist hier die Devise. Im Kommen sind Themenparks, Erlebnis- und Präsentationszentren, deren Inhalt abgestimmt ist auf die Ressourcen des jeweiligen Standortes. Für Österreich bedeutet das etwa die Konzentration auf Themen wie „Wasser“, „Kristall“ „Alpen“ oder die Tradition der Musik<sup>14</sup>.

Die Vermittlung von Inhalten steht dabei nicht an oberster Stelle, denn der Motivator für den Besucher ist in erster Linie das Erlebnis und die Unterhaltung; Inhaltliches nimmt jedoch in Form von *pre-* und *sideshows* einen bedeutenden Stellenwert ein, der die Attraktion über den bloßen Unterhaltungswert hinaus aufwertet und den thematischen Anspruch festigt und legitimiert.

Die großen Erlebniswelten wie zum Beispiel die Universal-Studios, Futuroscope, Seaworld et cetera beinhalten auf einem Riesenareal nicht mehr als fünf bis sieben *hightech* ausgestattete Hauptattraktionen. Bevor sie beispielsweise die etwa zehnmünütige Mechanik- und Projektionsshow zum Film „Twister“<sup>15</sup> erleben, passieren die Besucher drei *pre-shows*, in denen sie während der Wartezeit mittels Multimediatechnik

---

<sup>13</sup> Kaiser, Alexander: Müssen Erlebniswelten „mega“ sein? In: Ders.: (wie Anm. 3).

<sup>14</sup> Prash (wie Anm. 12), S. 58.

<sup>15</sup> Twister. Regie: Jan de Bont, USA 1996.

thematisch vorbereitet werden. Bis sie die Hauptattraktion erreichen, wissen sie wie Wirbelstürme entstehen, welche Gewalten dabei frei werden und was sie anrichten können, ebenso wie welche die Unterschiede zwischen Orkan, Taifun, Hurrikan und Tornado sind. Hier wird der Aufbau des Spannungsbogens bis hin zum Hauptact zur Informationsvermittlung genutzt und gleichzeitig der logistische Ablauf für die Besuchermassen perfekt geregelt.

Im Gegensatz dazu sind sich die Museen der Bedeutung ihrer Highlights, der authentischen Objekte, kaum bewusst. Ihre Einzigartigkeit geht in der Masse der Präsentation unter, die Informationsvermittlung passiert parallel und von einem programmierten Spannungsbogaufbau ist üblicherweise nichts zu bemerken.

Wohl aber zeigt sich eine Entwicklung in Bezug auf die Themenzentrierung. „Allerweltmuseen“ ohne eindeutig definierten Bezug zum Standort sind substituierbar. Der Trend auch in der Besuchergunst geht eindeutig in Richtung Spezialmuseen, mit genau definierter inhaltlicher Thematisierung, die in Relation zu den kulturhistorischen Ressourcen des Standortes steht. Geschichte und Volkskultur wird dort präsentiert und vermittelt, wo sie ursprünglich passierte.<sup>16</sup> Der Besucher hat damit an Ort und Stelle die Vergleichsmöglichkeit zwischen Vergangenheit und Gegenwart – je nachdem auf welcher Seite der Museumstür er steht.

#### Charme, Sessel und Kinder

Im Rahmen von Diskussionen über die „public quality“ von Museen, bezeichnete der englische Museumsexperte Kenneth Hudson jene Museen als wegweisend, die sich durch „Charm“ und „Chairs“ auszeichnen, wobei diese beiden Begriffe in der Diskussion noch um „Children“ zu den „Drei C“ der Museumsentwicklung erweitert wurden. Diese drei Begriffe stehen als Synonyme für „Charme und Atmosphäre“, meinen „Besucherservice“, „Familienfreundlichkeit und zielgruppenspezifische Vermittlung“. Atmosphäre meint sowohl das Gesamterscheinungsbild als auch insbesondere die inszenatorischen Hilfsmittel von Lichtführung über Farbe, Ton, Projektionen, gestalterische Einbauten und multimediale

---

<sup>16</sup> Siehe dazu: Prasch, Hartmut: „Spezialisierung“ und „Dezentralisierung“. Schlagwörter regionalen Museumsmanagements. In: Jahrbuch für Volkskunde und Museologie des Bezirksmuseums Spittal 11, 1997/1998, Museumsmanagement in der Praxis, S. 31-42.

Informationsmöglichkeiten, bis hin zu genereller Sauberkeit und durchdachter Logistik und Besucherführung.

„Besucherservice“ gliedert sich in drei Ebenen – vor, während und nach dem Museumsbesuch – und inkludiert die Freundlichkeit des Personals ebenso, wie Ruhezonen, Café, Shop, Kommunikationsbereiche und gepflegte Toiletten und entsprechende Maßnahmen außerhalb des Museum zur leichteren Auffindbarkeit und zur adäquaten Vorinformation sowie entsprechende Zusatzangebote im Anschluss an den Museumsbesuch. Kenneth Hudson sagte einmal, die Hauptaufgabe eines Museums dem Besucher gegenüber bestünde darin, dass dieser sich nach dem Besuch besser fühle als vorher.<sup>17</sup> Familienfreundlichkeit und kindergerechte Angebote in vielfältigster Weise tragen dem Faktum Rechnung, dass Kinder die Entscheidungshoheit besitzen, welche Attraktionen von der Familie besucht werden oder nicht. Wenn es gelingt, sie zu faszinieren, können Kinder der größte Motivator für Erwachsene sein.

Alle diese angesprochenen Bereiche machen uns die großen Erlebniswelten schon lange auf perfekte Art vor, und die Museen werden gut daran tun, von ihnen zu lernen.

Gerade der gegenwärtige Trend hin zu thematisierten Erlebniswelten bietet für die Zukunft den Museen ganz neue Chancen – entweder sie orientieren sich an den Präsentationstechniken der Erlebniswelten und adaptieren diese für ihren eigenen Bereich – ein perfektes Beispiel dafür ist die 1999 eröffnete permanente Präsentation „Planet Earth“ im Museum of Natural History in New York – oder sie werden überhaupt zum integrativen Bestandteil dieser und übernehmen dort die Rolle der wissenschaftlich fundierten themenzentrierten Informationsvermittlung.

### Zusammenfassung

„Erlebniswelt Volkskultur“ hat Potentiale in allen Bereichen ihres breiten Spektrums. Was für die Beispiele Brauchtum und Museen angerissen wurde, ist auch auf alle anderen Bereiche modifiziert und adaptiert übertragbar. Die Chancen dabei sind meiner Meinung nach für die Volkskultur bei weitem größer als die Risiken, nicht zuletzt deshalb weil gerade

---

<sup>17</sup> In einer Diskussion anlässlich der Verleihung der European Museum of the Year Awards in Västerås/Schweden 1995.



Foto: Archiv Hartmut Prasch

die Volkskultur davon lebt, sich an neue gesellschaftliche Entwicklungen und Bedürfnisse anzupassen.

Der Trend der Gegenwart geht durch die Entwicklungen, die die letzten Jahrzehnte ermöglichten in neue Richtungen – „leben“ und „überleben“ ist zu wenig geworden – „das Leben erleben“ lautet die Devise.

Sehnsüchte, Wunschvorstellungen und Träume als Triebfeder zu neuen unbekanntem Erfahrungen werden immer dem real Machbaren voraus-eilen und so den Nährboden für immer ‚neue Welten‘ darstellen.

Horst Opaschowski charakterisiert diese Entwicklung treffend, wenn er sagt:

„In einem Zeitalter der Freizeitgesellschaft kündigen Erlebniswelten geradezu eine neue Wiederkehr von Symbolen und Funktionen von Religion an, wenn auch in einer veränderten Form. Die Menschen nehmen oft lange Wege in Kauf, um an den wenigen auserwählten Stätten an dem großartigen Ereignis teilhaben zu können. Die Erlebnisinszenierungen bekommen Kultcharakter und die Reisen zu den Events gleichen Wallfahrten der Moderne.“<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Opaschowski (wie Anm. 3).



Oliver Haid, Innsbruck

## Ö3 präsentiert Halloween.

Postmoderne Volkskultur zwischen UKW und WWW.

### I

Ö3 ist Österreichs meistgehörter Radiosender. Seit seiner Gründung im Jahre 1967 stellte er einen bedeutenden Motor für die Verbreitung westlicher kulturindustrieller Produkte und die Kultivierung populär-kultureller Musikstile auf österreichischem Territorium dar. Mit der Öffnung des Medienmarktes im Jahre 1995 erwuchsen ihm zwar viele kleine Konkurrenten, die radikale Reform des staatlichen Senders zwischen 1996 und 1997 unter der Leitung des Ö3-Chefs Bogdan Roscic verstärkte aber seine Führungsposition. Als „Hitradio Ö3“ mit der Devise von den „besten Hits der 80er und 90er Jahre“, definierte der Sender seine Zielgruppe nun nicht mehr über eine gewisse Altersstufe (Stichwort „Jugendsender“), sondern über einen gewissen Musikgeschmack: die rezente Popmusik.<sup>1</sup>

Was hat alles das mit Halloween zu tun? Dieses neue Fest wäre ohne Medienpräsenz schlichtweg undenkbar. Jeder Bericht über das amerikanische Kinderfest, jeder Kommentar, jeder Scherz und jedes gesendete Interview und natürlich jede Werbung hat ihm den Weg nach Österreich ein wenig geebnet. Zwar kann der neue Festkomplex gleichwenig als „Medienbrauch“ wie als „Kommerzialbrauch“ bezeichnet werden<sup>2</sup>, doch haben Medien und Wirtschaft an seiner speziell europäischen Entwicklung größten Anteil.

Das trifft auch auf den Radiosender Ö3 zu. Mein Beitrag will aber nicht die Geschichte von Halloween auf Ö3 rekonstruieren, hierfür stehen keine Daten zur Verfügung; vielmehr sollen grundlegende Zusammen-

---

<sup>1</sup> Reiners, Karin: Die wettbewerblichen Auswirkungen der Rundfunkliberalisierung auf die österreichische Hörfunk-Medienlandschaft. Eine Forschungsstudie am Beispiel von Ö3 und drei privaten Hörfunksendern. Wien (unveröff. Diplomarbeit) 2000, S. 74-76.

<sup>2</sup> Korff, Gottfried: Halloween in Europa. Stichworte zu einer Umfrage. In: Zeitschrift für Volkskunde 97, 2001, S. 177-189, hier S. 179.

hänge zwischen Radioinformation, Internet und Freizeitverhalten am Beispiel Halloween dargestellt werden.

## II

Das englische Wort „Hallowe'en“ für „All-Hallows Evening“, den Abend vor Allerheiligen, bezeichnet zunächst einen terminlichen Fixpunkt im Kirchenjahr. Es werden durch das Wort aber auch andere Bedeutungen mittransportiert, die selbst der Oxford English Dictionary nicht mehr erfasst. Die dort beigefügten kurzen Anmerkungen zur Festgeschichte vermögen nicht zu erklären, dass das Wort „Halloween“ auch für Amerikas größtes Kinderfest steht und spätestens seit John Carpenters Horrorfilmserie „Halloween 1 – 7“ (1978 – 1999) auch bei Erwachsenen entsprechende emotionale Erinnerungen wachruft.

Mit der Übernahme des englischen Wortes in den deutschen Sprachgebrauch ergaben sich zusätzliche Bedeutungsnuancen. Als jüngst eingeführtes, am häufigsten von Kindern und Jugendlichen in den Mund genommenes Fremdwort, dessen Etymologie zudem nicht mehr ohne weiteres verständlich ist, scheint es zur Projektionsfläche von Stereotypisierungen des Fremden, Jungen und Neuen zu werden.

Doch dieses europäische Halloween entzieht sich bislang selbst in den Kultur- und Sozialwissenschaften einer eindeutigen Definition. Soweit jene von Gottfried Korff initiierte europäische Umfrage der Zeitschrift für Volkskunde gezeigt hat, handelt es sich bei Halloween um ein weit vielschichtigeres, polymorphes und deutungsvariables Fest als zunächst angenommen.<sup>3</sup> Dies ist schon aus dem Umstand ersichtlich, dass zur Zeit noch nicht alle bekannten Formen seines Ausdrucksrepertoires in Europa in gleichem Maße ‚angekommen‘ zu sein scheinen. Noch stehen nicht überall studentische Gruselparty, Discoevent, kulinarische Kürbiswoche, Kindergartenfest und Volksschülerumzug, Kürbisschnittvergnügen, individueller oder gruppenweiser Heischebrauch, neopaganes Keltenritual, Horror-Kinowoche, ‚Schönheits‘-Konkurrenz oder Fundraising-Spektakel in gleicher Weise nebeneinander. Es ist auch nicht anzunehmen, dass die europäische Mischung ganz nach dem amerikanischen Vorbild geraten wird. Lange genug

---

<sup>3</sup> Ebd.

haben die bunten Bilder US-amerikanischer Kulturindustrie den Blick der Forscherinnen und Forscher auf die wesentlichen europäischen Vorgänge verstellt. Bei diesem Blick ist die zutiefst kulturpessimistische Klage über die fortschreitende Verbreitung ewig gleicher Schablonen tunlichst zu vermeiden, dagegen sollte ihre Aufladung mit situativ stets konkreten sozialen Bedeutungen eingehend untersucht werden.<sup>4</sup>

Klar sein geworden dürfte inzwischen, dass der neue Festkomplex nicht im Sinne seiner Ursprungsvermutung als „keltisch“, oder „heidnisch“ interpretiert werden kann, wie dies vor allem in der zeitgenössischen Tages- und Kulturjournalistik immer wieder geschieht. Auch lokale Kontinuitäten und diskontinuierliche Traditionen, in Bezug auf seine Requisiten (Kürbisbau, Schloss Frankenstein) oder auf seine Brauchformen (Heischebräuche, Suchspiele, Maskeraden) können nur marginal für die Erklärung des Triumphzuges von Halloween herhalten. Außerdem wird das Fest heute nicht mehr als ein Produkt tradierter Toteskultformen<sup>5</sup> verstanden und es bleibt fraglich, ob in ihm die verkehrte Welt des Karnevals wiederzuerstehen vermag<sup>6</sup>.

### III

In Österreich war Halloween bis weit in die 1980er Jahre kaum bekannt.<sup>7</sup> Eine Ausnahme bildeten selbstverständlich anglophile Kreise und US-amerikanische Einwandererfamilien.<sup>8</sup> In Hard, einer Vorarlberger Gemeinde, hatte beispielsweise eine gebürtige Amerikanerin bereits im Jahre 1990, als ihre Kinder um die zehn Jahre alt waren, in ihrer Nachbarschaft den amerikanischen Heischebrauch, das „trick or treating“, eingeführt. So erklärt sie es zumindest auf ihrer Homepage,

---

<sup>4</sup>Mugnaini, Fabio: *Hallowitaly. Vom Kult der Toten zur Karnevalisierung des Todes*. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 97, 2001, S. 216-227, hier S. 223.

<sup>5</sup>Ebda, S. 225.

<sup>6</sup>Schilling, Heinz: *Komet Halloween*. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 97, 2001, S. 273-280, hier S. 280.

<sup>7</sup>Tschofen, Bernhard: *Halloween in Österreich. Ein Brauch zum Andocken oder: globales Wissen schafft lokale Formen*. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 97, 2001, S. 254-260, hier S. 256.

<sup>8</sup>Neumann, Veronika, Christine Rumpf: *Wer feiert wo und wie?* In: *Institut für Volkskunde und Kulturanthropologie (Hg.): Halloween. Ausstellung vom 12. bis 31. Oktober 2001 (Graz)*, S. 10-15, hier S. 11.

die – und das sei als Zeichen der Aktualität dieses Themas beigefügt – seit 1997 von insgesamt 40.935 Lesern besucht worden ist.<sup>9</sup>

Mit dem Beginn der 1990er Jahre begannen sich auch in den Provinzhauptstädten studentische Halloweenparties zu verbreiten und schufen damit einen Bedarf an Kostümen und Dekorationsartikeln, der durch ein mangelndes Angebot etwa in Graz bis 1998 nicht gänzlich gedeckt werden konnte.<sup>10</sup> Während Pubs und Ethno-Restaurants, Nachtlokale und Diskotheken das neue Festereignis seit 1993 in großer Zahl aufgriffen und somit den Unterhaltungsbedürfnissen von Jugendlichen entgegenzukommen vermochten, blieb der in den Staaten bekannte Kinderbrauch des Heischens weitgehend unbekannt. Zwar hatten sich durch amerikanische Einwandererfamilien, Kinderspielgruppen und andere Privatinitiativen seit Beginn der 1990er Jahre durchwegs Ansätze in dieser Richtung entwickelt, einer Expansion des Brauches stand aber vor allem das Informationsdefizit rund um Halloween im Wege.<sup>11</sup>

Hier stimmten die Ansichten jener, die Halloween als Produkt riesiger Werbe- und Marketingmaschinerien ansahen, mit denen überein, die das Wesen des vermeintlich amerikanisierenden Gruselfestes in seiner enormen Medienpräsenz ausmachten. Wer nicht durch die zahllosen Fernseh- und Radioreportagen, Sonder- und Themensendungen, Talk-Shows und Zeitungsartikel vom Kinderbrauch erfahren hatte, wurde darüber im Jahre 1999 unmissverständlich aufgeklärt. Kraft Foods Österreich hatte für ihre Marke Milka eine eigene Halloweenpackung erzeugt und bewarb diese mit Anzeigen in der Tagespresse und durch einen Radiospot auf Ö3, dem eingangs erwähnten populärsten Radiosender Österreichs. Nur wenige Sekunden Sendezeit genühten zur Vermittlung einer Werbebotschaft, die die Nation unweigerlich darüber in Kenntnis setzte, dass am 31. Oktober die kleinen Geister von Haus zu Haus „spuken“ werden. Den Hörern wurde zudem eingeschärft vorzusorgen, um nicht an diesem Abend ohne Milka Schokolade da zu stehen. Zwar entwickelten gleichzeitig auch andere finanzkräftige

---

<sup>9</sup> [http://www2.vol.at/HS\\_Mittelweiherburg/fehallow.htm](http://www2.vol.at/HS_Mittelweiherburg/fehallow.htm), Zugriff am 5. 11. 2001.

<sup>10</sup> Neumann (wie Anm. 8), S. 11.

<sup>11</sup> Als im Jahre 1956 das ‚Betteln‘ durch Kinder der Narrenzunft in Welschingen (Konstanz) eingeführt wurde, hatte man zuvor Informationszettel, die den ‚Sinn‘ dieses Brauches erklärten, an alle Häuser verteilt. Vgl. Köstlin, Konrad, Martin Scharfe: Heischebräuche. In: Dörfliche Fasnacht zwischen Neckar und Bodensee (= Volksleben 12). Tübingen 1966, S. 156-195, hier S. 186.

Konkurrenzunternehmen ähnliche Halloweenprodukte, die Bewerbung des Heischebrauches blieb aber auf wenige Maßnahmen von geringer Tragweite beschränkt.

Nun mag es zwar gewagt erscheinen, in der Werbewirkung eines einzigen Spots den Hauptauslöser des mittlerweile in Vorstädten und urbanisierten Gebieten Massencharakter annehmenden Heischebrauches zu vermuten, doch ist gerade das multilokale Auftreten des Phänomens innerhalb von Stunden und Tagen kaum anders erklärbar. Und wenn man davon ausgehen kann, dass ein tieferer Grund hinter einer teureren Marketing- und Werbekampagne stecken mag, dann wo anders als bei den multinationalen Konzernen? Milka und andere Schokoladenfirmen studieren die Märkte, die sie beliefern, sehr genau und sie testen ihre neuen Produkte eingehend. Und doch ist auch das europäische Schoko-Halloween weder ein reines Medienprodukt noch eine nur durch Werbung anezogene Konsumorientierung. Am ehesten müsste man wohl von einer Grunddisposition zur Aufnahme bestimmter Kulturmuster sprechen, die uns vielleicht von einer anderen Seite an jene tieferen psychologischen und ritualistischen Strukturen heranzuführt, die Sabine Doering-Manteuffel<sup>12</sup>, Heinz Schilling<sup>13</sup> und Martine Segalen<sup>14</sup> in ihren Beiträgen als Gegenentwurf zu einer rein wirtschafts- und medienwissenschaftlichen Erklärung des neuen Festes herangezogen haben.

Neben Grunddisposition, Information und Ästhetik steht aber noch eine andere Größe, die nicht außer Acht gelassen werden sollte: der Unterhaltungswert des Heischebrauches. Als eine in weiten Teilen Europas bekannte Brauchform in Zusammenhang mit Totenverehrung und -gedenken liegt in seiner Adaptierung für das europäische Halloween die Interpretation als „Rückwanderung“ besonders nahe. Doch stellt sich der Sachverhalt weit komplexer dar. Fabio Mugnaini hatte auf die zwanghafte Mechanisierung des Schenkens im modernen

---

<sup>12</sup> Doering-Manteuffel, Sabine: Zeichen vom Fliegengott. In: Zeitschrift für Volkskunde 97, 2001, S. 283-290, hier S. 288.

<sup>13</sup> Schilling (wie Anm. 6).

<sup>14</sup> Segalen, Martine: Halloween à la française. In: Zeitschrift für Volkskunde 97, 2001, S. 201-205, hier S. 205.



Improvisierte Verkleidung eines Jugendlichen beim Heischen – 31. Oktober 2000, Innsbruck, Olympisches Dorf. Foto: Oliver Haid



Eine Mädchengruppe verlangt Süßigkeiten am Eingang einer geschmückten Hochhauswohnung – 31. Oktober 2000, Innsbruck, Olympisches Dorf.  
Foto: Oliver Haid

Heischebrauch hingewiesen, die ihn von den Totenopfern traditioneller Allerheiligenbräuche unterscheidet.<sup>15</sup> Und die im jüngsten Jahre (2001) sichtbar gewordene Tendenz der Teilnahme von Kleinkindergruppen unter Beteiligung der Mütter steht offensichtlich in keiner europäischen Tradition, sondern orientiert sich an den kulturindustriellen Vorbildern. Selbst der bewerbende Konzern sieht in Halloween keinen alten Totenbrauch, sondern ein „Schokoevent“, den es in Europa zu besetzen galt. Man war hier nicht (mehr ?) bestrebt Events zu erfinden, um mehr Schokolade zu verkaufen, sondern versuchte dafür die bereits vorhandenen „Schokoevents“ zu nützen.<sup>16</sup> Doch steckt eben in dieser Verfahrensweise einiges an Erfahrung, denn was kann wohl eher den Unterhaltungswert und Erfolg eines Spieles gewährleisten, als ein Jahrhundert lang in unterschiedlichen Kulturen, Kontexten und geografischen Situationen ausgeübter Brauch? Selbst die im Heischebrauch stattfindende soziale Interaktion zwischen Schenkenden und Beschenkten, Besuchenden und Besuchten, die selbstredend auch eine zwischen den Generationen ist, dürfte einen integrierenden Effekt gerade in den Neubausiedlungen und Vorstädten haben. Hier wäre zu fragen, inwiefern die „Volksbräuche“ der „Volkskunde“ nicht ein „kulturelles Kapital“<sup>17</sup> darstellen, das durchaus auch im ökonomischen Sinne „investiert“, also für Zwecke der Wirtschaft eingesetzt, werden kann.

#### IV

Ö3 stellt wegen seiner breitgefächerten Hörerschaft ein ideales Medium für die Transportierung von Halloween-Werbebotschaften dar. Während seine Kernzielgruppe die 14-49-jährigen umfasst, haben die seit 1995 entstandenen Privatsender vornehmlich versucht sich für spezifischere Altersgruppen zu platzieren und Ö3-Hörer abzuwerben, jedoch mit geringem Erfolg.

Ö3 gelang es trotz Aufhebung des ORF-Medienmonopols seine herausragende Stellung zu halten. Der Marktanteilsverlust in der Übergangs-

---

<sup>15</sup> Mugnaini (wie Anm. 4), S. 226.

<sup>16</sup> Telefonisches Interview mit Peter Peschel, Marketingbeauftragter bei Kraft Foods Österreich GmbH, 9. 3. 2001.

<sup>17</sup> Das innerpersonelle Kulturressourcen bezeichnende Konzept des kulturellen Kapitals bei Pierre Bourdieu wäre hier auf volksculturelle Phänomene zu erweitern. Vgl. Bourdieu, Pierre: *Distinction. A social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge 1984.

zeit machte nur zehn Prozent aus. Bis Ende 1999 konnte der Sender seinen Anteil auf 39 Prozent steigern. In der Zielaltersgruppe (14-49jährige) macht der Marktanteil heute sogar 50 Prozent aus. 2,9 Millionen Österreicherinnen und Österreicher hören diesen Sender täglich und empfangen seine Informationen und Werbebotschaften.<sup>18</sup>

So simpel, wie sich die Informationsverhältnisse noch vor einigen Jahren mit ihrer klaren Trennung zwischen dem Sender als Kultur vermittelndem Teil und dem Empfänger als Kultur rezipierenden Teil gestalteten, sind sie im Zeitalter der Interaktivität aber nicht mehr. Ö3 ist längst kein reiner Radiosender mehr. Zur besseren Operationsfähigkeit wurden im Jahre 1998 etwa die Bereiche der ORF-Werbung und des ORF-Marketings in einer Tochtergesellschaft ausgegliedert, der ORF-Enterprise. Ö3 ist selbst zur Einzelmarke geworden, die beworben zu werden wünscht. „Das Leben ist ein Hit“ ist ihr Slogan und die großen Discoevents „Ö3 Mountain Mania“ und „Ö3 Beach Mania“ sind Instrumente ihrer Imagepflege. Der Club Ö3 schließlich, erlaubt eine direkte Begegnung mit der Kerngruppe seiner Hörer. Mit einer Mitgliederzahl von 70.000 Hörern ist der Club Ö3 der größte Hörerclub Europas und die Vorteile seiner Mitgliedschaft bestehen vor allem im Bezug von verbilligten Eintrittskarten.<sup>19</sup> Die Homepage des Senders hat österreichweite Bedeutung. Durch sie kann die Verbindungen zum Publikum weiter gefestigt werden. Außer Hintergrundinformationen bietet die Page auch die Möglichkeiten des direkten Kontakts (E-mail-Service), des Gesprächs (Chat-Foren) und der Veröffentlichung (Zwischenfrage, QuickNote). Damit können die Hörer zugleich zu Sendern werden. Das Medium Ö3 wird – zumindest was die Homepage anbelangt – zum Forum der Meinungen, selten zum Sprachrohr des Protests, immer aber zum Spiegel der kulturellen Einstellungen und Bedürfnisse eines Teiles seiner Stammhörer. Halloween hat natürlich auch hier seinen Platz, worüber in Kürze zu berichten sein wird.

---

<sup>18</sup> Reiners (wie Anm. 1), S. 74-77.

<sup>19</sup> Ebda, S. 78-85.

V

Zunächst möchte ich aber das Problem der Erforschung jener Meinungsbildungsprozesse ansprechen, die rund um den neuen Festkomplex stattfinden oder schon stattgefunden haben. Zwar beginnt sich langsam der Vorgang der ‚Halloweenisierung‘ Österreichs in einiger Klarheit vor den Augen der einzelnen Forscher abzuzeichnen, dessen Gegenseite, die Ablehnung des Festes, bleibt bis heute aber noch weitgehend unerforscht. Auf welche Art und Weise in diesem Zusammenhang negative Bedeutungen konstruiert, konfiguriert und expliziert werden, entzieht sich einer eingehenden Untersuchung, schon wegen der geringen Sichtbarkeit dieses Phänomens. Zudem muss gerade hier mit hoher Alters-, Milieu- und regionaler Spezifik gerechnet werden.

Der römisch-katholischen Kirche kommt in dieser Hinsicht eine besondere Rolle zu, da sie vor nicht allzu langer Zeit als einzige sinn- und brauchstiftende Institution eines, noch als christlich empfundenen, Abendlandes gewirkt hatte. Die seither immer offensichtlicher gewordene Entmonopolisierung ihrer Stellung bereitet ihr zusehends Probleme. In Frankreich etwa hatten schon im Jahre 1952 die Domherren von Dijon den Weihnachtsmann als amerikanischen Kommerzgott verbannt, ein Ereignis, das Claude Lévi-Strauss zu grundsätzlichen Gedanken über transatlantische Kulturimporte stimulierte.<sup>20</sup> Und tatsächlich sind auch von Frankreich Reaktionen auf das neue Gruselfest bekannt. Im Jahre 2000 wandten sich Priester und Bischöfe in Predigten und Schriften gegen diese Entwicklung, die für sie nur in Richtung eines „heidnischen“ Frankreich weise.<sup>21</sup> In Norditalien rief der Erzbischof von Mailand gegen eine weitere Popularisierung von Halloween auf, was speziell vor dem Hintergrund der Instrumentalisierung des neuen Festes durch die separatistische Partei Lega Nord auch als politische Standpunktdarstellung zu werten ist.<sup>22</sup> Zwar war in Österreich bis ins Jahr 2001 keine öffentliche Stellungnahme von Kirchenvertretern bekannt, dennoch konnten kritische Stimmen durchaus in kirchennahen Kreisen registriert werden.

---

<sup>20</sup> Lévi-Strauss, Claude: *Le Père Noël supplicié*. In: *Les Temps modernes* 77, 1952, S. 1572-1590.

<sup>21</sup> Segalen (wie Anm. 14), S. 204.

<sup>22</sup> Mugnaini (wie Anm. 4), S. 224.

Im November 1999 verfasste der Kulturchef der österreichischen Tageszeitung Die Presse Hans Haider einen Leitartikel zur „Primitiven Kürbis-Kultur“ rund um Halloween. Darin stellte er die Behauptung auf, Halloween sei unter anderem deshalb so erfolgreich, weil in einer säkularisierten Welt „mythische, kultische Restbedürfnisse nach Befriedigung lechzen“. Halloween jedoch werde dieser Aufgabe nicht gerecht, denn es gehe nur selten „unter die Haut“. Dem makaberen Fest liege zwar die Angst vor dem Tod zugrunde, doch Lärmzauber, Maskentänze und Kampftrinkereien würden diese Angst wohl kaum vertreiben können. Doch trotz aller Oberflächlichkeit birgt das Phänomen für Haider doch noch gesellschaftliche Gefahren in sich: „in seiner auf Großstadtpflastern wuchernden Variante fördert Halloween die Verherrlichung von Bosheit und Häßlichkeit. Eine ganze Freinacht lang gilt kein Gesetz, kein Anstand“.<sup>23</sup>

Sicherlich hat dieses moderne Freizeitverhalten vieler Jugendlicher auch ihre problematischen Seiten. Doch was der Kulturchef der Presse hier zum Ausdruck bringen will, orientiert sich nur allzu offensichtlich an den Ängsten, die seit Jahrzehnten von christlich-fundamentalistischen Gruppen in den Vereinigten Staaten gegen dieses „unchristliche“ Fest geschürt werden. Zwar griff auch Österreichs katholische Presseagentur Kathpress den Haider-Artikel auf, doch wurden im Text die Aussagen Haiders im Sinne des Sektenexperten der deutschen Bischofskonferenz als „Spielerei“ entschärft.<sup>24</sup>

Erst im Jahre 2001 meldete sich Wiens Erzbischof, Kardinal Schönborn, zu Wort, indem er im Katholikenmagazin der Erzdiözese Wien die Ablenkung vom wahren Gehalt des Allerheiligenfestes durch den „Maskenzauber“ bedauerte. Dem folgte Reinhard Feichter, welcher als Geschäftsführer der Katholischen Jungschar verkündete, dass nun den „bösen Geistern“ – gemeint sind neben Halloween-Kreaturen auch Krampus und Geisterspiele – innerhalb der österreichischen Jungschargruppen der Kampf angesagt werde.<sup>25</sup>

Die Verwirrung, die Halloween schon wegen seiner angeblichen keltischen Kontinuität bei jenen stiften muss, die traditionelle Brauchformen

---

<sup>23</sup> Haider, Hans: Primitive Kürbis-Kultur. In: Die Presse, 3. 11. 1999.

<sup>24</sup> Kathpress-Info-Dienst Nr. 256, 7. 11. 1999, S. 8.

<sup>25</sup> Kathpress, K 200107073, 31. 10. 2001.

nur aufgrund ihres Alters für erhaltenswert erachteten, führt nicht selten zu drastischen Mitteln.

## VI

Am 30. Oktober 2000 wurde auf der Ö3-Homepage in der Rubrik „Zwischenfrage“ ein Diskussionsforum über Halloween eröffnet. Während der zwei Tage bis Allerheiligen konnten jede Besucherin und jeder Besucher der Page Kommentare und Anmerkungen zum Thema verfassen und veröffentlichen, meist in der gängigen Form des kurzen E-Mails geschrieben. Die Fragestellung lautete konkret:

„Zum Fürchten. Bunte Kürbisse im Supermarkt. Gruselfilme im Fernsehen. Und Gespenster-Parties in Lokalen. Das ‚Halloween‘-Fieber hat Österreich erfasst. Was sagst Du zur ‚Amerikanisierung‘ von Allerheiligen? Machst Du mit? Und wenn ja: Wie, wo und mit wem verbringst Du die kommenden Feiertage?“

Die gewählte Formulierung konnte kaum herausfordernder sein. Mit der Orientierung an gängigen Vorstellungen eines amerikanischen Kulturimperialismus<sup>26</sup> wurden damit in gleichem Maße Verurteilungen wie Rechtfertigungsäußerungen provoziert.

Tatsächlich gingen im besagten Zeitraum genau 205 Kommentare in Form von Mails ein. Selbstverständlich waren nicht alle Botschaften auf die Fragestellung bezogen und nicht alle themenbezogenen Stellungnahmen sind für den engeren Fragenbereich auswertbar. Beispielsweise entspann sich eine Diskussion um Sympathiewerte und ästhetisches Erscheinungsbild von Michael Schuhmacher, über die „Kultur“ oder „Unkultur“ der Amerikaner, es gab essayistische Beiträge darüber wie lange man im Kreisverkehr fahren darf und wie lange sich ein Fahrstuhl ärgern lässt, es gab Rap-Reime und es gab mehrstrophige Gedichte zu nicht jugendfreien Themen.

Da wir selten das Geschlecht erfahren und fast nie Aufschlüsse über Alter, geographische oder soziale Herkunft der Verfasser erhalten, entziehen sich diese Daten einer eingehenden Interpretation. Dennoch

---

<sup>26</sup> Bergstraesser, Arnold: Zum Problem der sogenannten Amerikanisierung Deutschlands. In: Jahrbuch für Amerikastudien 8, 1963, S. 13-25.

dürften sie recht charakteristisch für jene Gruppe der Ö3-Hörerschaft sein, die sich mit den Trägergruppierungen des neuen Festes überschneidet. Weit interessanter aber als eine statistische Auswertung der Aussagen sind die Antworten selbst, die im Folgenden in ausgewählten Beispielen wiedergegeben werden sollen, offenbaren sie uns doch die bisher weitgehend unbeachteten Bereiche der Alltagskommunikation bei Phänomenen zeitgenössischer Kulturentwicklung.

Unter den Kommentaren, die verwendbare Informationen zum vorgegebenen Thema enthielten, werteten 51 das neue Fest in Österreich als negativ, 131 hingegen als positiv.

Es gab 38 Antworten, die Halloween als Ausdruck amerikanischer Kultur ansahen und eine Amerikanisierung Österreichs befürchteten. Die diesbezüglichen Wortmeldungen reichten von logischen Überzeugungsversuchen wie „Amerika hat Halloween und Europa hat Fasching. Logisch oder?“, „vielleicht brauchen die Österreicher ja auch bald Thanks Giving??“ oder: „Is wie wenn die Schweden den österreichischen Nationalfeiertag feiern!!!!“ bis hin zu offen antiamerikanischen Stereotypen:

„Scheiß Amie und scheiß Halloween!“

„Immerhin, auf welche Kultur kann Amerika denn schon zurückblicken? Null.“

„jo wast eh a jogurt hot mehr kultur ois so a Ami \*g\*“

Auf der Seite der Befürworter des Festes waren ebenfalls Stereotypisierungen und übertriebene Generalisierungen anzutreffen:

„Von Amerika kommen ja fast nur gute Sachen!“

„ich finde, halloween ist einfach das beste am ganzen jahr, dagegen kommt kein oster und kein gar nix an!!!!!!!!!!!!..... ich weiß zwar nicht, was es damit auf sich hat, aber auf jeden fall sage ich: danke AMERIKA, ihr seid das allerallerallerbeste land auf der ganzen welt!!! das land der unbegrenzten möglichkeiten!!!!!!!!!!!!“

„wegen der amerikanisierung mach ich mir keine gedanken, es gibt schon so vieles dass aus amerika kommt (Mc Donalds, etc.), da ist es wegen halloween auch schon egal!!! PS: danke an AMERIKA, wir feiern die geilsten feste hier!!!!“

Nur 28 Stimmen schienen sich um die österreichische Kultur zu sorgen, was wohl darauf hinweist, dass der von Mitgliedern der älteren Genera-

tionen geteilte Kulturpessimismus unter den Besuchern der Ö3-Homepage keine weite Verbreitung findet. Einige typische Wortmeldungen seien dennoch hier angeführt:

„Wenn wir schon unbedingt mehr Gelegenheiten zum Feiern brauche, dann bitte greift doch auf alte verlorene österreichische Bräuche zurück“.

„Irgendwie wirklich schade um Österreichs Gebräuche, die statt dessen einfach vergessen werden“.

„Zwar ist es schon irgendwie schwach, dass wir die Bräuche von den Amerikanern übernehmen müssen, aber trotzdem feiere ich total gem Halloween.“

„Vor 10 Jahr hot noch net amol ana gwusst wos des überhaupt is. Und heut wird des ols selbstverständlich hingnuman!“

Als legitimierendes Argument für die Begehung des Festes wurde immer wieder die behauptete keltische Abstammung des Heischebrauches ins Feld geführt, hier taucht sie in 25 Wortmeldungen auf. Der Verweis auf uralte, ja gar viele Jahrtausende alte Traditionen und Überlieferungen, ein in der Brauchtumsideologie als zulässig erachtetes Argumentationsmuster, wird nun auf ein neues Brauchphänomen angewandt. Kelten gab es nun mal auch in Österreich und Hallstatt ist zu einem konstituierenden Element österreichischer Identität geworden: „Wenn ich dann denke, dass Halloween eigentlich ein keltischer Brauch war, find ich’s okay, aber so wie’s die Amis feiern ist’s einfach nur mehr lächerlich ...“

Dabei fällt auf, dass das diskutierte historische Hintergrundwissen, das dem Fundus einiger enzyklopädischer Sammelwerke zu stammen scheint<sup>27</sup>, sehr häufig im Unterricht aufgenommen worden sein dürfte. In drei Kommentaren wurde die Schule dezidiert erwähnt. Mitunter kam es aber auch zu abenteuerlichen Verwechslungen und Uminterpretationen dieses kulturhistorischen Wissens, deren Gründe nicht immer in schlechtem Erinnerungsvermögen der Schüler zu suchen sein werden:

„Außer dass an jenen besagten Abend die Geister der Toten herumgehen um einen menschlichen Körper zu suchen in dem sie für ein Jahr leben können. Damit diese Geister uns Menschen aber nicht finden, haben sich

---

<sup>27</sup> Tschofen (wie Anm. 7), S. 256.

die Iren als Monster und dergleichen verkleidet und auf der Straße gelärmt um die Geister selbst zu erschrecken und in die Irre zu führen.“

„Ich weiß nur noch das es was mit der Fruchtbarkeit und das die jungen Leute die Alten gegessen haben oder so irgendwie.“

Auffallend wenige Wortmeldungen, nur zwölf, thematisierten die wirtschaftlichen Interessen, die hinter der Einführung Halloween in Europa stehen. Vielleicht kann dies als Zeichen dafür gewertet werden kann, dass der wirtschaftliche Bereich trotz oder gerade wegen seiner Offensichtlichkeit von den Festteilnehmern allzu leicht ausgeblendet und verdrängt wird und weder für Skeptiker noch für Befürworter Gegenstand weiterer Betrachtungen ist.

