Thema Heimat in der Fremde – Die Inszenierung der Urlaubsregion Schwarzwald als Ersatzheimat

Zusammenfassung des Vortrags von Christopher Krull anlässlich des deutschen Tourismustages 2016 am 03. November 2016 in Dortmund.

Gliederung des Vortags

1. Definitionen des Begriffs Heimat im Wandel der Zeit
2. Heimatattribute des Schwarzwaldes von Kitsch zu Kult
3. Die Inszenierung des Lebensgefühls Heimat in einem Schwarzwaldurlaub
4. Fazit

1. Definition des Begriffs Heimat im Wandel der Zeit

Vor etwa 10 Jahren hat der zwischenzeitlich sehr bekannte und berühmte Pop-Up Künstler Stefan Strumbel aus Offenburg die künstlerische Frage gestellt „What the fuck is Heimat?“ und diese Frage mit seinen poppigen Gemälden im Zusammenhang mit den Attributen einer Kuckucksuhr und eines Bollenhutmädels aus dem Schwarzwald plakativ dargestellt. Wenn wir in den Duden schauen, so erhalten wir die Definition, dass Heimat das Herkunftsland oder der Ort in dem man geboren oder aufgewachsen ist, ist. In der Folge wollen wir sehen, wie sich dieser Begriff Heimat im Wandel der Zeit geändert hat und mit unterschiedlichen Bedeutungen aufgeladen wurde. Um 1830, in den Zeiten der industriellen Revolution kamen die Menschen aus ihren angestammten ländlichen Gebieten in die großen Städte um in den großen Industrieanlagen unter menschenunwürdigen Bedingungen zu arbeiten. Von Gesellschaftskritikern wie Engels und Marx als Entfremdung dargestellt, wurde der Begriff Heimat zu einer utopischen Idylle der Industriearbeiter, die sich nach ihrem zu Hause, ihrer ländlichen Geborgenheit zurück sehnten, eben an den Ort ihrer Herkunft und ihrer Geburt. Mit Beginn des Zweiten Weltkrieges wurde der Begriff Heimat von Nazideutschland missbraucht und in einen völkischen Kontext gestellt. Der Begriff wurde bei der Wehrmacht außerdem als Gegensatz zur Front gesetzt und die Heimat als Rechtfertigung und Sehnsuchtsort gedeutet. Nach dem Krieg in den 50er Jahren, in Zeiten des Wiederaufbaus, aber auch der unendlich großen Kriegszerstörung, sehnten sich die Menschen nach einer heilen Welt und der Schwarzwald bot als Bilderbuchlandschaft die Kulisse für den ersten deutschen Heimat- Farbfilm, das Schwarzwaldmädel. In der Hippie-Bewegung der 1968er Jahre, welche im Zeichen der sozialen Revolution und gesellschaftlichen Umbrüchen stand, galt der Begriff Heimat als rückwärtsgewandt und Antibegriff für eine moderne Gesellschaftsform und war insofern diskreditiert. Mit Beginn der 1990er Jahre und der zunehmenden Globalisierung wurde der Begriff langsam wieder hoffähig und galt als Sehnsuchtsort einer Geborgenheit die in der Globalisierung verloren zu gehen scheint. Der Begriff Heimat wandelte sich mehr und mehr weg von einem geographischen Ort, hin zu einem Lebensgefühl.