Interessant für die Entstehung des neuen Heischens sind die fünf Erwähnungen des Wunsches Halloween so zu feiern wie in den Vereinigten Staaten, und 23 Besucher sahen voll Melancholie auf das Festgeschehen in Amerika:

„Ich habe mich immer schon gefragt wieso es kein Hallowe'en hier gibt ich find des nämlich urrr cool das wir jetzt a Hallowe'en feiern is urr leiwand die Parties und so“

„denn ich hab wie ich noch kleiner war auch immer davon geträumt einmal so wie in amerika das zu machen!!!“

„Doch ich finde das ist noch zu wenig was wir Österreicher machen! Unsere Jugend sollte doch auch verkleidet durch die Nachbarschaft ziehen und nach Süßigkeiten verlangen!“

„Ich finde, man sollte den Brauch von Halloween (Süßigkeiten zu sammeln) von Amerika ganz übernehmen, denn ich glaube, dass das für die kleineren Kinder echt lustig ist und sie würden auch sicher ihre Ängste vom ‚großen schwarzen Mann‘ verlieren!!“

„ich find das voll geil. is doch mal was anderes, wenn gute bräuche von den usa nach österreich gebracht werden. seid doch froh, österreich ist eh soooo fad und sooo scheiße. ich finde, wir sollten uns ein beispiel an den amerikanern nehmen.“

„Glaub aber, dass es irgendwann auch mal so richtig gefeiert werden wird wie in Amerika, nur leider sind wir dann wahrscheinlich schon aus dem Alter heraußen“.

„So WIE AMERIKA WIRD'S NICHT SO SEIN, vielleicht in 100 Jahren!“

In einigen Kommentaren traten aber auch die Schwierigkeiten bei der Einführung des Heischebrauches klar zutage: Informationsdefizit, Misstrauen und Generationenkonflikt.

„...blöd ist es, dass man bei uns nicht von haus zu haus gehen kann, weil es niemand kennt...“

„Unsere Großeltern und so wissen zum Teil ja nicht mal was Halloween ist.“

„halloween is geil ... aber in wien kann man sowas nicht machen, in England in dörfern geht das, aber bei uns nicht denn bei uns kennt haloween der größte teil der menschen nicht mal wenn man dann vor der türe stehen würde tick or trat sagen würde. die alten würden dich zamaschlagen (hart aber sicherlich wahr) aber wenn das eines tages so werden könnte das es jeder kennt JEDER mitmacht! Das wär super.“

“ICH FIND HALLOWEEN VOOL GEIL. Doch leider ist österreich so fad, weil fast niemand mitmacht! Ich meine nur mit Kürbisdekoration allein is es nicht getan! Dazu gehören nicht nur partys. sondern auch Leute die herumziehen und für süßigkeiten betteln. der grund dafür, warum das bei uns nicht der fall ist, ist wahrscheinlich, dass NIEMAND ETWAS SÜSSES HERGIBT! Das ist vor allem in den Wohnblocks so. \*SCHADE\*“

„...Halloween is nix für olte Leut’, de verstehn’ des net!!!!“

„na leute ich weiß net, kommt ma vor wie verfrühter fasching und außerdem kriegt mein 80jähriger, patriotischer opi a herzattacke wenn ich mit so einem kürbis und den ganzen krimskrams antanz....die party mach ich schon selbst da brauch ich mir nix von den armis anschauen, da fällt ma schon was besseres ein.“

Selbst Berichte über die Ausübung des Heischebrauches, von Besuchern und Besuchten fanden sich unter den eingegangenen Mitteilungen:

„Meine ganze Familie und ich schmücken seit 4 Jahren zu Halloween das ganze Haus! es ist einfach toll um die häuser zu ziehen und die leute zu erschrecken, Spiele zu spielen und sich einen Gruselfilm reinzuziehen!“

„Ich gehe schon seit 3. Jahren in die stadt und geh ein bissi schnorren \*gg\* hab meistens ein halbertes sackerl voll gehabt! Eine Party mach ich nicht weiß auch nicht warum! Die Schule hat mich auf dem Geschmack gebracht das ich mich verkleide und schnorren gehe – gehe jedes jahr mit meinen Freundinnen in die stadt bzw in die gassen und voriges Jahr haben wir sogar ein kleines Kind erschreckt weil sie so eine WERWOLF-Maske

an hatta! War voll leiwand! Und das Kind hat geglaubt dass das der KRAMPUS war und das ende OKTOBER!“

„HALLOWON IS A SCHEIB bei mir läuten immer solche kleinen arschlöcher an und wollen was zum naschen [ob]woll es erst morgen is. am liebsten würde ich denen einen kürbis über [den] schädel schmeißen, also meine meinung.“

„Mir ists wurscht, wer es braucht der soll es machen. Solange mir dann keine kleinen Kampfkobolde auflauern und mich meiner Süßigkeiten berauben, ists mir egal was die Typen so treiben“.

Hier wird der hohe Erlebniswert des Heischens für Kinder und Jugendlichen klar ersichtlich. Vergleiche mit anderen Brauchformen österreichischer Tradition drängen sich auf:

„Nojo, Halloween is eh lustig. Aber was is aus dem schönen Krampusbrauch geworden, bei dem Jugendliche kleine Kinder schrecken?? Das is ja auch lustig, aber irgendwie in meiner Gegend nimmer so gebräuchlich.“

„Persönlich halte ich nicht viel davon, und glaube auch dass sich Halloween bei uns nicht wirklich durchsetzen wird. Sich zu verkleiden ist für uns eigentlich ja nichts Besonderes (Fasching). Gruseliges gibt es auch zur Genüge, man braucht sich nur unsere Regierung anschauen“.

Im Direktvergleich mit Halloween schneidet das traditionelle Festwesen zu Allerheiligen natürlich besonders schlecht ab:

„Aber da is schon was wahres dran, dass [es] in Österreich eigentlich eh keinen wirklichen Brauch zu Allerheiligen gibt.“

„Ein Tag, an dem nichts zu feiern ist, ist kein Feiertag“.

So stellt sich Halloween als ein neuer, extrem vielfältiger und vielschichtiger Festkomplex dar, in dem sich die tiefgreifenden Veränderungen der österreichischen Gesellschaft widerspiegeln. Der Säkularisierungsgrad und der Bedeutungsverlust der römisch-katholischen Kirche als Sinnstifterin tritt dabei ebenso deutlich zutage wie die Einflüsse alters- und milieuspezifischer Interessen, die Nutzungen spezifischer Informationsangebote und die Vernetzung sozialer Umfelder durch das Internet. Neben den, als wichtige Quelle heranzuziehenden, Darstellungen eigener Festpraxis, stehen aber auch die Prozesse der Meinungsbildung, die sich auf verschiedenen Ebenen gängiger Interpretationsformen im öffentlichen Diskurs manifestieren. Der Vorgang der Produktion einer Meinung reicht oft nicht über die Reproduktion

von bekannten Eigen- und Fremdstereotypen, von Schlagwörtern und aufgesetzten Interpretationsschablonen hinaus.

## VII

Eine Diskussion um die Bedeutung der eingegangenen Kommentare ist daher nur unter Einbeziehen moderner informationstheoretischer Diskurse und der Betrachtung neuester Entwicklungen sinnhaft, zumal auch die spezifischen Eigenschaften des neuen Mediums Internet an ihrem Zustandekommen beteiligt waren.

Wir kennen zwar das tatsächliche Publikum des Ö3 Homepage nicht, doch wissen wir, dass es sich um Leser handelt, die immer wieder zur Homepage zurückkehren und die bereit sind sich selbst einzubringen. Die seit Mitte der 1980er Jahre entstandenen lokalen Online-Systeme mit ihren regelmäßigen Usern wurden seit 1996, mit der massenhaften Verbreitung der Internetzugänge, abgeschafft. Im Internet standen dem User die unendlichen Möglichkeiten eines weltumspannenden Netzes zur Verfügung – er bewegte sich in dieser Gewöhnungsphase noch recht schnell von Page zu Page. Nicht zuletzt aus Marketinggründen versuchte man nun die User als treue Besucher der Homepages zu gewinnen indem Diskussions- und Chat-Foren oder regelmäßige Informations- und Bildveröffentlichungen angeboten wurden. Neuere Konzeptionen gehen dahin, auf das Profil des Users zugeschnittene Inhalte und Designs spontan zu kreieren. Eine solche Betreuung ist natürlich nur durch intensive Datenbankstützung möglich und wäre von den alten, 1996 untergegangenen Online-Communities weit leichter bewältigbar gewesen, als durch die gegenwärtige Form des Internets.<sup>28</sup> Auch die Ö3-Homepage hat längst damit begonnen ihre Besucher an sich zu binden. Hier finden sich Chat-Foren, Rubriken für Kommentare, Gewinnspiele und Wettbewerbe, in Verbindung oder als Ergänzung zu Radiosendungen und Veranstaltungen. Der Erfolg gibt der Strategie des Senders recht.

---

<sup>28</sup> Lukawetz, Gerhard: Online-Communities als Demokratisierungsagenten und Marketingparadigma. Erfahrungen aus sieben Jahren Communitybetrieb und Forschungsergebnisse. In: Reips, Ulf-Dietrich u. a. (Hg.): Aktuelle Online Forschung – Trends, Techniken, Ergebnisse. Zürich 1999 (www Dokument/Online-Buch), <http://dgoef.de/tband99/>, S. 1-8.

In der Medientheorie bestand lange Zeit ein breiter Konsens, Formen eindimensionaler Kommunikation als demokratiefeindlich aufzufassen. Sergej Tretjakov, Bertold Brecht, Hans Magnus Enzensberger, Oskar Negt und Alexander Kluge<sup>29</sup> waren nur einige der Autoren, die erst in der Interaktivität eine unabdingbare Voraussetzung für wahrhaft demokratische Verhältnisse sahen.<sup>30</sup> Erst wenn jede Bürgerin und jeder Bürger auch zu Sendern werden könnten, bestünde die Möglichkeit einer radikaldemokratischen Herrschaft. Das Internet schien diese Forderung zu erfüllen und nicht wenige Denker erhofften sich in den 1990er Jahren eine „Revitalisierung der öffentlichen politischen Diskussion“.<sup>31</sup> Diesem Modell lag aber ein repressiver und manipulativer Begriff der Macht zugrunde, dessen Fehleinschätzungen nicht zuletzt durch die Entwicklungen des Internets offensichtlich wurden. Jedenfalls scheint der vernetzte Machtbegriff im Sinne Michel Foucaults den Vorgängen der jüngsten Vergangenheit adäquater zu sein, denn inzwischen ist klar geworden, dass nicht die gesendete Information, sondern eine Interpretationsleistung, die Weise, wie eine Botschaft zu verstehen ist, die Art ihrer Rezeption bestimmt. Bedeutenden Einfluss gewinnen Selbstzensur und Akzeptanz gemeinschaftlicher Interpretationscodes.

Auf die Diskussion um Halloween bezogen heißt das, dass selbst eine freie Meinungsäußerung, wie sie das Medium Internet erlaubt, nicht die Befreiung aus herrschenden Kontroll- und Interpretationsstrukturen bewirkt. Wir haben gelernt, dass Meinungsfindung eben eine viel komplexere Angelegenheit ist, als bisher angenommen und Lebensbedingungen wie interpretative Grundmuster unabdingbare Faktoren in ihr sind.

---

<sup>29</sup> Negt, Oskar, Alexander Kluge: Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt a. M. 1972.

<sup>30</sup> Vgl. Oy, Gottfried: Wir müssen reden. Kommunikation und Macht – ein gar nicht so ungleiches Paar. In: kommunikation@gesellschaft 1, 2000, Beitrag 4, [http://www.rz.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B4\\_2000\\_Oy.pdf](http://www.rz.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B4_2000_Oy.pdf), S. 1-11.

<sup>31</sup> Ebda, S. 1-3.



Hermann Steininger

## Von der traditionellen zur modernen (Volks-)Kultur

Beispiele aus Niederösterreich

### Einleitung

Der moderne Begriff ‚Eventkultur‘ ist sehr vielschichtig, unscharf, er beinhaltet kulturelle Verhaltensweisen, die viele – weitaus nicht alle – Zeitgenossen direkt oder indirekt betreffen, seien sie dabei aktiv oder bloß konsumierend, nehmen sie als Produzenten daran teil und geben damit der Postmoderne weitere zeitgeistige Impulse, oder gehören sie zu den Vielen, die als nicht Emanzipierte gewohnt sind, zu nehmen und übernehmen, was – wie sie meinen – „alle machen“: genießen, ohne zu wissen, was hinter den Kulissen „so läuft“. Das Thema ist tatsächlich nicht nur nicht erschöpft, wie es im *call for papers* zu dieser Volkskundetagung „Erlebniswelt Volkskultur“ hieß, im Gegenteil, wir stehen erst am Anfang einer Entwicklung, die ich hier, ohne in Kulturpessimismus zu verfallen, aus meiner Sicht nur skizzenhaft beleuchten möchte. Ich habe mir, als einer der hier Älteren, zugegebenermaßen nicht leicht getan, die Thematik meinen Möglichkeiten entsprechend aufzubereiten, obzwar ich es gewohnt bin, genau hinzusehen und als Sammler von zahlreichem Quellenmaterial (Schwerpunkte: Literatur, Zeitungsausschnittesammlung, Bildzeugnisse, *Oral history* etc.) einige, vor allem auch museologische, Erfahrungen besitze. Dennoch: mein Blick hatte bislang in der Regel die Vormoderne im Zentrum; spätere, neuere Entwicklungen habe ich selbst oft erst später entdeckt, sie im nachhinein gesammelt, anhand vergleichender Studien nachträglich rezipiert.

Fragen wir zunächst konkret nach den bisherigen Sammelleistungen beziehungsweise der Beschäftigung mit dem Thema: Wer hat sich denn bisher aus der Sicht der Volkskulturforschung mit den neuen Erlebnisgesellschaften näher befasst? Ansätze dazu gab es bereits in der sogenannten Gegenwartsvolkskunde, der institutionell leider kein Weiterbestand ermöglicht wurde. Das freilich rächt sich. Wenngleich man im

Rahmen der neueren österreichischen Volkskulturforschung immer wieder auf ‚Neuwuchs‘, meist folkloristisch zu nennende Einzelfänomene heimatpflegerischer Gestaltungen hingewiesen hat.<sup>1</sup>

### Voraussetzungen traditioneller Volkskultur

Was traditionelle Volkskultur ist, welche Bedeutung sie zu verschiedenen Zeiten hatte und wer oder was sie jeweils wofür instrumentalisierte, wissen wir aus der Fachgeschichte. Diese Inhalte sind also klar. Wie ist es nun mit der modernen (Volks-)Kultur? Ich habe hier ganz bewusst das Präfix ‚Volk‘ des Begriffes ‚Volkskultur‘ in Klammern gesetzt. Denn eine Kultur ohne Nutzer gibt es wohl nicht. Fragen wir auch seit wann diese von uns nun angesprochene „Erlebniswelt Volkskultur“, dieser aktuelle Boom unterschiedlicher Eventkulturen existiert. Historisierung ist also angesagt. Meine Überlegungen gingen zunächst in Richtung historische Festkultur, wie wir sie kennen. Festliche Gelegenheiten gab und gibt es zahlreich im sogenannten Brauchtumsjahr oder im Lebenslauf-Festkalender, öffentliche und private Festivitäten, die sehr unterschiedlich in Gestaltungen waren und sind: von öffentlichen Volksbelegungen zu verschiedenen Anlässen, angefangen bei den bis ins 18. Jahrhundert öffentlichen Hinrichtungen, über Patroziniumsfeste, kirchlich-weltliche Märkte (Kirtage), Feuerwehrfeste, historische Festumzüge anlässlich von Jubiläen et cetera; weiters Schautellungen temporärer Art beziehungsweise fixe Vergnügungsstätten wie der Prater in Wien als kommunikativer Ort der Unterhaltung. Vielfach ist eine Reihe von heutigen Elementen der modernen Festkultur historisch belegbar.

Ich will hier nicht diese Entwicklungen im speziellen nachzeichnen, denn dabei besteht die Gefahr einer krampfhaften Suche nach vereinzelt Kontinuitäten, deren Bewertung jeder von uns subjektiv vornimmt. Aber wie soll man sich dann diesen heutigen Erlebniswelten, die einen wesentlichen Teil der gängigen Bedürfnisbefriedigung ausmachen und die tatsächlich den Wünschen der Vielen offensichtlich entgegenkommen, von unserem Fachverständnis her ganzheitlich nähern.

---

<sup>1</sup> Für Anregungen, Informationen und Hilfen in diesem Zusammenhang bin ich insbesondere Elisabeth und Olaf Bockhorn, Wolfgang Slapansky sowie dem Dokumentationsarchiv des ORF, Wien, dankbar.

Eine Antwort darauf scheint es nicht zu geben; ich habe schon erwähnt: diesbezüglich systematische Bestandsaufnahmen moderner Massenkultur und Sammelleistungen, um konkret Ergebnisse zu erbringen, gibt es von volkskultureller Seite kaum. Daher bleibt nichts anderes übrig, als eine vorläufige Übersicht zu geben, Ansatzpunkte und Zugänge zum Tagungsthema anzudeuten. Gefordert ist der Blick auf neue Entwicklungen heutiger gepflegter Fest- und Feierkultur, die allenthalben aufzeigen, dass diese Bereiche gesellschaftliche Relevanz besitzen. Zunächst stichwortartig mein Zugang zum Thema: nach einigen statistischen Daten, die auf zu behandelnde Themenbereiche abzielen, spreche ich zunächst Themen der Volkskulturforschung in Niederösterreich an und berichte über Prägungen durch das alte ‚vormoderne Leben‘ im Land. Daran anschließend will ich auf neue Entwicklungen eingehen.

Der Gegensatz zum großstädtischen Leben in Wien ist in der Provinz bis in die 1960er Jahre sehr deutlich empfunden worden. Niederösterreich, das war der naturgebundene, bäuerliche, in vielem rückständige Raum, bis um diese Zeit tatsächlich von vielen modernen Entwicklungen ziemlich abgeschottet. Die Großstadt, das eigen- und selbständige Land Wien, galt in jenem Zeitraum vielen als Vorbild, man orientierte sich danach. Die Verwaltung des Landes wurde von ihrem historischen Mittelpunkt, nämlich von Wien aus, getätigt. Niederösterreichische Ballungszentren entstanden erst allmählich, zunächst im Süden der Bundeshauptstadt. Die wirtschaftliche Entwicklung erfasste zunehmend das gesamte Land, die Agrarwirtschaft hat in vielen Sektoren eine rasche Modernisierung durchgemacht. Industrielle Bereiche gediehen unterschiedlich, Verkehrsverbindungen wurden schwerpunktmäßig ausgebaut. Für nostalgische Konzepte war da meist wenig Platz. In manchen Landesteilen ging die Entwicklung schneller vor sich. Es gab wie auch anderswo Probleme mit der Arbeitsplatzsicherung – in der Landwirtschaft gingen zahlreiche Arbeitsplätze verloren, abseits gelegene Landesteile konnten sich nicht zuletzt aufgrund des bis 1989 existenten sogenannten Eisernen Vorhanges im Norden und Osten kaum entwickeln.

Die Raumordnung versuchte im Sinn einer gesamtwirtschaftlichen Maximierung neue Strukturen zu schaffen, die altbäuerlichen, freilich oft nicht mehr zeitgemäßen Wirtschaften haben in manchen Gebieten teilweise nur aufgrund intensiver öffentlicher Förderung überlebt. Um den Menschen halbwegs Halt zu geben, hat man verschiedene Hilfsmaß-

nahmen gesetzt, die allmählich griffen. Begrifflichkeiten wie ‚Dorf- und Stadterneuerung‘ deuten Verbesserungen an, die allmähliche Aufwertung der Regionen aufgrund gezielter Unterstützungen kam seit den Siebzigerjahren langsam in Schwung, nicht zuletzt im kulturellen und touristischen Bereich. Vor allem setzte das Land ‚hochkulturelle‘ Maßnahmen. Außerdem hat die Gründung der neuen niederösterreichischen Landeshauptstadt einen Modernisierungsschub in allen Bereichen bewirkt.

Damit haben wir nicht nur Abschied genommen von traditionellen, historisch gewohnten Abläufen; neue Verbindlichkeiten entstanden, man fühlte sich jetzt als Teil einer Gesellschaft, die offen nach allen Seiten auch die Problematik dieser Situation zu spüren bekam. Das neue Leben stellte sich voll auf die neue Zeitgeistigkeit, die Basis der modernen Kultur ein, in die alle oder zumindest große Teile der Bevölkerung, ob sie es wollten oder nicht, eingebunden sind. Das Konsumverhalten, die Freizeitgestaltung (Sport, Urlaubsgewohnheiten usw.) haben eine hohe Wertigkeit, sie werden hier wie anderswo angeboten und frei gewählt. Immerhin besitzen Kultur- und Bildungsveranstaltungen eine hohe Akzeptanz; Museen und Sammlungen entstanden beziehungsweise wiedererstand in größerem Ausmaß schon bald nach dem Krieg, und sie vermehren sich sukzessive weiter. Zahlreiche Ausstellungen bieten Möglichkeiten der Information und Kommunikation. Die sogenannte Freizeitgesellschaft, vor allem die jungen Leute, nehmen selbstverständlich voll in Anspruch, was sich ihnen bietet (z. B. Musik jeder Stilrichtung). Daneben bleibt mitunter vieles auf der Strecke, auch manche negativen Begleiterscheinungen unserer Zeit müssten hier angesprochen werden. Gemeinhin ethische Werte finden nicht immer und überall Anklang, zukünftige Entwicklungen werden mitunter kaum hinterfragt.

#### Exkurs: Statistiken und Umfragen

Zunächst statistische Daten, die auf einige unserer Themen Bezug nehmen. Nach einer IMAS-Umfrage aus dem Jahr 2001 über die Lebensziele der Österreicher hat nach wie vor „die Welt kennenlernen“ Priorität, es folgen Bildung und beruflicher Aufstieg, soziale Kontakte, im Hinblick auf „interessante Menschen treffen“, sein Domizil verschönern, das Leben genießen. Nur 53 Prozent sagten, sie haben Pläne für die Zukunft, der Rest erklärte sich für passiv.

Eine andere Statistik aus dem Jahr 2000 besagt, dass das ‚Bauernsterben‘ weitergeht; Experten meinen, dass diese Entwicklung aufgrund der jüngsten Krisen (BSE, Schweineskandal etc.) nicht aufzuhalten ist, und die Abwanderung aus der Landwirtschaft „einen Stoß bekommen“ würde. Neuerdings bringe der Abfluss an Arbeitskräften aus der Landwirtschaft das gesamte Konzept der Landschaftspflege unter Druck, zumal vor allem die Rinderwirtschaft einen der größten Beiträge zur Erhaltung der Kulturlandschaft leistet. Die Krisen erweisen sich zusehends als ein Symptom, sie sind ein ethisches Problem zwischen Bio- und Agrarindustrie, die Folge von Eingriffen in natürliche Abläufe. Dazu gehören seit vor Jahrzehnten getätigte Trockenlegungen (Drainagen, Begradigungen der Wasserläufe, in Folge kam es zu einem dramatischen Sinken des Grundwasserspiegels), weiters Flurbereinigungen, neue Züchtungsmethoden, künstlich erzeugte Düngemittel, Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, hochtechnisierte Landmaschinen, maschinelle Stallarbeit und Fütterung. In der Landwirtschaft sind derzeit 5,8 Prozent der Erwerbstätigen beschäftigt; Niederösterreich ist mit 9,4 Prozent Beschäftigtenanteil noch immer Agrarland Nr. 1.

Die Kinder und Jugendlichen träumten 2000 von Schulerfolgen bei genügend Freizeit; 50 Prozent wünschen sich einen Computer, nur sechs Prozent wollen, dass die Eltern mehr Zeit für sie haben. Im Fremdenverkehr spielt in Österreich die Wintersaison eine große Rolle, beim Sportimage liegt Österreich weltweit in Führung. „Skisport, Hüttenzauber und Trendsportarten“ haben zum Nächtigungsplus der letzten Wintersaison beigetragen. Das religiöse Leben in Städten betreffend heißt es in einer Studie von Paul Zulehner, dass in Wien 80 Prozent der Befragten angeben, an Gott zu glauben (1990 waren es 71 %). An einen persönlichen Gott nach christlicher Tradition glauben 24 Prozent (1990 waren es 19 %). Die Besucherquote von Sonntagsmessen beträgt derzeit 13 Prozent.

#### Volkskultur in Niederösterreich – Volkskunde-Wissenschaft und Praxis

Hier kann ich mich kurz fassen und auf den Verlauf und die Ergebnisse der Forschungsgeschichte verweisen. Olaf Bockhorn hat diese schon einmal in der Kulturzeitschrift „morgen“ treffend beschrieben. Ich nehme einige Gedanken daraus auf: Beginnen wir beim Problem der mit dem

Landleben aus der Sicht des Städters entstandenen Vorstellungen der sogenannten „heilen Welt“, als sich in den Städten das Leben im Zuge von Urbanisierungstendenzen grundlegend änderte, im Umkreis des Bürgertums Proletarisierung und Armut nicht mehr zu übersehen war und man befürchten musste, Werte in Frage stellen zu müssen. Da hat man sich die Vorstellung zurechtgelegt, dass (überkommene) Werte traditioneller Art – althergebrachte Lebensformen, Überlieferungen, Glaubensvorstellungen und so weiter – wichtig sind und eine Hilfe darstellen, die eigene Existenz in diesen Zeiten kulturellen Umbruchs ideologisch zu stützen. Infolgedessen kam es zur ‚Aufwertung‘ des Traditionellen, Bäuerlichen, man hat diese Kultur damit eigentlich verklärt und die soziale Gebundenheit dieser Phänomene nicht gesehen oder nicht wahrhaben wollen.<sup>2</sup>

Die Volkskunde hat damit auch in Niederösterreich selektiv primär das Alte, Schöne, Traditionelle, Mythisch-Magische, (Aber-)Glaubensmäßige gesammelt, zunächst in Museen und Sammlungen, während Sammelleistungen der sogenannten geistigen Volkskunde im ländlichen Raum eher von Privaten gefördert wurden. Fehlende Kenntnisnahme realer Entwicklungen – Rückgang bäuerlicher Lebensformen, statt dessen ideelle Auf- und in Folge Überbewertung der erwähnten Kriterien – führte dazu, dass allenthalben im Forschungsgeschehen die Pflege solcher ‚Traditionen‘ tendenziell betont wurde, wobei nur das ‚Echte‘ Geltung hatte. Diese Bereiche haben einerseits meist Laien qualitativ beurteilt, andererseits hemmten zum Teil Institutionen des Bildungssektors eine fachliche Weiterentwicklung. Von fachlicher Seite her gelang es trotz vermehrter moderner orientierter Bemühungen bis in die Sechzigerjahre nicht, daran etwas zu ändern. Was seither eine moderne Volkskulturforschung hätte leisten können – durch nachträgliches Aufsammeln, die Entwicklung neuer Sammel- und Interpretationskonzepte und so fort – das wurde oft genug durch Querschüsse gegen eine wissenschaftlich-regionale Ethnologie erfolgreich verhindert.

Interessant erscheint in diesem Zusammenhang, dass es die „Volkskultur aus zweiter Hand“ (Folklorismus) nicht zu geben schien. Die allenthalben pflegerischen Gestaltungen durften nicht als das bezeichnet werden, was

---

<sup>2</sup> Bockhom, Olaf: Volk oder Masse? Zum Begriff „bäuerliche Lebensform“. In: morgen 10, 1979, S. 309-311.

sie eigentlich waren, nämlich Nachbildungen, meist Neuschöpfungen für Zwecke des Fremdenverkehrs oder sie dienten als ideologische Bindungen an bäuerliche Idealvorstellungen. Erst neuere Entwicklungen wie die Aktion *Mein Dorf* halfen da konkreter, die Bewegung der Dorf- und Stadterneuerungen entstand. In Niederösterreich erwuchs diese aus zwei Wurzeln; einerseits aus der Vorbildwirkung der Stadt Krems, wo der bekannte Kunsthistoriker, Gestalter von Großausstellungen und Kulturmanager Dr. Harry Kühnel gemeinsam mit Lokalpolitikern und Baugestaltern es verstand, nicht nur eine Revitalisierung weiter Teile der Altstadt von Krems und Stein durchzusetzen, sondern auch der Bevölkerung klar zu machen, dass man sich in solchen Ensembles wohl fühlen und exzellent leben kann. Der Erfolg gab diesen Bemühungen recht. Ein weiterer Vordenker, der aus Tirol stammende Dr. Hans Haid, hat im Rahmen des Niederösterreichischen Bildungs- und Heimatwerkes Vorschläge erarbeitet, wie eine Verbesserung des ländlichen Bauwesens die Voraussetzung dafür bilden kann, die Dorfgemeinschaften zu aktivieren und sie zur kulturellen Selbstbesinnung anzueifern, damit gewann der bis dahin oft missbräuchlich verwendete Heimatbegriff neue, sachliche Konturen. Haid's Anregungen freilich wurden zunächst wenig gewürdigt, im Gegenteil. Erst die von politischer Seite gesetzten Maßnahmen und finanziellen Förderungen haben diese Aktionen zum Erfolg werden lassen. Mit den am Land durch Modernisierungen verbesserten Möglichkeiten leichter als bisher zurechtzukommen gingen Bestrebungen einher, die Bevölkerung von althergebrachten Vorurteilen zu emanzipieren, was mittels verschiedener Bildungskonzepte versucht wurde und da und dort Erfolge brachte. Hierzu beigetragen hatten einerseits Aktivitäten zur Sammlung von erzählten Lebensgeschichten, andererseits aber auch neue Sichtweisen der Heimatforschung, die einen anderen, neuen Blick auf die ländliche Vergangenheit ermöglichte.

#### Vom Vormodernen Leben in der Provinz bis heute

Seit Generationen hatte es einen Zuzug von Niederösterreichern in die Bundeshauptstadt Wien gegeben, es waren dies meist weichende Erben oder durch notwendig gewordene wirtschaftliche Migration ländliche Mittel- oder Unterschichten. Nach der schwierigen Nachkriegszeit, die über das Jahr 1955 hinaus nur aufgrund einer meist sehr bescheidenen Lebensgestaltung bewältigt werden konnte, folgten Jahre allmählich

wachsender Prosperität. Der alltägliche Konsum hatte sich vor allem in jenen Gegenden, wo sich Arbeitsplätze in Industrie und Gewerbe schaffen ließen, normalisiert. Nachdem die Kriegsschäden beseitigt worden waren, konzentrierte man sich auf wirtschaftliche Neuerungen.

Investitionen auf allen Ebenen brachten Arbeit, es gingen zunächst Erwerbstätige aus der Landwirtschaft in die Betriebe, dann kamen Gastarbeiter ins Land, die vornehmlich im Bauhilfsgewerbe und in den Industrien gesuchte Arbeitskräfte waren. Billigere Angebote in allen Bereichen bewirkten allmählich einen immer stärkeren Rationalisierungsschub und infolgedessen einen Verdrängungswettbewerb, der zunächst nur marginale Teile der Arbeitenden betraf. Nachdem wie erwähnt die Landwirtschaft in diesen Jahren immer mehr Hilfskräfte verlor, die in der Industrie Arbeit gefunden hatten, mussten die Bauern maschinell modernisieren. Freilich haben diese Entwicklung nur jene vollzogen, die sich das finanziell leisten konnten. Dieser Prozess ging rasch voran und ist dennoch nicht beendet: heute erzeugen weniger Bauern auf geringeren Flächen bedeutend mehr als früher. Die Folge war, dass das alte Modell der bäuerlichen Selbstversorgung und die Abgabe von Überschüssen an den Handel nicht mehr funktionierte. Vielfach mussten sich die bäuerlichen Betriebe also den Markterfordernissen anpassen, das heißt, nur bestimmte Produkte in entsprechenden Mengen produzieren, Bedingungen, die meist nur jüngere landwirtschaftliche Betriebsführer akzeptierten. Nur sie waren auch in der Lage, sich wirtschaftlich umzustellen und organisierten in der Folge die private Selbstvermarktung ihrer eigenen Produkte. Ergebnis: Konzentrationen bäuerlicher Vermarktungsgrößbetriebe, die überregional handelten. Die großen Lagerhallen und -türme in zahlreichen ländlichen Orten zeugen von dieser Entwicklung. Zahlreiche bäuerliche Wirtschaften – die meisten von ihnen waren nicht groß genug oder hatten sich nicht umstellen können – mussten aufgeben, viele ehemals von einem selbstbewussten Bauerntum zeugende Dörfer leerten sich, die Alten starben weg, Häuser und Anwesen standen bald leer, verfielen, vor allem im Grenzraum zum ehemaligen Ostblock. Die Folgen dieser Entwicklung: Abwanderung der Jungen – Handwerk und Gewerbe, Kaufhäuser, Gemeinschaftseinrichtungen wie Gasthäuser konnten nicht überleben. Die Motorisierung ermöglichte immerhin, sich in den im Zuge der Raumordnung eingerichteten Zentralorten zu versorgen.

Teile der Großstadt waren seit den Sechzigerjahren zunehmend unwirtlich geworden. So drängten manche ursprünglich vom Lande abstammende Wiener, aber auch andere, die es sich aufgrund der wirtschaftlichen Prosperität finanziell leisten konnten, vermehrt in den ländlichen Raum und versuchten sich dort heimisch zu machen. Sie erwarben vornehmlich in den Wien nahegelegenen Gemeinden Grundstücke, errichteten Wochenendbauten oder ließen sich hier gleich ganz nieder, Ein- und Mehrfamilienhäuser spiegelten die Werte und Träume dieser Gesellschaft wider und trugen da und dort verschiedentlich zur Verschandelung der Landschaft bei. Es gibt Zonen, wo man die Leute überhaupt bauen ließ, wie sie wollten, wenn dies nur irgendwie mit der Bauordnung in Einklang gebracht werden konnte. Da und dort haben Siedlungsgenossenschaften große Bauvolumina in den ländlichen Raum gesetzt. Ein zum Teil starker Bevölkerungszug vornehmlich in größeren Gemeinden in Wien-Nähe oder in Gegenden, in deren Umgebung Arbeitsplätze zur Verfügung standen, setzte also ein. Die Arbeitsstätten dieser Leute befanden sich weiterhin vornehmlich in Wien, viele wurden so zu Pendlern. Erleichtert hatte diese Entwicklung die rasche und großzügige Verkehrserschließung und rasant ansteigende Motorisierung. Diese Stadtfucht und das zeitweise Heimismachen im ländlichen Raum bewirkten, dass in zahlreichen Gemeinden bald ein größerer Anteil von Zweitwohnsitzern existierte, die sich von der alt-bodenständigen Bevölkerung wohl akzeptiert, aber nicht integriert fühlten. Diese modernen Schlafsiedlungen im ländlichen Raum erschienen, wie schon erwähnt, mitunter baulich monoton, ohne Einfallsreichtum gestaltet, ja bisweilen erschreckend steril. Man kann schon aus dieser kurzen Schilderung sehen, welche Veränderungen im gesellschaftlichen Bereich sich innerhalb weniger Jahre ergaben.

Die Volkskulturforschung hat sich diesen Phänomenen bei uns kaum und erst sehr spät genähert, die Vielfalt dieser Art von Volkskulturen wurde nicht erkannt, nicht zuletzt deshalb, weil wir eigentlich lange, zu lange damit beschäftigt waren, zunächst die alte bäuerliche Kultur in ihren Zeugnissen nachzusammeln. Es ist in diesem Zusammenhang doch interessant, zu erfahren, dass der pensionierte Ing. Franz Maresch aus Wien im Pielachtal zu Anfang der Sechzigerjahre das erste Museum aufbaute, das die bäuerlichen Gerätschaften einer Region systematisch aufsammlte und dabei auch einfachen, aber, wie er sagte, um so mehr bäuerlich-

kulturellen Hochleistungen auf die Spur kam. Die Zeit blieb nicht stehen. Anfang der Achtzigerjahre plädierte Martha Sammer in einem Artikel „Volkskunde heute?! – Wie!?“<sup>3</sup> dafür „die Bezüge zur heutigen Wirklichkeit zu finden und dabei doch nicht zu übertreiben“, und gleichzeitig befand sie: „Man muß auch Veränderungen akzeptieren“. Bezug genommen hat sie dabei auf pflegerische Aktivitäten, die im öffentlichen Raum stattfanden. Bislang betriebene Volkskulturpflege basierte vielfach auf älteren Konzepten, die, aus welchen Gründen immer, kulturelle Erhaltungsmaßnahmen stützten. Darum ging es ursprünglich im Rahmen des Niederösterreichischen Bildungs- und Heimatwerkes und später bei der Volkskultur Niederösterreich, beide heute sehr bekannte Vereinigungen niederösterreichischer Kulturträger, die es erst im Lauf der Zeit lernten, die bestmögliche Entwicklung aller Sinne des Menschen zu fördern. Von der Volkskultur Niederösterreich zum Beispiel werden heute vielerlei pflegerische Angebote auf der Grundlage eines allgemeinen Kulturverständnisses gemacht (Volkslied, -musik, -tanz, -kunst, Volkspoesie und -schauspiel, Kleidung, Brauchtum, Mundart, Schützenwesen, Museen und Sammlungen, die Organisation von regionalen und überregionalen Veranstaltungen, Durchführung und Gestaltung von Festen, Feierlichkeiten und Bräuchen in allen Regionen Niederösterreichs).

Es geht heute um die Förderung aktivierender Teilnahme am kulturellen Leben ohne Zwangsbeglückung; es gilt, Kreativitätspotentiale zu wecken. Man tritt für einen offenen Kulturbegriff ein und den Respekt vor dem Umgang mit traditionellen Ausdrucksformen, wobei besonders Wert auf das Interesse an neuen Entwicklungen gelegt wird. Positiv erscheint in diesem Zusammenhang unter anderem das seit einigen Jahren pilotierte Projekt „Musikantenfreundliche Gaststätte“, gemeint ist das lokale Wirtshaus als Ort der Begegnung und Kulturstätte. Weiters zu erwähnen wäre das ebenfalls vor einiger Zeit entwickelte Niederösterreichische Volksmusikfestival „aufHORchen“, schwerpunktmäßig alte und neue Formen der Musikausübung beinhaltend. Dabei ist der Blick in Nachbarregionen, grenzüberschreitende Zusammenarbeit, gelebte Wirklichkeit.

---

<sup>3</sup> Sammer, Martha: Volkskunde heute?! - Wie!? In: Heimat Niederösterreich, 1982, Nr. 3, 1982, S. 14.

Natur, Kultur, Museen, Fremdenverkehr –  
Alte Werte/neuer Sinn

Natur pur – das gibt es fast nirgends mehr. Nur dort, wo die Natur von Gesetz wegen geschützt ist, bleibt sie (hoffentlich) sozusagen natürlich erhalten. Wer erinnert sich etwa heute noch daran, dass die Tormäuer in Niederösterreich (Markt Gaming) für die Wasserkraft nutzbar gemacht werden sollten, und es einem Einzelkämpfer, Lothar Machura, unter großen Schwierigkeiten gelang, dieses Projekt der heimischen Wasserkraftnutzer zu verhindern, oder an den Kampf gegen das Kraftwerk Hainburg, wo jetzt der von allen so geschätzte Nationalpark Donau-Auen die letzten großen und unverbauten Au-Gebiete birgt. In Niederösterreich hat der Naturschutz- und Naturparkgedanke zur Erhaltung naturgegebener Ressourcen zahlreiche erhaltenswerte Landschaftsräume dem bloß wirtschaftlichen Zugriff entzogen. Sie alle können heute als Erholungsraum vom sanften Tourismus genützt werden, wobei kulturelle Aspekte in der Regel nicht zu kurz kommen. Denn die meisten dieser Schutzgebiete sind nicht allein wegen ihrer Naturdenkmale geschützt, sondern sie enthalten oft auch kulturelle Besonderheiten, die besucht werden können. So die Ausgrabungen in den Leiser Bergen im Weinviertel, wo die Ur- und Frühgeschichte des Raumes museal, aber durchaus im Zusammenhang mit der historischen Landschaft dokumentiert wird. Anderswo kann man etwa Schlossparks, Baumriesen und romantische Ruinen oder die Einrichtungen der Niederösterreichischen Eisenstraße besuchen. Ähnlich verhält es sich mit der Wachau, die als „Weltkulturerbe“ internationale Anerkennung als geschlossenes Ensemble erreicht hat.

Wiederum ähnliche Konzepte haben sich im Kampal und seiner unmittelbaren Umgebung – Naturlandschaft und Kulturpark – im Zusammenhang mit seit Jahren getätigten archäologischen Ausgrabungen ergeben. Inzwischen werden solche Natur- und Kulturbesonderheiten auch touristisch genutzt, beispielsweise Erdgeschichte wird begreifbar gemacht, indem man selbst nach dem Besuch einer entsprechenden Ausstellung im Krahuletz-Museum 20 Millionen Jahre alte Haifischzähne im Sand des Tertiärmeeres bei Eggenburg suchen darf. Bei diversen Stadtfesten wird mittelalterliches Alltagsleben vorgeführt, Falkner präsentieren Greifvögel und so weiter. Gäste sind immer herzlich willkommen. Es geht insgesamt um eine Spurensuche in der historischen Kultur-

landschaft, die jeder selbst pflegen und entwickeln soll. Zu entdecken ist vieles: die Mostkultur im westlichen Niederösterreich, historisches Handwerk an der Eisenstraße mitsamt der dortigen vor- und frühindustriellen Geschichte der Eisenbearbeitung.

Die große Geschichte des Landes wird ja schon lange vermarktet durch die Landesausstellungen Niederösterreichs seit den Sechzigerjahren. Inzwischen haben die Klöster, Orden und Stifte als „Klösterreich“ die Vermarktung ihrer kulturellen und touristischen Aktivitäten selbst in die Hand genommen. Doch ist die Vermittlung der klösterlichen Kulturschätze und die Erhaltung ihres Erbes nicht das zentrale Anliegen; es soll den heutigen Menschen im Rahmen einer modernen Seelsorge bis hin zum „Urlaub im Kloster“ ein neuer Zugang zur Spiritualität eröffnet werden. Positive Beispiele des Fremdenverkehrs gibt es noch viele. Immer dann, wenn dafür gesorgt ist, dass die Wünsche des Gastes nicht das Angebotene belasten, ruinieren oder schädigen, kann man von einer sinnvollen Nutzung von Natur- und Kulturlandschaft sprechen. Bestimmte Formen des Erlebnistourismus gehören sicher auch hierher.

Im Rahmen kultureller Bemühungen und im regionalen Bildungsbewusstsein haben landesweit Museen und Sammlungen schon immer eine große Rolle gespielt, in den letzten Jahrzehnten machten diese jedoch beträchtliche Wandlungen durch. Vor allem jene, die sich nicht nur als Sammlungen um ihrer selbst willen verstanden, interessierten sich für neue Vermittlungsformen und fanden von Seite zahlreicher Besucher auch Anerkennung dafür. Und dies besonders, weil sie einerseits ihre Dauerpräsentationen vielfach im Hinblick auf eine bessere Übersichtlichkeit neu und straffer gestalteten, andererseits haben neue Themen auch in regionalkundlichen Museen viel vom schlechten Image des antiquierten Heimatmuseums schwinden lassen. Die Qualitätskriterien heutiger musealer Konzeption und Gestaltung sind gegenüber früher deutlich angehoben und von Seite der Museen auch als neuer Weg in modernere Vermittlungsformen akzeptiert worden. Als weitere Neuerungen wären die zahlreichen Spezial- und Sonderausstellungen zu erwähnen, die großen Zulauf verzeichnen. Fast jedes der in Frage kommenden Museen hat im Lauf der Jahre sogar mehrere interessante Ausstellungen veranstaltet. An einigen Beispielen seien die Bemühungen, Museen und Sammlungen ein neues Gesicht zu geben, ein wenig verdeutlicht. Bei den Ausgrabungen in Carnuntum ist eine Fülle museumspädagogischer

Programme konsumierbar: rekonstruierte Baugeräte, aktuelle Fundpräsentationen, Führungen „hinter den Kulissen“ zur Erläuterung der Fundbearbeitung oder die Dokumentation des Grabungsfortganges im Internet sind nur ein paar Beispiele für die schon laufenden oder geplanten Begleitmaßnahmen. Ein Dianatempel wurde rekonstruiert, eine virtuelle Rekonstruktion eines Carnuntiner Stadtviertels ist im Gespräch. Zu bestimmten Anlässen finden Gladiatorenkämpfe und Modeschauen neben einer Ausstellung „Textilia Carnuntum“ statt, Besucher können sich selbst römisch kleiden. Beim Römerfest kann man mit einem rekonstruierten Streitwagen fahren, für Schulklassen gibt es jede Menge Veranstaltungen und Aktivitäten für alle Schulstufen.

Ein zweites Beispiel: eine der ältesten Themenstraßen ist die Waldviertler Textilstraße; sie bietet die Möglichkeit, Entdeckungsreisen in Geschichte und Gegenwart der Textilregion Waldviertel zu unternehmen. Vierzig Stationen, sorgfältig ausgewählt und zu einer Reiseroute zusammengestellt, vermitteln vielfältige Einblicke in das breite Spektrum von Technik und Betriebsformen, Arbeits- und Lebensbedingungen der Textilindustrie im Wandel der Zeiten. Drei Textilmuseen – das Lebende Textilmuseum in Groß-Siegharts, das 1. Waldviertler Webereimuseum in Waidhofen an der Thaya und das Museum Alte Textilfabrik Weitra – präsentieren anschaulich Zeugnisse aus Industriegeschichte und Arbeitswelt. Das Museum Alte Textilfabrik in Weitra zeigt zudem regelmäßig Sonderausstellungen aus seinen Beständen zu einschlägigen Themen. Man sieht die historische Industriearchitektur im Umfeld dieser Museen, was von den Stätten der Textilproduktion, von der Haarstube bis zur Fabrikshalle heute noch erhalten ist. Weberhäuser, Arbeitersiedlungen und Fabrikantenvillen machen mit den verschiedenartigen Wohn- und Lebensformen der Textilproduzenten bekannt. Schließlich laden moderne Betriebe und experimentelle Projekte zur Besichtigung ein und vermitteln die heutige Realität dieser Branche. Heuer, 2001, sollen als Attraktion im Rahmen von sogenannten „Gesellen- und Meisterreisen“ einzelne Stationen der Waldviertler Textilstraße zu besuchen sein.

Ein drittes Beispiel: für besonders bemerkenswert halte ich in unserem Zusammenhang den seit Jahren sehr eifrigen Museumsverein Kautzen im nördlichen Waldviertel, dessen Heimatmuseum in einer ehemaligen Poststation einen Überblick zur Geschichte der Gegend, ihrer Wirtschaft und Kultur anbietet. Als Spezialität dieses wahrhaft ‚Lebenden Museums‘

gelten Vorführungen verschiedener Handwerkstechniken, die zu festgesetzten Zeiten stattfinden (Schuhmacher, Zimmermann, Tischler, Wagner, Töpfer, Schneider; Arbeiten am Spulrad, Spinnrad, Handwebstuhl, Bandwebstuhl, an der Handschuhstrickmaschine und so weiter. An Tätigkeiten werden gezeigt: das Netzen, Filetsticken, Klöppeln, Holzschuhmachen und die Bauernmalerei).

Hier möchte ich noch kurz auf jene Gruppe musealer Darstellungen eingehen, die eigentlich Ensembles sind und besonders in den letzten Jahren das museale Spektrum erweitern. Ein Beispiel dafür ist das voll funktionsfähige Hammerwerk Ludwig Haslinger in Kamp bei Arbesbach, welches als museales Objekt von der Gemeinde revitalisiert wurde und in Betrieb gesetzt werden kann. Es enthält auch eine museale Dokumentation über die Geschichte und die hier traditionell angewandten Arbeitstechniken. Die Niederösterreichische Eisenstraße als Träger einer Reihe von kulturellen Initiativen lässt sich hier in Kürze nicht beschreiben. Sie ist publizistisch sehr präsent und allein in einer Gemeinde, Ybbsitz, zeigt die „Schmiedemeile“ anhand von acht Meilensteinen (Stationen) eine Vielfalt historischer Belege für die regionalen Schmiedetraditionen im Arbeits- und Freizeitbereich, aber auch moderne künstlerische Ausgestaltungen, das allgemein Erlebnishafte spielt dabei eine große Rolle. Man kann unter fachkundiger Anleitung Aktivitäten entwickeln, sogar selbst Schmieden lernen.

Das größte niederösterreichische Freilichtmuseum, das Museumsdorf Niedersulz ist als verträumtes dorfarmiges Ensemble konzipiert. Als Attraktion des Dorfes gilt der „lebende Bauernhof“ mit Bauernmarkt, selbstgebackenem Brot, man kann sich auf eine Kutschenfahrt begeben, Tiere kennenlernen. Es gibt Gruppenprogramme für Kinder und Erwachsene. Im Vordergrund der musealen Konzeption stand freilich die Rettung alter bäuerlicher Dorfbauten, um diese der Nachwelt zu erhalten. Fazit: sozusagen nebeneinander existieren seit Jahren Museen älteren Zuschnitts mit sterilen, alt gewordenen Konzepten neben solchen, die geeignet sind, die Besucher erlebnishaft in ihren Bann zu ziehen. Die zukünftigen Förderungen werden zweifelsohne jene Konzepte und deren Realisation mehr unterstützen, die bildungskonzeptionell anspruchsvollere Wege gehen.

Raumplanung, Dorferneuerung,  
neue Brauchlebensformen

Ich habe vorhin vom Fremdenverkehr und seiner Entwicklung gesprochen, von der Rettung natürlicher Landschaften, von lokalen Angeboten für die Tourismusindustrie, wobei ich den allgemeinen Bildungsbereich und spezielle Arten der Bildungsvermittlung hervorhob. Die Voraussetzung dafür war eine geistige, kulturelle und soziale Erneuerung der Gemeinden, die durch die öffentliche Raumplanung einerseits und die sogenannte Dorferneuerung andererseits, insbesondere partnerschaftliche Konzepte zur Förderung der Ortsbildpflege, nicht bloße Nostalgie, initiiert wurden. Die Gemeinden hatten ob des eingetretenen Strukturwandels und nicht zuletzt aufgrund der in den Siebzigerjahren durchgezogenen Gemeindezusammenlegungen viele Qualitäten verloren. Das lokale Leben war vielfach verarmt, die einstmals, zumindest bis in die Nachkriegsjahre autarken Gemeinwesen mussten durch die wirtschaftliche Entwicklung verschiedentlich Schlechterstellungen in Kauf nehmen. Nachdem zahlreiche Arbeitsplätze hauptsächlich im bäuerlichen und handwerklichen Bereich verlorengegangen und zahlreiche Dorfbewohner, vor allem die jüngeren Jahrgänge, weggezogen waren, erfolgte dazu noch eine Verlagerung kommunaler Funktionen aus dem Dorf heraus. Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten, besonders die Nahversorgung, haben sich verschlechtert. Öffentliche Verkehrseinbindung wurden zunehmend als unzureichend empfunden. Eine Lösung der kommunalen und sozialen Probleme stand an. Man sagte, das Dorf müsse mehr Lebensqualität zurückerhalten, die ehemals vorhandenen funktionierenden Strukturen seien zu stärken. Diese umfassende Zielsetzung bedeutete: Erhaltung der Eigenheit des ländlichen Raumes, Förderung der regionalen Wirtschaftskreisläufe, der Eigenverantwortung und Ausbau der Fähigkeit zur Selbsthilfe der Dorfbewohner. Es ging also um die Aktivierung der Einzelnen unter Einbeziehung aller dörflichen Gruppen, auch der Frauen, Jugendlichen, Zweitwohnsitzer et cetera, in Richtung Schaffung regionalen Selbstbewusstseins der örtlichen Gemeinschaft. Damit hatte der ländliche Raum wieder Zukunftschancen. Hans Haid meinte in diesem Zusammenhang: Kultur muss den Menschen dazu bringen, dass er seine Lage besser begreift, um sie unter Umständen verändern zu können. Auf diesen Grundlagen aufbauend wird kulturelles Engagement durchaus als Mittel der Emanzipation empfunden und in Lebens-

zusammenhänge integriert. Das führt uns in Bereiche, die die traditionelle Volkskulturforschung in den letzten Jahren nur am Rande bemerkt hat. Das meiste schien, zumindest von außen betrachtet, ja selbstverständlich, ist es aber nicht.

Der öffentliche Raum wurde sozusagen entdeckt oder wiederentdeckt, auch von ‚Brauchtumsträgern‘, die ihre Aktivitäten neu entfalteten. Im Zusammenhang mit dem Osterfest etwa üben die Ratscherbuben zwar keinen Jahres-Schaubrauch im engeren Sinn, aber ihre öffentlichen Aktivitäten werden bemerkt. Die Ostermärkte sind ihrem Angebot nach einerseits ein gesellschaftliches Ereignis, andererseits zeugen sie von lokaler künstlerischer Kreativität, ähnlich die Krippenbauern; das ganze Jahr über wird das Hobby im Kreis gleichgesinnter Interessenten intensiv gepflegt. Individualität und Kreativität ist hier das Motto. Seit einigen Jahren sind geschmückten Osterbäume eine Attraktion in vielen Vorgärten. Das gemeinsame Ostereiersuchen wird im privaten Rahmen oder von verschiedenen Organisationen vermehrt gepflegt und von den daran Teilnehmenden als Gemeinschaftserlebnis empfunden. Freilich bietet Ostern als Fest im Internet jedem etwas, vor allem Kommerz. Neuere Erscheinungen in Niederösterreich sind die beliebten Grea-Feste im nördlichen Weinviertel. Zu so einem Fest werden Freunde alten Brauchtums jährlich am Ostermontag nach Unterterzbach eingeladen – inklusive Ostereierpecken und der Verkostung von bäuerlichen Produkten. Früher war dieses Fest Tagelöhnern als Lohn für ihre Mithilfe während des Jahres vorbehalten.

Eine Renaissance erleben die alten Kirtagfeste, in Pulkau beispielsweise begegnet uns auch der Nachkirtag, ursprünglich zum Wegräumen der Überreste von dieser Festlichkeit gedacht, hat er sich mit einer Rieseneierspeise zu einem gesellschaftlichen Ereignis entwickelt. Weinfeste als Kellergassenfeste haben allenthalben Saison, lokale Speisenangebote, Bauernmärkte, Ausstellungen, musikalische Darbietungen, Weinpräsentationen durch Weinprinzessinnen ergänzen das vielfältige Angebot. Die im Herbst gefeierten Bluzatage im Retzerland, in Pulkau, Retz und Zellerndorf, die Kürbisfeste anlässlich Halloween, der Nacht der Hexen und Geister, der Koblode und Zwerge wurden, wie bekannt, als neues Brauchtum begeistert aufgenommen. Beim regionalen Kürbisfest leuchten am Abend und in der Nacht Tausende ausgehöhlte Kürbisse; künstlerische Kreationen Weinviertler Originale werden eigens inszeniert. Es

gibt Umzüge von Kindern, eine Kürbisprinzessin und den Kürbisbürgermeister, Kinderprogramme wie Kürbisschnitzen, das Lichterfest, den Halloween-Umzug, ein Kürbisschätzspiel, einen Hauer- und Kunsthandwerkermarkt, Musik und Tanz, regionale Kürbisspeisen werden in unzähligen Variationen angeboten. Alle Besucher solcher Feste sind eingeladen, kostümiert zu erscheinen und beim Halloweenumzug oder beim Hexentanz mitzumachen. Auf dem Pulkau-Bach lässt man beleuchtete Kürbisse hinunterschwimmen. Formal ähnliche Gebräuchlichkeiten dieser Art – ich erwähne nur die Nikoloschiffchen in Orten des Bezirkes Scheibbs – lassen sich anderswo auch nachweisen. Dieser Kulturimport des Halloween hat übrigens Diskussionen entfacht, da der Verfall christlicher Kultur und Werte befürchtet wird.

Zahlreiche vielfältige Advent-, Christkindl- und Weihnachtsmärkte sind aus dem modernen Festkalender nicht wegzudenken. Besucher werden zum Kauf adventlicher und weihnachtlicher Kreationen eingeladen. Diese meist caritativen Zwecken dienenden Märkte haben einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert, auf Adventwanderpfaden begegnet man einander, konsumiert typische weihnachtliche Speisen und Getränke, traditionell musikalische Elemente werden eingesetzt, Christbaummärkte sind oft verbunden mit einer Krippenschau, auch Museen machen da gelegentlich mit. Es fällt auf, dass neuerdings traditionell alpenländische Brauchgestalten im Rahmen von Perchtenläufen in manchen niederösterreichischen Orten öffentlich auftreten und lokale Events bereichern. Eine Innovation ist das Licht aus Bethlehem, welches knapp vor Weihnachten verteilt wird. Um das Jahresende und zu Neujahr finden zunehmend Großveranstaltungen statt, die die Ausmaße von Silvesterpfaden annehmen können. Freiluftveranstaltungen sind Publikumsmagneten auch in Niederösterreichs Städten mit Fußgängerzonen. Glücksbringer werden verschenkt, Alkohol konsumiert, traditionelle Speisen gegessen, Freundschaften gepflegt.

Nach diesem kurzen Blick in den Bereich jahreszeitlicher Abläufe komme ich auf ein Lebenslaufthema zu sprechen. Brautführer sind Männer, die traditionell in einigen Gegenden des Viertels ober dem Wienerwald und im Wechselgebiet die Aufgabe haben, den Ablauf von Hochzeiten zu gestalten. Ein Brautführer bringt sich in der Regel stark bei der Brauchpflege ein, er trägt mit seiner Erfahrung zum Gelingen des Hochzeitstages bei. Er führt durch die Zeremonien des Tages, ‚Wildwuchs‘

wie das ‚Reiswerfen‘ aus amerikanischen Fernsehserien übernommen, wird abgelehnt; für Fröhlichkeit sorgt hingegen der traditionelle Nachweis der ‚Heiratsfähigkeit‘. Der Bräutigam zeigt symbolisch, dass er ein Brot anschneiden kann – ihn hat der Brautführer vorher aufmerksam gemacht, dass er ein Messer dabei haben soll. Die Braut wiederum muss zum Beweis der Fähigkeit zur Haushaltsführung ein Ei aufschlagen. Sie gilt als sparsam, wenn sie die Eierschale mit dem Zeigefinger auswischt. Einer geregelten Ordnung bedarf auch das ‚Brautstehlen‘. Es kann zu lange dauern und die Hochzeitsgesellschaft zerreißen. Mancherorts wird die Stimmung durch maßlose finanzielle Forderungen von Seiten der Brautdiebe getrübt. Neuerdings aktuell ist öffentliches Schaubrauchtum bei Geburten; vor dem Wohnhaus des neuen Erdenbürgers weisen meist eine Storchenplastik, Windel und Kinderspielzeug auf das Ereignis hin. In ähnlicher Weise wird auf runde Geburtstage mittels Plakaten und witzigen Anspielungen auf den Gefeierten oder die Gefeierte vor deren Haus aufmerksam gemacht.

#### Zeitstile als Basis moderner Kultur

Ich habe schon einige Beispiele gebracht, die verdeutlichen sollten, dass jede Entwicklung auf wirtschaftlichen und zeitgeistigen Voraussetzungen basiert. Dass das schon immer so war, aber keineswegs geradlinig verläuft, ist evident. Wir wollen kurz der Geschichte der gesellschaftlich spürbaren Befindlichkeiten, dem Lebensgefühl verschiedener Gruppierungen nachgehen. Im Bezug auf die niederösterreichischen Verhältnisse und ihre geschichtliche Entwicklung im Umraum des großstädtischen Wien habe ich punktuell anhand historischer Voraussetzungen gezeigt, dass es eine Reihe von Komponenten sind, die allmählich Veränderungen mit sich brachten. Die Basis moderner Kultur, nämlich der Leute, die seit geraumer Zeit in all diesen Orten lebten, sei es durch Generationen hindurch als Einheimische oder erst in den letzten Jahren als Neuzugezogene hier eine neue Heimat fanden, die gilt es einmal vor diesem Hintergrund zu betrachten. So versteht man auch, dass es alt-traditionelle Erscheinungen in vielen dieser Siedlungen oft gar nicht geben kann, eine moderne Volkskultur jedoch von sich immer wieder verändernden Zeitstilen abhängig ist. Und diese modernen Zeitstile sind Ausfluss der Moderne in allen Facetten, die die Volkskulturforschung bisher kaum betrachtete und die sie in Zukunft wohl näher in ihr Betrachtungsfeld

wird ziehen müssen: die Bereiche von Arbeit und Freizeit, das Leben in verschiedenen Gemeinschaften, ihrer mehr oder weniger starken Regelungen, der Konsumgewohnheiten – vom täglichen Leben daheim in den vier Wänden bis zu den gesellschaftlichen Verpflichtungen in verschiedenen Vereinigungen. Diesen kleinen, aber doch prägenden Lebenswelten will ich mich im Folgenden stichwortartig modellhaft zuwenden.

Die Arbeitsbereiche sind, wie schon angedeutet, gekennzeichnet durch eine wachsende Ökonomisierung, die durch den gemeinsamen europäischen Markt zunehmend beherrscht wird. Bestimmte Branchen sind verstärkt in den letzten Jahren unter Druck gekommen, besonders die heimische Landwirtschaft tut sich zunehmend schwer, prinzipielle Fehler etwa der Massentierhaltung in den anderen Ländern Europas ökonomisch zu ertragen. Die Konsumenten, durch Medien oft verunsichert, sind kaum in der Lage, Schwächen oder Vorteile der einheimischen Produktion zu durchschauen. Die Informationsproblematik auf allen Ebenen unserer demokratischen Gesellschaft ist evident. Nur der an Information und an Bildung Interessierte hat eine Chance, gegenwärtige Entwicklungen zu durchschauen und seinen Möglichkeiten entsprechend mitzusteuern. Demgegenüber nahm die sogenannte freie Zeit eine unterschiedliche Entwicklung. Wer sich modernem Lebensstil (Lifestyle) nicht unterwerfen möchte oder sich diesen nicht leisten kann, der wird da nicht mittun oder mittun können. Es gibt eine große Auswahl an Möglichkeiten zur Befriedigung kultureller Wünsche. Man darf ja nicht verallgemeinern, aber heutzutage ist vieles leichter und selbstverständlicher als in den Sechzigerjahren. Bis dahin war die Bedürfnisbefriedigung im ländlichen Raum meist bald gedeckt. Rundfunk, Kino und dann das Fernsehen haben sozusagen Einblicke in die weite Welt ermöglicht und Vorbilder geschaffen. Urlaub zu machen und andere Gegenden kennenzulernen, konnten sich die meisten nicht leisten. Auslandsreisen mit Erholungscharakter sind zum Teil erst ab den 1980er Jahren populärer geworden. Ein paar Daten über die in den letzten Jahren gebuchten Fernreisen: nur 55 Prozent planen eine fixe Reise mit einem konkreten Ziel. Wenn schon Urlaub, dann lieber ins billigere Ausland, lautet die Devise. Die internationalen Tourismus- und Freizeitmärkte entwickeln sich besonders dynamisch. Nur 30 Prozent der Österreicher machen im Lande selbst Urlaub, 85 Prozent fahren mit dem eigenen PKW. Konsumation von Freizeit nach der Arbeit war früher auf Wirtshausbesuche beschränkt, für junge Leute

in altersspezifischen Kontaktbereichen bei Tanzfesten und davon unabhängig in Diskotheken möglich. In den letzten Jahren konkurrenzieren Musik-Großveranstaltungen mit Showcharakter aus dem In- und Ausland mit populärmusikalischen Events. Die Fangemeinden agieren dabei mitunter kollektiv – zeichenhafte Gebärden deuten auf Gemeinschaftserlebnisse des Publikums hin.

Die Entwicklung des Breitensports einerseits und andererseits die hohe Akzeptanz von Sportveranstaltungen, die zahlreiche Fans anlocken und die sich in kollektiven Ausdrucksweisen manifestieren, zeigen, dass es nicht bloß die Sportveranstaltung selbst ist, die den Konsumenten anzieht. Anlässlich des Semmering-Ski-Weltcups sagte ein Funktionär bezüglich des Erfolgsrezepts dieser Veranstaltung: „Ich würde sagen, es ist das, was man Event nennt. Also nicht nur das Skirennen und fertig, sondern ein Ganzes rundherum, das muss alles passen ... bis zur Verpflegung und zum Rahmenprogramm ...“. Nostalgische Momente kommen da auch zur Geltung: es gibt Clubs, die fahren mit alter Skiausrüstung und zeigen, wie man sich früher im Schnee fortbewegte. Das hat noch nichts mit Abenteuer zu tun, aber Extremsportarten wie Fallschirmspringen und Bungeejumping haben ihre Interessenten, man spricht sogar vom Springtourismus.

Nach diesem kurzen Blick auf Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten und -gewohnheiten, die einiges aussagen über individuelle und kollektive Wünsche, wenden wir uns dem kulturellen Phänomen des Einkaufens zu, denn Shopping ist nachgewiesenermaßen die beliebteste Freizeitbeschäftigung, die Dimension des reinen Produktkaufs längst gesprengt. Moderne Einkaufszentren, gleich ob am Stadtrand oder im Altstadtbereich, neue Landschaften der Macht, müssen heute inszenierte Erlebniswelten sein und Dinge anbieten, mit denen man sich gerne identifiziert wie Markenkleidung oder Werbeträger. Man soll sich dort vor allem auch wohl fühlen. Eröffnungen von Geschäften oder besondere Angebote werden als ‚Event‘ gestaltet – Shopping und Entertainment – und ziehen viele Besucher an. Das rein visuelle, sinnliche Konsumieren ist ein wichtiges Element. Apropos Shopping und Museen: auch diese Bereiche verschwimmen, gehen kommerzielle Verbindungen ein. Konsum und moderne Festkulturen hat die traditionelle Volkskunde vielfach ausgeblendet. Sie werden von den Vielen aber in Anspruch genommen.

Große Festkulturformen bieten in Niederösterreich seit Jahren an mehreren Örtlichkeiten stattfindende Donaufestivals, seit kurzem auch Festivals einzelner Landesviertel oder Teilregionen. So beinhaltet das im Donaubereich stattfindende Donaufestival unter dem Titel „Strömungen 2001“ Musikperformances, modernes Theater, Lesungen und gegenwärtige Kunst. Das Waldviertel-Viertelsfestival 2001 stellt das Waldviertel als lebendige, traditionelle und zugleich moderne Kulturregion vor. Hier werden ähnliche Aktivitäten wie beim Donaufestival gepflegt. Veranstaltungen wie „Kultur und Wein“ (Bilder, Skulpturen, Keramik, Lesungen, Musik, Kindertheater, Kutschenfahrten, Hauerschmankerl), weiters ein Familienspielefest, eine grenzüberschreitende Wanderausstellung „Vergessene Lebenswelt – verschwundener Alltag“ im Spiegel einer mitteleuropäischen Region des 20. Jahrhunderts, schließlich Filme und Diskussionen finden statt. Die nächsten regionaltypischen Viertelfestivals werden jährlich in den anderen Landesvierteln stattfinden.

Hingegen sind regionale Viertelsveranstaltungen wie beispielsweise jene der Niederösterreichischen Eisenstraße mehr vom künstlerisch weniger aufwendigen Lokalkolorit und dem termingebundenen Feier- und Festwesen geprägt. Damit kommen wir zu einem Schwerpunktthema zukünftiger erlebnisorientierter Festwelten, den sogenannten Freizeitparks, die, für die Freizeitgesellschaft geschaffen, in den USA und in Westeuropa als größte Projekte der Freizeitindustrie gelten. Hier geht es primär um inszeniertes Vergnügen. Ein historischer Vorgänger, der Wiener Prater, eine Symbiose aus Tradition und Moderne, hat bereits seine Geschichte, auch er soll nun, aufgescheucht durch milliardenschwere Investorenpläne, in einen Freizeitpark umgewandelt werden. Hier gehe ich nur auf die in Niederösterreich liegenden, bereits vorhandenen Erlebnisparks sowie einige aufgegebene und zukünftige Planungen ein; Tourismusmanager propagieren, dass in Niederösterreich bereits bestehende Ausflugsziele zu modernen Erlebniswelten umgestaltet werden sollen. Baumeister Rogners Pläne für ein Historyland im nicht in Betrieb genommenen Atomkraftwerk Zwentendorf scheiterte schon vor Jahren. Etabliert ist hingegen der heute als Erlebniswelt bezeichnete Safaripark in Gänserndorf, ein Tierpark, den man mit dem Auto besucht und der mit ergänzenden Attraktionen wie Zirkusdarbietungen aufwartet. Die World of Wonders (Magna Globe Ressornt Park) in Ebreichsdorf und die Agarta Universe/Ultrapolis 3000 in Wiener Neudorf nahe der Shopping City Süd

(SCS) sind derzeit noch in Planung, ebenso der Ana-Park bei Heidenreichstein im Waldviertel. Zunächst zum Magna Globe Ressor Park und seinem Betreiber, dem Wirtschaftsmagnaten Frank Stronach. Stronachs eigenwilliges Konzept einer Kugel im Durchmesser von zunächst 120 dann 80 Meter mitten im Flachland des Viertels unter dem Wienerwald kann aufgrund von Auflagen nicht so wie geplant verwirklicht werden. Ursprünglich wollte man diesen Themenpark mit zirka 4,5 Millionen Besuchern pro Jahr europaweit an die zweite Stelle positionieren. 1997 sollten seine Hauptsektoren sein: eine virtuelle Erlebenswelt mit Fahrten in die Vergangenheit und Zukunft, ein ökopädagogisches wissenschaftliches Naturlehrinstitut (Biopark), ein Pferdesport- und ein Freizeitpark. Geplant war eine spannende Präsentation (Edutainment und Infotainment), eine moderne Form von Museum. Im Bau ist derzeit der Bereich Pferdesport, der auch eine museale Gestaltung beinhalten soll. Das Agarta Universe bei der SCS möchte sich den Themen des indischen Märchens „Agarta“ – Abenteuerfahrten und dem Kampf zwischen Gut und Böse – verschreiben. Die Anlagen wären unterirdisch angelegt und würden flächenmäßig den größten Freizeitpark mit entsprechenden Attraktionen und einer aufwendigen Infrastruktur bilden. Der dritte Erlebnispark in Niederösterreich soll in Heidenreichstein entstehen. Hier möchte man Phänomene des Waldviertels für Touristen aufbereiten. Dieser Ana-Park, benannt nach der keltischen Erdgöttin Ana, soll eine Erlebnisswelt beinhalten, in der Waldviertlerisches multimedial und interaktiv erlebbar gemacht wird. Die Moorlandschaft, Steine, Wälder und lokalen Mythen werden – nach Medienberichten – die Charakteristika der Landschaft vermitteln. Wie der Erlebnisdramaturg Gerhard Frank und der Regisseur Adreas Komprobst angeben, sollen hier keine perfekten Scheinwelten, sondern in die Region eingebundene Inszenierungen entstehen.

Wie man sieht, ist der Aufstieg der Erlebnismärkte in unseren Breiten noch nicht verwirklicht und es scheint, dass die meisten Menschen den Großteil ihres Lebens nicht so bald in vorgefertigten Kunstwelten und fremdinszenierten Erlebnis-Arrangements verbringen werden. Realer gibt sich da schon die erst kürzlich eröffnete No Name City – Westernstadt Wöllersdorf bei Wiener Neustadt, dem ersten Western-Erlebnispark Österreichs, wo eine amerikanische Westernstadt, ein Entertainment-Zentrum nachgebaut wurde und man das Leben, den Alltag des Wilden

Westens, hautnah miterleben kann. Geboten wird aktionsreiche Unterhaltung und Teilnahme am Geschehen. Indianer- und Wildwestvorstellungen bieten auch die Winnetou-Spiele Gföhl. Ähnliche Aufführungen gab es andernorts in den vergangenen Jahren.

Eine allerletzte neue Attraktion ist die in St. Leonhard am Hornerwald installierte Waldviertler Geisterwerkstatt, ein offener Ort für kulturelle Erlebnisse rund um die Themen Sagen, Geister und Hexen. Sie wurde in einem Gebäude mit einer Fläche auf über 800 m<sup>2</sup> untergebracht. Hier sollen Ausstellungen und Theateraufführungen stattfinden und Geschichtenabende gestaltet werden. Nachgebaut sind Spukwälder, Seen, unterirdische Gänge, astronomische Beobachtungsstellen, man kann keltische Zeremonien erleben. Eine auf Kinder abgestimmte Erlebniswelt macht die Geisterwelt auch für Familien attraktiv; so heißt es zumindest im Prospekt.

Ein eigener Bereich, der aber mit all dem zu tun hat, was bisher besprochen wurde, ist die Jugendkultur. Nicht generell, aber in vielem wachsen heute junge Menschen anders auf als früher. Familienstrukturen haben sich stark verändert. Gegenüber den Sechzigerjahren gibt es weiterhin abnehmend viel weniger junge Menschen. Junge werden früher an das Erwachsensein herangeführt, jung Gebliebene möchten noch lange nicht zum alten Eisen gerechnet werden. In vielem scheint es heute schwieriger als früher, jung zu sein. Klischees haben eine hohen Stellenwert, wer ihnen nicht entspricht, ist bald out. Das Überangebot an Nahrungsmitteln und heutige Nahrungsgewohnheiten der internationalen Burger- und Coca Cola-Küche, ein gewisser ‚Zwang zum Konsumieren‘, ohne an die Folgen zu denken, und die propagierten schlanken Körperformen haben Folgen. Psychogene Essstörungen bei Jugendlichen nehmen zu. Es gibt Probleme im Zusammenhang mit einer frühen Unsicherheit, der eine weitgehend vorbildlose Identitätssuche folgt. Die Aussage, die Gesellschaft vernachlässige Kinder und Jugendliche stimmt aber nur zum Teil. Jugendliche wollen oft gar keine Angebote, sondern sie fordern Spaß, Kontakte ohne konkrete Ziele. Im Bezug auf Mitbestimmung haben Jugendliche kaum gelernt, mit Forderungen, die nicht erfüllt werden können, umzugehen. Unwissen und wenig Durchblick zeigen etwa: 60 Prozent der Jugendlichen sehen keine Möglichkeit, sich mit Anliegen in ihrer Gemeinde einzubringen. Aus Leserbriefen sind kontroverse Meinungen über Jugendliche gut in Stichworten aufzulisten: Lebensphilo-

sophie – das Leben ist ein Hit, Haare – Glatze, bestimmte Farben, Tragen von Kappen, Ohren- und Nasenringe, Sicherheitsnadeln an verschiedenen Körperteilen, Mode – lange Ärmel, weite Hosen, offene Schuhbänder, die Dimension der Schuhe, Markenkleidung, Beschriftung der Kleidung, Fetzenphase, Sprachgewohnheiten – rasches unverständliches Sprechen, Verwendung von Gruppenvokabeln. Ich gehe davon aus, dass Zeichen am Körper etwas bedeuten, Botschaften signalisieren und zur Entschlüsselung aufrufen; sie dienen der Positionierung. Gegenteilige Meinungen zu obigem lauten: Wie kann man Jugendkultur als idolierte Hässlichkeit und deren Sprache als „Kette grauenhafter gutturaler Urlaute“ aburteilen? Was will also die junge Generation, wie lebt und agiert sie? Zahlreiche Umfragen und viele Aussagen von Betroffenen belegen: sie haben sicher ein neues Lebensgefühl, es gibt fast keine Tabus mehr, dafür Provokation, ungeniert werden Dinge eingefordert und Hilfen der Gesellschaft für selbstverständlich gehalten, Zitat eines Jungen: „Menschen, die nur das tun, was ihnen wirklich Spaß macht, sind selten und absolut beneidenswert. Menschen, die die Dinge, die sie eben tun müssen, so angehen, dass sie hier und da auch Spaß daran haben, halte ich darüber hinaus auch für intelligent“.

Vielleicht hilft uns diese Aussage zum Verständnis heutiger Jugend. Wir Älteren in der Position der Beobachtenden glauben zu wissen, dass es ohne den Blick zurück, um zu vergleichen mit dem Heute, nicht gehen wird; daher: die Freiheit der Jungen endet dort, wo die der Alten beginnt. Sind das nicht Chancen unserer Gesellschaft? Es geht um den Umgang mit den sich rasch mehrenden technischen Möglichkeiten und um deren Demokratisierung.

Wie groß die Gefahr ist, dass der digitale Kapitalismus unter anderem mittels Internet, aber auch die weitere rasche Verstechnisierung des Alltags die Gesellschaft teilt, und vor allem weniger Gebildete und ältere Menschen ins Hintertreffen geraten, ist bekannt. Hilfen, eine Spaltung der Interessen einer immer mehr „beschleunigten Gesellschaft“ hinten zu halten, bleiben weiterhin Informationen und ein Aufeinanderzugehen mit dem permanenten Versuch, sich verstehen zu wollen, die Probleme der anderen als solche anzuerkennen. Gemeinsam statt vereinsamt wäre immerhin ein Modell für die Zukunft.

### Alltag früher und heute

Zurück zum Thema, der facettenreichen Kulturgeschichte festlicher Erlebnisse im Raum Ostösterreich; ich hoffe, dass meine Überlegungen doch immerhin versuchsweise nicht nur eine Entwicklung, sondern vor allem auch ein gesellschaftsbezogenes Nebeneinander, Verschränkungen verschiedener Erscheinungen seit etwa der Mitte des 19. Jahrhunderts aufzuzeigen vermochten, die in vielen Bereichen freilich vertieft, verknüpft und ergänzt werden müssten. Ein 1997 erschienenes Buch mit dem Titel „Asperhofen im Wandel von Zeit und Jahr“<sup>4</sup> von Wilhelm Kisser und Leopold Ott, einer kleinen Landgemeinde im Verwaltungsbezirk Tulln, beispielsweise zeigt dies deutlich; das alte traditionelle Leben ist einerseits eingebunden in den Lebens- und Jahreskreis dieser ländlichen Gemeinde, wenig spektakulär, überschaubar; man erlebt hier die bescheidenen Freuden und erkennt nicht nur bei den Arbeiten im Hause wie im Freien die Notwendigkeiten einer in sich geschlossenen dörflichen Gemeinschaft. Das harte Arbeitsleben in der Vormoderne findet man häufig dokumentiert, aber man ist andererseits dankbar für jede Arbeiterleichterung durch Maschinen. Selbstverständlich begegnen neue Braucherscheinungen, so etwa die lokale Mädchengarde beim Faschingsumzug, heutige Erholung und Sport, daneben sehen wir Theateraufführungen der Laienbühne, den Frühjahrsputz der Jugend oder die Gemeinschaftsarbeiten der Erwachsenen, die Gestaltung von öffentlichen und privaten Festlichkeiten, Ausflüge, Wallfahrten.

Klar: die neueren Entwicklungen seit zirka 20 Jahren lassen sich kaum so systematisch beschreiben. Der moderne Alltag ist allgemein geprägt von den technischen und wirtschaftlichen Veränderungen. Traditionelle Gemeinschaften sind zum Teil in Frage gestellt. Familiäre Bindungen spielen eine geringere Rolle. Werte ändern sich, der Freundeskreis sowie die persönliche Selbstbestimmung gewinnen an Bedeutung. Nachdem die Arbeitswelt weiterhin starken Änderungen unterworfen ist, verändern sich auch die bisherigen Freizeitgewohnheiten. Bescheidenheit, Beschaulichkeit, Selbstzufriedenheit scheinen abzunehmen. Hingegen spielt das Okkulte in unserer modernen Welt eine gewisse Rolle. Lebenssinnsuche und Religion, vor allem dort, wo sie nicht im kirchlichen Gewand auftritt,

---

<sup>4</sup> Kisser, Wilhelm, Leopold Ott: Asperhofen - im Wandel von Zeit und Jahr. Asperhofen, Neulengbach 1997.

haben Konjunktur, ebenso Esoterik – von diversen Keltenfesten bis zu den Wünschelrutenkursen. In Sportveranstaltungen, bei Konsumritualen und so weiter in den Medien artikulieren sich Sehnsüchte, die manche Gruppen der „Non stop-Gesellschaft“ durch erwähnte gemeinsame Freizeitgestaltungen (Partys, Clubbings, Events, Konsum, Luxus, ...) zu verwirklichen trachten. Dass solche Programme nicht für jeden das ideale und richtige sind, versteht man. Inzwischen warnen Experten vor dem massenhaft konsumierten Freizeitverhalten, einer neuen Art von Volkskultur. Freilich – Volkskultur ist Bevölkerungskultur, eine ungeheuer breite Palette vielfältiger kultureller Ausdrucksweisen, ohne Wenn und Aber.

#### Weiterführende Literatur

Pirkner, Patricia, Wolfgang Stanicek (Hg.): *Allerley Umzüge. How long can you go? Atzenbrugg*, Wien 2001.

Dafert, Wolfgang, *Von den wehrhaften Bürgern zu den traditionellen Schützenvereinen*. In: Pirkner/Stanicsek 2001, S. 63-77.