2. Von Kitsch zu Kult

Die Berühmtheit des Schwarzwaldes ist auch auf seine Ikonen zurückzuführen, die in weiten Teilen der Welt beliebt sind. Diese Ikonen sind Botschafter für die Region. Es handelt sich hierbei um Gegenstände wie die Kuckucksuhr oder den Bollenhut aber auch Lebens-und Genussmittel wie den Schwarzwälder Schinken, die Schwarzwälder Kirschtorte oder das Kirschwasser. In Folge der 1968er Diskreditierung des Heimatbegriffs gerieten besonders in der jüngeren Generation diese traditionellen Botschafter mehr und mehr in den Verdacht, deutsches Spießertum und Heimattümelei zu verkörpern. Um das Image des Schwarzwaldes aus der verstaubten Ecke der Heimattümelei zu befreien, war es nun eine wesentliche Aufgabe, diese wichtigen Ikonen auch für den Tourismus dieser Region zu entstauben und auch für eine jüngere Generation wieder attraktiv zu machen. Dieser Prozess setzte vor etwa 15 Jahren ein und wurde stark durch eine künstlerische Auseinandersetzung mit diesen traditionellen Ikonen eingeleitet. Hierbei spielte unter anderem der Offenburger Künstler Stefan Strumbel mit seiner provokanten Auseinandersetzung mit der Kuckucksuhr und dem Bollenhutmädel eine entscheidende Rolle. Diese Ikonen wurden entfremdet, mit provozierenden Aussagen ergänzt und in ungewohnte Kontexte gestellt. Gleichzeitig wurde die große Verbundenheit und Liebe zur Heimat in der Region Schwarzwald außer Frage gestellt. Eine Fortsetzung fand die künstlerische Auseinandersetzung dann später in zahlreichen Ausdrucksformen von Gemälden, Skulpturen aber auch Modedesign und Fotographien, beispielsweise der Trachtenfotographie von Scherzinger/Wehrle in ganz neuem Kontext von Frauen mit Piercing und Tattoos. Die Jugend begann sich wieder für das Thema Schwarzwaldikonen zu interessieren, aus der verstaubten, langweiligen Heimattümelei und kitschigen Anmutungen sind zwischenzeitlich hippe, angesagte, kultige und zeitgemäße Gestaltungsformen geworden.

3. Inszenierung

Nun geht es im Tourismus darum, diese neu gewonnene, hippe und kultige Ikonographie für den Tourismus zu übersetzen und innerhalb einer temporär begrenzten Aufenthaltssituation für Urlaubsgäste zu inszenieren. Dabei ist es durchaus erlaubt, die traditionellen Werte in modernem Design zu präsentieren, aber auch frech und überraschend daher zu kommen. Heute geschieht das unter anderem über regionale Produkte, die typisch Schwarzwald sind und teilweise als Give-Aways dem Gast aus dem Schwarzwald auch zur Mitnahme nach Hause angeboten werden. Schon früh hat die Schwarzwald Tourismus GmbH beispielsweise Impulse gesetzt, die traditionelle Schwarzwälder Kuckucksuhr in gänzlich neuem Design aber mit traditionellen Inhalten anzubieten. So ist heute stark zu beobachten, dass deutsche Kunden die moderne Schwarzwälder Kuckucksuhr bevorzugen und ausländische Gäste, beispielsweise aus China oder den USA, die Traditionelle nach wie vor gerne als Mitbringsel mit nach Hause nehmen. Aber auch Produkte wie die Schwarzwälder Kirschtorte im Baukasten zum selbst zusammenbauen bis hin zum Heimatgummi, einem Kondom aus dem Schwarzwald, wird zwischenzeitlich alles in Verbindung mit dem Schwarzwald produziert, angeboten und auch erfolgreich verkauft. Ein zweiter wichtiger Punkt der Inszenierung, ist die regionaltypische Baukultur. Hier hat es in den letzten Jahren erhebliche Bestrebungen gegeben, eine typische Formen- und Gestaltungssprache besonders bei dem Bau von Hotel- und Freizeitanlagen, aber auch einem regionaltypischen, landschaftsbezogenen Bauen in die Wege zu leiten.