Feste. Festivals. Festspiele. 1956 - 1991. 35 Jahre NÖ Heimatpflege (= „Der Niederösterreicher“ 12/2). Mödling, Krems 1991.

Fielhauer, Helmut Paul: *Fest-Land Österreich? Kritische Anmerkungen zur Kultur des Tourismus*. In: Ders.: *Volkskunde als demokratische Kulturgeschichte*. Ausgewählte Aufsätze aus zwei Jahrzehnten. (= Beiträge zur Volkskunde und Kulturanalyse 1). Wien 1987, S. 334-339.

Fielhauer Helmut Paul: *Palmesel und Erntekrone. Zwei Folklorismus-Skizzen aus dem Niederösterreichischen Festkalender*. In: Fielhauer 1987, S. 299-333.

Forum Volkskultur Österreich (Hg.): *Jahrestagung 2000. Nachlese*. Wien 2000.

Härtel, Hermann: *Wie modern ist Volkskultur? Impulsreferat anlässlich der Brauchtumswoche in Lofer, Oktober 2000*. In: *Salzburger Volkskultur* 25, 2001, S. 16-18.

Hladschik, Patricia, Hannes Vyoral: *Kultur Land Niederösterreich 2001/ 2002. Architektur, Bildende Kunst, Design, Film & Fotografie, Literatur, Musik, Theater, Volkskultur, Bildung, Wissenschaft, Künstler/innen. Adressen und Informationen. Bd. 1: Land Niederösterreich. Gemeinden von A bis R. Bd. 2: Gemeinden von S bis Z*. Wien 2001.

Hörandner, Edith, Jary Friedl: *Mitfeiern! Festland Österreich. Feste – Feiern – Volkskultur*. Wien, München, Wels 1983.

*Von der traditionellen zur modernen (Volks-)Kultur*

Johler, Reinhard, Herbert Nikitsch, Bernhard Tschofen: Post vom Schönen Österreich. Eine ethnographische Recherche zur Gegenwart. Photographien von Lukas Beck (= /documenta ethnographica/ 1). Wien 1996.

Karmasin, Helene: Die geheime Botschaft unserer Speisen. Was Essen über uns aussagt. München, Regensburg 1999.

Luger, Kurt: Vergnügen, Zeitgeist, Kritik. Streifzüge durch die populäre Kultur (= Neue Aspekte in Kultur- und Kommunikationswissenschaft 13). Wien 1998.

Scheiber, Ernst Dorli Draxler, Doris Hofbauer (Red.): Wieder AufHÖRchen – Volksmusik zwischen Tradition und Moderne (= Club Niederösterreich 1/2/1995). Wien, Schrems 1995.

Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. M., New York, Fulda 1993.

Teufelsbauer, Leopold: Das Jahresbrauchtum in Österreich. 1: Niederösterreich (= Bücher der Heimat 11). Wien 1935.

Vogg, Martin: Kultur auf der Spur. Über das Kulturverständnis in Niederösterreich (= Europäische Hochschulschriften, Reihe XIX: Volkskunde/Ethnologie, Abt. A Volkskunde 46). Frankfurt a. M. u. a. 1997.

Wolf, Helga Maria: Das neue Brauchbuch. Alte und junge Rituale für Lebensfreude und Lebenshilfe. Anhang: Burgenland spezial. Wien 2000.

Zulehner, Paul M. u. a.: Vom Untertan zum Freiheitskünstler. Eine Kulturdiagnose anhand der Untersuchungen „Religion im Leben der Österreicher 1970 bis 1990“ – „Europäische Wertestudie – Österreichteil 1990“. Freiburg, Basel, Wien 1991.



Bernhard Fuchs, Wien

## Nepal-Repräsentationen

Zwischen Selbstinszenierung, Schaustellung und mimetischem Spiel

Ein Leben ohne Erlebnis ist undenkbar. Aber eine Gesellschaft, die den Sinn des Lebens in der angestregten Suche nach außergewöhnlichen Erlebnissen erblickt, ist bemerkenswert – noch vielmehr eine, in der Erlebnisse kommerzialisiert werden. Hier soll aber nicht eine derartige Gesellschaft beschrieben werden sondern das Erlebnis der Wahrnehmung von Gesellschaft, der Reiz der Ethnoästhetik: Volkskultur als Erlebnis.

Wie dieses Erlebnis durch die Präsentation einer Kultur ermöglicht wird, möchte ich anhand der Repräsentationen Nepals erklären. Ausgehend von der Tourismuswerbung zeige ich grundlegende Motive der nationalen Selbstdarstellung. Der Schwerpunkt meines Vortrags liegt jedoch auf dem von der nepalischen Diaspora vermittelten Nepal-Bild beziehungsweise auf der Konfrontation der in Österreich lebenden Nepalis mit dem Image ihres Landes. Beides muss vor dem Hintergrund des Tourismus-Marketing verstanden werden, da auch die Migranten in ihren kulturellen Aktivitäten auf den Tourismus reagieren. Das Hauptaugenmerk liegt auf den performativen Aspekten der Kultur. Neben der Dialektik von Selbst- und Fremdbildern in der Identitätspolitik von Einwanderern geht es aber nicht nur um die Konstruktion sondern auch um die Begegnung unterschiedlicher Mentalitäten.

Diese Mikrostudie der österreichisch-nepalischen Szene hat einen privaten Ausgangspunkt: Meine Frau Beena stammt aus Nepal. Durch meine Ehe bin ich mit der größten nepalischen Familie in Österreich verbunden (das sind etwa achtzehn Personen mit einer Fluktuation von plus minus zwei).<sup>1</sup> Ihre Angehörigen dominieren dieses soziale Milieu. Familienmitglieder gründeten das erste nepalische Restaurant, das zur Zeit vom Cousin meiner Ehefrau und ihrem Bruder geführt wird. Die

---

<sup>1</sup> In dieser Zählung habe ich eingeheiratete Österreicher und deren Kinder nicht berücksichtigt.

Association of Nepalese in Austria (ANA) wurde 1993 von ihrem Onkel initiiert, der schon seit 1973 in Österreich lebt. Er ist der derzeitige Präsident, andere Verwandte sind Vorstandsmitglieder; ich selbst bin Vizepräsident. Mitunter wird der Vorwurf laut, dieser Kulturverein würde wie ein Familienunternehmen geführt. Meine Parteilassung gewährt einen sehr lebendigen empirischen Zugang, mit allen damit verknüpften Verzerrungen. In einer selbstreflexiven Ethnographie möchte ich Erfahrungen aus unserem privaten Umfeld in die wissenschaftliche Diskussion einbringen.

Die Selbstreflexion beschränkt sich hier auf den methodologischen Zugang, in der Darstellung muss sie zu kurz kommen. Mein privates Dasein ist nur Ausgangspunkt, aber nicht Gegenstand der Untersuchung.<sup>2</sup> Ich gebe zu, dass eine Ethnologisierung des gesamten Lebens ethisch äußerst bedenklich wäre. Soziale Beziehungen würden dadurch sehr belastet. Die ethnologische Transformation des Daseins entfremdet vom Leben.<sup>3</sup> Wenn sich jede Beobachtung in Wissenschaft verwandelt, wir wären bedauernswert wie König Midas, der durch seine Berührung alles in Gold verwandeln wollte und schließlich gar nicht mehr anders konnte. Anna Mitgutsch schreibt von der „unverzeihlichen Sünde“ des Künstlers, der von der Berufskrankheit des objektivierenden Blicks befallen wird und mit kaltem Herzen die Menschen nur noch als sein Rohmaterial betrachten kann.<sup>4</sup> Der ethnographische Blick kann ebenso krankhaft werden, und die Spannung zwischen Kunst und Leben ist auch ein unvermeidlicher Aspekt dieser Wissenschaft. Die professionelle Deformation gehört zu unserem Fach. Das Erschreckende ist, dass es sich dabei um keine Abweichung handelt. Wir müssen die Spannung ertragen, damit eine humanistische Anthropologie entstehen kann.

Die Schwierigkeiten solch einer Auto-Ethnographie liegen im fließenden Übergang zwischen Profession und Freizeit. Oft werden Ereignisse erst in der Reflexion ex post verwissenschaftlicht. Dabei können sich

---

<sup>2</sup> Vgl. Okely, Judith, Helen Callaway: *Anthropology and Autobiography* (= ASA Monographs 29). London, New York 1992; Bourdieu, Pierre: Narzistische Reflexivität und wissenschaftliche Reflexivität. In: Eberhard Berg, Martin Fuchs (Hg.): *Kultur, soziale Praxis, Text. Die Krise der ethnographischen Repräsentation*. Frankfurt a. M. 1993, S. 36-374.

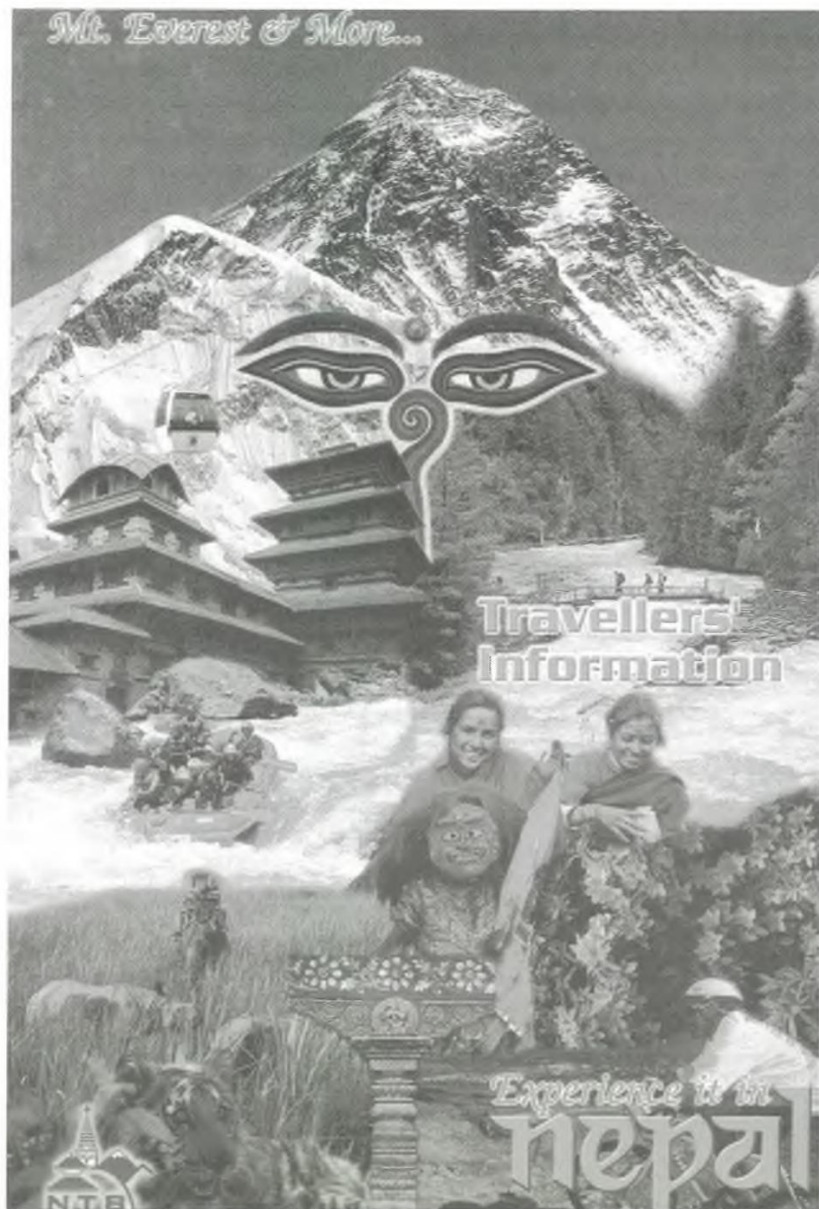
<sup>3</sup> Vgl. Hendry, Joy: *The paradox of friendship in the field: analysis of a long-term Anglo-Japanese relationship*. In: Okely/Callaway (wie Anm. 2), S. 163-174.

<sup>4</sup> Mitgutsch, Anna: *Erinnern und Erfinden*. Grazer Poetik-Vorlesungen. Graz, Wien 1999, S. 33-53.

Realitäten zweiter Ordnung als sehr nützlich erweisen, die bereits eine Distanz zum ursprünglichen Ereignis besitzen und selbst reflexiv sind: Die Videokamera ist heute bei nahezu allen Ereignissen dabei und produziert eine dilettantische Verdopplung des Lebens. Bei der Betrachtung der Bilder entspinnen sich Diskurse: Klatsch, Kommentare auf das Leben. Sie sind unverzichtbare Quellen. Die wertvollsten Funde sind meist zufällig.

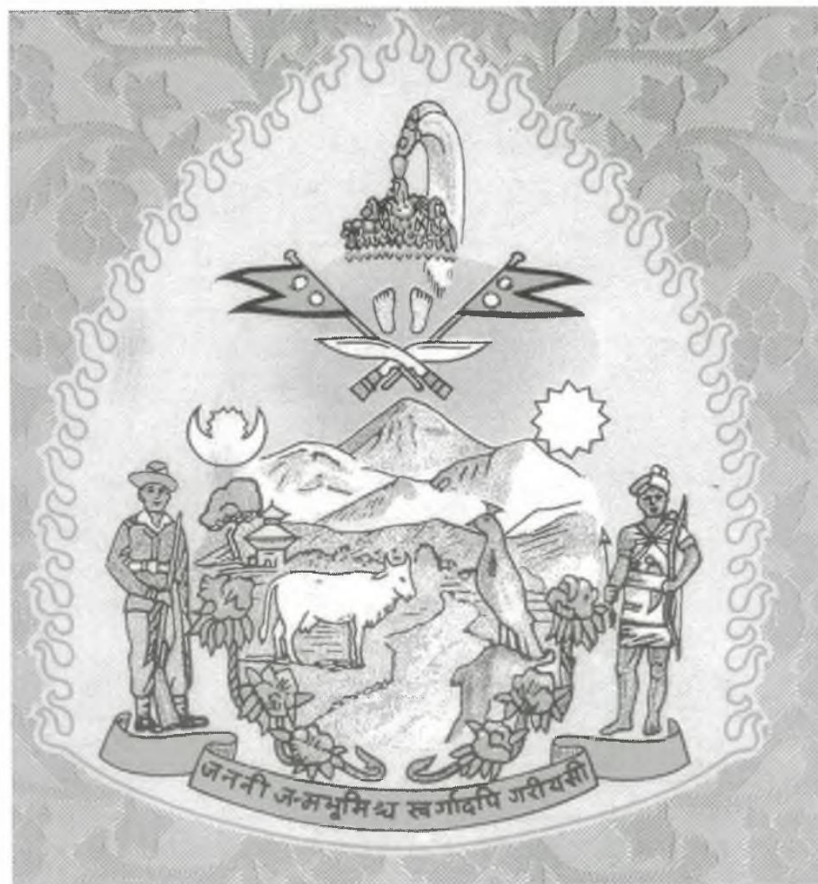
Der Prospekt des nepalischen Tourismus Büros bietet eine synthetische Schau der Erlebnisse, die man in Nepal finden kann: der atemberaubende Anblick des höchsten Berges der Welt, reißende Flüsse, blühende Rhododendren, wilde Tiere, eine faszinierende Architektur, Kunsthandwerk und glückliche Menschen – Natur und Kultur. Die befremdende Exotik des Augenpaares wird durch das unschuldig, herzliche Lachen der attraktiven Mädchen aufgewogen. Die Tanzmaske zu ihren Füßen wirkt nicht furchtbar sondern komisch, und selbst der Tiger scheint sich zu amüsieren. Gondel, Rafting und Mountainbiking symbolisieren die Modernität des Tourismus. Das Abenteuer flößt genug Respekt ein, um Abenteuer zu sein, und ist zu kalkuliert um abzuschrecken: Das wohlodosierte Risiko lockt. Der Schriftzug in Pseudo-Devnagari-Schrift suggeriert eine leicht lesbare Fremdheit.

Kern der offiziellen Ikonographie des Tourismus bildet eine Transformation des nepalischen Nationalwappens. Auch dieses Image zeigt die Landschaft vom Himalaya bis zur Ebene des Terai. Der zentrale Bildaufbau mit Fluss, Gebirge, Pagode und Rhododendron-Blüten (der Nationalpflanze) ist identisch. Am Wappen finden sich allerdings an den Ufern des Flusses die beiden Nationaltiere: Kuh und Fasan. Flankiert wird der Wappenschild von Kriegeren, links ein moderner Gurkha-Soldat, rechts ein Stammeskrieger mit Pfeil und Bogen. Über dem Gebirge stehen Sonne und Mond, die Symbole von Weisheit und Ewigkeit, die Fußabdrücke von Shri Gorakhnath, dem Schutzpatron des Stammortes der herrschenden Shah-Dynastie, gekreuzte Nationalflaggen und Kukhris – das sind Haumesser, unverzichtbares Alltagswerkzeug und zugleich eine Waffe der Gurkhas. Über all dem prangt die Krone des Königs. Eine Sanskritinschrift unter dem Wappen beteuert, dass die Liebe zur Mutter und zum Mutterland größer sei als der Himmel.



Erlebniswelt Nepal, Collage des Nepal Tourism Board.

Abbildung: Nepal Tourism Bord mit freundlicher Genehmigung



Die vereinfachte Version des nepalischen Wappens aus einem Reisepass.  
Abbildung: Archiv Bernhard Fuchs

Die hypertrophe Bildersprache, die Abstraktion und Reduktion vermissen lässt, zeugt von einem sehr bewussten, jungen Nationalismus.<sup>5</sup> Nepal ist überreich an nationalen Symbolen. Die nationale Identität formt sich in der Begegnung mit der Welt. Der Tourismus trägt zur Bereicherung des Kanons nationaler Symbole zusätzlich bei.

Die Gegenüberstellung von Wappen und Tourismuswerbung verdeutlicht: Die hinduistische, sakrale Landschaft wird in eine touristische Erlebniswelt übersetzt. Der Tourismus ist für Nepal der bedeutendste Wirtschaftszweig. 1991 verkündete gar ein Plakat der Royal Nepal Airlines: „Neben Hinduismus und Buddhismus erscheint jetzt eine neue Religion am Horizont: Tourismus. Royal Nepalese Airlines, Service ist unser Pooja (Gottesdienst), Tourismus ist unsere Religion.“<sup>6</sup> Eine Erklärung auf der Homepage des Nepal Tourism Bord<sup>7</sup> könnte helfen, diese Botschaft zumindest ein wenig vom Verdacht des Zynismus zu befreien. Dort wird auf die nepalische Tradition hingewiesen, dass Gäste die gleiche Behandlung verdienen wie Gott. Daran halten sich sogar die maoistischen Rebellen, die ausdrücklich betonen (auch darauf wird in der Homepage hingewiesen), dass sie niemals Touristen in Gefahr bringen würden (obwohl sie den Tourismus als Wirtschaftszweig natürlich gefährden).

Westliche Reisende besuchen Nepal meist als Trekkingtouristen. Die üblichen drei Routen tragen bereits die Bezeichnung „Rennstrecken“.<sup>8</sup> Doch auch bei dieser Reiseform steht die Begegnung mit den Menschen und die Erfahrung fremder Kultur im Vordergrund.<sup>9</sup> Die Hochregionen

---

<sup>5</sup> 1768 eroberte Prithvi Narayan Shah, der König von Gorkha die Königreiche des Kathmandu-Tals. Dieses Datum gilt als der Ursprung des modernen Nepal; darauf folgte eine militärische Expansion weit über die heutigen Grenzen hinaus. Später verschloss sich das Land fremden Einflüssen. Die despotischen Rana-Herrscher, die seit 1846 den König wie einen Gefangenen behandelten, suchten nur für sich selbst Kontakt zur Welt – nicht aber für die Bevölkerung. Kathmandu befand sich in völliger Isolation, sogar den ortsfremden Nepalis war das Betreten des Kathmandu-Tales verboten. Erst 1951 gelangte die Shah-Dynastie wieder an die Macht. In den fünfziger Jahren begann die Öffnung des Landes. In den sechziger Jahren wurde der nepalische Nationalismus forciert; vielen Einwohnern des Landes war bis dorthin überhaupt nicht bewusst, dass sie Nepalis waren. Die eigentliche Integrationsfigur ist der König.

<sup>6</sup> 1999 besuchten 5.614 österreichische Touristen Nepal.

<sup>7</sup> <http://www.hitechvalley.com/welcomenepal/index.asp>, Zugriff 30. 7. 2001.

<sup>8</sup> Tüting, Ludmilla: Marco Polo. Nepal. Reisen mit Insider-Tips. Ostfildern 1993, S. 83.

<sup>9</sup> In einem Projekt unter der Leitung von Kurt Luger mit einer Stichprobe von 235 Personen konnten folgende Daten über die Motive der Himalaya-Touristen erhoben werden: Leben der

des Himalaya und die im Everest-Gebiet lebenden Sherpas dominieren das Nepal-Bild. Die Trekkingtour um das Annapurna-Massiv wird in einer Werbung als das „Land der Sherpas“ beschrieben. In Wahrheit liegt das Siedlungsgebiet der Sherpas anderswo, aber sie sind nun einmal die im Westen populärste der 40 ethnischen Gruppen Nepals. Deshalb wird ihr Name häufig auf andere Völker angewandt, oder er wird als Bezeichnung für Träger missverstanden. Die Sherpas sind die Elite im Trekking-Business, für Trekker Lasten zu tragen wäre unter ihrer Würde. Tamangs stilisieren sich selbst als „Sherpas“, um als Guides arbeiten zu können.<sup>10</sup> In einem Katalog wird die Bekanntschaft mit dem Trekking-Know-How der Nepalis als besonderes Reiseerlebnis angekündigt. Dazu gehört es, dass sogar ein Esstisch aus Bambus und Klappstühle auf den Rücken der Träger mitgeschleppt werden. Mit viel Phantasie kann man von traditionellen Yak-Karawanen träumen, wie sie der Film „Himalaya“<sup>11</sup> rekonstruiert. Von Kritikern wurde dieser Streifen als „naive Malerei des Exotismus“ bezeichnet und dem Kitsch zugeordnet. Die behäbig monumentale Zugangsweise verfehlt den Zeitgeist und wird als aufdringlich erlebt, ähnlich einem bildungsbürgerlichen Diaabend. Reisevideos dürften der Erlebnisgesellschaft wohl eher entsprechen.<sup>12</sup> Das Flugblatt eines Trekking-Organisators zitiert den Folder des Films von Eric Valli. Im Kino ließe sich die Sehnsucht

---

Menschen kennenlernen (59,6 %), Sehenswürdigkeiten, Kultur, Religion kennenlernen (55,3 %), ausgedehnte Trekkingtour (41,3 %), Bergwelt kennenlernen (36,6%), neugierig auf das Fremde (24,3 %), Spiritualität erfahren (20,4 %) u. a.

Siehe: <http://www.ecohimal.or.at/himalaya%20studie/exesummdt.pdf>, Zugriff 2. 10. 2001. Vgl. weiters zum Himalaya-Tourismus: Luger, Kurt, Karin Inmann (Hg.): *Verreiste Berge. Kultur und Tourismus im Hochgebirge* (= *Tourismus: transkulturell & transdisziplinär* 1). Wien 1995.

<sup>10</sup> Teague, Ken: *Representations of Nepal*. In: Abram, Simone, Jaqueline Waldren, Donald Macleod. Oxford, New York 1997, S. 173-195, hier S. 188.

<sup>11</sup> *Himalaya*. Regie: Eric Valli, Frankreich, Schweiz 1999.

<sup>12</sup> Vgl. Fendl, Elisabeth, Klara Löffler: *Die Reise im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit: zum Beispiel Diaabend*. In: Cantauw-Groschek, Christiane (Hg.): *Arbeit, Freizeit, Reisen. Die feinen Unterschiede im Alltag*. 3. Arbeitstagung der DGV-Kommission Tourismusforschung vom 23. Bis zum 25. März 1994. Münster, New York 1995, S. 55-68, hier S. 67. Zum Film „Himalaya“ siehe: *Die naive Malerei des Exotismus*. In: *Presse*, 8. 4. 2000, S. 37. Die Kritiker waren der Meinung, „mehr Zurückhaltung“ hätte dem Film gut getan. Mich fasziniert am Film „Himalaya“ auch sein Historizismus. Durch das Ausblenden moderner Realität unterscheidet er sich von Multimedia-Präsentationen, mit denen er im übrigen mehr gemeinsam hat als mit Volkshochschulvorträgen. Auch wenn jeder Hinweis auf westliche Zivilisationseinflüsse verborgen bleibt, die Grundthemen des Films, Generationenkonflikt und Wettbewerbsbewusstsein, sind ein zutiefst westliches Problem.

nach Authentizität stillen, bei einer realen Reise erfordert das Erlebnis unberührter Kultur schon einige Kreativität. Aber werden tatsächlich Illusionen gesucht oder nicht vielleicht doch reale Erlebnisse?<sup>13</sup> Wahrscheinlich sind die Grenzen schwer zu ziehen.

Nepal-Reisen werden häufig als „Zeitreisen“ verklärt. Die einstige Isolation des Landes lebt als Mythos weiter, auch wenn die gegenwärtige Situation geradezu dem Gegenteil entspricht. Meist ist die Wahrnehmung durchaus ambivalent. Eine Journalistin spricht im Freizeit-Kurier von der „armen, reichen Wunderwelt“, von einer „Zeitreise in das mittelalterliche Kathmandu. Zurück zu unvergänglichen Mythen, armen Menschen, reichem Wissen und vorwärts zu neuen Werten in eine fremde Zukunft.“<sup>14</sup> Verstärkt wird das Gefühl des Anachronismus noch durch den Umstand, dass in Nepal fünf verschiedene Kalendersysteme Verwendung finden – das offizielle Nepal befindet sich bereits im Jahr 2058.

Ökologische und soziale Probleme, Armut, Kinderarbeit, Mädchenhandel und politisch motivierte Menschenrechtsverletzungen werden sehr wohl auch in Reiseführern angeprangert.<sup>15</sup> Der Mythos vom Märchenland im Himalaya lässt sich aber nicht einfach beseitigen. Der Marco Polo Reiseführer (mit „Insider-Tipps“) bemüht sich, ein differenziertes Bild zu zeichnen:

„Es gibt nicht viele Länder, in denen die Sinne der Besucher dermaßen betört und verwirrt werden wie im Hindu-Königreich Nepal. Betört durch die sanftmütigen, toleranten, warmherzigen, immer zum Lächeln aufgelegten Bewohner, verwirrt durch die große Spiritualität und Dominanz der Religionen, verunsichert durch die eklatante Armut, Umweltverschmutzung und einen neuerdings erstaunlichen Zuwachs des Kommunismus. [...] Demonstrationen sollte man besser aus dem Weg gehen, weil die Polizei zuweilen mit der Schußwaffe etwas leichtfertig umgeht. Aber machen Sie sich keine Sorgen. Im ganzen gesehen ist Nepal nach wie vor ein sanftmütiges Land, das glücklich ist über die [1990, Anm. B. F.] neuge-

---

<sup>13</sup> In einer empirischen Tourismusforschung ginge es um die soziale Zuordnung der möglichen Zugangsweisen.

<sup>14</sup> Maier, Angelika: Arme, reiche Wunderwelt. In: Freizeit Kurier, 22. 11. 1997, S. 6-10.

<sup>15</sup> Oft werden diese Probleme aber bloß angedeutet. Eine kritische Berichterstattung bietet: Nepal Informationen. Zeitschrift der Deutsch-Nepalischen Gesellschaft.

wonnene Demokratie. Das Land ist unverändert paradiesisch schön, nur der Slogan, Nepal sei ein Paradies, der stimmt nicht.“<sup>16</sup>

Die Fröhlichkeit der Nepalis ist ein wesentlicher Anreiz für Touristen:

„Und wer möchte sich nicht auf die außerordentlich liebenswerten Menschen einlassen, die so oft und so herzlich lachen können, und die innerlich zufriedener erscheinen als die Gäste aus den sogenannten reichen, ‚entwickelten‘ Industrieländern“.<sup>17</sup>

Die Betonung der sanften, liebenswürdigen Seite der Nepalis ist wohl auch als ein xenophiles Konstrukt zu erklären. Dahingegen schätzen die Briten die militärischen Tugenden der Nepalis. Der martialischen Seite der Mentalität seiner Bevölkerung verdankt Nepal, dass es nie zu einer Kolonie wurde. Es stellt aber bis heute Söldner für die legendären Gurkha-Regimenter (in Großbritannien, Indien, Hong Kong, Singapur, Brunei und bei UN-Einsätzen), deren Unbezwingbarkeit zum nationalen Mythos gehört. Den militärischen Migrationen verdankt Nepal die Öffnung zur Welt, noch vor Einsetzen der Expeditionen und des Tourismus. Sie sind ein wesentlicher Modernisierungsfaktor und führten auch zur Entstehung einer weltweiten nepalischen Diaspora.<sup>18</sup> Die britische Verwaltung konstruierte sogenannte „Gurkha-Tribes“ (vor allem Rai, Limbu, Gurung und Magar). Andere Gruppen wurden für ungeeignet erachtet; ihnen blieb die Aufnahme in Söldnerdienste verwehrt. Tamang und auch die später wegen ihrer bergsteigerischen

---

<sup>16</sup> Tüting (wie Anm. 8), S. 5 u. 11.

<sup>17</sup> Tüting, Ludmilla: Magisch, mystisch, märchenhaft? In: Nepal verstehen (= Sympathie Magazin 13), München 1993, S. 4. Nepal wird auch als Akronym gedeutet: „Never End Peace And Love.“ Siehe Luger/Inmann (wie Anm. 9), Abb. 6d.

<sup>18</sup> Ein Zitat verdeutlicht die seltsame Exotik der Gurkhas: „Was soll man von den Gurkha halten, die mit Recht als die härtesten, treuesten, tüchtigsten Krieger der Welt gelten, von jener Rasse, von der in Singapur bei der Kapitulation vor den Japanern 300 Mann vorzogen, sich gegenseitig die Kehle zu durchschneiden, als ihren Fahneneid zu brechen, von jenen gleichen Gurkha, die in ihren Mußestunden wie Stiftsdamen stricken? Kein Mensch wird sie verstehen.“ Bühler, Jean: Nepal. Lausanne 1964, S. 205. Für die Fremdheit dieser Soldaten in der Welt des modernen Militärs stehen ihre schon erwähnten Krummschwerter „Kukhri“, eines der nationalen Symbole Nepals. Die durch militärische Leistungen begründete Sonderstellung Nepals half auch bei der Abgrenzung zu Indien. Zum nationalen Mythos gehört die Unbesiegbarkeit der Nepalis. Siehe Krämer, Karl-Heinz: Ethnizität und nationale Integration in Nepal. Eine Untersuchung zur Politisierung der ethnischen Gruppen im modernen Nepal (= Beiträge zur Südasienforschung, Südasien-Institut Universität Heidelberg 174) Stuttgart 1996, S. 315. Weiters: Collett, Nigel: The British Gurkha Connection in the 1990s. In: Hutt, Michael (ed.): Nepal in the Nineties. Versions of the past, visions of the future. Delhi et al. 1994; Gould, Tony: Imperial warriors. Britain and the Gurkhas. London 1999.

Leistungen so berühmten Sherpa wurden von Briten abfällig als „fröhliche Schurken ohne Moral“ beurteilt.<sup>19</sup>

Sherry B. Ortner beschreibt die Fröhlichkeit als einen Kulturstil der Sherpas und erklärt diese Mentalität im Zusammenhang von ökonomischen Interessen, aber nicht nur als Strategie der Eindrucksmanipulation sondern ebenso als eine Auswirkung ökonomischen Erfolgs: Im Tourismus können sie sich von traditionellen Zwängen befreien. Zugleich wird die traditionelle religiöse Haltung dieser Buddhisten für eine solche „Harmonie des Geistes“ verantwortlich gemacht.<sup>20</sup>

Ein wesentliches Motiv für Nepal-Reisen sind also die Menschen. Die Vielfalt der ‚Völker‘ bietet reizvolle Fotomotive. Porträtgalerien sind ein fixer Bestandteil des Tourismus-Marketings. Gesichter werden als Postkarten vermarktet. Nepal wird zu einem Paradies für Ethnologen erklärt. Im Angebot finden sich „ethnic tours“ – solche Reisen berücksichtigen zum Beispiel wichtige Festtermine.<sup>21</sup> Den Hobby-Ethnologen interessiert am ethnisch-kulturellen Reichtum in erster Linie das bunte Erscheinungsbild; in Unkenntnis der Sprachen wendet er sich Äußerlichkeiten der Erscheinung, der Kleidung und vor allem phänotypischen Merkmalen zu. Ethnische Vielfalt wird mittels anonymer Porträtaufnahmen veranschaulicht. „Volks- und Kastentypen“ werden in rassenkundlicher Weise präsentiert. Menschen werden als Natur betrachtet. Selbst Ethnologen folgen bisweilen noch immer diesem Schema. So repräsentierte 1997 der Gipsabguss einer Nichte meiner Frau in der Bhutan-Ausstellung im Wiener Völkerkundemuseum die nepalische Volksgruppe.<sup>22</sup>

Der biologistische Blick spiegelt ein altes Grundmotiv des Exotismus – die Suche nach dem gänzlich Anderen. Yogis und Asketen erscheinen

---

<sup>19</sup> Krämer (wie Anm. 18), S. 251.

<sup>20</sup> Ortner, Sherry B.: Die Welt der Sherpas. Leben und Sterben am Mount Everest. Bergisch Gladbach 2000.

<sup>21</sup> In der Folge werden möglicherweise auch die Festtermine immer mehr auf die Reisenden Rücksicht nehmen, wie in Ladakh (Indien), wo Klosterfeste vom Winter in den Sommer – die Tourismus-Saison – verlegt worden sind. Der Festkalender Nepals ist wesentlich dichter, eine wertvolle Ressource im Tourismus. Kulturgruppen haben den Vorteil, dass sie Feste terminunabhängig vorführen können.

<sup>22</sup> Die politische Brisanz der Thematik, die Diskriminierung dieser Volksgruppe, wurde in dieser Inszenierung verschwiegen.

wie die Höhepunkte einer Freakshow. Hier sind auch die Yeti-Forschungen und die Begeisterung für diesen Mythos anzusiedeln. Der Yeti steht in einer Reihe mit Antipoden und Zyklopen.<sup>23</sup> Freilich ist seine Popularität nur als interkulturelles Produkt zu verstehen, der Schneemensch wird in Nepal bis zum Exzess vermarktet.<sup>24</sup>

Der führende österreichische Anbieter von Nepalreisen ist hierzulande gleichzeitig einer der wichtigsten Agenten der Repräsentation Nepals. „Erleben Sie unsere interaktive Abenteuerwelt“, lädt Pineapple Travels zu einem Besuch der Homepage ein. Das erste Prinzip der „Pineapple Abenteuerreisen“ ist „Kontakt mit lebender Kultur“. Das Unternehmen

„ist kein Studienreisenveranstalter im klassischen Sinn. Für uns stehen nicht die vergangenen Kulturen im Vordergrund, sondern die bestehende Kultur und die darin lebenden Menschen. Aus diesem Grund besuchen wir oft Wohnstätten von Familien, Arbeitsorte, wir lernen über Heilmethoden [...], verkosten typische Speisen, nehmen an Landesfesten teil, wandern zu Bergstämmen...“

Im Katalog werden explizit die „besonderen Abenteuer und Erlebnisse“ jeder Tour angekündigt. Das Unternehmen erhebt den Anspruch auf gehobenes Edutainment.<sup>25</sup>

Bisweilen werden Tageswanderungen und Fahrten unterbrochen, um „einige nahezu unberührte Dörfer“ zu „erkunden“. „Dabei ist es interessant, das Alltagsleben [sic] der verschiedenen Volksgruppen zu sehen.“ Tempel, Pagoden, Paläste, bunte Marktplätze und Verbrennungsplätze werden besichtigt. Die Grundannahme ist, dass die fremde Kultur sich dem Betrachter mühelos erschließen würde. Die Studienreise ähnelt dem Blättern in einem Bilderbuch. Der romantische Blick wird durch aufklärerische Ansprüche aufgewertet.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Klieger, P. Christiaan: Shangri-La and Hyperreality: A Collision in Tibetan Refugee Expression. In: Korom, Frank J. (ed.): *Tibetan Culture in the Diaspora. Papers Presented at a Panel of the 7<sup>th</sup> Seminar of the International Association for Tibetan Studies, Graz 1995* (= Österreichische Akademie der Wissenschaften, Philosophisch-historische Klasse, Denkschriften 258 = Beiträge zur Kultur und Geistesgeschichte Asiens 23). Wien 1997, S. 59-68.

<sup>24</sup> Ein Vergleich mit dem Ötzi böte sich an. Siehe Langreiter/Stadelmann in diesem Band.

<sup>25</sup> Vgl. Pineapple Tours: *Trekking und Erlebnisreisen 2001*; <http://www.pineapple.at>; Zugriff 2. 10. 2001.

<sup>26</sup> Vgl. hierzu Rogan, Bjarne: *Travelling – Between Ritual and Routine. Some comments on a consumption ritual in a historic perspective*. In: *Volkskultur und Moderne. Europäische Ethnologie zur Jahrtausendwende. Festschrift für Konrad Köstlin* (= Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien 21). Wien 2000, S. 179-194;

Im Milieu des esoterisch-ökologischen New-Age-Orientalismus wird Nepal neben Tibet als die spirituelle Kraftquelle für unsere kranke Zivilisation gefeiert.<sup>27</sup> Die schwierige Fremdheit wird idealisiert und im Sinne des Westens instrumentalisiert. Nepal ist nicht nur ein Sportgerät sondern auch eine Schule für den Charakter. Der „Insider's Guide“ weckt große Erwartungen:

„Die Einzigartigkeit einer Nepalreise kann die eigene Weltsicht verändern. Der erfahrene Trekker Stephan Bezruchka hat das so umschrieben: Nepal existiert, um dich zu ändern, nicht damit du es änderst. Versenke dich in das Wesen dieses Landes. Nepal ist nicht nur ein Fleck auf einer Karte, sondern es ist auch ein Erlebnis, eine Lebensart, von der wir alle lernen können.“<sup>28</sup>

Die Bezeichnung „Insider's Guide“ verspricht ein authentisches Erlebnis, Einzigartigkeit, von Massen konsumierbar.<sup>29</sup>

Man mag die egozentrische Idee, die Existenz eines Landes sei in Bezug auf die eigene Identitätsfindung zu begründen, ablehnen. Doch ist sie positiv auch als Aufruf zu tolerantem Reisen, zu mehr Flexibilität und Reflexivität, zu sanftem Tourismus zu lesen.<sup>30</sup> Extrembergsteiger sind auf der Suche nach sich selbst, auch ohne den Umweg über die Begegnung mit der fremden Kultur. In den Worten von Reinhold Messner: „Ich wollte einmal hoch hinaufsteigen, um tief in mich hineinsehen zu können.“<sup>31</sup> Eine mühelosere Variante des Selbst-

---

Günther, Armin: Reisen als ästhetisches Projekt. Über den Formenwandel touristischen Erlebens. In: Hartmann, Hans A., Rolf Haubl (Hg.): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz. Opladen, Wiesbaden 1998, S. 95-124.

<sup>27</sup> Vgl. Klieger (wie Anm. 23).

<sup>28</sup> Tetley, Brian: Insider's Guide Nepal. Bern 1992, S. 31. Der Arzt Stephen Bezruchka ist Verfasser des Trekkingführers: Trekking in Nepal. A Traveller's Guide. Seattle 1998.

<sup>29</sup> Zur Haltung der modernen „Anti-Touristen“ und der Rolle von Reiseführern, die ein authentisches Erlebnis versprechen vgl. Rogan (wie Anm. 26), hier S. 188-190.

<sup>30</sup> Eine Touristin, deren Leben sich durch die Begegnung mit einem Waisenkind in Nepal von Grund auf verändert hat, ist die Holländerin Trees van Rijsewijk. Sie adoptierte das Mädchen und rief eine Stiftung ins Leben, die ein Waisenhaus, ein medizinisches Zentrum, drei Schulen und einen Bauernhof unterhält. Rijsewijk, Trees van: Kumari. Meine Tochter aus Nepal. München 1999.

<sup>31</sup> Messner, Reinhold zit. nach Ortner (wie Anm. 20), S. 222.

erfahrungs-Trips versprechen Drogenerlebnisse, auch sie gehören zu den Nepal-Klischees.<sup>32</sup>

„Das Dort-Sein ist eine *Postkartenerfahrung* („Ich war in Kathmandu – du auch?“)“ charakterisiert Clifford Geertz das Problem der ethnographischen Repräsentation.<sup>33</sup> Das Dort-Sein ist ein Erlebnis, das auf Präsentation und Kommunikation unter Gleichen angelegt ist. Die unmittelbare Erfahrung wird durch die Orientierung an Vorbildern überlagert, der Eindruck vom Hier-Sein geprägt. Der Ethnologe denkt im Feld an sein Fachpublikum, der Tourist an private Diaabende oder Video-Vorführungen. Möglicherweise wird das angestrebte Reiseerlebnis erst im Nachhinein bei solchen Veranstaltungen hergestellt.<sup>34</sup> Erlebnisse überwinden den Augenblick, sie werden bereits antizipiert und entfalten sich erst im Nachhinein in der Erinnerung. Das Erlebnis wurde „nicht nur schlicht erlebt“, „sondern sein Erlebtsein [hatte] einen besonderen Nachdruck [...], der ihm bleibende Bedeutung sichert.“ Es gehört zum Wesen des Erlebnisses, dass es nichts von seiner Unmittelbarkeit verliert, da seine aktuelle Bedeutung stets im Lebenskontext neu erschlossen wird.<sup>35</sup> Es wäre überzogen, von Touristen eine Verlagerung des Lebensmittelpunktes zu erwarten. Im Folgenden wird daher das Hier-Sein im Mittelpunkt stehen.

Auf der Wiener Ferienmesse 2000 präsentierte das „Pineapple Erlebnisland“ einen Nepal und Tibet-Schwerpunkt. 17 Nepalis, darunter fünf Frauen waren angereist, um ihre Kultur zu präsentieren. Der Leiter der Truppe war Bharat Basnet, Direktor der Explore Nepal-Gruppe, die mit Pineapple kooperiert. Basnet vertritt die Austrian Airlines und Lauda-

---

<sup>32</sup> Vgl. Ortner (wie Anm. 20), Kapitel 7. Ab den siebziger Jahren wurde Nepal durch die sinkenden Kosten der Flugreise zu einem Magnet für die westliche Gegenkultur der Hippies. Manchmal wird eine Synthese beider Wege – Bergsteigen und Drogen – versucht. Jon Krakauer etwa wollte die Verarbeitung der Katastrophe vom Sagarmatha durch Drogenkonsum unterstützen. Krakauer, Jon: In eisige Höhen. Das Drama am Mount Everest. München, Zürich 2000, S. 341f. Vgl. hierzu auch das Jugendbuch: Cesco, Federica de: Ananda. Solothurn 1992.

<sup>33</sup> Geertz, Clifford: Die künstlichen Wilden. Der Anthropologe als Schriftsteller. Aus dem Amerikanischen von Martin Pfeiffer. Frankfurt a. M. 1993, S. 127.

<sup>34</sup> Rogan (wie Anm. 26) thematisiert den Drang zur Berichterstattung. Vgl. auch Fendl/Löffler (wie Anm. 12), S. 55-68; Luger, Kurt: Sehnsucht Abenteuer. Entgrenzungsversuche und Fluchtpunkte der Erlebnisgesellschaft (= Wiener Vorlesungen im Rathaus 40). Wien 1995, S. 43f.

<sup>35</sup> Held, K.: Erleben, Erlebnis. In: Ritter, Joachim (Hg.): Historisches Wörterbuch der Philosophie, Bd. 2. Basel, Stuttgart 1972, S. 702-712, hier S. 704.

air in Kathmandu. Das Problem der Flugkosten erübrigte sich somit. Auch die Folkloregruppe verursachte keine Mehrkosten; selbstverständlich entsprachen die Honorare dem nepalischen Niveau. Auch von autoritärem Führungsstil geprägte nepalische Arbeitsverhältnisse wurden kurzfristig importiert. Die Künstlerinnen und Künstler treten in Kathmandu täglich in Basnets Restaurant Bhojan Griha auf.<sup>36</sup> In Wien zeigten sie sich in wechselnden Kostümen; der Moderator kündigte die Tänze grundsätzlich als typisch für die jeweilige Volksgruppe an. Zu den Tänzen erklang Live-Musik, die Darbietungen repräsentierten alle Landesteile, religiöse Maskentänze wurden ebenso gezeigt wie Scherztänze. Einen Höhepunkt bildete der Hochzeitszug, dem sich Publikum anschloss, vor allem Kinder, die begeistert die nepalische Fahne schwenkten. Die Integration des Publikums funktionierte. Man konnte sich in einer Fahrradrifksha in der Halle herumkutschieren lassen. Für eine kritische, umweltbewusste Repräsentation Nepals sorgte ein Informationsstand von Öko-Himal.<sup>37</sup> Beeindruckend waren die vom nepalischen Künstler Govinda Shah angefertigten Kulissen, welche Szenen aus dem Alltag zeigten und einen realistischen Eindruck erweckten. Im Zentrum der Halle stand alles überragend das Modell der Stupa von Swayambhunath (mit dem berühmten Augensymbol). Von dort ausgehend waren Leinen mit bunten tibetischen Gebetsfahnen gespannt. Zur Dekoration gehörte weiters eine Fotografie des Königs Sri Panc Birendra Bikram Shah Dev.

Die Präsentation wurde dem Konzept der Pineapple Tours – „Kontakt mit lebendiger Kultur“ – gerecht. Der Nepal-Referent des Unternehmens Michael Baumgartner sieht sich als Mittler zwischen den Kulturen: „Unglaublich – heute kann ich wienerischen Geist nach Kathmandu bringen und umgekehrt“.<sup>38</sup> Die nepalischen Künstler entdeckten den Alltag Wiens. Eine Rolltreppe wirkte zuerst furchteinflößend, dann wurde sie als ein wunderbares Spielzeug in Besitz genommen – sehr zum Ärger der eiligen Passanten. Bharat Basnet führte seine ‚Schützlinge‘ mit strenger Hand und erlaubte ihnen keinen freien Ausgang. Die

---

<sup>36</sup> Dort wird nepalische Küche serviert und traditionelle Volkskultur dargeboten.

<sup>37</sup> Öko-Himal, mit Sitz in Salzburg, organisiert sozial- und umweltverträgliche Projekte der Entwicklungszusammenarbeit wie Kleinkraftwerke und „sanfte“ Tourismusmodelle; vgl. [www.ecohimal.or.at/german.htm](http://www.ecohimal.or.at/german.htm), Zugriff 30. 7. 2001.

<sup>38</sup> [www.pineapple.at/wir](http://www.pineapple.at/wir), Zugriff 30. 7. 2001.



Bukun Gandharba spielt Sarangi bei der Wiener Ferienmesse 2001. Tibetische Gebetsfahnen und ein Stupa-Modell. Foto: Archiv Bernhard Fuchs

Zurschaustellung fremder Kulturen gemahnt an die historischen Völkerschauen, die im Schnittfeld zwischen Zirkus, Zoo und Wissenschaft entstanden, ebenfalls mit edukativem Anspruch auftraten und von zeitgenössischen Anthropologen mit regem Interesse wahrgenommen wurden.<sup>39</sup>

Das Programm lockte auch die in Wien lebenden Nepalis, als Besucher und als Unternehmer. Das Restaurant Kathmandu verkaufte Imbisse, die Boutique Macara Antiquitäten. Die Truppe aus Nepal handelte mit Kunsthandwerk, Schnitzereien, Hausmodellen und Trachtenpuppen, tibetischen Rollbildern, Räucherstäbchen, Textilien und Nepalpapier, Musikinstrumenten und CDs. Die rege Anteilnahme der ortsansässigen Nepalis machte den besonderen Reiz dieser Veranstaltung aus. Es wurde gekauft, Videoaufnahmen wurden gemacht, Freundschaften geschlossen, die hübschen Tänzerinnen wurden von jungen Wiener Nepalis umworben – nicht ohne Erfolg.<sup>40</sup> Das erregte eine moralische Debatte. Andere machten den jugendlichen Verehrern Vorwürfe, sie würden falsche Hoffnungen wecken. Die armen Mädchen würden davon träumen, nach Österreich heiraten zu können. Bei der Abreise gab es rührende Abschiedsszenen. Die Association of Nepalese in Austria erwarb die Kostüme der Gruppe.

Ich selbst schloss Freundschaft mit dem Sarangi-Spieler Bukun Gandharba, der mir sein Instrument (eine Art Fiedel) verkaufte und ein wenig Unterricht gab. Dieses charakteristische Musikinstrument zählt wiederum zu den nationalen Symbolen Nepals. Allerdings wird die Sarangi nur von Bettelmusikanten der Gaine-Kaste gespielt, mit Bambusflöte und Madal (eine kleine Fasztrummel) musizieren dagegen alle Kasten. Für die Gaine entwickelte sich die professionelle Begegnung mit Touristen und der Handel mit ihrem Instrument zur wichtigsten Erwerbsquelle.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Thode-Arora, Hilke: Für fünfzig Pfennig um die Welt. Die Hagenbeckschen Völkerschauen. Frankfurt a. M. 1989; dies.: Das Eskimo-Tagebuch von 1880. Eine Völkerschau aus der Sicht eines Teilnehmers. In: *kea*, Zeitschrift für Kulturwissenschaften 2, 1991, S. 87-115.

<sup>40</sup> Auch die Völkerschauen wiesen eine erotische Komponente auf. Das Vorhandensein einer Diaspora, die die Schaustellerinnen und Schausteller mit Beschlag belegte, reduzierte die interkulturellen Begegnungen.

<sup>41</sup> Vgl. hierzu Hoerburger, Felix: Studien zur Musik in Nepal (= Regensburger Beiträge zur musikalischen Volks- und Völkerkunde 2). Regensburg 1975, bes. S. 33ff.

Das Prinzip des mimetischen Lernens ist ein wichtiges Element im Kulturkontakt, aber auch bei der Vermittlung von Traditionen innerhalb einer Kultur. Beim Erlernen von Bewegungen und Gesten, Spiel, Musik, Tanz, Ritualen sowie beim Erwerb eines Habitus handelt es sich um mimetische Prozesse. Mimesis erzeugt Ähnlichkeit, doch keineswegs vollkommene Identität. Die Kopien sind stets modifizierte Nachahmungen. Als eine Form der spielerisch, sinnlichen Kulturerfahrung ermöglicht Mimesis das Erlebnis von Gesellschaft. Sie funktioniert als körperlich-sinnliche Hermeneutik.<sup>42</sup>

Bukun Gandharba blieb mit mir in Kontakt über gelegentliche E-mails, die er von seinem Arbeitsplatz abschickt oder wahrscheinlicher abschicken lässt; denn bis vor kurzem war er Analphabet. Er hat nie eine Schule besucht und nie die Schrift seiner Muttersprache gelernt. Seine Kinder schickt er in eine Privatschule, weil sie vom Lehrer in der öffentlichen Schule wegen ihrer Herkunft diskriminiert wurden. Im vergangenen Jahr trat Bukun bei der Weltausstellung in Hannover auf, wo Nepal mit dem Fragment einer Pagode und einem Tempel im Newari-Stil vertreten war. „Wenn Sie das Original sehen wollen – wir fliegen Sie hin“, warb die königlich nepalesische<sup>43</sup> Fluggesellschaft. In Hannover wurden ebenfalls ethnische Küche und Souvenirs angeboten. Im Kontext der Weltausstellung war die Repräsentation Nepals ausschließlich über traditionelle Kultur besonders bemerkenswert – auch eine Erscheinung der Ungleichzeitigkeit.<sup>44</sup>

Bukun berichtete mir, dass in Hannover zwei Musiker der Gruppe Schwierigkeiten bereiteten, indem sie abspringen wollten. Bukun selbst

---

<sup>42</sup> Vgl. Taussig, Michael: *Mimesis und Alterität. Eine eigenwillige Geschichte der Sinne*. Hamburg 1997; Gebauer, Gunter, Christoph Wulf: *Spiel – Ritual – Geste. Mimetisches Handeln in der sozialen Welt*. Reinbek bei Hamburg 1998. Auch die ethnologische Hermeneutik besitzt mimetische Anteile. Doch davon zu unterscheiden ist der unreflektierte Primitivismus des *Going Native*. Geertz und Lambek kritisieren naive Ethnomimesis; vgl. Geertz (wie Anm. 33), S. 139; Lambek, Michael: *The Anthropology of Religion and the Quarrel between Poetry and Philosophy*. In: *Current Anthropology* 41, 2000, 3, S. 309-320.

<sup>43</sup> Adjektive „nepalesisch“ oder „nepalisch“ und Substantive „Nepalesen“ oder „Nepalis“ sind nicht neutral. Ich empfinde „-esisch“ und „-esen“ als Aglizismen, die Menschengruppen exotisieren. Die indigene Bezeichnung wäre „nepali“, auch das Ethnonym heißt korrekt „Nepali“ – im Plural „Nepaliharu“. Ich bevorzuge die deutsche Pluralform „Nepalis“; muss allerdings darauf hinweisen, dass die meisten der Nepalis in Wien sich selbst als „Nepalesen“ bezeichnen.

<sup>44</sup> Derselben Strategie folgte das andere Himalaya-Königreich Bhutan.

hat eine Familie und ist verlässlich. Weil er sich außerdem binnen kürzester Zeit Englischkenntnisse angeeignet hat, wird er immer öfter auf Tournee geschickt. Heuer war er wieder für die Ferienmesse in Wien engagiert. Diesmal war Nepal nur mit zwei Musikern vertreten.<sup>45</sup> Die beiden waren meine Gäste. Bukun erregte bei einem Stadtrundgang allgemeine Aufmerksamkeit. Er trug seine Sarangi offen umgehängt und begann auch in der U-Bahn zu singen. Immer wieder verteilte er seine Visitenkarte mit einer Sarangi-Darstellung. Mehrmals wurde er von Leuten angesprochen, die Nepal selbst bereist hatten. Er grüßte mit gefalteten Händen: „Namaste! Welcome to Nepal!“ und warb für sein spezielles Angebot: „Musical Trekking“. Seine unbekümmerte Selbstdarstellung mag als ein Beispiel für die selbstbewusste Identitätspolitik einer diskriminierten Kaste dienen. Im Gegensatz zum traditionellen pejorativen Heteronym „Gaine“ (Sänger) bezeichnet er sich mit dem Euphemismus „Gandharba“: himmlischer Musiker. Ihn ärgern die Versuche anderer, dem Stigma durch den selbstgewählten, nationalistischen Familiennamen „Nepali“ zu entgehen.

Der Film „Hühnerdreck und Asche. Ein Besuch im Paradies“<sup>46</sup> veranschaulicht nepalische Kultur, indem Nepalis beim Erkunden unserer Gesellschaft vorgeführt werden. Die Ethnologin Gabriele Tautscher ermöglicht dem Publikum, einen intimen Blick in die Wirklichkeit eines Tamang-Dorfes und einen fremden Blick auf den Alltag Wiens zu werfen – denn das ist das Paradies, welches der Dorfvorsteher und der Schamane aus Nepal besuchen. In einer Umkehrung der Perspektive werden die Exoten zu Ethnologen, die das fremde Leben aus ihrer Sicht kommentieren. Ihre Anschauungen und ihr Verhalten wirken komisch, doch oft wird schon im Lachen deutlich wie klug und treffend ihr Urteil ist. Auf dem „verkehrten Blick“ basiert ein Genre:<sup>47</sup> Die ethnographische Satire ist ein bewährtes Mittel, um der eigenen Gesellschaft kritisch den Spiegel vorzuhalten. Das ethnoästhetische Erlebnis nährt sich aus dem Kontrast, aus der Erfahrung von Differenz. Daher ist es

---

<sup>45</sup> Der diesjährige Schwerpunkt lag auf Zentralasien, dabei war die Organisation einer Folklore-Gruppe viel schwieriger und kostspieliger als im Fall von Nepal.

<sup>46</sup> Hühnerdreck und Asche. Regie: Karl Prossliner, Peter Freiß und Gabriele Tautscher, Österreich 1997/98. Der Film verdankt seinen Namen dem Schöpfungsmythos der Tamang, wonach Mahadev den Menschen aus Hühnerdreck und Asche schuf (die ersten Experimente mit Gold oder mit einer Kupferlegierung waren unbefriedigend, die Figuren konnten nicht sprechen).

<sup>47</sup> Vgl. Thode-Arora (wie Anm. 39).

ambivalent, sowohl Fremd- als auch Selbsterfahrung. Der wissenschaftliche wie der unwissenschaftliche Bericht enthalten ebenso sowohl Eigen- als auch Fremddarstellung.

Die Besucher aus Nepal wundern sich über die Kisten, in die man Verstorbene legt. Sie bestaunen die Schaufensterpuppen, die lebendig aussehen, aber nicht atmen können.<sup>48</sup> Die Theorie, die Menschen stammten vom Affen ab, befremdet sie ebenso wie die Vorstellung, die Menschen hätten Gott getötet. Im Fitness-Studio vergleichen sie die Geräte nachdenklich mit Ölpresen. Ihnen leuchtet ein, dass Menschen, die gut essen, aber nicht arbeiten, das Öl aus ihren Körpern pressen müssen. Der Besuch eines Altersheimes erschüttert sie. Im Schlachthof sind sie entsetzt, so etwas brächten nur Dämonen fertig. Durch Beobachten und Nachdenken gewinnen sie Einblick in diese Welt, doch sie bleibt ihnen fremd, auch wenn sie sich äußerlich verändern: Im Modehaus lobt der Verkäufer ihren Willen zur Anpassung und respektiert ihre eigenwillige Kopfbedeckung als einen Hinweis auf ihre Heimat. Der Film bietet eine zeitgemäße Form der Völkerschau, auf Leinwand übertragen und mit deutlicher Innenperspektive. Das ungewöhnliche Reiseprogramm stellt die konsequente Anwendung des Konzepts vom Kontakt mit lebendiger Kultur auf unsere Gesellschaft dar.

Anders als diese wie Touristen Reisenden, die mit der Klarheit und Unbekümmertheit des Fremden urteilen, besitzen hier ansässige Nepalis längst hybride, transnationale Identitäten. Mentalitätsmäßige Unterschiede sind ihnen durch langjährige alltägliche Erfahrung vertraut – vielleicht teilweise auch schon zu vertraut, um sie noch klar erkennen zu können.<sup>49</sup> Sie sind bestrebt, sich nicht nur äußerlich anzupassen sondern internalisierte Gesten, die unwillkürlich ausgelöst werden, zu unterdrücken. Ein Beispiel ist der Automatismus, mit dem Nepalis um Verzeihung bitten, falls Sie jemanden zufällig angestoßen haben: Sie berühren den Betroffenen dreimal mit der Hand und sprechen dabei den Namen Gottes: Bishnu, Bishnu, Bishnu. Das Begrüßen des Lichts mit

---

<sup>48</sup> Diese Passage erinnert an die Tagebucheintragung des Inuit Abraham beim Besuch des Wachsfigurenkabinetts; ebda, S. 93.

<sup>49</sup> Zur Mentalitätsforschung siehe Vester, Heinz-Günter: Kollektive Identitäten und Mentalitäten. Von der Völkerpsychologie zur kulturvergleichenden Soziologie und interkulturellen Kommunikation (= Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Analyse interkultureller Beziehungen 1). Frankfurt a. M. 1996.

gefalteten Händen ist in Nepal auch beim Einschalten von elektrischem Licht üblich; so wird Bijuli, die Gottheit des Lichts und des Blitzes, verehrt.<sup>50</sup> In Europa werden diese Gesten aufgegeben.<sup>51</sup> Doch entzieht sich in diesem mikrosozialen Bereich vieles einfach der Beobachtung; aufgrund seiner Unauffälligkeit wird es gar nicht thematisiert.

Neuzuzügler werden umerzogen: „Das macht man nicht, wir sind hier in Europa, nicht in Nepal.“ Umorientierung findet auf allen Ebenen des alltäglichen Verhaltens, des Geschmacks und auch der Moral statt. Sie betrifft Kleidung, Ernährung und zwischenmenschliche Beziehungen. Umgekehrt widersetzt die Gewohnheit sich solch willkürlicher Änderung vertrauter Verhaltens- und Denkmuster, weshalb die Ermahnung „Wir sind in Europa“ öfters zu hören ist – nicht immer ganz ernstgemeint.<sup>52</sup> „Die Gesellschaft ist als Repräsentation in den Gesten ihrer Mitglieder vorhanden.“<sup>53</sup> In Nepal dürfen etwa Frauen während ihrer Regel nicht in der Küche arbeiten. Dieses Tabu wird in den Haushalten in Wien nicht so streng beachtet. Strikt befolgt wird jedoch der Ausschluss menstruierender Frauen von religiösen Ritualen.

Einige Schwierigkeiten bereitet die sprachliche Entwicklung einer egalitären Beziehung. Das Nepali spiegelt hierarchische gesellschaft-

---

<sup>50</sup> Vgl. Hagmüller, Götz: Wenn das Licht ausgeht in Kathmandu – Grenzgänge zwischen Europa und Asien (= Wiener Vorlesungen im Rathaus 6). Wien 1990.

<sup>51</sup> In unserer Kultur ist das Kreuzzeichen vor dem Anschneiden des Brotes ein vergleichbares Phänomen. Der verbreiteten These von der „Ja-Nein“-Kulturgrenze gemäß würden Nepalis angeblich durch Kopfschütteln Zustimmung signalisieren, ich konnte dies nicht verifizieren. Die entscheidende Frage wäre, ob die Konformität in Bezug auf diese Gesten ein Modernisierungseffekt wären. Zur Veränderung von Gesten in Folge von Assimilationswünschen bzw. -leistungen vgl. Gebauer/Wulf (wie Anm. 42), S. 82f.

<sup>52</sup> In Nepal findet ebenso intensiver Kulturkontakt statt, einerseits in Form traditioneller interethnischer Kontakte andererseits in der Begegnung mit dem Westen. Eine Passage aus einem Roman: Eine Schweizerin, die mit einem Nepali verheiratet ist, erklärt folgendes: „Nepallogik ist das, was dem gesunden Menschenverstand des Durchschnittseuropäers zu widersprechen scheint. Das kommt daher, weil die Nepali ihre Denkweise wörtlich ins Englische übersetzen.“ Ihr Mann bestätigte mit freundlichem Kopfnicken. „Ein gebildeter Nepali wird niemals „Nein“ zu Ihnen sagen. Das verbietet ihm die Höflichkeit. Es gibt verschiedene Nuancen, um dieses „Nein“ auszudrücken. Wenn Ihnen gesagt wird: „In order“, bedeutet das „Vielleicht“. „I will do my best“ bedeutet „Nichts zu machen!“ und „I will try my best“ können Sie getrost mit „Völlig unmöglich“ übersetzen, wobei in Nepal dieses „Völlig unmöglich“ ein sehr dehnbarer Begriff ist.“ Cesco (wie Anm. 32), S. 34.

<sup>53</sup> Gebauer/Wulf (wie Anm. 42), S. 291.

liche Verhältnisse.<sup>54</sup> Asymmetrische Formen der Anrede sind der Normalfall, wie bei Kindern, die von Erwachsenen geduzt werden, und nicht mit ‚Du‘ erwidern dürfen. Das symmetrische Du unter Ungleichen gilt als respektlos. Selbst wenn im Deutschen eine egalitäre Beziehung gepflegt wird, erscheint deren direkte Übertragung ins Nepali unmöglich.

Sehr bewusst reflektiert wird das divergierende Zeitverständnis. Damit meine ich jetzt nicht die Zeitverschiebung, die unterschiedlichen Kalendersysteme<sup>55</sup> oder die aus evolutionistischer Perspektive rückständige Position Nepals, obwohl auch das bedeutende Aspekte der Selbstwahrnehmung sind. Wenn Nepalis ironisch von „Nepali Time“ sprechen, meinen sie das notorische Zuspätkommen um mindestens eine Stunde. Diese Gewohnheit wird bei der Organisation von Veranstaltungen stets eingeplant, sehr zum Unmut österreichischer Teilnehmer. Andererseits kann auf derartig hartnäckige Unsitten verzichtet werden, wenn es im Umgang mit Österreichern notwendig erscheint.

Konträr zu freiwilligen Assimilationsbestrebungen gibt es Institutionen wie den Kulturverein ANA, die bestrebt sind, die kulturelle Identität der Nepalis in Österreich zu repräsentieren. Dieser Verein organisiert jährlich zwei öffentliche Veranstaltungen, eine anlässlich des Tages der Demokratie<sup>56</sup> und eine zur Feier von einem der wichtigsten religiösen Feste: Baisakh, Dashai oder Diwali. Bei diesen Anlässen überschneiden sich private und öffentliche Repräsentation. Nationale Symbole, Fahnen, nationale Kopfbedeckung und Tourismuswerbung werden überlagert von Ostentation durch Goldschmuck und teure Saris. Dabei werden auf privater Ebene auch soziale Netzwerke symbolisiert. Freundinnen können zum Beispiel ihre Verbundenheit durch gleiche Saris ausdrücken, was sie wiederum zum Gegenstand des allgemeinen

---

<sup>54</sup> Am stärksten spiegelt sich die Gesellschaft in den Höflichkeitsformen und der elaborierten Verwandtschaftsterminologie.

<sup>55</sup> Die kalendarische Ungleichzeitigkeit macht einen besonderen Reiz aus. Zum Beispiel feierten die Nepalis heuer ihr Neujahrsfest zu Ostern. Vgl. Gumpel, Evelyn Petros: Nepalese New Year celebrations. In: Austria Today, 24. 4. 2001, S. 15. Die Zeitverschiebung prägt sich vor allem durch intensive Telekommunikation ins Bewusstsein ein.

<sup>56</sup> Dieser Tag wurde nicht von der Demokratie-Bewegung der neunziger Jahre eingeführt sondern erinnert an die ersten Demokratisierungsversuche unter König Tribhuvan in den fünfziger Jahren.

Klatsches macht. Soziale Beziehungen werden erlebt, indem sie sichtbar gemacht werden.

Für die Programme der ANA werden Tänze und Lieder einstudiert – als Vorbilder dienen meist Video-Filme beziehungsweise Audio-Kassetten: mimetisches Lernen. Das Thema der meisten Tänze ist eine charakteristische Ausprägung der Liebe: von der ersten scheuen Verliebtheit eines jungen Mädchens über die stolze Schönheit, die ihre Verehrer verspottet, bis zum rüstigen Alten, der den jungen Frauen gefallen will. Gleichzeitig werden dabei verschiedene Regionen und Völker Nepals repräsentiert. Neben die Selbstdarstellung der Tänzerinnen und Tänzer, die sich mit archetypischen Charakteren identifizieren oder diese ironisieren, tritt somit die Darstellung von ‚Volkstypen‘. Aus dieser Perspektive steckt auch in der Eigen-Präsentation der Nepalis eine Fremddarstellung, die sich mimetisch an Stereotypen orientiert. Die Vorführung des Heilrituals eines Tamang-Shamanen trägt gerade wegen der Distanz zur Alltagswirklichkeit zur Erheiterung des Publikums bei, weil bekannt ist, dass kein Tamang-Shamane auf der Bühne tanzt, sondern der nepalische Haustechniker eines Wiener Hotels. Sein Auftritt als Hinterwäldler wirkt komisch. Ein anderer Tanz suggeriert das Bild der modernen jungen Leute in der Hauptstadt Kathmandu, die freiere Umgangsformen zwischen den Geschlechtern pflegen. Es ist die spielerische Haltung des Als ob, die Kombination von psychischer, regionaler und nationaler Identifikation und nepalischer Binnenexotik. Die nationalen Stereotypen sind dramatische Figuren, die für Nepalis ebenso vertraut wie fremd sind.<sup>57</sup>

Die ANA war anfangs eine geschlossene Gesellschaft an der nur Nepalis partizipieren durften. Heute wird der Eindruck bei Veranstaltungen des Vereins von Hybridität bestimmt.

Sujata Century, eine nepalische Tänzerin und Sängerin aus Sikkim, forcierte die Professionalität der Darbietungen. Sie wirkte im Culture Department of Sikkim und sammelte Erfahrung bei der Präsentation nepalischer Kultur in entfernten Landesteilen Indiens. Für solche Folkloregruppen ist die wechselnde Darstellung unterschiedlichster ethnischer Gruppen eine Selbstverständlichkeit. Sujata arbeitete vor ihrer

---

<sup>57</sup> Wahrscheinlich können sich auch die wenigsten Österreicher mit ihren nationalen Stereotypen voll identifizieren. Zur Bedeutung nationaler Stereotypen als Bühnenfiguren siehe Stanzel, Franz K.: *Europäer. Ein imagologischer Essay*. Heidelberg 1998, S. 37ff.

Auswanderung allerdings nicht als professionelle Künstlerin, da dies dem traditionellen Ehrkonzept ihrer Verwandtschaft widersprach – obwohl der Vater stolz war auf seine begabte Tochter. Nach der Heirat mit einem Polen kam sie nach Wien. Anfangs arbeitete sie als Putzfrau und Babysitterin. Dann entdeckte sie, auf welche Begeisterung ihr Talent in Wien stößt – und mit welchem Respekt man hier einer Künstlerin begegnet. Am Universitäts Sportinstitut erhielt sie einen Lehrauftrag. Abend für Abend tritt sie mit einem singhalesischen Sänger und Keyborder in indischen Lokalen auf – dort gibt sie ihr reiches Repertoire an Hindi-Hits zum Besten. Ihrem Kollegen aus Sri Lanka brachte sie auch schon ein paar Nepali-Lieder bei. Ihre Tanzschülerinnen kommen aus Arabien, Ex-Jugoslawien, Indien, Pakistan, Tschechien, Österreich und Ungarn.

Für eine professionelle Präsentation sorgt auch Anand Khan, ein ungarisch-indischer Österreicher, der bei Veranstaltungen der ANA eine Kopfbedeckung mit nationalen Symbolen Nepals trägt. Beruflich ist Khan Eventmanager und organisiert Österreich-Bälle im Ausland. Zuletzt kam noch ein nepalischer Musikstudent hinzu, Rupak Shahisamuda, der seinen Studienort wegen der nepalischen Community von Salzburg nach Wien verlegte. Er sieht seine Aufgabe darin, für Nepal eine moderne, nationale, klassische Musik nach westlichem Vorbild – aber mit Wurzeln in der nepalischen Volksmusik – zu schaffen. Bei Festen der ANA spielt Shahisamuda Bearbeitungen traditioneller Lieder für Violine oder er singt und begleitet sich selbst auf dem Harmonium.<sup>58</sup>

So wandelte sich der Charakter der Veranstaltungen grundlegend. Wenn nun ein österreichisches Ehepaar einen nepalischen Tanz aufführt, so wirkt auf die Nepalis diese Fremddarstellung ihres (relativ) Eigenen besonders amüsant; nicht zuletzt, weil den Österreichern die Kostüme zu kurz sind. Diese Stimmung bekräftigt den verbreiteten Eindruck von der Fröhlichkeit der Nepalis zusätzlich, der in Wien durch die Selbstdarstellung über Festkultur entsteht. Die kriegerische Seite ihrer Identität begegnete mir nur in einem Fall: Ein nepalischer Absolvent der Modeschule brachte sich als folkloristisches Element in

---

<sup>58</sup> Rupak Shaisamuda wollte sich ausgerechnet von mir bestätigen lassen, dass seine Musik nepalisch wirke. Für die Repräsentation einer Kultur spielt die Fremdwahrnehmung eine wichtige Rolle. Es geht also auch darum, was Österreicher für nepalisch halten.

die Modeschau seines Jahrganges ein: In Nepali-Tracht zückte er mit martialischer Geste den Kukhri. Mitunter kann es im multikulturellen Milieu auch vorkommen, dass die Mimikry zum Vorwand für unsensible Selbstdarstellung benützt wird. Ein Inder betrat einmal die Bühne in nepalischer Verkleidung, um dann Punjabi-Witze von sich zu geben.

Das Symbol „Association of Nepalese in Austria“ zeigt die Landkarten Nepals und Österreichs vor dem Mount Everest. Die Grenzlinien eines Landes sind nationale Ikonen moderner Staaten. Der Versuch, die beiden in unterschiedlichen Erdteilen liegenden Länder aneinander grenzen zu lassen, resultiert aus der Auseinandersetzung mit einem Grundproblem der Migranten: Wie lässt sich die Distanz verringern? Wie lassen sich die beiden das Dasein prägenden Gesellschaften zusammenbringen? Es wäre ein unerwarteter Zufall, wenn die Konturen der beiden Länder sich aneinander fügten wie passende Teile eines Puzzles. Natürlich ist dies nicht der Fall. Die Grenzen Nepals werden sehr genau genommen, während Österreich eine grobe symbolische Grenzverletzung hinnehmen muss.<sup>59</sup> Dies lässt sich im Sinn einer mentalen Landkarte deuten: die Priorität liegt in diesem Kontext bei Nepal.

Dieses Bild verdeutlicht die Exklusivität der Beziehung Österreich-Nepal im Denken der Diaspora-Angehörigen. Diese Ideologie zeigt sich im verbreiteten Lästern über die schlechten Sitten der Ausländer. In den tatsächlichen Alltagsbeziehungen müssen sich nepalische Eltern dann zum Beispiel mit einer serbischen Romni als der Freundin ihres Sohnes abfinden; sie als Schwiegertochter zu akzeptieren, fällt ihnen allerdings schwer. Österreichisch-nepalische Paare werden hingegen idealisiert. Eine Hochzeitstafel wurde durch die Tischdekoration mit den Flaggen beider Länder als binationales Ereignis inszeniert. Gleichzeitig ermöglicht die Privilegierung des Gastlandes den Nepalisi das Ausblenden des bedrohlichen großen Nachbarn Indien. In Wirklichkeit sind die Verbindungen zu den indischen Einwanderern eng – vor allem deren Infrastruktur wird gerne in Anspruch genommen: von Lebensmittelgeschäften und Videoverleih bis hin zu den Hindu-Tempeln. Darüber hinaus sind viele Angehörige der nepalischen Community „Twice Migrants“, sie entstammen der nepalischen Minderheit Indiens.

---

<sup>59</sup> Bei europäischen Briefmarken und Münzen gibt es immer wieder Aufregung wegen fehlerhafter oder auch fehlender Grenzziehung.



Mentale Landkarte: Das Symbol der Association of Nepalese in Austria.  
Abbildung: Archiv Bernhard Fuchs

Der andere große Nachbar wird thematisiert, indem Nepal häufig quasi im Doppelpack mit Tibet vermarktet wird, um Synergieeffekte zu erzielen. Diese beiden kleinen Einwanderergruppen stehen einander aufgrund der vielen kulturellen Gemeinsamkeiten besonders nahe. Ikonographisch wird dies etwa in einem nepalischen Restaurant durch das Arrangement einer österreichischen und einer nepalischen gemeinsam mit der tibetischen Flagge inszeniert. Die Realität der Migranten ist transnational.<sup>60</sup> Die verwandtschaftlichen Netzwerke meiner Frau sind symptomatisch für das Zeitalter der Globalisierung: Angehörige leben nicht nur in Wien und Kathmandu sondern auch in Los Angeles, Saipan, Singapur und New York.

Seit dem Jahr 2000 gibt es eine konkurrierende österreichisch-nepalische Vereinigung:<sup>61</sup> Sagarmatha, benannt nach dem nepalischen Namen des höchsten Berges der Welt. Aufgrund fehlender nepalischer Anhängerschaft dieses jüngeren Vereins fällt es eigentlich schwer von einer Aufspaltung zu sprechen. Aber es handelt sich um Faktionismus; Persönlichkeiten, die sich profilieren möchten, versuchen, eine eigene Gruppe um sich zu scharen. Faktionismus existiert in Gestalt eines negativen Autostereotyps als ein wichtiges Element der Selbstwahrnehmung nepalischer Einwanderer. Während die nepalische Diaspora in der ANA aktiv ist, wurde Sagarmatha von einer nepalischen Frau ins Leben gerufen, die in diplomatischen Kreisen Anerkennung sucht. Doch bleibt das königlich nepalische Honorarkonsulat bei der bewährten Zusammenarbeit mit der ANA, der es indirekt ihre Existenz verdankt. 1997 lud der Verein den nepalischen Botschafter mit Sitz in Bonn in das erste österreichische Nepal-Restaurant Yeti, um ihn von der Notwendigkeit zu überzeugen, eine diplomatische Vertretung Nepals in Österreich einzurichten. So beförderte die kulinarisch-kulturelle Repräsentation auch die politische. Später konnte sich das Konsulat revanchieren, indem es meinen Schwager, der sich als Geschäftspartner im Kathmandu-Restaurant beteiligte, bei der Beantragung einer Niederlassungsbewilligung unterstützte. Die Rivalität zwischen den

---

<sup>60</sup> Ein Cousin meiner Frau ist mit einer Philipina verheiratet. In den Begegnungen zwischen Nepal und Philipinos spielen phänotypische Ähnlichkeiten eine große Rolle. Sie erzeugen Sympathie, aber auch Abgrenzungsbemühungen auf Seiten der Nepalischen.

<sup>61</sup> 2001 wurde in Kathmandu eine nepalisch-österreichische Wirtschaftskammer gegründet (Nepal-Aushtriya Udhog Banijya Sangh; Nepal-Austria Chamber of Commerce & Industry). Das Symbol dieses Vereins zeigt die gekreuzten Flaggen beider Länder.

beiden Vereinen bringt Gehässigkeiten mit sich. So wurden ANA-Mitglieder zu einem Kulturprogramm der Sagarmatha eingeladen, die Festrednerin wandte sich jedoch nur an die Sagarmatha-Mitglieder und brüskierte die übrigen Gäste, welche erbost die Veranstaltung verließen. Eine Ursache dieses Konflikts ist die unselige Verquickung von Standesdünkel und Kastenhierarchie.

Konkurrenz wird von Einwanderer-Communities als Irritation erlebt, die eine nervöse Aufmerksamkeit hervorruft. Hinter sensiblem Konkurrenzbewusstsein steht einerseits die Gemeinschafts-Ideologie und andererseits die Konzentration auf ethnische Nischen durch Imitation bewährter Strategien erfolgreicher Migranten. Durch diese besondere Beachtung wird intraethnische Konkurrenz moralisch verurteilt und gleichzeitig verstärkt.<sup>62</sup> Auch das erwähnte erste nepalische Restaurant in Österreich orientierte sich an einem Vorbild, welches sich allerdings in ausreichender Distanz befand: Das Sherpa-Restaurant in Amsterdam (der Betreiber ist kein Sherpa). Mittlerweile gibt es sogar in der kleinen Nische der nepalischen Gastronomie in Wien Konkurrenz: Nachfolger des Yeti-Restaurants ist das Kathmandu-Restaurant. Seit dem Jahr 2000 gibt es zusätzlich das Yak & Yeti-Restaurant. Die Gründer des neuen Restaurants waren Stammkunden im Yeti. Doch in diesem Fall handelt es sich schon um mehr als die bloße Kopie eines Vorbilds. In architektonischer Hinsicht ist das neue Lokal eindrucksvoll – die angeschlossene Boutique Macara stellt wertvolle Kunstwerke zur Verfügung. Die Fotogalerie im Gastgarten zeigt Porträts von Nepalis; darüber hängt das präparierte Haupt eines ausgestopften Yaks (Yeti bleibt unsichtbar). Eine kleine Handbibliothek unterstreicht den Eindruck einer niveauvoll-engagierten Kulturvermittlung. Auf Authentizität wird Wert gelegt. Das Yak & Yeti begeisterte mit einer großartig inszenierten Eröffnungsfeier. Dabei gab es Live-Musik und ein gratis Buffet mit „nepalesischen Nationalgerichten“. Die Gäste wurden bei einer tibetischen Zeremonie mit den tibetischen Worten „Tashi Deleg“ und dem nepalischen „Namaste“ begrüßt: Eine Frau in tibetischer Tracht

---

<sup>62</sup> Vgl. Fuchs, Bernhard: *Ethnischer Kapitalismus. Ökonomie der Südasiaten in Wien*, 2 Bde. Wien (unveröff. Dissertation) 1997; ders.: *Indo-Pakistanische Lebensmittelgeschäfte. Ethnische Strategien in der Ökonomie*. In: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde* 101, 1998, 4, S. 433-446.

legte den Ankömmlingen Glück und Segen bringende weiße Schals um.<sup>63</sup> In beiden Restaurants erinnern Gebetsfahnen an Tibet.