Um dem Gast ein authentisches und echtes Heimatgefühl zu vermitteln ist es sehr notwendig, die Identität und den Stolz der Bevölkerung auf die eigene Heimat zu stärken und auch darzustellen. Die Schwarzwald Tourismus GmbH hat in diesem Zusammenhang mit den Industrie- und Handelskammern das Format „Wir sind Schwarzwald“ gegründet und richtet jährlich Veranstaltungen aus, wo genau dieses zum Thema gemacht wird. Ferner werden Kooperationen getätigt, die sehr stark in die emotionale Verbundenheit der hiesigen Bevölkerung greift, so zum Beispiel die Namensgebung und das Namenssponsoring für den Bundesligisten SC Freiburg, das Schwarzwaldstadion. Ein weiterer wesentlicher Punkt ist die Programmgestaltung und die Veranstaltungen sowie die Beherbergung der Gäste im Zusammenhang mit der Inszenierung des Schwarzwaldes als Ersatzheimat. Hierzu wurde von der Schwarzwald Tourismus GmbH unter anderem das Guide Portal Schwarzwald eingerichtet, in welchem sich die Gäste über alle Veranstaltungen informieren können, die ihnen den Schwarzwald während ihres Aufenthaltes mit seinen typischen Attributen und vor allem der Methode des Storytellings näherbringen wird. Flößer und Köhler erklären hier den Gästen ihr Handwerk, alte Kräuterweiber führen über die Wiesen des Schwarzwaldes, es werden Geschichten zu Geistern und Waldbauern sowie Hirtensagen erzählt. In eine ähnliche Kategorie fällt die Heimattour von Martin Wangler, der sommerlich mit seinem Bauwagen über das Land zuckelt und Geschichten zum Schwarzwald in der Art der alten Fahrensleute erzählt. Auf Wanderwegen wird der Schwarzwald über die Genießerpfade präsentiert, so zum Beispiel den U(h)rwaldpfad, wo Kuckucksuhren an Baumstämmen befestigt, über das Handwerk der Uhrmacher während einer Wanderung berichtet. Die Aktion „Kosmos Schwarzwald“ zeigt auf Ausstellungen die künstlerische Auseinandersetzung mit dem modernen Schwarzwald und ermöglicht so den Gästen einen Einblick in die Arbeit der Künstler. Heimatbotschafter wie Hansy Vogt, ein bekannter Moderator, geht auch auf Tour, um den Schwarzwald den Gästen näher zu bringen. Aber auch Heimatsommer und die Kuckucksnester im Hochschwarzwald vermitteln dem Gast eine typische Schwarzwaldatmosphäre. Allein der Begriff „Nest“ vermittelt in den schwarzwaldtypisch und gleichzeitig modern ausgestatteten Ferienwohnungen die Geborgenheit einer zweiten Heimat.

4. Fazit

Heimat in der Fremde funktioniert und kann touristisch in Wert gesetzt werden, wenn der Begriff Heimat als Lebensgefühl und Sehnsucht der Menschen nach Geborgenheit begriffen wird. Dabei ist es dann wichtig, den Heimatbegriff nicht heimattümeleimäßig, sondern kultig zu präsentieren. Im Schwarzwald ist dies dadurch gelungen, dass Künstler sich provokant mit den Heimatikonen auseinandergesetzt haben. Um Heimat echt zu transportieren und den Gästen näher zu bringen ist es notwendig, dies mit dem Stolz der einheimischen Bevölkerung echt und authentisch zu transportieren. Heimatinszenierung darf dabei nicht zu einer bloßen Kulisse verkommen. Heimatgefühl entsteht durch die Wärme der Menschen, die sie den Gästen vermitteln. Die Inszenierung der Heimat als Lebensgefühl kann nur gelingen, wenn es Menschen gibt, die bereit sind, in einer echten und stimmigen Kulisse über die Methoden des Storytellings Heimat authentisch zu transportieren. Die Vermarktung der Heimatangebote erfolgt sehr emotional vor allem in den sozialen Medien auch besonders über Bewegtbilder.

Der Schwarzwald ist die Bilderbuchlandschaft Deutschlands schlechthin und somit eine heile Welt nach der sich alle Menschen sehnen. Insofern bieten wir Heimaterlebnisse herz-

erfrischend- echt. Unser Ziel ist es, für möglichst viele Menschen die zweite Heimat zu werden, auch wenn nur für eine kurze Zeit im Urlaub. Aber eine Region, die zur zweiten Heimat geworden ist, besucht man gerne immer wieder und so oft wie möglich.