Die Gestaltung des Kathmandu-Restaurants ist nicht weniger engagiert, wengleich weniger kostbar. Die Spuren der chinesischen Vorgänger wurden nicht völlig getilgt. Die Betreiber des Lokals betätigen sich selbst künstlerisch. Die Gattin des Inhabers, Basanti Kapali, erzeugte nepalische Trachtenpuppen. Dilip Kapali, der Chef, schnitzte Tempelmodelle und eine Frauenstatue und malte, in Anlehnung an die touristischen Repräsentationen Nepals, ein gigantisches Aquarell mit Bergen, Tempeln, Tänzerinnen, Prozessionen, Masken und einem Tiger. Neben selbstgemalten ornitologischen Darstellungen findet sich eine rassenkundliche Bildtafel Nepals. Dilip Kapali arbeitete in Nepal als Kellner im Yak & Yeti-Hotel und verkaufte selbstgemalte Souvenirs an Touristen. Für sein eigenes Restaurant modellierte er eine Yeti-Skulptur.<sup>64</sup> Nach der Eröffnung seines ersten, des Yeti-Restaurants, pflegte er zu scherzen: „Reinhold Messner hat schon für mein Lokal geworben, als es noch gar nicht da war. Ich habe es nur Yeti genannt und nicht Yak & Yeti, weil der Yak ist hier nicht so bekannt. Dinge, die nicht existieren sind bekannter...“.

Im Gegensatz zur öffentlichen Selbstdarstellung bieten private Veranstaltungen ein Erlebnis von Volkskultur für Insider. Nicht die kulturelle Äußerung sondern die Aneignung der eigenen Kultur steht im privaten Bereich im Vordergrund. In diesem Zusammenhang wirkt Identifikation als eine nach Innen gerichtete Aktivität. Die interne Repräsentation besitzt in der Diaspora gesteigerten Stellenwert. Im Umfeld der ANA entstanden mehrere kleinere Interessensgruppen. Ein Frauenverein pflegt monatliche Zusammenkünfte, wobei immer ein Mitglied die anderen bewirtet. Das ist ein willkommener Anlass den schönsten Sari anzulegen und erlaubt durch die Abwesenheit von

---

<sup>63</sup> Ein Detail, das hilft die Hybridität der Situation zu verstehen: Die Frau stammt aus Indien, ihre Mutter ist Lepcha, der Vater Chinese. (Lepchas sind die Urbevölkerung Sikkims, die dem tibetischen Buddhismus folgt.) Die tibetische Frauenracht Chuba tragen Tibeterinnen und tibetischstämmige Gruppen Nepals, Sikkims und Bhutans.

<sup>64</sup> Der Vergleich der Gestaltung beider Restaurants verdeutlicht unterschiedliche Repräsentationen Nepals über wertvolle Sammler-Kunst oder billige Souvenirs wie sie Ken Tague aus museologischer Sicht erörtert. Er vertritt die Ansicht, dass keinem der beiden Stile Authentizität abzusprechen sei, da sie auf die gesellschaftliche Wirklichkeit des Landes verweisen würden. Tague (wie Anm. 10), S. 173-195.

Männern einen anderen Kommunikationsstil. Der Erfolg innerhalb dieses Zirkels ist für das Ansehen der Familie bedeutsam.<sup>65</sup> Deshalb werden eigens dafür prestigeträchtige Einrichtungsgegenstände (z. B. Sitzgarnitur, Vitrinen) angeschafft. Diese Frauengruppe fungiert zeitweise auch als Dhukuti, eine Art traditioneller nepalischer Sparverein. Auch andere Gruppen pflegen eine solche Form der rotierenden Kreditassoziation.<sup>66</sup> Ausschlaggebend sind hier vor allem soziale und nicht ökonomische Bedürfnisse. Es handelt sich sozusagen um ein risikoloses Glücksspiel. Überdies organisieren Eltern mindestens einmal im Monat Treffen einer nepalischen Kindergruppe, was für den zweisprachigen Spracherwerb sehr wichtig ist.

Hinduistische Rituale werden auch im privaten familiären Bereich zelebriert.<sup>67</sup> Anders als in den indischen Tempeln können hier nepalische Traditionen gepflegt werden. Allerdings finden sogar innerhalb der Familien interkulturelle Begegnungen statt. In meiner nepalischen Familie gibt es außer mir noch zwei andere österreichische Schwiegersöhne. Die Mehrheit der Familie gehört zu den Newari. Deren Sprache, Newari, wird auch häufig gesprochen, allerdings wird Nepali – bisweilen gemischt mit Deutsch – als Lingua Franca benützt. Durch eingeherratete Magar und Chetri treffen auch unterschiedliche nepalische Traditionen aufeinander. Der lange Aufenthalt in Österreich hat bei vielen die Erinnerung an die rituellen Abläufe verblassen lassen. Allerdings stehen in der Heimat für diesen Zweck immer religiöse

---

<sup>65</sup> Ein vergleichbares Beispiel bei türkischen Frauengruppen beschreibt Barbara Wolbert. Die Teilnahme an solchen Treffen entscheidet über den Status und den Erfolg der Remigrantinnen. Siehe Wolbert, Barbara: *Der getötete Pass. Rückkehr in die Türkei. Eine ethnologische Migrationsstudie* (= zeithorizonte 3). Berlin 1995, S. 167-169.

<sup>66</sup> Vgl. Fuchs (wie Anm. 62), S. 169-173; Boissevain, Jeremy et al.: *Ethnic Entrepreneurs and Ethnic Strategies*. In: Waldinger, Roger et al. (eds.): *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies* (= Sage Series on Race and Ethnic Relations 1). London, New Delhi 1990, S. 131-156, hier S. 138f.; Light, Ivan, Edna Bonacich: *Immigrant Entrepreneurs. Koreans in Los Angeles 1965-1982*. Berkeley et al. 1988, S. 254.

<sup>67</sup> Petra Buchbauer stellt fest: „Neben Hochzeiten und Totenritualen werden eigentlich fast keine anderen hinduistischen Übergangsrituale in Wien gefeiert. Lediglich das Namensgebungsritual (namakarana) findet manchmal statt“. Buchbauer, Petra: *Hindus in Wien. Eine Aufnahme der hinduistischen Religionsgemeinschaft in Wien*. Wien (unveröff. Diplomarbeit) 2001, S. 91. Die Namensgebungszeremonie für unsere Kinder feierten wir im Afro-Asiatischen Institut, das Ritual der ersten festen Speise zu Hause. Daneben finden in der Familie noch die jahreszeitlichen Rituale sowie Abschiedszeremonien vor Antritt einer Reise statt.

Experten zur Verfügung. Hier betätigen sich vor allem ältere Frauen der Muttergeneration, meine Schwiegermutter oder eine ihrer Schwestern als Zeremonienmeister (sie halten sich jedoch nicht ständig in Österreich auf). Aber auch eine junge Frau, die erst vor kurzem einen entfernten Cousin meiner Frau geheiratet hat, erweist sich als Spezialistin. Anders als die Mütter führt sie ganz still im Hintergrund Regie; damit bewirkte sie aber einige dramatische Veränderungen.

Rituale werden mit großem Ernst durchgeführt, da sie bedeutender sind (auch im semiotischen Sinn) als die öffentlichen Kulturveranstaltungen, die eher von einer ironischen Haltung geprägt scheinen. Doch ergeben sich auch bei Familienfesten hin und wieder Meinungsverschiedenheiten, die humorvoll kommentiert werden. Fehler sorgen kaum für Peinlichkeit sondern tragen vielmehr zur allgemeinen Heiterkeit bei. Zum Beispiel sollte beim letzten Dashai der Neffe meiner Frau seiner Schwester ein Tika (ein glückbringender roter Punkt auf der Stirn) geben. Das war eine der Innovationen, daher kannte er sich nicht aus. Aufgefordert, ein segnendes Mantra zu sprechen, sagte er eine Formel, die nur bei Leichenverbrennungen üblich ist. Die Umstehenden brachen in lautstarkes Gelächter aus. Meine Schwiegermutter war der Ansicht, zu Dashai sei es überhaupt nicht üblich, dass Geschwister einander Tika gäben. Die stets von Neuem einsetzende Suche nach dem korrekten Ablauf verdeutlicht die Identitätssuche der Migranten. Die Rituale müssen immer wieder neu gefunden – und auch erfunden werden.<sup>68</sup> Überlieferung von Kultur allgemein, aber ganz besonders die Übertragung von Ritualen in die Migrationssituation ist mimetisches Handeln. Im Vordergrund steht weniger die rationale Reflexion als vielmehr die kulturelle Praxis.

Das Augenmerk liegt auf der Performanz, welche ein zutiefst körperliches Erlebnis der Sozialstrukturen und der kulturellen Identität erlaubt.<sup>69</sup> Der einzelne ist eingebettet in ein hierarchisches

---

<sup>68</sup> Ebda, S. 62. Auch die indischen Hindus stellen die Unsicherheit in Bezug auf die richtige Gestaltung häuslicher Zeremonien als ein zentrales Problem dar.

<sup>69</sup> Embodiment: die Verkörperung beziehungsweise Verkörperlichung von Kultur. Vgl. zu diesem Konzept: Wolf, Richard K: Embodiment and Ambivalence: Emotion in South Asian Muharram Drumming. In: The Yearbook for Traditional Music 2000, vol. 32, S. 81-116, hier S. 82-85; Ström, Axel-Kristian: Between Tibet and the West: On Traditionality, Modernity and the Development of Monastic Institutions in the Tibetan Diaspora. In: Korom (wie Anm. 23), S. 34-50, hier S. 34-38.



Bhai Tika im Jahr 2000: Meiner Tochter Katharina wird geholfen, ihren Bruder Albert mit einer Blütengirlande zu schmücken. Foto: Archiv Bernhard Fuchs

Verwandtschaftssystem, dies wird durch Gesten des Segnens beziehungsweise der Hingabe und Unterordnung symbolisch ausgedrückt und innerlich erlebt. Allerdings wird auch die Verhaltensunsicherheit der Jugendlichen, die nicht in Nepal aufgewachsen sind, körperlich erfahren. Das Erlebnis spiegelt daher für alle selbstverständlich die Migrationssituation wieder.<sup>70</sup> Die erste Einwanderergeneration besitzt eine stärkere habituelle Vertrautheit, doch bewirkt die Lebensweise etwa durch europäische Sitzgewohnheiten auch hier eine Entfremdung in der körperlichen Erfahrung. Der Mangel an sinnlich-körperlicher Sicherheit muss durch Repräsentation kompensiert werden. Das ist vor allem die Repräsentation der Tradition durch die Autoritäten der Familie. Doch auch über Medien und Tourismus kann fehlende Erfahrung mit einer Art „Hyperrealität“ aufgefüllt werden. Die nach außen gerichteten Repräsentationen werden ebenso bedeutsam für die kulturelle Identität der Nepalis.<sup>71</sup>

Umgekehrt kann die rituelle Mimesis den pejorativen Beigeschmack der Nachahmung, der Imitation, des Unechten bekommen. Eine Familie feierte das Dashai-Fest kurz vor dem Abflug nach Kathmandu in Wien und dann ein zweites Mal in Kathmandu. Beide Male wurde die Zeremonie durchgeführt, bei der die Älteren den Jüngeren Segen spenden. Auf dem Videofilm von der Feier in Kathmandu hörte ich den bemerkenswerten Dialog: „Ihr habt Tika doch schon in Wien gefeiert?“ „Ja, aber das war doch nur Nachahmung (Nakali)!“ „Nakali“ bedeutet unecht, eine Kopie, eine Fälschung. Das Original ist in Kathmandu zu finden (ganz der Werbung der Royal Nepal Airlines entsprechend). Die Authentizität des Raumes bleibt für die Traditionspflege in der Diaspora unerreichbar.<sup>72</sup>

Ein eindrucksvolles Beispiel eines Rituals, das den Zusammenhalt einer Familie in der Diaspora symbolisiert und gleichzeitig eine interessante Facette der Körperlichkeit veranschaulicht, ist ein Tuch mit dem Abdruck der segnenden Hände der Großmutter meiner Frau. Anlässlich ihres 85. Geburtstags im Jahr 1997 wurde sie in einer Sänfte in roter

<sup>70</sup> Besonders wichtig sind die Abschiedsrituale, wenn Familienmitglieder nach Nepal reisen.

<sup>71</sup> Vgl. Ström (wie Anm. 69); Korom, Frank J.: Introduction: Place, Space and Identity: The Cultural Economic and Aesthetic Politics of Tibetan Diaspora. In: Korom (wie Anm. 23), S. 1-12, hier S. 8.

<sup>72</sup> Vgl. Korom (wie Anm. 71); Calkowski, Marcia S.: The Tibetan Diaspora and the Politics of Performance. In: Korom (wie Anm. 23), S. 51-57.

Kleidung durch Kathmandu getragen. In einem Land mit der durchschnittlichen Lebenserwartung von 57 Jahren verleiht dieses hohe Alter exzeptionelles Ansehen. Dementsprechend war die Zeremonie in Nepal ein Medienereignis. Als Witwe durfte die Großmutter bis zu diesem Zeitpunkt nur weiße Kleidung tragen, mit diesem Fest wurden ihr göttliche Ehren zuteil. Ihre Nachkommenschaft bis zur vierten Generation lebt verstreut über den Globus. Wer nicht am Fest teilnehmen konnte, erhielt ein solches Tuch als Andenken. Diese Form der ‚Übertragungsmagie‘ ist ein Symbol für das starke familiäre Netzwerk, das eine Überbrückung der Distanz ermöglicht. Profane Gaben wie besondere, in Wien nicht erhältliche, Lebensmittel helfen ebenso, enge Beziehungen zwischen Österreich und Nepal aufrecht zu halten.

Auch im weiteren Sinn ist Verwandtschaft das fundamentale Organisationsprinzip. In Nepal ist es üblich, teilweise sogar Fremde mit Verwandtschaftstermini zu apostrophieren. In der Migrationssituation rückt man noch enger zusammen und symbolische Verwandtschaft wird häufig rituell bestätigt, wodurch sie verbindlichen Charakter gewinnt.<sup>73</sup> Dieser Familialismus zeigt sich etwa darin, dass ich als „der Schwiegersohn der Nepalis“ bezeichnet werde und die österreichische Wahl tante einer nepalischen Familie zur „Tante aller Nepalis“ auserkoren ist. Die Kommunität wird durch ein wirres Netzwerk symbolischer Verwandtschaft verbunden.<sup>74</sup>

Im November 1999 besuchte Kronprinz Dipendra das Kathmandu Restaurant. Er gab sich sehr volksnah. Er bediente sich selbst beim Buffet und nahm dreimal nach. Anschließend sang er beliebte nepalische Lieder und begleitete sich selbst auf der Madal. Die Wiener Nepalis schlossen ihn in ihr Herz. Meine Schwiegermutter pries den Kronprinzen. Dieser würde aus Liebe zu seinem Vater nicht heiraten,

---

<sup>73</sup> Marie Gillespie beschreibt eine ähnliche Erweiterung des in der Punjabi Kultur wichtigen Rakhi-Rituals im britischen Kontext. Gillespie, Marie: *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London, New York 1995, S. 38f. Allerdings bezweifle ich die These, dass allein die Migration zu dieser Veränderung des Brauches geführt hat, auch in Indien bekommen nicht nur echte Brüder von ihren Schwestern solch ein Band sondern ebenso Freunde – auch dort wird dieses Ritual über Religionsgrenzen hinweg praktiziert. Sogar die Kinder zweier Freunde aus der Zeit vor der Teilung des Subkontinents schickten einander über Religions- und Staatsgrenze hinweg Rakhi-Bänder.

<sup>74</sup> In Deutschland heißt die nepalische Landsmannschaft, die sich über mehrere Städte erstreckt „Nepal Pariwar“, die Nepal Familie.

weil ein Orakel prophezeit hätte, wenn Dipendra vor seinem 35. Geburtstag heiraten würde, koste das seinen Vater das Leben. Beim Wienbesuch seiner Eltern König Birendra und Königin Aishwarya ging es formeller zu. Immerhin wird der König als eine Inkarnation Bishnus verehrt. Bei der Vorbereitung der Privataudienz in einem Wiener Hotel arbeiteten die beiden Kulturvereine zusammen, um eine Liste der in Österreich lebenden Nepalis zu erstellen. Dabei wurden zum Ärger der Nepalis indischer Herkunft nur Personen eingeladen, die direkt aus Nepal stammen. Allerdings besaßen auch von diesen nicht mehr alle die nepalische Staatsbürgerschaft. Um den Eindruck nationaler Homogenität zu erwecken, gab man bei den mit ‚Fremden‘ verheirateten Frauen den nepalischen Mädchennamen an. Das führte zu einiger Verstimmung, so dass manche sogar den Boykott der Veranstaltung in Erwägung zogen. Die nationalistische Pseudo-Authentizität wurde als ein Widerspruch zur nepalischen Tradition kritisiert, wonach Schwiegersöhne den höchsten Respekt verdienen. Nun aber verhalte man sich, als ob man sich ihrer schämte. Trotz ihrer Entrüstung wollten sich die Eingeladenen diese seltene Gelegenheit nicht entgehen lassen. Das Foto der nepalischen Gemeinde mit den obersten Repräsentanten ihres Landes fand in vielen Haushalten einen Ehrenplatz.<sup>75</sup>

Am frühen Morgen des zweiten Juni riss mich das Telephon aus dem Schlaf. Beenas Freundin berichtete mir bestürzt vom gewaltsamen Tod des nepalischen Herrscherpaares. Der Kronprinz sei der Täter. Rasch fügte sie hinzu, dass sie das aber nicht glauben wolle. Wahrscheinlich sei es eine Verschwörung. Ihr Mann, der den König persönlich eine halbe Stunde durch den Schönbrunner Tiergarten begleitet hat, sei ob dieser Nachricht in Ohnmacht gefallen. Das Blutbad im Königspalast hat 18 Menschen das Leben gekostet. Beinahe die gesamte Königsfamilie ist ausgerottet worden. Nepalis in Wien zeigten sich tief erschüttert und weigerten sich, der offiziellen Version des Tathergangs Glauben zu schenken. Der neue König Gyanendra und sein Sohn Paras haben einen üblen Ruf, die Vorwürfe reichten von Korruption bis zu

---

<sup>75</sup> In der Kronen Zeitung bemühte man sich um eine Austrifizierung des nepalischen Königs, indem die Behauptung aufgestellt wurde, dieser hätte in Graz studiert. Kronen Zeitung, 19. 7. 2000, S. 19.

Totschlag.<sup>76</sup> Die Schwierigkeit, eine akzeptable Erklärung für dieses entsetzliche und völlig unverständliche Ereignis zu finden, berührte die Identität der Nepalis unmittelbar.<sup>77</sup> Am 9. Juni fand im Afro-Asiatischen Institut eine Trauerfeier für die Opfer des Massakers statt. Zwischen nepalischen Flaggen wurden die Bilder der Verstorbenen auf einem Tisch arrangiert, der mit der Fahne der ANA geschmückt war. Die Trauernden legten Blumen auf diesen Altar. Ein indischer Hindupriester leitete die religiöse Zeremonie. Vorher gab es Diskussionen, wie man sich am besten kleiden sollte. Die meisten Nepalis entschieden sich für die europäische Trauerfarbe Schwarz. Einzelne Europäer trugen Weiß, wie es sich bei einem solchen Anlass für Hindus geziemt. Die Mimesis führt nicht nur zum Aufeinander-zugehen sondern manchmal beinahe zu einer Art Rollentausch. Viele Nepalis ließen sich als Zeichen ihrer Betroffenheit das Haupthaar bis auf einen kleinen Schopf am Scheitelpunkt kahl scheren. Sujata Century, die von der königlichen Audienz ausgeschlossen worden war, sang ein ergreifendes Gebet für die Ermordeten. Der königlich nepalische Honorarkonsul musste seine Rede durch seinen Sekretär verlesen lassen, da ihm die Stimme vor Rührung versagte. Er suchte Trost in der Erinnerung an das schöne Erlebnis der persönlichen Begegnung mit dem König und der seltenen Ehre, zum Glück seiner Majestät beigetragen zu haben. Die zu befürchtenden Auswirkungen dieser Katastrophe auf den Tourismus und die ausländischen Investoren wurden ebenso erwähnt. Kondolenzbücher der ANA und des Honorarkonsulats

---

<sup>76</sup> Vgl.: Muscat, Sabine: Das Volk will den neuen König nicht haben. Ausschreitungen in Nepal nach Krönung des Bruders von Birendra. Zweifel an Täterschaft des Kronprinzen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 5. 6. 2001; Wiener Zeitung, 5. 6. 2001; S. 1f.

<sup>77</sup> Abgesehen vom Verlust einer nationalen Integrationsfigur zwingt die Auseinandersetzung mit dem Tod des Königs zu Überlegungen hinsichtlich des Fortbestands der konstitutionellen Monarchie und der Demokratie. Die tolerante oder nachgiebige Haltung König Birendras war förderlich für die Demokratisierung des Landes. Die Erzählung vom Tod des Königs lässt sich nicht trennen von Selbstbild und Gesellschaftskonzept; vgl. Rancière, Jacques: Die Namen der Geschichte. Versuch einer Poetik des Wissens. Frankfurt a. M. 1994. Im Film „Hühnerdreck und Asche“ nahmen die nepalischen Protagonisten vor dem Schloss Schönbrunn mit ihrer Bestürzung über die Nachricht vom Ende der Habsburger Monarchie die Orientierungslosigkeit und den Unglauben der Nepalis nach dem Mord im Königspalast vorweg. Die beiden wollten einfach nicht glauben, dass der Monarch wirklich tot sei und dachten, er würde sich gewiss irgendwo in Schönbrunn versteckt halten. Es gehört zur religiösen Funktion eines Hindu-Königs, als Mittler zwischen Menschen und Göttern zu wirken, um für den Erhalt der Harmonie der Welt zu sorgen. Eine solche Instanz scheint im traditionellen Weltbild unverzichtbar.

lagen auf. Nach zwei Wochen wurden die Blumen der ‚heiligen‘ Donau übergeben.<sup>78</sup>

Die Berichterstattung über Nepal verlagerte sich mit einem Mal weg von am Everest verunglückten Bergsteigern und solchen, denen die Abfahrt mit einem Snowboard gelungen ist, hin zu dem Massaker an der Königsfamilie und den politischen Problemen des Landes.<sup>79</sup> Nepal war nicht mehr nur als Abenteuerspielplatz für sportliche Extremisten ein Medienereignis, sondern es gewann eine politische Dimension – erstmals seit den Protesten, die 1990 zur Einführung der Demokratie geführt hatten. Dennoch wurde in den Medien all dies ziemlich märchenhaft dargestellt: Ein Königsdrama, in dem es um Liebe und Macht geht, hätte sich da am Dach der Welt abgespielt. Vergleiche mit den shakespeareschen Königsdramen oder klassischen griechischen Tragödien wurden gezogen.<sup>80</sup> Nachfolgende detaillierte Berichte erwiesen sich dann sogar als noch märchenhafter.<sup>81</sup> Die Welt ist doch nur sehr unvollständig entzaubert worden. Dieses Land erscheint als ein seltsamer Anachronismus, mit dem westliche Journalisten sich schwer tun. Durch die vorangegangene Begegnung mit Mitgliedern des nepalischen Königshauses erlangten Wiener Nepalisch plötzliche Teilhabe am Weltgeschehen. Als ‚Involvierte‘ konnten sie in der medialen Öffentlichkeit Zeugnis ablegen.<sup>82</sup> Trotz aller Bestürzung und Trauer konnten sie sich

---

<sup>78</sup> Vgl. zu hinduistischen Totenritualen in Wien Buchbauer (wie Anm. 67), S. 88-91. Bei der hinduistischen Sakralisierung der Landschaft handelt sich um eine „Domestikation des fremden Raumes“; vgl. Ström (wie Anm. 69), S. 35.

<sup>79</sup> Steinkeller, Anna: Mit dem Snowboard vom Everest. In: Salzburger Nachrichten, 2. 6. 2001. Die Meldung von der Rückkehr der erfolgreichen österreichischen Abenteurer hätte unter normalen Umständen Sensationswert besessen. Damit sie im Trubel um das Massaker nicht ganz in Vergessenheit geriet, wurde sie Wochen später erneut lanciert.

<sup>80</sup> Vgl. Shakespeare – inszeniert in Shangri-La. In: Neue Zürcher Zeitung, 5. 6. 2001.

<sup>81</sup> Vgl. Klein, Edward: Royal massacre in Nepal: An intimate account of love, violence and royalty. Earth Times News Service, [news.asiadragns.com/world/nepal/](http://news.asiadragns.com/world/nepal/), Zugriff 9. 10. 2001. Das Ereignis wurde durch einen göttlich verehrten Stein angekündigt, der bisher auf jedes Unglück nationaler Tragweite in der Geschichte Nepals mit seinem ‚Schwitzen‘ hinwies. Die zahlreichen Prognosen der Staatsorakel (die ja auch zur selbst erfüllenden Prophezeiung werden können), die Liebe des Kronprinzen und die Rivalinnen um seine Gunst, die ihn mit magischen Mitteln beeinflussen, das ist der Stoff eines furchtbaren und bewegenden Märchens.

<sup>82</sup> „Kronprinz Dipendra war sehr beliebt.“ Der Prinz, der seine Familie ermordet haben soll, war 1999 im Restaurant „Kathmandu“ in Wien. In: Salzburger Nachrichten, 16. 6. 2001, S. 3. Ein (unerreichtes) Vorbild für die Trauerarbeit der nepalischen Diaspora bot die globale Massenhysterie anlässlich des Todes von Prinzessin Diana. Dies wird natürlich am

auch ein wenig in der ungeahnten Bedeutung, die sie mit einem Mal erlangt hatten.<sup>83</sup>

### Zusammenfassung

Die historischen Völkerschauen stellten einen bequemen und vergnüglichen Reiseersatz dar. Derlei Präsentationsformen wären in einer postkolonialen Welt ethisch kaum noch zu rechtfertigen. Kino, Fernsehen und Massentourismus ermöglichen vielfältigere Formen der Konfrontation mit Fremdheit. Gleichzeitig werden wir im Alltag mit Menschen aus aller Welt konfrontiert. Die Globalisierung banalisiert das Fremde. Dennoch gibt es auch in postmodernen Erlebniswelten Präsentationen mit dem Charakter einer Völkerschau – zum Beispiel im Rahmen von Weltausstellungen und Ferienmessen.

Die öffentliche Präsentation ihrer Kultur ist ein Aspekt der Identitätsarbeit von Migranten. In diesem Anliegen überschneidet sich ihre Aktivität mit jenen der Tourismusindustrie. (Außer es wird eine allzu kritische Position gegenüber dem Herkunftsland vertreten.) Diaspora-Angehörige besuchen ihre Heimatländer als ganz spezielle Touristen. *Ethnic travel* ist ein bedeutender Marktsektor, in dem Migranten häufig selbst als Unternehmer tätig sind. Auch oder besser gerade in einer Zeit des Massentourismus besteht ein Interesse an der Begegnung mit Exotik im eigenen Land. Ethnische Gastronomie und multi-kulturelle Feste agieren Hand in Hand mit Tourismuswerbung. Aber sie stellen nicht nur eine wichtige Ergänzung des Tourismus dar, sondern sind auch ein Substitut für das Reisen. Zudem gibt es noch die ‚Reisemuffel‘, die den lokalen Kulturkontakt den Qualen einer Weltreise vorziehen. Interkulturelle Begegnungen in der vertrauten Umgebung bieten nicht das große Erlebnis einer Reise, doch können sie helfen, Reiseerlebnisse – und für Migranten das Heimatgefühl – im sogenannten grauen Alltag lebendig zu halten. Der Besuch ethnischer Events

---

deutlichsten bei den Trauerfeiern der Gurkha-Soldaten in England; vgl. The Kathmandu Post, 4. 6. 2001.

<sup>83</sup> Bedenklich scheint mir das schwache politische Bewusstsein in der ANA. Jahrelang wurde der Demokratie-Tag gefeiert, aber sobald die Demokratie in Nepal bedroht wird, möchte man vorsichtshalber das Fest sofort anders benennen. Einzelne Mitglieder äußerten die Ansicht, würde in Nepal die Demokratie abgeschafft, dann würde auch die Wiener Polizei keine nepalischen Demokratie-Feste mehr tolerieren.

oder einer Tourismusmesse stellt für Reisesüchtige eine Ersatzdroge dar, der sich auch Diaspora-Angehörige bedienen. In diesem Umfeld kann es zur Entstehung einer gemischten Szene kommen, wobei die unterschiedlichen Motive einander ergänzen. Für Migranten schafft dies eine Verbindung mit dem Herkunftsland, die gleichzeitig zur Integration in die neue Heimat beiträgt. Freundschaftliche Kontakte mit Einwanderern aus dem Urlaubsland verändern auch den Charakter des Tourismus. Diese Perspektive mag als eine romantische Illusion erscheinen – um diese geht es auch in einer solchen Szene. Dass es dabei zu keiner umfassenden Reduktion von Fremdheit kommen kann, ist verständlich. Oft handelt es sich um die exklusive Beziehung zwischen zwei auserwählten Völkern als eine Spielform des Ethnozentrismus.

Die ethnische Selbstdarstellung ist ein mimetisches Spiel an dem sich bisweilen alle – auch die Fremden, die jeweils Anderen – beteiligen. Das ethnoästhetische Erlebnis ist auf Präsentationen angewiesen. Auführungen sind ein Mittel um Gesellschaft sichtbar zu machen und sich der eigenen Existenz zu vergewissern. Die Ganzheit einer Kultur ist nur über Allegorien und Synekdochen vermittelbar.<sup>84</sup> Ein Ethnos wird nur über Symbole und Stereotypen erfahrbar.

---

<sup>84</sup> Vgl. Teague (wie Anm. 10), S. 173: „The representation of any culture is necessarily selective.“ Gebauer und Wulf dazu: „Man muß sich von dem Gedanken lösen, die ganze Gesellschaft könne repräsentiert werden. Repräsentationen von modernen Gesellschaften sind fragmentarisch. [...] Allerdings enthält jede einzelne Relation, jedes Fragment der Gesellschaft eine subjektive Repräsentation des Ganzen in einer Nußschale. [...] Das Fragment enthält das Ganze.“ Gebauer/Wulf (wie Anm. 42), S. 285f. Vgl. weiters zur anthropologischen Repräsentationsdebatte Clifford, James, George E. Marcus: *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley, Los Angeles 1986; Berg/Fuchs (wie Anm. 2).

Ronald Lutz, Erfurt

## Bergwelten und Traumpfade

Gipfelstürmer als Erlebnisproduzenten

Berge sind seit gut zwei Jahrhunderten, in periodischen Abständen sich jeweils stärker akzentuierend, Aufmarschgebiete der Nervösen und Unruhigen, der Suchenden und Sensationslüsternen. Intensiv zu leben, sich dem Abenteuer zu stellen oder der Zivilisation den Rücken zu kehren sind dabei starke Motive für den Kampf mit dem Gipfel.

Offensichtlich hat dieser beschwerliche und gefährliche Weg nach oben wesentliche Gehalte, die ihn zum Traumpfad für unterschiedliche Bedürfnisse prädestinieren. Die Bücher der alpinen Stars werden dabei zu Drehbüchern für die Inszenierung von Seifenopern. Die Philosophien eines Eugen Guido Lammer, Hermann Buhl, Carl Diemberger, Reinhold Messner oder Hans Kammerlander werden popularisiert und liefern Bilder eines konstruierten Zaubers, der sich in den Unruhigen zu manifestieren scheint, wenn sie auf die Berge steigen.

Zu erkennen ist eine Sehnsucht nach großen Herausforderungen, um zu sich selbst zu finden, die auf andere, weniger Begabte, abfärbt und deren Treiben, das Besteigen hoher Gipfel, motiviert und durchdringt. Dabei kommt es seit einigen Jahren wieder verstärkt zu mitunter dramatischen Ereignissen.

### Einstiege

Einige aktuelle Belege mögen die Dramatik des Geschehens umreißen: Um den 17. Mai diesen Jahres meldete die „Deutsche Presse-Agentur“ einen „Bergsteiger-Stau am Mount Everest“.<sup>1</sup> Zu diesem Zeitpunkt warteten etwa 400 Bergsteiger im Basislager darauf, dass sich das Wetter bessern möge. Falls der Himmel sich nicht bald aufkläre, so der Kern des Berichts, würden die Teams aus aller Welt nur einen teuren Campingtrip

---

<sup>1</sup> Butzbacher Zeitung, 18. 5. 2001.

absolviert haben. Immerhin kostet eine geführte Tour auf den höchsten Gipfel der Welt ca. 70.000 US-Dollar, die bei Misslingen des Aufstiegs nicht rückerstattet werden.

Gut zehn Tage später konnte man die ‚erlösende‘ Nachricht lesen: Der Gipfelsturm in Nepal fand doch noch statt. Und es hagelte Rekorde: Zum ersten Mal wurde der Everest von einem blinden Bergsteiger bezwungen, mit einem 64-jährigen Amerikaner war der bisher älteste Mensch oben und mit einem 15-jähriger Sherpa der bisher jüngste überhaupt. Auch erreichten erstmalig Vater und Sohn gleichzeitig den Gipfel; ein Chemnitzler bezwang als erster Ostdeutsche diesen Berg.

Der Gipfelsturm lässt die Kassen der Agenturen, die ihn organisieren und durchführen, aber auch die Kassen des Königreichs Nepal klingen. Dabei gerät der ‚bergsteigerische Geist‘, einen Berg im harten und gefährlichen Kampf zu bezwingen, ins Hintertreffen. „Wer nicht klettern kann, wird auf den Gipfel getragen; für eine Gebühr natürlich“ so Norgu Sherpa laut einer Zeitungsmeldung. „Klettern“, so fährt er fort, „ist nicht mehr das Abenteuer, das es vor zwanzig Jahren war, wenn du genug Geld hast, dann kannst du jeden Gipfel erreichen.“<sup>2</sup> Nicht mehr die heroische Tat scheint dabei das Entscheidende, sondern das Oben-gewesen-sein an sich. Das Heldendasein verkümmert zu einem symbolischen Abglanz.

Bis in die 1970er Jahre erhielt pro Saison und Route nur ein Team die Zulassung für den Aufstieg. Doch seit gut zwölf Jahren schnellen, auch auf Grund der enormen und ständig steigenden Nachfrage, diese Zahlen steil nach oben. Nicht nur der Mount Everest zieht die Massen an; obwohl gerade dem höchsten Gipfel der Welt eine besondere Bedeutung beigemessen wird. Neben der besonderen Herausforderung, über die ich noch näher eingehen werde, kommt diesem Gipfel auch eine große symbolische Bedeutung zu, die gleichermaßen in seiner Höhe und in seinem Mythos liegt.

Ich erinnere hier nur an die noch immer oder wieder unklare Situation, ob denn Sir Edmund Hillary und Tenzing Norgay nun wirklich die ersten waren, die auf seiner Spitze standen. Das Rätsel um George Leigh Mallory und Andrew Irvine, die möglicherweise bereits in den zwanziger Jahren des vorigen Jahrhunderts den Gipfel erreichten, harrt noch immer

---

<sup>2</sup> Butzbacher Zeitung, 31. 5. 2001.



Sportarena Himalaya. Foto: Tiffany Langreiter

seiner Aufklärung.<sup>3</sup>

Doch neben dem Everest werden nahezu alle Achttausender und auch die anderen Gipfel des Himalaya, des Karakorum und ebenso jene der Anden alljährlich von immer mehr ‚Bergsüchtigen‘ belagert, die endlich ihr Ziel erreichen wollen. Dabei geht es nicht mehr um den Gipfel an sich sondern um den persönlichen Gipfel eines jeden Einzelnen – um einen ‚Gipfel für sich‘.

Nachdem Klettern in einigen seiner vielfältigen Varianten schon länger eine Trendsportart ist, hat sich nun auch die extreme Form popularisiert. In diesem Bereich sind jetzt nicht mehr die herausragenden Einzelleistung etwa eines Reinhold Messner zu verzeichnen, es sind die Taten vieler, deren Namen aber nur noch von Bedeutung werden, wenn sich Außergewöhnliches ereignet das zu Legendenbildung führt – wie beispielsweise die Katastrophe am Mount Everest 1996, die auch in Buch- und Filmform gegossen wurde.<sup>4</sup> Namentlich bekannt oder zumindest erwähnt werden einzelne auch, wenn sie etwas Besonderes darstellen – eben der jüngste oder der älteste sind bzw. die erste Deutsche –, Helga Hengge, die 1999 auf dem Mount Everest war, hat ihren Aufstieg beschrieben und vermarktet ihn mittlerweile geschickt in Buchform.<sup>5</sup>

Ich habe im Rahmen einer Fortbildung eine junge Frau getroffen, die seit gut zehn Jahren exzessiv klettert, an Kletterwänden in der Halle, an Übungswänden vor ihrer Haustür in Franken und an schweren und steilen Wänden in den Alpen. Sie beklagte sich, dass es mittlerweile zu unerträglichen Schlangen vor den Wänden käme, da alle rauf wollten. Es sei schlimmer als bei Volksläufen. Extrem wären speziell jene Esoteriker, die sich vor den Berg stellten, diesen anbeteten und um Entschuldigung beziehungsweise Unterstützung für ihre Tat bäten. Durch sie bekäme der Sport einen irrationalen Touch, mit dem er eigentlich nichts zu tun habe. Auf meine Frage warum denn sie da hoch wolle, kam die schlichte aber vielsagende Antwort: Sie wolle wissen was sie könne, sie wolle konkrete Herausforderungen spüren. Dafür bedürfe sie extremer Erfahrungen.

---

<sup>3</sup> Hemmleb, Jochen u. a.: Die Geister des Mount Everest. Die Suche nach Mallory und Irvine. Hamburg 1999.

<sup>4</sup> Krakauer, Jon: In eisige Höhen. Das Drama am Mount Everest. München 1998 (Orig.: Into Thin Air. A Personal Account of the Mount Everest Disaster. New York 1997).

<sup>5</sup> Hengge, Helga: Nur der Himmel ist höher. Mein Weg auf den Mount Everest. München 2000.

Nachgefragt ob dies nicht auch etwas Irrationales sei, eine Form moderner Religiosität, die an den Körper und dessen besondere Kräfte glaube, erwiderte sie: was sie tue sei Sport und sonst nichts.

Diese Antwort kann man im Bereich Outdoor-Sport vielfach erhalten, man muss sich nur einmal in den einschlägigen Zeitschriften ein wenig umschauen; sie hat aber auch in der Bergsteigerliteratur eine lange Tradition.<sup>6</sup> Hinter der Banalität der Aussage, und erst das erklärt sie, stehen tradierte kulturelle Bilder, die derzeit in neuen Formen aktualisiert und in Zusammenhang mit extremem Alpinismus ins Zentrum rücken.

Ein Blick auf die kulturell produzierten Bilder der Berge kann helfen, den Zauber zu begreifen, der sich um die Gipfel rankt. Dabei wird deutlicher, was heute gut vermarktet und zugleich ein wachsendes Bedürfnis ist. Was also führt die Menschen auf die höchsten Gipfel der Welt?

#### Was passiert da eigentlich?

In meiner Darstellung beziehe ich mich auf Texte von Bergsteigern, die, auch früher schon, stets für eine die Darstellungen begierig lesende Öffentlichkeit entworfen werden. Sie argumentieren aus der Moderne heraus und in sie hinein.<sup>7</sup> In ihrer mittlerweile massenhaften Verbreitung, auch durch Filme wie „Mount Everest – Gipfel ohne Gnade“<sup>8</sup> oder, neuerdings, „Vertical Limit“<sup>9</sup> und Zeitschriften wie „GEO“, entstehen Bilder mit durchaus diskursprägender und moralischer Kraft. Die Erzählungen berühmter Extremer werden zum Stoff, aus dem die Träume der Unbekannten sind.

Der Berg erhält in diesen unterschiedlichen Darstellungen und Genres seit Jahren eine besondere Bedeutung. Er ist nicht nur Sehnsuchtslandschaft sondern auch Sportarena.<sup>10</sup> Deutlich wird nun, dass sich die

---

<sup>6</sup> Uitz, Martin, Audrey Salkeld (Hg.): *Der Berg ruft!* Salzburg, München 2000.

<sup>7</sup> Vgl. Tschofen, Bernhard: *Aufstiege – Auswege. Skizzen zu einer Symbolgeschichte der Berge im 20. Jahrhundert.* In: *Zeitschrift für Volkskunde* 89, 1993, Heft 2, S. 213-232; vgl. Ders.: *Berg – Kultur – Moderne. Volkskundliches aus den Alpen.* Wien 1999.

<sup>8</sup> *Mount Everest – Gipfel ohne Gnade.* Imax-Film; Regie: Breashears, David, Stephen Judson, Greg MacGillivray. USA 1998.

<sup>9</sup> *Vertical Limit.* Regie: Martin Campbell. USA 2000.

<sup>10</sup> Vgl. Stremlow, Matthias: *Die Alpen aus der Untersicht. Von der Verheißung der nahen Fremde zur Sportarena. Kontinuität und Wandel von Alpenbildern seit 1700.* Bern, Stuttgart, Wien 1998.

anfängliche Kampf- und Kriegsmetaphorik des Bergsteigens, die in Ausdrücken wie ‚Gipfelsieg‘ oder ‚Gipfelsturm‘ kulminierte, seit etwa zwei Jahrzehnten im Kontext gesellschaftlichen Wandels hin zu mehr Erleben und Selbsterfahrung in eine „Vergewisserungssymbolik“ wandelte, in deren Rahmen Berge immer stärker das Medium eines sich suchenden Selbst werden.<sup>11</sup> Das jedoch beruht auf dem kulturell entworfenen Bild der Berge als Orte einer zugleich „seinsbestimmenden Auseinandersetzung“ und einer „arkadischen Glückseligkeit“.

Berge sind hier Orte eines Kampfes, des Duells einer konkreten Person mit dem Berg. Für dieses Duell, das in seinen Intentionen durchaus dem klassischen bürgerlichen Duell als Wiederherstellung von Ehre und Identität gleicht, wird der Berg personifiziert. Er wird zu einem harten, fast übermächtigen Gegner stilisiert, dessen Bezwingen eine individuelle Aufwertung des siegreichen Subjekts darstellt.<sup>12</sup> Zu dieser Anthropologisierung gehört mitunter auch die ‚Beseelung‘ des Gegenübers, so manche und so mancher spricht dann auch mit dem Berg. In dieser direkten Auseinandersetzung komme die Todesnähe des extremen Kletterns zu neuer Wertigkeit. Deren Überwindung nämlich führe zum eigenen Leben zurück, dessen Bestätigung man so sehr erstrebte. So werde sich der Einzelne seiner eigenen Wirklichkeit bewusst. Dank seines heldenhaften Mutes, sich Gefahren zu stellen und sie zu überwinden, werde das Subjekt zum Helden, zur einzigartigen Persönlichkeit. Dies ermögliche Selbsterfahrung und führe zu einer erneuten Bestätigung des eigenen Standpunktes in der Welt. Müde aber innerlich erstarkt steige man vom Berg herunter und sei sich seiner eigenen Identität und Persönlichkeit sicherer als zuvor.

Neben diesen eher subjektorientierten Sichtweisen finden sich auch „arkadische Gesänge auf den Berg“; im Gebirge komme eine andere Welt zum Vorschein, eine Gegenwelt zur Zivilisation.<sup>13</sup> Die Berge geraten zu Orten, an denen sich unverfälschte Naturen, die innere und die

---

<sup>11</sup> Vgl. Siegrist, Dominik: *Alltagsgeographie und Naturdiskurs in deutschsprachigen Bergsteigerberichten*. Zürich 1996.

<sup>12</sup> Vgl. Lutz, Ronald: *Duelle mit dem Berg*. In: Becker, Siegfried, Claus-Marco Dieterich: *Berg-Bilder. Gebirge in Symbolen – Perspektiven – Projektionen*. Marburg 1999, S. 29-43.

<sup>13</sup> Lutz, Ronald: *Selbst-Duelle in der individualisierten Gesellschaft*. In: Klein, Michael (Hg.): *Guter Sport in schlechter Gesellschaft – Heilversprechen, Legitimationskrisen und strukturelle Probleme des Sports nach dem Ende des 20. Jahrhunderts*. Erfurt 2000a, S. 112-127.



Gipfel im Himalaya – Orte seinsbestimmender Auseinandersetzung und arkadischer Glückseligkeit. Foto: Tiffany Langreiter

äußere, im wahrhaften Kampf begegnen. Daraus werden Erfahrungen gewonnen, die kritisch zu einer Moderne stehen, die die Natur als Gegenstand vereinnahmt.

So entsteht im Bergsteigen das Bild einer Welt, die anders sein könnte als die reale. Die Welt der Basislager, der Wände und Gipfel wird zum Ort einer Gegenmoderne, zu einer anderen Moderne<sup>14</sup>, stilisiert, die uns eine Ahnung davon vermitteln soll, was in der Moderne falsch läuft. Hierher gehört auch das Freiheitsbild, das sich originär mit den Blicken verbindet, die der Gipfel ermöglicht. Mit einem Fuß in Nepal und mit dem anderen in Tibet, so auf dem Everest, sei der Einzelne nicht nur Kosmopolit, sondern er sei freigesetzt von den Banalitäten der Täler und den Zwängen, die darin eingelagert sind.<sup>15</sup> Für wenige Stunden fühlt sich der Akteur frei im Sinne von losgelöst.

Bergsteigen dient aber gleichermaßen der Charakterschulung: Die implizierte Leistung bedarf und befördert Disziplin, Mut, Fleiß, Askese und Männlichkeit. Ungeachtet der Frauen, die immer öfter auf den höchsten Bergen zu finden sind, gilt das extreme Bergsteigen nach wie vor als Männerdomäne, als Männlichkeitsdomäne.

Letztlich versprechen all diese Bilder einen immensen Zauber, der im modernen, individuellen Leben von hohem Wert sein kann. Dieser Zauber ist zugleich die Werbung für das extreme Abenteuer; solche Abenteuergeschichten finden derzeit beispielsweise über das Internet Verbreitung oder durch die Vielzahl entsprechender literarischer Angebote.

Das alles ist nun aber nicht neu! Der Zauber der Berge ist eine kulturelle Konstruktion, die das Bergsteigen seit seinen Anfängen begleitete, sich dabei immer mehr verdichtete und zugleich auch wandelte, sich dem Fortschreiten der Moderne anpasste, deren Anderes, deren Produkt sie ist. Die in dieser Konstruktion aktualisierten Bilder sind nämlich Bilder einer Moderne, die diese wiederum für ihre Selbstverständigung benötigt.<sup>16</sup> Die Entwürfe der Berge als Gegner und deren Besiegung durch den Menschen sind Topoi, die große kulturelle Bedeutung entfaltet haben und es offensichtlich, im veränderten Kontext, noch immer tun. Dabei wird der

---

<sup>14</sup> Vgl. Lutz, Ronald: Her mit dem Geistern. Zur kulturellen Dynamik der Moderne. Erfurt 2000b.

<sup>15</sup> Vgl. Krakauer (wie Anm. 4).

<sup>16</sup> Vgl. Tschofen (wie Anm. 7).

Sieg über eine als schrecklich und gefährvoll konstruierte Natur zur Leistung des tapferen und zu allem bereiten Menschen.

Dieses kulturell konstruierte Bild, das sich wie erwähnt von Anbeginn mit der Geschichte des Alpinismus verbindet, stand der bergsteigerischen Eroberung als Leitidee zur Verfügung:

„Der menschliche Wille und seine Erkenntnisfähigkeit ermöglichen in der alpinistischen Auseinandersetzung mit dem Berg – im Kampfe mit den Gewalten des Hochgebirges –, die meistens in einer Kriegs- und Kampf-Metaphorik beschrieben wurde, eine Dominanzerfahrung gegenüber der nur noch scheinbaren Über-Macht der Natur. Der Aufbruch in die im 18. Jahrhundert als Rest-Natur empfundenen Alpen kam im Gipfelsieg zu einem Höhepunkt: Die symbolische Unterwerfung und Besiegung des auf einer archaischen Kulturstufe nur mythisch besetzt wahrzunehmenden Raumes durch den rationalistischen Menschen der Moderne. Die überwundene Höhe ermöglichte die Betonung männlich-bürgerlicher Tugenden wie Mut, Aufstiegs-wille, Beharrlichkeit und Selbstvertrauen und letztlich in einer heroisierenden Wendung die Überhöhung des siegreichen Subjektes. Die Welt lag ihm zu Füßen.“<sup>17</sup>

Auf der Basis beklagter Verluste in der Moderne (Entfremdung, Naturzerstörung, Enttraditionalisierung, Parzellierung des Erlebens) entfaltet sich das Bild der Berge in letzter Zeit nun vermehrt zu jenem der ‚Heilstätte‘. Dies wird als Leitdiskurs insbesondere in den Werken von Reinhold Messner deutlich. Die Alpen werden darin zum Symbol der ‚Weltentrückung‘, eines ‚Zurück zur Natur‘ und zum Mythos einer besseren Welt; sie werden zu einem Raum in dem man von den Verletzungen der Alltagswelt genesen kann. Deutlich tritt der ‚Naturtraum des Kulturbürgers‘ hervor; eine unberührte Natur wird ästhetisiert und – als Gegenpol zur Zivilisation – als herrschaftsfreier Raum entworfen.<sup>18</sup>

Diese kulturelle Idealisierung der Berge bedeutet in beiden Fällen zwangsläufig eine Idealisierung des Subjekts, das den Kampf mit ihnen siegreich beendete beziehungsweise zur Berg-Natur und zur Menschen-Natur ‚zurückkehrte‘. Diese kulturelle Idealisierung zu verstehen und sie in ihrer dialektischen Wirkung auf das moderne Subjekt am Berg zu reflektieren, dazu soll ein kurzer Exkurs in die Bilderwelt dienen, die schon immer Gegenstand der Bergsteigerliteratur war. In der kurzen Analyse wird der Hintergrund deutlich, vor dem das derzeitige Streben der

---

<sup>17</sup> Stremlow (wie Anm. 10), hier S. 144f.

<sup>18</sup> Ebda, S. 85.

der Nervösen und Unruhigen stattfindet. Darauf aufbauend kann in Ansätzen analysiert werden, was in den Basislagern, den Wänden, auf den Graten, Kämmen und Gipfeln um sich greift.

### Der verzauberte Berg

Der moderne Alpinismus formte sich insbesondere in der Zeit zwischen 1870 und 1930 als bürgerlicher heraus. Neben der Eroberung der Gipfel entwickelte er zu diesem Zeitpunkt bereits einen kulturkritischen und zugleich irrationalen Diskurs: er sollte, wie es Dagmar Günther formuliert, die „Zumutungen der modernen urbanen Zivilisation kurieren“.<sup>19</sup> Er befand sich in einem dialektischen Verhältnis von Entzauberung der Natur durch Naturwissenschaft und Technik, exemplarisch zu sehen in der alpinistischen Eroberung als wissenschaftlicher Aufgabe, sowie ihrer partiellen Wiederverzauberung, indem die Berge vielfältig emotional aufgeladen zu fiktiven Gegnern wurden, an denen sich bürgerlicher Individualismus in Duellen auf Leben und Tod ausagieren konnte.

In den Schriften des Deutschen und Österreichischen Alpenvereins (DÖAV) und in zeitgenössischen Bergsteigerberichten entstehen Bilder einer verzauberten Natur, die aber zunächst hinter dem eigentlichen Zweck, hinter Kampf und Eroberung zurücktreten. Der Alpinismus dieser Zeit stellt sich vordergründig in einer Kriegs- und Kampfmetaphorik dar, in der sich der Berg dem unbändigen Willen des starken und mutigen Mannes zu beugen hat.

Doch auch hierzu mussten Berge anthropologisiert, zu starken Gegnern erklärt werden. Durch ihre Belebung erst wurde ihre Verzauberung zur Sehnsuchtslandschaft möglich. Doch dieser zweite Aspekt des bürgerlichen Alpinismus verbarg sich hinter dem eigentlichen Zweck des Bergsteigens, der Eroberung bisher unbestiegener Gipfel. Erst als alle Gipfel erobert und neue Routen nur noch schwer zu finden waren, wandelte sich in unserer Moderne, in der Zeit ab 1970, der zweite Aspekt zum eigentlich entscheidenden. Aus der Eroberungsmythologie des bürgerlichen wurde die Erlebnissteigerung des sportlichen Alpinismus.

Zauber und Sehnsucht, die diesen Alpinismus zu prägen scheinen, waren von Anfang an Bestandteil des Besteigens hoher Berge. Es ist sogar zu

---

<sup>19</sup> Günther, Dagmar: *Alpine Quergänge*. Frankfurt a. M., New York 1996.

vermuten, dass Bergsteigen als kulturelles Muster der Moderne nur in dieser Form überhaupt entstehen konnte. Bergsteigen ist schließlich das Produkt einer selbstreflexiven Moderne, die sich zugleich ihr Anderes schaffen muss, um nicht an ihren eigenen Widersprüchen zu vergehen. Doch dies Andere ist ein kulturell entworfener Zauber ohne eigenen Wert, den die Moderne für ihre eigene Selbstverständigung benötigt. Auf diesem Wege aber wird er Bestandteil von Freizeitkulturen und landet schließlich im modernen Sport.

Der Ausgangspunkt war die Eroberung der Alpen und die Überwindung von Gefahren, doch neben dem Schwierigkeitsalpinismus spielte bereits der Erlebnisalpinismus, der Reiz des Abenteuerlichen und die Liebe zu Schwierigkeiten, von Anfang an eine ebenfalls wesentliche Rolle. Lammer brachte diesen Aspekt des Bergsteigens am deutlichsten zum Ausdruck: „Derartige Stunden sind nicht mit Jahren aus dem Alltagsleben aufzuwiegen, sie sind für kulturmüde Nerven süßer als Morphinium“.<sup>20</sup>

Lammer profiliert sich mit Hilfe der Negativfolie einer als platt und banal erfahrenen bürgerlichen Normalität. Erst die Todesgefahr, die bewusst gesucht wird um das Leben zu spüren, bringt die Erkenntnis, dass es anderes gibt als die Alltäglichkeit im Tal. Das Flachland wird als großstädtische, von utilitaristischem Kalkül, Arbeitsfanatismus und Fortschrittswahn, vom Primat der Ökonomie und der Technik geprägte Zivilisation denunziert und im Akt des Bergsteigens negiert.<sup>21</sup> Lammer bezeichnet sich selbst konsequent als „Fessellosen“, dem es immer wieder gelingt, die eigene Alltäglichkeit zu verlassen, um auf den Bergen seine eigentliche Bestimmung zu finden. Darin taucht schließlich der Begriff des Helden auf. Dieser steht außerhalb der Kontinuität des Alltags, er ist sowohl schicksalsergeben als auch schicksalsüberlegen. Das Schicksal bietet dem Helden Gefahren, die er sucht und überwindet. Die Geburt dieses Helden beschreibt Lammer:

„Wenn einer von den Müden, deren Tausende unter uns wandeln, [...] einmal entdeckt hat, welch unheimlicher Reiz der Gefahr innewohnt, so wird er zuerst vielleicht nur an der passiven Gefahr, an dem prickelnden Hasardspiel um Tod oder Leben Gefallen finden, bald aber wird er sicherlich die weit feineren Genüsse kennen und lieben lernen: die Besiegung der Gefahr durch

---

<sup>20</sup> Lammer zit. lt. Günther (wie Anm. 19), S. 172.

<sup>21</sup> Vgl. Günther (wie Anm. 19), S. 174.

eigene Kraft, eigene Erfahrung, eigene Geistesgegenwart, intelligente Kombination, nimmer ruhende Ausdauer und viele andere Seiten seines Ichs.<sup>422</sup>

Der Held ist wach, er stellt sich Gefahren und überwindet sie, er findet sich und erweitert sein eigenes Ich. Gezeichnet wird das Bild eines exklusiven und extremen Individualismus; gezeichnet wird das Bild einer aus der Masse herausragenden Männlichkeit. Ehre und Ruhm, als bürgerliche Muster des starken Mannes, sind jenen vorbehalten, die sich unerschrocken den Gefahren stellen, sie förmlich suchen. Das Duell als bürgerliche Form der Wiederherstellung von Ehre und sozialer Identität, als Ausweis des Individualismus und der Männlichkeit, wird auf die Berge verlagert, in eine zivilisationsferne Natur, wo das wahre Ich des Helden noch zum Vorschein kommen kann, im bedingungslosen Kampf mit urzeitlichen Gefahren und in der Nähe des Todes. In diesem Kampf, im Duell mit einem personifizierten Gegner, dem Berg, wird der Held real.

Mit der Etablierung des Helden in einer zivilisationsfernen Natur werden zugleich Gesundheit und Körper betont. Nur ein gesunder Körper ist fähig zu geistigen, moralischen und körperlichen Höchstleistungen am Berg. Zugleich aber gesundet der zivilisationsgeschädigte Körper am Berg und wird wieder zu dem, was ihm am Schreibtisch abhanden gekommen ist: ein starker und gestählter, aufrechter und kampfbereiter Körper zu sein. Die Männerphantasien, die darin anklingen, sollen nicht weiter verfolgt werden, es geht hier ja vor allem um den Erlebnischarakter.

Dieser Aspekt, das Andere der Eroberung, ist im bürgerlichen Alpinismus bereits mitgedacht. Bergsteigen als Facette von Zivilisationskritik, eines radikalen Individualismus und aufgeladen mit dem Topos des Helden, der in Bergeinsamkeit zu sich findet, ist als kulturelles Bild entworfen. Als solches begleitet es das Bergsteigen in die Ära der Eroberung der höchsten Gipfel dieser Welt und in die Zeit nach deren Eroberung, also in jene Zeit, etwa seit Ende der 1970er Jahre, da sich der Erlebnisalpinismus ganz allmählich durchzusetzen beginnt. Was vorher lediglich einen Aspekt ausmachte, wird nun zum einzigen Bestimmungsgrund des Kletterns auf die höchsten Berge. Die darin eingelagerten, kulturell tradierten Bilder des Helden und der Natur als einer Heilstätte treten nun in neuer Form und Verpackung hervor.

---

<sup>22</sup> Lammer zit. lt. Günther (wie Anm. 19), S. 175.

Reinhold Messner hat diesen Wandel stellvertretend für viele auf den Begriff gebracht: „Früher ging es um die Eroberung des Gipfels, mir geht es um ein Abenteuer zur geistigen und moralischen Selbstprüfung. So erreiche ich ein neues Mass meiner selbst.“<sup>23</sup> Damit steht nun nicht mehr der Berg im Vordergrund, sondern der Mensch mit seinen Schwächen wie mit seinen Stärken: „der Mensch, wie er sich nur im Grenzbereich erlebt, an hohen Bergen etwa oder in der Einsamkeit in der Höhe“.<sup>24</sup> Der junge Messner hat die implizite Hommage an das Subjekt als Helden und zugleich an eine zivilisationsferne Natur in überwältigender Klarheit ausgedrückt:

„Die Berge können uns mehr geben. Viel mehr. Sie können uns von der Angst vor dem Leben heilen, sie können aus uns Nummern wieder Menschen machen (für kurze Zeit oder auch für immer). Sie können uns aus diesem tierisch ernsten Leben zwischen dem Gestänge unpersönlicher Fabrikgebäude emporheben. Sie lassen uns an die Hilfsbereitschaft der anderen wieder glauben. Sie zeigen uns ein Leben, für das die Technik keine Zeit läßt, und sie stürzen uns in Wirrmis von Schwierigkeiten, durch deren Mitte wir uns wie Abenteurer durchschlagen. Sie stecken Kraft in unseren verhockten Körper und sparen uns die meisten Krankheiten. Sie lehren uns warten.“<sup>25</sup>

Der von Messner propagierte Individualismus, seine Vorstellungen des Subjekts als Held und der reinen Natur, zivilisationskritisch entfaltet, sind in letzter Zeit im Verschwinden begriffen. Der kommerzielle, im großen Stil organisierte geführte Tourismus auf die höchsten Berge macht ihm deswegen Angst – und nicht nur ihm. Auch Sir Edmund Hillary beklagt die Massen auf den Gipfeln. Beide kritisieren, dass die Berge zu Müllkippen werden und heute nahezu jeder, wenn er genügend Geld hat, auf den Everest kann. Statt dessen fordert Messner seit Jahren schon ein „Zurück zu den Wurzeln“. Man solle wieder „by fair means“ auf den Berg steigen – das heißt, sein Ziel ohne Sauerstoff, ohne jegliche Hilfsmittel wie Leitern und so weiter, ohne Belagerungsstrategie und ohne Führer erreichen.

Dieses ‚Zurück‘ ist von der Hoffnung geprägt den ‚alten Helden‘ wiedererstehen zu lassen. Der Held am Everest und anderswo ist heute nämlich nicht mehr das besondere und einzigartig befähigte Subjekt, wie es der

---

<sup>23</sup> Messner zit. It. Siegrist (wie Anm. 11), S. 362.

<sup>24</sup> Messner, Reinhold: Everest. Expedition zum Endpunkt. Frankfurt a. M. 1979, S. 58.

<sup>25</sup> Ebda, S. 10.

bürgerliche Alpinismus noch als konkretes Bild entwarf und wie es Messner und anderen als Vorbild erschien. Der moderne Alpinist, der auf dem Everest steht, ist meistens ein Jedermann. Er oder Sie ist ein popularisierter Held, ein massenhafter Held, der nur noch Aufsehen erregt, wenn es etwas wirklich Besonderes an ihm gibt. Die Feier dieses Helden findet nur noch in privaten und kleinen Kreisen statt. Er ist eben ein Held der Lebensstilgesellschaft, der über Moden gemacht und nur in diesen speziellen Zirkeln seinen Wert hat.

Die Exklusivität, die den bürgerlichen Individualismus prägte, macht einem massenhaften Individualismus Platz, der sich in der selbstreflexiven Moderne massenhaft ausgebreitet hat. Aus tradierten Bindungen gelöste Menschen suchen ihre Identität vermehrt in Grenzbereichen menschlicher Existenz. Hierzu gehören bestimmte Formen des Outdoor-Sports. So aber wird das extreme Bergsteigen zu einem Ausdruck eines modernen Individualismus, der sich im Sport ein Feld schafft, in dem sich Erleben, Abenteuer, Suche nach dem eigenen Ich und ein Hauch von Freiheit, von Befreiung aus alltäglichen Zwängen, vorübergehend darstellen kann.

Der moderne Tourismus, als Sporttourismus, befördert und bedient genau diese Bedürfnisse. Dabei geraten Orte wie der Himalaya für jene ins Blickfeld, die eben mehr als nur einen Hauch von Gefahr und wilder Natur suchen. Genau so wird es medial vermittelt. Eine kurze Rekonstruktion der neuerlichen Sensationen auf dem höchsten Gipfel soll dies reflektieren und somit zu einer abschließenden Bewertung überleiten.

### Die Popularisierung des Helden

Im Mai 1996 passierte am Mount Everest eine Katastrophe: bei einer kommerziell organisierten Besteigung verloren zwölf Menschen ihr Leben. Der Journalist Jon Krakauer, der den Gipfel erreicht und das Desaster überlebt hatte, schrieb darüber das Buch, „Into Thin Air“<sup>26</sup>, das sich als Bestseller entpuppte. Ein Dokumentarfilm über den Mount Everest, der zur Zeit des Unglücks gedreht wurde, läuft seit Jahren und erhält ungebrochene Resonanz.

---

<sup>26</sup> Vgl. Krakauer (wie Anm. 4).

Die mediale Aufbereitung der Katastrophe hat den kommerziellen Mount Everest-Tourismus erst richtig bekannt gemacht. So titelte unter anderen die Zeitschrift „GEO“ anlässlich des Erscheinens von Jon Krakauers Werk: „Wahnsinn auf höchstem Niveau“.<sup>27</sup> Dann wird die Maßlosigkeit beschrieben, mit der ehrgeizige Kunden für ein sattes Honorar von professionellen Bergsteigern regelrecht auf den Gipfel gezogen und gezerrt werden. Doch diese Maßlosigkeit stößt offensichtlich auf breites Interesse.

Der Büchermarkt wird derzeit von alten und neuen Beschreibungen der großen Bergtouren regelrecht überschüttet. Reinhold Messner gibt mit anderen zusammen etwa die Schriften Eugen Guido Lammers oder Hermann Buhls heraus. Die erste Deutsche auf dem Mount Everest, Helga Hengge, landete wie erwähnt mit einem sehr emotionalen Buch über diese Besteigung mittlerweile ebenfalls einen medialen Erfolg, der ihr unter anderem mehrere Auftritte in Talkshows bescherte.

Im Internet finden sich zum Beispiel unter „www.bergsteigen.de“, unter „www.indmount.com“ oder über die Homepage des Deutschen Alpenvereins<sup>28</sup> zahlreiche Informationen, Berichte, Analysen und auch Angebote für geführte Touren. Die öffentliche Debatte um Irvine und Mallory, die in den 1920er Jahren möglicherweise bereits den Gipfel des Everest erreicht hatten aber leider nie zurückkehrten, wurde durch den phänomenalen Fund von Mallorys Leiche zusätzlich angeheizt.

Extrembergsteigen boomt, ständig werden neue Rekorde aufgestellt, die Berge sind immer mehr Aufmarschgebiet der Erlebnis- und Abenteuerhungrigen, eben der Nervösen und Unruhigen. Doch was passiert dort wirklich? Ich will aus kultursoziologischer Sicht eine mögliche Antwort andeuten.

Wer die Homepage von Reinhold Messner besucht wird zum Einstieg mit dem kernigen Satz konfrontiert „Ich bin was ich tue“.<sup>29</sup> Diese kurze Message birgt ein Weltbild: Nicht mehr das Denken (*cogito ergo sum*) steht für das Bild des Menschen sondern sein Handeln, sein Tun, seine Aktionen, sein Körper. Erst durch seine Grenzgänge, die er in aller

---

<sup>27</sup> Geo Magazin, März 1998, Nr. 3, S. 1-7 oder [http://www.geo.de/themen/expedition/mount\\_everest.me1.html](http://www.geo.de/themen/expedition/mount_everest.me1.html), Zugriff 30. 7. 2001.

<sup>28</sup> <http://www.alpenverein.de>

<sup>29</sup> [www.reinhold-messner.de](http://www.reinhold-messner.de), Zugriff 30. 7. 2001.

Klarheit auf weiteren Seiten beschreibt, wurde Reinhold Messner, der Extreme unter den Extremen, ein Vorbild für viele, zu einer Persönlichkeit, erst so gewann er seine Identität. Dabei stilisiert er sich selbst zu einem modernen Helden, der in einer sich auflösenden und neu konfigurierenden Moderne, die ihre eigenen Grundlagen verändert, den bürgerlichen Individualismus neu betont. Parallel dazu hebt er das Besondere und Eigenartige außergewöhnlich mutiger und begabter Menschen hervor. Und er weist darauf hin, dass man in der modernen Risikogesellschaft mit ihrem Zwang zur Selbstgestaltung der Biografie nur durch konkretes Handeln zu sich selber finden könne.

„Ich bin was ich tue“ meint neben der mitschwingenden Exklusivität des bürgerlichen Helden vor allem: ich finde über ein spezifisches Handeln zu einer Identität, die sowohl das Besondere meiner Person betont, die mich aber sogleich in neue Moden einbindet, mir neue soziale Kontexte erschließt und errichtet, in denen gerade das angeblich Besondere meiner Identität, jenseits traditionaler Gefüge in scheinbar frei gewählten Strukturen, Lebensstilen eben, bestätigt wird.

Das ‚Heldische‘ von Reinhold Messner wird in vielen geführten Touren auf den Everest und auf andere hohe Berge, möglicherweise sogar in den eher bescheidenen und unzähligen Touren des nicht-extremen Bergsteigens, popularisiert. Diese Popularisierung des Helden ist eine Collage aus Bildern der Eroberung des Gipfels, der Wiederherstellung der individuellen Ehre im Duell, des bürgerlichen Individualismus und des modernen Bergsports als Erlebnis- und Abenteuerismus. Die „Stylinggesellschaft“ bastelt sich hier ein neues Element, das vielfältig alte Muster durch neue erweitert. Doch erst die Tradition des Bergsteigens als Duell und als Gipfel des bürgerlichen Individualismus eröffnet diesen Kontext.

Die Herausforderungen, die in den Bergen als kulturell konstruierten Sehnsuchtslandschaften liegen, sind dabei zugleich Identitätsangebote an jene Subjekte, die jenseits traditionaler, sich auflösender Strukturen neue Muster suchen, die ihnen – unter anderem durch Moden – ermöglichen, sie selbst zu sein. Die kulturelle Idealisierung der Berge bedeutet zwangsläufig eine Bestätigung und Idealisierung des Subjekts, das den Kampf mit ihnen siegreich beendete. Aus dieser Herausforderung wächst erst die Authentizität eigener Macht, die zur Vergewisserung des Selbst führt.

Reinhold Messner hat dies, stellvertretend für viele, zum Ausdruck gebracht:

„Das Höhenbergsteigen erfordert eine ganze Reihe von Fertigkeiten, Kenntnissen und Erfindungsgaben. Je höher man kommt, desto mehr wird man sich selbst zum Problem. Die Fähigkeit, auch Probleme dieser Art zu lösen, ist es, die den guten Bergsteiger ausmacht. Ich sehe den Nutzen des Bergsteigens nicht in der Weiterentwicklung der technischen Grundlagen, sondern darin, daß Instinkte und Fertigkeiten des Menschen sich erweitern.“<sup>30</sup>

Dieser Kampf um die eigene Gewissheit ist eine Auseinandersetzung auf hohem Niveau, bei dem Berge als imaginäre Gegner dienen. Das steht in einem engen Zusammenhang mit identitätstheoretischen Überlegungen, in denen das Erleben im Sport und in der Freizeit generell als „Vergewisserungsritual“ diskutiert wird. Hans Albrecht Hartmann sieht in den modernen Erlebnissportarten, den „Thrilling fields“ und den „Outdoor activities“, im Durcharbeiten des Risikos Vergewisserungsrituale für eine individualisierte Identität.<sup>31</sup> In diesen Ritualen wird über die Dramatik des Risikos und des Erlebens sowie dessen nachträglicher Inszenierung als Tragik und Heil zugleich ein Heilsversprechen realisiert, das der Veredelung des Menschen dient, wie es dem Bergsteigen in seiner Tradition schon immer immanent war. Dadurch aber erwächst erst jene Gewissheit ein besonders befähigtes und ehrenvolles Subjekt zu sein.

Der moderne Sport und das Bergsteigen gehen eine interessante Verbindung ein. Ist doch der Sport jener Bereich des modernen Alltagslebens, in dem schon seit Jahren immer wieder Natur-, Körper- und Gesundheitsdiskurse, mitunter sogar mit antizivilisatorischem Gehalt, auftreten und durch ihn gefördert werden. Auch der Sport lebt von Helden und deren Popularisierung im Breitensport. Der Breitensport generiert seine Faszination aus der Bewältigung selbst gestellter Herausforderungen.

Der Sport konstruiert eine Eigenwelt, in der Natur, Körper, Gesundheit und das religiöse Ritual besonders betont werden. Er lebt vom utopischen Charakter, von Träumen und Wünschen, die im Alltag nicht umsetzbar scheinen. Das Besondere des Subjekts erfährt in individualisierten Leistungskategorien und einer Verallgemeinerung des Rekords zu einem

---

<sup>30</sup> Messner, Reinhold: Everest Solo. Frankfurt a. M. 2000, S. 197f.

<sup>31</sup> Hartmann, Hans A.: The thrilling fields oder: „Bis ans Ende – und dann noch weiter“. Über extreme Outdoor Activities. In: Hartmann, Hans A., Rolf Haubl (Hg.): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Opladen, Wiesbaden 1998, S. 67-94.

persönlichen eine spezielle Wertigkeit. Oftmals entsteht eine – allerdings zeitlich eng befristete Welt – voller Mythen und Zauber.

Der Sport ist ein Anderes der Moderne, und dabei ist er nichts anderes als ihr Produkt; ein kultureller Entwurf, der zudem geschickt vermarktet zu einem Geschäft wird. Die Herausforderungen die er bietet, sind moderne Wege zur Selbstvergewisserung individualisierter und ‚entbetteter‘ Subjekte. Die Selbstvergewisserung am Berg ist als modernes Ritual zu verstehen, das auf historischen Idealen aufbaut: der ganze Kerl, der Kampf mit ‚dem Bastard‘, die reine Natur. Das Ritual speist sich aus dem Bild der Berge und aus der Geschichte des Kampfes um den Gipfel, es nährt sich am kulturellem Muster des Duells dessen wichtigste Implikationen Unversehrtheit und Ehre darstellten.

Die Bergtouren am Everest und anderswo beleben diese tradierten Formen neu und knüpfen zugleich an Bilder der erhabenen Berge und der reinen Natur an. Die Gewinner dieser Touren werden dabei, in ihren eigenen Augen, zu außergewöhnlichen Menschen, zu Individuen, die aus der standardisierten Masse ausbrechen:

„Wenn wir hinaufsteigen auf einen der Hochgipfel, so ist in uns der Wille, aus Maschinen, zu denen uns eine mechanisierte Welt zu machen droht, wieder Menschen zu werden [...] Und wenn dann vom Gipfel unser Blick in die unendliche Weite fliegt, dann spüren auch wir den Atem der Ewigkeit auf dem Thron der Götter.“<sup>32</sup>

Die Popularisierung des Helden im Kampf mit dem Berg, im Kampf eines einsamen Menschen mit übermächtigen Naturgewalten, scheint die Suche nach Selbsterfahrung, Narzissmus und Identität herausragend zu befördern. Dabei werden alle zu Helden, auch wenn sie getragen werden. Entscheidend ist: Sie waren oben, sie waren dabei, und sie kamen lebend wieder in das Basislager zurück.

Der popularisierte Held wird erst möglich durch die massenhafte Verbreitung seines Ideals in den Büchern der wirklichen Helden. Krakauers Buch, die Bücher von Messner, Kammerlander oder von Hengge, aber auch die schon früher publizierten Werke berühmter Bergsteiger produzieren das Bergerlebnis als einen kulturellen Entwurf. Sie bedienen und befördern damit Wünsche und Touren. Nach außen getragen, verdichten

---

<sup>32</sup> Ziak, Karl: Der Mensch und die Berge. Eine Weltgeschichte des Alpinismus. Salzburg 1981, S. 285.

sich diese Erlebnisse zu wahrhaften Erfahrungen einer jeweils besonderen Persönlichkeit. Eine Diskursanalyse der solcherart transportierten kulturellen Bilder, die ich hier andeute, zeigt, dass das immanent Andere der Moderne, ihr notwendiger und von ihr selbst erzeugter Gegenentwurf, offensichtlich nur als Spektakel möglich ist.

#### Ausstiege

Es gibt in diesem kulturell konstruierten Zauber aber noch eine andere Dimension, eine ‚weitere Realität‘, die den Zauber bricht und zunächst nur betroffen macht und Fragen aufwirft. Ich möchte sie abschließend andeuten:

In den letzten Tagen des Mai in diesem Jahr 2001 wurde eine Expedition am Mount Everest zu einer Rettungsaktion für andere Bergsteiger. Das ist an sich nichts Besonderes, es kommt immer wieder vor. Während dieser Rettungsaktion, bei der es um zwei auf 8.700 Metern völlig entkräftete und fast blinde Bergsteiger ging, ereignete sich Folgendes: zwei andere aufsteigende Bergsteiger erreichten die Gruppe der Retter und der Gefährdeten und lehnten es ab bei der Rettung zu helfen, obwohl dies auf Grund der großen Schwierigkeiten in dieser Höhe notwendig gewesen wäre. Die beiden marschierten statt dessen weiter zum Gipfel. Die Retter stiegen unter schwierigsten Bedingungen mit den Schwerkranken ab. Nachmittags wurden sie wieder von den beiden Alpinisten auf dem Rückweg überholt, die erneut jede Hilfe verweigerten.

Man kann es immer wieder einmal lesen: Oberhalb von 8.000 Metern ist kein Ort, an dem Menschen glauben, sich so etwas wie Moral leisten zu können. Verflüssigt sich, so wäre zu fragen, auf den höchsten Gipfeln der Welt das Soziale der Gesellschaft, gehen hier Werte und Moral verloren, wird hier der Einzelgänger zum Einzelkämpfer, der nur noch für sich lebt und stirbt? Zeigt sich im modernen Spektakel eine Entwicklung, in der Mitmenschen in ihrem Wert bedeutungslos werden? Der bürgerliche Individualismus eines Eugen Guido Lammer, auch der eines Hermann Buhl oder eines Carl Diemberger, kannte zumindest noch die Idee der Kameradschaft und der Hilfe.



Gerlinde Haid, Wien

## Events mit Volksmusik

Als vor einigen Jahren meine anglophile Assistentin zum erstenmal von einem Event sprach, sagte ich nichts und dachte mir meinen Teil. Inzwischen ist das neue Wort fixer Bestandteil unseres Wortschatzes geworden. Was ist passiert? Ein deutsches Vokabel „Ereignis“ ist durch ein englisches „Event“ ersetzt worden und fühlt sich augenscheinlich pudelwohl in dem Sammelsurium französisch-, lateinisch- und sonstwie stämmiger Ausdrücke, die wir täglich verwenden.

Wenn es aber nur das wäre, würde es sich nicht lohnen, mehr als ein paar Worte, welcher Herkunft auch immer, darüber zu verlieren. Aber es ist, wie stets, wenn sich Sprache verändert, nicht nur das. Der Ausdruck Event zielt auf einen neuen Sachverhalt der Veranstaltungskultur, und zwar keineswegs allein der Unterhaltungsbranche. Es geht um eine – im Grunde gar nicht so neue – Vision, die besagt: weg vom bloßen Herzeigen und Vorführen, hin zum Erlebnis. Kulturveranstalter reagieren damit nicht nur auf die Bedürfnisse einer immer verwöhnter werdenden „Spaßgesellschaft“, sondern auch auf die durchaus ernst zu nehmende Sehnsucht vieler Menschen nach dichter, direkter, alle Sinne ansprechender Kommunikation. Man bemerkt das beispielsweise bei der Musik, auch bei der sogenannten ‚ernsten‘, die dem Publikum jetzt immer öfter in Form von Festivals dargeboten wird. Das ist eine Reaktion auf die Rituale des bürgerlichen Konzertlebens der letzten 250 Jahre, in der viele das gesamthafte Erlebnis nicht mehr finden, das sie erwarten. „Das Festival ist zur idealen Veranstaltungsform für das Leben in postbürgerlicher Zeit geworden“, stellt Claus Spahn in der „Zeit“ vom 26. Juli 2001 fest, nicht ohne zu bemerken, dass der Zwang zum „zwanglosen Kulturkonsum“ auch schon wieder eine Art Terror sein kann. „All die rustikalen Picknickkörbe, die beim Open-Air-Konzert mitgeführt werden, die sommerlichen Sektempfänge und romantischen Candlelight-Inszenierungen,

kurz: die ganze hochgezwirbelte Erlebniskulinarik hat auch etwas Peinigendes, Konzentration Behinderndes.“<sup>1</sup>

Wie dem auch sei, für die Volksmusik stellt sich die Situation etwas anders dar. Ihre Aufführungspraxis hat, wo sie in überlieferten Formen existiert, nicht den Ballast eines erstarrten Konzertbetriebes mitzutragen, sondern hat im Gegenteil viele unkonventionelle Veranstaltungsformen anzubieten. Freilich gibt es Volksmusik inzwischen auch, oder sogar vor allem, konzertant dargeboten. Aber überall, wo sie noch ‚Sitz im Leben‘ hat, kann man beobachten, dass ihr ein gewisser Event-Charakter von vornherein mitgegeben ist. Ob es sich um Aufspielen und Tanzen zu verschiedensten Festlichkeiten handelt, um geistliches Singen bei Wallfahrten und Andachten, oder um die Gstanzln eines Hochzeitladers – diese Musik erklingt nie allein zum ästhetischen Selbstzweck, sondern transportiert vieles mit: die Gegend, den Anlass, den Brauch, den kommunikativen, gesellschaftlichen, erotischen, religiösen Inhalt. Damit schafft sie einen symbolischen Rahmen, den rein konzertante Darbietungen nie erreichen können. Deshalb ist es wohl kein Zufall, dass Volksmusik, oder vielmehr: volksmusikalische Aufführungspraktiken und Veranstaltungsmuster bei einem erlebniswilligen Publikum mehr und mehr gefragt sind. Musik an besonderen Orten und in besonderen Inszenierungen, die auch Unerwartetes zulassen, die vor allem von den Zuhörern ein Sich-Einlassen besonderer Art verlangen und Gemeinschaftserlebnisse stimulieren, all das kennen wir aus der Volksmusikpraxis. Im Event leben solche Formen auf, auch wenn sie keine andere Funktion mehr haben, als die genussvoll-synästhetische Aufbereitung eines Freizeitvergnügens.

Event und Volksmusik – dieses Thema birgt also viele Aspekte. Ich möchte im Folgenden Beispiele aufzeigen, wo aktuell in verschiedensten Zusammenhängen Qualitäten genutzt werden, die wir von der Volksmusik kennen: Bezug auf Natur und Jahreszeiten, auf Heimat, Gemeinschaftlichkeit und andere traditionelle Werte. Nicht immer wird dann auch tatsächlich an musikalische Traditionen angeknüpft. Es sind oft mehr die Programmhefte und der äußere Schein, wie Trachtenaccessoires, Lustigkeit oder Innigkeit, die die Assoziationen zur Volksmusik wecken. Vielfach werden aber auch wirklich Volksmusikgruppen einge-

---

<sup>1</sup> Spahn, Claus: Der zwanglose Kunstkonsum. In: Die Zeit, Nr. 31, 26. 7. 2001, S. 29.

baut, Gemeinschaftsgesänge erklingen, alte Lieder werden neu getextet. Die ‚Erlebniswelt Volkskultur‘ gibt es auf dem musikalischen Sektor in vielen Facetten. Meine Beispiele stammen einerseits aus dem Salzkammergut, andererseits aus der Wiener und steirischen Musikantenszene und haben keineswegs den Anspruch eines systematischen Überblicks. Sie sollen auf verschiedene Aspekte des Tagungsthemas in Zusammenhang mit Volksmusik im weitesten Sinn hinweisen.

### Events der Kulturindustrie

Dafür wurde der Begriff ‚Event‘ geschaffen: für die Vermarktung von Musik in den großen, spektakulären Events der Kulturindustrie. Sie passiert ausschließlich auf der Schiene populärer Kommerzmusik, wobei Folklore meist ein wichtiger Teil ist, und bringt nicht wirklich neue Veranstaltungsmuster für die Musiker (das heißt, es werden nach wie vor Konzerte gegeben), wohl aber fürs Publikum den Reiz neuer, möglichst extremer Orte und außergewöhnlicher Inszenierungen. Dass sich auch oder gerade in solchen Veranstaltungen, die ausschließlich auf massenkulturelle Vermarktung ausgerichtet sind, der Bezug aufs Lokale, Historische, Kulturelle findet, mag nur auf den ersten Blick überraschen. Wie Konrad Köstlin wiederholt festgestellt hat, verschwivert sich Volkskultur ganz ausdrücklich mit der Moderne.

„Sie ist genau besehen die modernste Kultur, die sich denken läßt, weil sie mit der Verheißung auftritt, die zentralen Merkmale der Identität zu liefern. Sie will nämlich vielfältig, unterscheidbar, für alle zugänglich und gleichzeitig identitätsproduktiv sein. Sie gilt – und das ist die derzeitige Deutung – als die bessere Kultur, als authentisch, als gerecht und vielleicht sogar demokratisch. Gleichzeitig gibt sie sich als die Kultur, die sich dem Weltprozeß entgegenzustellen scheint, obwohl sie in dieser Façon dessen Geschwister ist. Die Faszination, die Volkskultur auslöst, kann auf diese Weise nur vor dem Horizont des Weltprozesses erlebt werden. Sie bleibt aber gerade als Kultur des Besonderen ein Produkt der Massenkultur.“<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Köstlin, Konrad: Volkskultur als Ressource. In: Protokoll „Bevölkerung und Kultur“ zur Alpenkonvention. Erstellt vom Institut für Volkskultur und Kulturentwicklung in Zusammenarbeit mit Pro Vita Alpina – Alpenakademie. Manuskript, Innsbruck 2000, S. 16-17, hier S. 17.

Wenn man die Homepage der Alpen Party Austria, die am ersten Juliwochenende 2001 ‚über die Bühne‘ ging, nach ihrem Bezug aufs Lokale und Historische befragt, wird man in reichem Maße fündig.

„Ein Konzert? Nein! Ein Erlebnis für die ganze Familie. Mit der Alpen Party Austria soll erstmalig ein Konzept umgesetzt werden, welches es bisher nur bei Jahrmärkten oder am Münchner Oktoberfest gab: Eine Veranstaltung für die ganze Familie! ... Zu Traumpreisen treffen Sie sich in einer Traumregion zum Traumereignis.“

Die Alpen, Austria, der Jahrmarkt, das Münchner Oktoberfest, aber selbstverständlich auch die Familie und die fairen Preise sind eindeutige Hinweise auf die ‚bessere Kultur‘, die lokalisierbar, unterscheidbar, identitätsproduktiv und demokratisch ist. Nur wer nicht weiß, dass der Österreich-Ring von der Steirischen Landesregierung gekauft wurde und nun professionell mit Leben erfüllt werden muss, wundert sich über den Ort:

„Das Ereignis findet auf einer der schönsten Rennstrecken der Welt, am A1 Ring statt. Die einzigartige Lage, die hervorragende Infrastruktur und das weite Raumangebot machen diesen Ort nicht nur für Motorsport-Fans interessant, sondern bieten auch die idealen Voraussetzungen für die Alpen Party Austria.“

Über fünfzig Stars der Pop-, Schlager- und Volksmusik-Hitparade treten auf; zwischen den ‚Acts‘ gibt es frei wählbare Vergnügungen wie Kartrennen, Bungeejumping, Fußball-Schusswand, Schnapsmeisterschaft, Mountainbike-Rennen, Schießbuden und so weiter. Und auch den Termin hat man sorgfältig gewählt: Schulschluss. Die Freitag Abend-Party ist den SchülerInnen gewidmet und steht im Zeichen der wiedergewonnenen Freiheit. „Fair play“ ist im Logo der Veranstaltung zu lesen, damit sind die fairen Preise gemeint, und das Maskottchen, nach längerem Hinsehen als Kätzchen deutbar, unterscheidet sich deutlich von Moiks Fernsehwasl. Und warum dieses ganze Event, wird in einem Vers angemerkt:

„Sage es mir,  
und ich werde es vergessen.  
Zeige es mir,  
und ich werde es mir merken.  
Lass' es mich erleben,  
und ich werde es verstehen!“<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <http://www.alpenparty.at>, Zugriff 14. 6. 2001.

Auch wenn nicht verraten wird, ob es sich bei diesem Spruch um eine chinesische, indianische oder abendländische Weisheit handelt, soviel ist klar: wer die Veranstaltung besucht, wird bereichert nach Hause kommen, neu angebunden an die Weisheit der Väter.

Es gibt zweifellos viele Events, die mit weniger Phantasie vorbereitet werden. Was gleich bleibt, ist die Massenhaftigkeit des Publikums, das professionelle Marketing, die starke Präsenz in den Medien, die Anziehungskraft bekannter Stars. Oft ergibt sich der Unterhaltungswert nicht zuletzt daraus, dass die Grenzen des Möglichen angegangen und die Grenzen des Normalen jedenfalls überschritten werden, manchmal auch jene des Erlaubten oder Opportunen. Events sind stimulierend wegen der Hingabe und Risikobereitschaft, die sie verlangen: Stau bei der Anreise, Massenpanik beim Ausgang, Minusgrade nachts am Gletscher, 30 Grad im Schatten beim Open-Air der Zillertaler Schürzenjäger, strömender Regen ein andermal anderswo. Die Qualität des Gebotenen ist dann womöglich zweitrangig. Aber freilich: nur wegen der 30 Grad im Schatten würde man auch nicht ins Zillertal fahren. Was ist die Rolle der Folklore in dem Zusammenhang? Sicher das gezielte Ansprechen einer älteren, mittelständischen Käufer- und Konsumentenschicht. Wir haben es hier zu tun mit jenem marktwirtschaftlichen Prozess, durch den Kulturwaren so vermarktet werden, wie dies den Anbietern nützt. Der ‚Event‘-Charakter erhöht den Spaß, ist also Teil jener aggressiven Dynamik, mit der dieser Markt erobert wird.<sup>4</sup>

### Cross over mit Volksmusik

Events sind aber beileibe nicht auf kommerzielle Veranstaltungen beschränkt. Auch dort, wo sich Teilkulturen bewusst verweigern und ihre Würde und Autonomie bewahren, also zum Beispiel in zahlreichen Folk- oder Rockszenen, schreitet die ‚Eventisierung‘ fort. Mit dieser zeitgemäßen, ansprechenden Veranstaltungsform geht es in dieser Szene weniger darum, Geld hereinzuspielen, sondern mehr um die Vermittlung von Botschaften. Treibende Kräfte sind Künstler, Kulturaktivisten, Volksmusi-

---

<sup>4</sup> Kramer, Dieter: Marktstruktur und Kulturprozeß. Überlegungen zum Verhältnis von Kultur und kapitalistischer Gesellschaft. In: Jeggler, Utz u. a. (Hg.): *Volkskultur in der Moderne. Probleme und Perspektiven empirischer Kulturforschung*. Reinbek bei Hamburg, 1986, S. 37-53, hier S. 41.

kanten. Sie sitzen in aller Regel am Land und wollen etwas bewegen. Das Cross-Over, also der Mix verschiedener Stile bei ein und demselben Event ist zu einer beliebten Möglichkeit geworden, künstlerischen Mehrwert zu erzielen. Cross-Over signalisiert Brüche und fordert daher zur Synthese auf. Volksmusikanten im Cross-Over gehen ein Risiko ein. Sie spielen für ein Publikum, das nicht ihres ist, und sie springen über ihren Schatten, indem sie gemeinsam mit Künstlern auftreten, die bis vor nicht allzu langer Zeit zu den Feindbildern gehört haben: Avantgarde, Pop- und Rockmusik. Sie tun es im Sinne bewusster Gesellschaftskritik.

Wenn die Hochtraxlecker Sprungschanzenmusi aus Bad Ischl die Gruppe Simentera aus Kap Verde zu einer Session auf den Siriuskogel einlädt, setzt sie ein Signal in Richtung Völkerverständigung, das umso eindrucksvoller ist, als es aus einer Position starker lokaler und historischer Verankerung kommt.<sup>5</sup> Verankert ist man am Kogl wie auch in der Tradition. Die Hochtraxlecker Sprungschanzenmusi ist eine Geigenmusik mit dem traditionellen Repertoire des Salzkammergutes und sogar einem geigenden Gewährsmann in ihrer Mitte. Die gleiche Musik hat am 29. Dezember 2000 im Kurpark Altaussee beim Winter Open Air der Rockgruppe Rauhacht teilgenommen, quasi als Vorgruppe, unter dem Motto „Dumpa is“<sup>6</sup>. Dazu gehört Mut und warme Kleidung; der Einsatz wurde durch viel Beifall belohnt. Die Gruppe Rauhacht heizte mit Liedern wie „Da Teufl schlaft nit“ den dick verummten Zuhörern ein, hatte zum Titel „Dumpa is“ ein Wortspiel mit ‚Dump‘ und ‚Lump‘ parat und brachte das Publikum sogar zum Tanzen, Paschen und Springen. Das Gelände war, so die Lokalzeitung, mittels Lichtdesign in einen „raunächtlich-mystischen Ort“ verwandelt worden. Die Rauhacht, von der Volkskunde unzureichend, weil widersprüchlich, erklärt, von den Leuten am liebsten im Sinne der Nähe winterlicher Geistwesen gedeutet (was ja dann schließlich auch eine Art von Wahrheit ist) sorgte wohl für mystische Eintiefung und beziehungsvolle Verortung. Man kann sich das sehr gut vorstellen: In diesem mittwinterlichen Assoziationsfeld scheint das Wum-Wum der Bässe plötzlich aus dem Inneren der Erde zu dringen, und irgendwo sitzt Frau Percht, spinnt den Strom für die Verstärkeranlagen und sieht zu, dass die Kabel nicht reißen. Auf eine neue Art passt

---

<sup>5</sup> Salzkammergut-Zeitung, 26. 8. 1999, S. 17 und S. 20.

<sup>6</sup> Bad Ischler Rundschau, 28. 12. 2000, S. 9 und Salzkammergut-Rundschau, 4. 1. 2001, S. 16.

alles wieder irgendwie zusammen, auch mit dem Fremdkörper Volksmusik. Minus mal minus gibt plus: die falsche Musik am falschen Ort, mit Überzeugung gespielt, ist immer gut. Sie macht die Spannung zur Lust, indem sie beharrlich, beziehungsvoll und variantenreich auf ihr besteht. Wenn die Hochtraxlecker Sprungschanzenmusi auf traditionelle Pfeiferstücke zurückgreift und diese – wie für die Schützentänze einst üblich – mit einer Trommel im 5/8-Takt begleitet, passt sie sich ihren Hörern an. Sie probiert den Spagat zwischen dem Reiz des Traditionellen und den rhythmischen Effekten, wie sie ein modernes Publikum gewöhnt ist, im Sinne „leicht lesbarer Fremdheit“<sup>7</sup>.

Man fragt sich freilich, ob in Rahmen eines Rockkonzertes eine Volksmusikgruppe tatsächlich autonom zur Entfaltung kommt, oder ob sie eigentlich nur ausgenutzt wird. Ein Blick hinter die Kulissen, nämlich auf die Honorare der beiden Gruppen, würde rasch die interessante Frage klären, ob es hier Nutznießer und Verlierer gibt.

#### Aktionskunst mit Liedparodien

Einen anderen Weg gehen Gruppen, Künstler, Aktivisten, die parodistisch auf Volksmusik zurückgreifen, sie als Mittel verwenden, schöpferisch die Bruchstellen der Gesellschaft ins Bewusstsein zu rufen. Auf dieser parodistischen Schiene sind zwar auch die Gruppen der sogenannten „Neuen Volksmusik“ angesiedelt, doch haben die meisten von ihnen mit Events und ähnlichen Späßen nicht viel im Sinn; vielleicht weil sie wollen, dass man ihnen aufmerksam zuhört. Hubert von Goisern, immerhin, hat seine CD „Aufgeigen statt Niederschiassn“ („Hiatamadl“!) 1992 am Gipfel des Dachstein präsentiert, aber es kam nur ein einziger Journalist und sonst auch nicht viel Publikum; der Erfolg der CD stellte sich erst viel später ein.<sup>8</sup> In Zusammenhang mit unserem Thema haben eigentlich die Aktionskünstler mehr Ideen, als die wirklichen Musiker. Musik kommt dann begleitend vor und bildet ein wichtiges Element der Inszenierungen, der Installationen. In Hallstatt vollführten im Sommer

---

<sup>7</sup> Vgl. „Der Schifferer“. In: Walcher, Maria, Hannes Pressl (Hg.): „Im Herzen von Österreich“ (= Österreichisches Volksliedwerk, Musik der Regionen 6). Wien 1996. BRE-PRO MdR 06, Nr. 22.

<sup>8</sup> Vgl. Schaumberger, Helmut: Hubert von Goisern. Wien (unveröffentlichte Diplomarbeit) 1997, S. 55.

2000 zwei gestandene Männer, Robert Schenner und Leopold Gaisberger, eine Installation von zwölf auf dem See schwimmenden Heuschobbern. Beide sind auch landwirtschaftlich tätig und bedauern das Verschwinden alter Bewirtschaftungsweisen zugunsten eines „zunehmend verbürokratisierten, zentralistischen Agrobusiness mit dem Motto Wachsen oder Weichen“. Die zwölf auf Europaletten montierten Heuschober schwammen und drehten sich „losgelöst von der Harmonie uralter landwirtschaftlicher Kulturtechnik, Wetter und Landschaft“, gleichsam wie zweck- und funktionslos gewordene Fossilien einer Weltkulturerbe- und Naturerbergion und symbolisierten das Ende der Gemütlichkeit durch die Agrarpolitik der EU. Begleitet wurde der „Tanz der Heuschober“ von einer Volksliedparodie: „Fahrts na hi, fahrts na her mit de Schöwa übern See“ und von der „Ode an die Heuschober“: „Viele habens längst vergessen, daß man sich die Zeit einst nahm, als es ging ans Hüflerstessen, wenn ein schlechtes Wetter kam“.<sup>9</sup>

Neue Texte zu bekannten Melodien sind seit langem ein Mittel, Sachverhalte auf den Punkt zu bringen und in gebundener Sprache eingängig und merkbar zu machen. Man fragt sich, wie viele heute ehrwürdige Bräuche einstens so entstanden sein mögen, als ‚verdichtete‘ Demonstration.

### Meditative Verwurzelung

Entdeckt wird die Eignung der Volksmusik auch für Ausflüge in mystische Welten. Man traut ihr historische Tiefe zu, die dorthin führt, wo man zum Beispiel in für mittelalterlich gehaltenen Seinswelten die Einheit von Naturgeistern, weisen Frauen und fahrenden Gauklern vermutet. Ich zitiere aus der „Salzkammergut-Rundschau“ vom vergangenen April:

„Wildromantisch und ein wenig enterisch wird das Erwachen der Frühlingsgeister im Kinderland Schindlbach gefeiert. Die Märchenerzähler Frau Wolle und Helmut Wittmann wandern mit Harfenmusik und Bläserecho in den Wald, wo es schaurig-schöne Hexenmärchen zu hören gibt. Reiterinnen begleiten die Frauen zum Walpurgisfeuer, wo Dudelsackmusik zum Reigentanz aufspielt ...“<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Salzkammergut-Zeitung, 8. 6. 2000, S. 23.

<sup>10</sup> Salzkammergut Rundschau, 26. 4. 2001, S. 16.

Für Erdung, Sonnung, Lichtübung, Tanz der Elemente „Mitanånd unterm Filikumstoa“ wird direkt unterm Filikumstoa, einem mächtigen Felsbrocken in einem Wald oberhalb von Goisern, bei strömendem Regen ein Jodler mit dem Goiserer Viergesang aufgenommen.

„An diesem Platz“, schreibt Gudrun, die Gestalterin der CD, „entstand zuerst auch die Idee für die Aufnahme vertonter Meditationen. [...] Text und Musik wurden im Einklang mit den Geschöpfen, Kräften und der Kultur des inneren Salzkammergutes, mit Einflüssen aus der indianischen und keltischen Kultur, der sich einige von uns sehr verbunden fühlen, und nicht zuletzt mit Dankbarkeit, Liebe, Begeisterung und großem Engagement entwickelt.“

„Die Meditationen“, heißt es weiter, „sollen die notwendige Rückverbindung mit Mutter Erde und die Ausrichtung auf Vater Sonne sowie das Füllen unserer Energiekanäle und -zentren mit göttlichem Licht ermöglichen. Beides scheint uns wichtig zur Vorbereitung auf die Wendezeit.“<sup>11</sup> Das war 1997. Die ganze Aktion ist in jenem Rahmen zu sehen, den Roman Schweidlenka 1994 so beschrieben hat:

„Am anderen Ende des politischen Spektrums, bzw. sich den alten politischen Schemata entziehend, ausgespannt zwischen undogmatisch-emanzipativen, grün-alternativen, zivilisationskritischen und naturreligiös-spirituellen Einstellungen bevölkern Wurzelsucher und neue Heiden und bewegte Ökoaktivisten in zunehmender Zahl die Schauplätze kultisch-alpinen Geschehens. Beeinflußt u. a. durch nordamerikanische Indianer, die in alpinen Regionen wie dem Val Camonica, dem Großglockner, dem Untersberg oder dem Dachsteinmassiv an alten archaischen Kultplätzen und Felsritzen Parallelen zu ihren eigenen mythisch-spirituellen Traditionen entdecken, entstehen abseits der Pressefotographen, vielfach unter bewußtem Ausschluß einer okkultsensationsgierigen Medienöffentlichkeit, naturverbundene einfache Zeremonien, die als neue experimentelle Brauchtumsformen eine Gemeinschaft mit ökologischem Bewußtsein und spiritueller Respekt festigen sollen. Alte und neue heilige Plätze werden so zu Kristallisationspunkten ganzheitlich-alternativer Kulturgeversuche.“<sup>12</sup>

Dem kann man wohl zustimmen. ‚Event‘ als Bezeichnung für ihr Tun würde Gudrun und Co wahrscheinlich nicht gefallen haben, und doch steht im Zentrum das Erlebnis, in dem Fall ein inneres Erlebnis, wo mit

---

<sup>11</sup> CD „Mitanånd unterm Filikumstoa“. AUME, CDS 196 548, 1997.

<sup>12</sup> Schweidlenka, Roman: Sehnsucht nach dem Archaikum. Über die politische Besetzung alten Brauchtums. In: Haid, Gerlinde, Hans Haid (Hg.): Alpenbräuche. Riten und Traditionen in den Alpen. Bad Sauerbrunn, 1994, S. 221-234, hier S. 230.

der Wahl bestimmter Orte, Termine, Tages- und Jahreszeiten eine verlorengegangene Anbindung wieder erweckt werden soll, unter Zuhilfenahme von Musik. Der vom Goiserer Viergesang beigetragene Jodler auf dieser CD findet sich im Kapitel „Äther“ und folgt als „Stimmen des Herzens“ dem „Tanz der Herzen“. Er heißt „Der Kiahmelcher“.

Die Konnotation, ausgerechnet mit einem einstigen Arbeitsgesang, mag etwas verwundern. Es läuft, wie Peter Assion das formuliert hat: „Der Notwendigkeit enthoben, etwas Funktionstüchtiges schaffen zu müssen, holt man die Vergangenheit symbolisch zurück, spielt ihre ästhetischen Möglichkeiten aus und präsentiert sie in sinnfällig überhöhter Form.“<sup>13</sup>

Dagegen ist nicht prinzipiell etwas einzuwenden, aber der Unterschied zur oben beschriebenen Heuschober-Demonstration ist augenfällig. Den Wurzelsuchern an der Zeitenwende geht es eben nicht um Landwirtschaft, es geht um Freizeit, Wohlfühlen, Selbsterfahrung und wenn schon um Tiere, dann nicht um Nutztiere, sondern um Streicheltiere. Gudruns Kater Merlin, auch das ist im Booklet zu lesen, ist während der Produktion verstorben. Der „Kiahmelcher“ wird zum Meditationsgesang.

### Musik zu alten und neuen Bräuchen

Bei obigem Beispiel verweist der „Kiahmelcher“ nur noch in seinem Namen auf bestimmte handfeste landwirtschaftliche Zusammenhänge. Die ursprüngliche Bindung an das Arbeitsleben ist ihm, übrigens vermutlich schon lange bevor die Wurzelsucher auf den Plan getreten sind, abhanden gekommen. Trotz der allenthalben zu bemerkenden Ausdünnung, die Volksmusik mehr und mehr ihrer ursprünglichen Funktionen enthebt, ist Musik aber immer noch und immer wieder ein wesentliches Brauchelement. Bei neuen Bräuchen, aber auch bei der Revitalisierung alter Bräuche, spielt sie oft eine zentrale Rolle. Sie macht das Event eigentlich erst aus. Das soll nur an zwei kleinen Beispielen veranschaulicht werden. So taucht etwa eine Tauchschiule in Grundlsee alle Jahre zu Weihnachten für einen guten Zweck. Um spendenfreudige Leute zu überzeugen, aber auch zur eigenen Selbsterfeier, wird ein Weihnachtsbaum auf eine Plattform unter Wasser versenkt, auf der dann

---

<sup>13</sup> Assion, Peter: Historismus, Traditionalismus, Folklorismus. Zur musealisierenden Tendenz der Gegenwartskultur. In: Jeggli u. a. (wie Anm. 3), S. 351-362, hier S. 351.

immer – unter Wasser! – andächtig ein Lied gesungen wird. Zwischen vierzig und sechzig Taucher sind dabei; das Sammelgeld wird der Lebenshilfe übergeben. Mit dem Tauchakt wird „im Namen aller Tauchsportfreunde dem Herrgott bzw. Neptun für ein unfallfreies Tauchjahr Dank abgestattet“.<sup>14</sup>

Leider wissen wir nichts Näheres über das Lied, aber die genauen Inhalte scheinen bei dem ganzen Brauch nicht so wichtig zu sein. Dies dürfen wir jedenfalls aus dem „bzw.“ schließen, das zwischen Herrgott und Neptun gesetzt wurde! Und die betreffende Tauchschiule ist natürlich auch gar kein Einzelfall. Wir befinden uns hier in einer Sphäre zwischen Traditionalismus, Historismus und Folklorismus die, so Peter Assion, „außerhalb der alten Sozial- und Funktionszusammenhänge steht und im Sinne einer kompensatorischen Praxis unsere Zeit charakterisiert“.<sup>15</sup> Auch ältere Bräuche, die auszusterben drohen, werden in solchem Sinn unter veränderten Vorzeichen revitalisiert. In der Karwoche 2001 gehen in Ebensee Erwachsene ratschen, weil sich keine Kinder mehr dazu bereit finden. Das traditionellerweise abgesammelt Geld kommt der Renovierung der Pfarrkirche zugute.<sup>16</sup> Man wollte also weder auf den Klang der Ratschen und Sprüche verzichten, noch auf den dazugehörigen Absammelbrauch, hätte sich aber natürlich geschämt, als Erwachsener das Geld in die eigene Tasche zu stecken. So wurde eine gute Lösung gefunden. Man zögert, beim ersten Beispiel weniger, beim zweiten mehr, den Ausdruck ‚Brauch‘, der für solche Ereignisse landläufig verwendet wird, vorschnell durch ‚Event‘ zu ersetzen. Freilich stehen beide Ereignisse nicht unverändert in den alten Sozial- und Funktionszusammenhängen, doch haben die Ausführenden offensichtlich den Willen, sich in solche neu einzubringen, was nicht zuletzt aus dem Umgang mit den Spendengeldern abzulesen ist. Mir scheint, dass die Bezeichnung ‚Event‘ für Veranstaltungen mit erlebnishafter Dichte dann gewinnbringend anzuwenden wäre, wenn die alten Sozial- und Funktionszusammenhänge nicht mehr im Blick sind, sondern man sich mit dem persönlichen Freizeiterleben begnügt.

---

<sup>14</sup> Bad Ischler Rundschau, 4. 1. 2001.

<sup>15</sup> Assion (wie Anm. 12), S. 354.

<sup>16</sup> Bad Ischler Rundschau, 19. 4. 2001, S. 10.

### Volksmusikpflege und Events

Auch die Volksmusikpflege ist eine moderne Erscheinung. Ihre Geschichte kann hier nicht in aller Ausführlichkeit dargestellt werden; sie ist zudem schon mehrfach publiziert worden. Sie geht zurück auf die Heimatbewegung zu Ende des 19. Jahrhunderts und hat sich im Lauf der Zeit in ihren Erscheinungsformen und gesellschaftlichen Bezügen mehrfach geändert. Vorwiegend durch den Einfluss von Tobi Reiser wurde in den Dreißigerjahren des 20. Jahrhunderts eine damals als minderwertige Fidlerei empfundene Wirtshausmusik zum konzertfähigen Kulturgut hochstilisiert – mit großem Erfolg und nachhaltiger Wirkung. Mit dem Salzburger Adventsingen hielt die Volksmusik sogar ins Festspielhaus Einzug. Mit der zunehmenden Vermittlung der schönen, konzertanten Volksmusik, ein Trend, der durch Volksmusiksendungen in Rundfunk und Fernsehen noch verstärkt wurde, wurde jedoch ein Mangel offenbar: das abgekartete Spiel wurde langweilig, viele jüngere Musikanten suchten nach der Freiheit musikalischer Improvisation, nach authentischeren Bildern, und hatten in diesem Bemühen auch gestandene ältere Volksmusikanten auf ihrer Seite, denen man mit viel Respekt begegnete und von denen man lernen konnte, was Musik im Leben bedeutete. Was sich da und dort gegen Ende der Siebzigerjahre in der Wissenschaft artikulierte, brachte der Austropoper Wilfried („Ziwui ziwui“) folgendermaßen auf den Punkt: „Ich hab es satt die Stubenmisis im Fernsehen zu sehen, zu beobachten, wie sie heilig herumsitzen, daß einem ganz schlecht wird.“<sup>17</sup> Was dann vorging, formuliert Ulrike Vitovec so:

„Das seit Mitte der 1980er Jahre boomende ‚neue Heimatbewußtsein‘ und die daraus hervorgehende Neuentdeckung und Neubewertung vorindustrieller Fertigkeiten und Kulturformen brachte im Umgang mit der ‚traditionellen Volkskultur‘ einen Trend zur Entpathetisierung mit sich – ein Trend, der eng mit der Entwicklung der modernen Gesellschaft, einer Gesellschaft der ‚Lebensstile‘ und ‚Eventkultur‘ in Zusammenhang steht.“<sup>18</sup>

In der Volksmusikpflege entstanden neue Szenen: zunächst das Sänger- und Musikantentreffen, beziehungsweise der Sänger- und Musikanten-

---

<sup>17</sup> Salzkammergut-Zeitung, 11. 5. 2000, S. 33.

<sup>18</sup> Vitovec, Ulrike: Zukunftsfähiger Tourismus als Prozeß. Neue Allianzen für Regionalpolitik, Naturschutz, Tourismus und Landwirtschaft am Beispiel des Nationalpark Hohe Tauern. In: Voyage. Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung 3, 1999, S. 133-151, hier S. 145.

hoangascht, die aber die in der Bezeichnung angesprochene informelle Lockerheit meist nur vorgaben und sich in Wirklichkeit meist von der konzertanten Vorführung nicht lösen konnten, dann die Musikantenstammtische und schließlich der Geigentag<sup>19</sup>

Die Musikantenstammtische, die ich in den Achtzigerjahren in Wien erlebt habe, fanden monatlich statt. Sie fingen ewig nicht an und hörten ewig nicht auf und waren geprägt von einer Aufbruchsstimmung in eine neue Freiheit, die viele gute Musiker anzog, erste scheue Kontakte mit der Wiener Musik zuließ und – damals eine Sensation – den oben genannten Austropopper Wilfried zum Freund gewann. Von Event sprach niemand; Motto war der Satz des Gestaltanalytikers Franz Eibner: „Das Wirtshaus ist die Hochschule der Volksmusik“. Man verband damit unbürokratische, unkomplizierte Musikvermittlung ohne Noten, auf spielerische Weise, in offener Geselligkeit, mit Möglichkeit zu Improvisation und Variation, die man als wesentlich für Volksmusik erachtete – ein Anspruch, der teilweise auch eingelöst wurde. Als Publikum kamen Freunde und Fans; im Grunde blieb man unter sich. Also auch hier wieder eine Wohlfühlscene, wenn auch mit edukativem Anspruch.

Es war aber wohl unter anderem diese Stammtisch-Bewegung, die den Boden bereitete für einen unverkrampfteren Umgang mit Volksmusik, der sich in den Neunzigerjahren in mancherlei Formen äußerte: in der sogenannten Neuen Volksmusik, in den musikalischen ‚Cross-overs‘ und eben in mit Volksmusik kombinierten Events.

### Geigentag

Zu den größten Events der österreichischen Volksmusikpflege gehört der Steirische Geigentag. Das ist ein Ereignis, bei dem die Volksmusik im Mittelpunkt steht und zwar die Geigenmusik. Der Geigentag ist in den Siebzigerjahren aus einem Einfall zweier geigender Volksmusikfreunde, Hermann Härtel und Rudi Pietsch entstanden. Ersterer ist inzwischen Geschäftsführer des Steirischen Volksliedwerkes, letzterer Assistent am Institut für Volksmusikforschung an der Wiener Musikuniversität. Als Vorbild diente ein wenig der Pfeifertag<sup>20</sup>, was sich in der Wahl des Ortes

---

<sup>19</sup> Haid, Gerlinde: Neue Bräuche der Musikantenszene in Österreich. In: Musik im Brauch der Gegenwart (= Schriften zur Volksmusik 12). Wien 1988.

<sup>20</sup> Ebd.

– ein Wiesenareal rund um einen Ausflugsgasthof in den Voralpen hinter Graz – niederschlägt, aber auch im Festhalten an einem fixen Termin. Der Geigentag findet inzwischen alle zwei Jahre am ersten Wochenende im Juni statt. Veranstalter ist das Steirische Volksliedwerk. Für die zahlreichen Teilnehmer kostet er nichts; jeder verpflegt sich selber, eine örtliche Volkstanzgruppe hilft auf Wunsch bei der Beschaffung von Privatquartieren. Im Ablauf hat sich eingebürgert, dass am Samstag tagüber ein ‚Lernteil‘ angeboten wird, bei dem sich jeder nach Wunsch einem der anwesenden ‚Geigenlehrer‘ zum gemeinsamen Spiel anschließen kann. Anfangs gab es auch alljährlich ein von Hermann Härtel und Rudolf Pietsch zusammengestelltes Geigentag-Heft mit Noten aus dem Archiv und mit neugemachten Stücken. Für den Abend sind alle, die können und wollen, zum Tanzspielen eingeladen. Der Sonntag ist dem freien Musizieren gewidmet.

Zahlreiche Aktionen unterstützen als eine Art Rahmenprogramm den Volksfest-Charakter: Verkaufsstände mit Würstel, Bier, Lebkuchen und Noten, ein Kinderspielplatz, eine Schießbude, eine Geigen-Versteigerung, eine gemeinsam gestaltete Sonntagsmesse. Im Zentrum der ganzen Veranstaltung steht aber die Geige und das Geigenspiel miteinander. Hermann Härtel beschreibt, worauf es ihm ankommt, so: „den Nährboden für musikalische Kommunikation zu schaffen, den Überlieferungsprozeß erlebbar machen und die musikalische Grundausrüstung jedes einzelnen Menschen aus der Reserve zu locken“.<sup>21</sup> An anderer Stelle ist die Rede von der Einheit von Erleben und Erlernen. Der Geigentag sei kein Wettbewerb, aber doch eine „Herausforderung an jeden, sich selbst in Szene zu setzen, sich selbst einzuklinken in ein Fest, dessen besondere Aura im Nebeneinander vieler Kontraste liegt. Sei es nun das Risiko, dem Schön- und Schlechtwetter aber auch dem laienhaften und dem virtuosens Geigenspiel ausgeliefert zu sein. Es ist auch immer wieder Zuneigung und Abneigung im Spiel“.<sup>22</sup> „Erleben“, „in Szene setzen“, „Nebeneinander vieler Kontraste“, „Risiko“ – es ist fast, als hätte Hermann Härtel gerade Hermann Bausinger gelesen, der die generalisierenden Schlagworte, mit denen die Moderne charakterisiert wird, wie folgt zusammen-

---

<sup>21</sup> Härtel, Hermann zitiert lt. Haid, Gerlinde: Der Steirische Geigentag. In: Der Vierzeiler 19, 1999, Nr. 2 (Der Geigentag), S. 5-10, hier S. 10.

<sup>22</sup> Härtel, Hermann: Leitartikel. In: Der Vierzeiler 19, 1999, Nr. 2 (Der Geigentag), S. 3.

fasst: "Risikogesellschaft, Erlebnisgesellschaft, Multioptionsgesellschaft, Inszenierungsgesellschaft".<sup>23</sup>

Auch wenn die Parallelen nicht so auffällig wären, wäre es klar, dass der Geigentag, wie ähnliche Veranstaltungen auch, in der Moderne steht und – wenn wir uns auf diese Terminologie einigen – mit ‚Event‘ besser beschrieben ist, als etwa mit Brauch. Was dem Geigentag seine Qualität gibt, ist nicht die Berufung auf Traditionen, sondern die Anwesenheit guter Musiker und die Abwesenheit von Politikern. Die vollkommen auf Kommunikation ausgerichtete Atmosphäre bildet den lustvollen Hintergrund für mimetisches Erlernen einer musikalischen Sprache. Wenn das auch in zwei Tagen nur bedingt möglich ist, so werden doch starke Impulse vermittelt. Man könnte anhand vieler Beispiele veranschaulichen, wie dabei Musik zum Dialog wird. Dass das gerade mit Volksmusik funktionieren kann, ist sicher kein Zufall. Schriftlos überlieferte Musik ist in höchstem Maß auf den Einsatz kommunikativer Fähigkeiten angewiesen, wir wissen das beispielsweise auch vom Jazz. Es geht um das Einander-Zuhören, ums Mitdenken, Einsteigen, ‚Mitreden‘. Der ‚Event‘-Charakter des Geigentages fördert dabei die Konzentration des einzelnen Spielers wahrscheinlich mehr, als dass er sie behindert. Denn das kirtagsmäßige Drumherum bietet dem Ungeübten Schutz und Sicherheit, verhindert das Pathos, das der Volksmusikpflege sonst gerne anhaftet und schafft Raum für gute Einfälle. Immerhin.

---

<sup>23</sup> Bausinger, Hermann: Moderne – überschätzt, unterschätzt ... In: Volkskultur und Moderne. Europäische Ethnologie zur Jahrtausendwende. Festschrift für Konrad Köstlin zum 60. Geburtstag am 8. Mai 2000 (= Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie der Universität Wien 21). Wien 2000, S. 25-33, hier S. 27.



## Buchreihe der Österreichischen Zeitschrift für Volkskunde

- Band 1: Edmund FRIESS und Gustav GUGITZ, Die Wallfahrt nach Adlwang im Lichte der Mirakelbücher (1620-1746). Eine volkskundlich-kulturhistorische Studie, 1951
- Band 2: Leopold SCHMIDT, Geschichte der österreichischen Volkskunde, 1951
- Band 3: Leopold SCHMIDT-Bibliographie I (1930-1977). Bearbeitet von Klaus Beitzl, 1977
- Band 4: Gedenkschrift für Leopold Schmidt (1912-1981) zum 70. Geburtstag. Mit dem Wiederabdruck von Leopold Schmidt, Die Volkskunde als Geisteswissenschaft (1947) und der Leopold Schmidt-Bibliographie II (1977-1982). Hg. von Klaus BEITL, 1982
- Band 5: Gegenwärtige Probleme der Hausforschung in Österreich. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1980 in Feldkirch (Vorarlberg). Hg. von Klaus BEITL und Karl ILG, 1982
- Band 6: Probleme der Gegenwartsvolkskunde. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1983 in Mattersburg (Burgenland). Hg. von Klaus BEITL, redigiert von Gertraud LIESENFELD, 1985
- Band 7: Kleidung-Mode-Tracht. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1986 in Lienz (Osttirol). Hg. von Klaus BEITL und Olaf BOCKHORN, 1987
- Band 8: Volksfrömmigkeit. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1989 in Graz. Hg. von Helmut EBERHART, Edith HÖRANDNER und Burkhard PÖTTLER, 1990
- Band 9: Internationale und nationale volkskundliche Bibliographien. Spiegel der Wissenschaft Volkskunde/Europäische

- Ethnologie. Hg. von Klaus BEITL und Eva KAUSEL, 1991
- Band 10: Paul HUGGER, Die Schweiz zwischen Hirtenidylle und High-Tech-Performance. Eine volkskundliche Annäherung, 1993
- Band 11: Eva JULIEN-KAUSEL, Konnichi wa Österreich. Ortspartnerschaften zwischen Österreich und Japan, 1993
- Band 12: Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg. Hg. von Burkhard PÖTTLER unter Mitarbeit von Ulrike KAMMERHOFER-AGGERMANN, 1994
- Band 13: Internationale volkskundliche Bibliographie. Systematik und Datenbanken. Papiere der 5. Tagung der Arbeitsgruppe für die Internationale Volkskundliche Bibliographie (IVB) vom 8. bis 10. 9. 1994 in Petronell-Carnuntum (Niederösterreich) und Kittsee (Burgenland). Hg. von Klaus BEITL und Hermann HUMMER, 1996
- Band 14: Volkskunst. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1995 in Wien. Hg. von Herbert NIKITSCH und Bernhard TSCHOFEN, 1997
- Band 15: Ethnographie ohne Grenzen. Galizien in den Sammlungen des Österreichischen Museums für Volkskunde. Österreichische Beiträge des Symposions „Ethnographie ohne Grenzen. Die Anfänge der volkskundlichen Sammlung und Forschung in den Karpatenländern in ihrem zeitgenössischen Kontext und ihrer Bedeutung für heute“ vom 12. bis 13. 11. 1996 in L'viv/Lemberg/Ukraine, 1998
- Band 16: Urbane Welten. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1998 in Linz. Hg. von Olaf BOCKHORN, Gunter DIMT und Edith HÖRANDNER, redigiert von Andrea EULER, 1999





