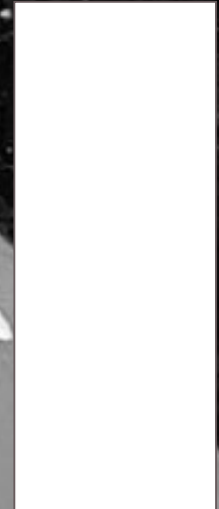


v@rum

Verlagspostamt 6900 Bregenz
Erscheinungsort Bregenz, P.h.b
Nr. 022031538

Forum für Raumplanung und Regionalentwicklung in Vorarlberg Nr. 5/2006
10. Jahrgang

Identität



VORARLBERGMILCH



„Weh dem, der keine Heimat hat“ Suche nach Identität

Was sich heute als Individualismus zu erkennen gibt, war noch nie zuvor so ungebunden und verwirrend bunt gemischt. Und doch ist dieser Individualismus nicht gar so beziehungslos wie es auf den ersten Blick scheinen mag. Denn jeder Mensch ist instinktiv auf Gefühle der Zugehörigkeit, Geborgenheit und Beheimatung angewiesen. So sind sich Psychologen mit Friedrich Nietzsche schon längst einig im Resümee: „Weh dem, der keine Heimat hat.“

Der Begriff „Heimat“ wurde und wird freilich so oft für ideologisierte Klischeevorstellungen und Mythisierungen missbraucht, dass er entsprechend oft in die Sackgassen einer fundamentalistischen Einigelung gerät. Dann kann ausgerechnet eine zeitgemäße Geisteshaltung Vorlieben für Unzeitgemäßes bewirken. Aber wie passt das zusammen: auf der einen Seite ein schrankenlos anmutender Individualismus und konträr dazu ein verstärktes Bedürfnis nach Geborgenheit in einer altvertrauten kleinen Welt, in der alles klar zu sein scheint? Offenbar bewirkt der Trend zur Vereinzelung bei gleichzeitigen Globalisierungs- und Nivellierungstendenzen allerlei Gegenströmungen. Dabei reicht das Spektrum von ernst zu nehmenden Initiativen für Heimatpflege bis zu illusionären Spielarten der „Heimatdümmelei“.

Je mehr vermeintliche Freiheiten in die Beziehungslosigkeit münden, desto mehr wirken sie entwurzelnd. Jede Entwurzelung aber weckt von neuem Bedürfnisse nach Zugehörigkeit. Manche geben sich dann wenigstens mit Symbolen eines gruppenspezifischen Lebensstils zufrieden, und sei es nur mit entsprechenden Bekleidungsmoden. Andere wenden sich religiösen Gemeinschaften, esoterischen Zirkeln oder irgendwelchen Subkulturen zu. Bei schmerzhaft empfundener Entwurzelung aus einer in der Kindheit vertrauten Lebenswelt überrascht es auch nicht, wenn sich Immigranten und Immigrantinnen in einer ihnen innerlich fremd bleibenden Kultur geradezu eigensinnig an Traditionen ihrer Herkunftsländer festklammern.

Man könnte sich fragen, ob es bei einer fortschreitenden Zersplitterung der Zugehörigkeiten überhaupt noch so etwas wie einen gemeinsamen Nenner geben kann. Anscheinend verhält es sich bei der Identität ähnlich wie bei allem, was Charakter ausmacht. Man kann sich zwar auf allerlei käufliche Beglückungen einlassen, doch das, worauf es für ein erfüllendes Dasein wesentlich ankommt, ist weder machbar noch käuflich.

Ernst zu nehmende Identität ist etwas Gewachsenes, etwas, was nur bei bewusster Pflege vor dem Verkümmern bewahrt werden kann. Identität kann sich immerhin wie von selbst einstellen, wo wir uns am wohlsten fühlen, sei es räumlich oder in den gemeinschaftlichen Beziehungen. In einer schönen Landschaft und im Wahrnehmen von kultureller Authentizität mit „Seele“ fällt es leicht, sich mit Freude zugehörig zu fühlen. Das ist im Tourismus auch die Erfahrung von Stammgästen, die sich an einem Ferienort wie in einer Wahlheimat genüsslich zu Hause fühlen.

Je mehr die Alltagswelt von einer trivialen Allerweltszivilisation beherrscht wird, desto mehr gewöhnt man sich zwar an ihren nicht zu unterschätzenden technischen Komfort, desto bewusster wird aber gleichzeitig nach dem Unverwechselbaren und Unverdorbenen von Natur und Gemeinschaft stiftender Kultur gesucht. Beides hängt so eng zusammen, dass sich immer neu die Erfahrung des Schweizer Landschaftsforschers Emil Egli bestätigt: „Wo Menschen einer landschaftlichen Individualität, einem engeren Lebensraum verbunden sind, da sind sie auch unter sich verbunden.“

Dr. Helmut Tiefenthaler



Sind Regionen und Menschen erkennbar?

Sonderbar, diese Frage nach der Erkennbarkeit von Menschen, Gegenden, Gemeinden, Regionen. Eine dumme Frage ist es deshalb, weil wir es als eine Selbstverständlichkeit betrachten, dass „Identität“ erkennbar ist. Man braucht nur in die farbenprächtigen Prospekte der Tourismusverantwortlichen schauen, um attraktive Bilder zu finden: das barocke Salzburg, die Residenzhauptstadt Wien, Mozartkugeln, der Neusiedlersee und der Bodensee, Veltliner und Welschriesling, die Almen, die Donau. Segler, Gipfelstürmer, Radwanderer. Unverwechselbare Physiognomien der Landschaften: „Identität“.

Dasselbe gilt für die Individuen. Die Moderne beginnt mit der Beschwörung der Identität des Einzelnen. Die verschwundene äußere Verlässlichkeit wird in eine Suche nach der inneren Verlässlichkeit, nach der Authentizität, nach dem harten Kern der eigenen Persönlichkeit umgewandelt. Äußere Traditionen werden beseitigt. Erst dort, wo sich die Außenwelt nicht mehr aufdrängt, kann die eigene Person zum zentralen Bezugspunkt des Lebens werden. Deshalb müssen alle Notwendigkeiten, alle Geltungsansprüche, alle äußeren Bezugssysteme, alle Verbindlichkeiten entrümpelt werden. Die neue, postaufklärerische Welt fängt mit radikalem Sinnabbau an. Jeder erschafft sich selbst, aus dem Nichts.

In beiden Fällen können wir uns fragen, ob wir die „selbstverständliche Botschaft“ glauben sollen. Gibt es so viel „Identität“ in einer Landschaft, einer Gemeinde, einer Region,

wie uns die Prospekte glauben machen? Alles befindet sich doch im raschen Wandel. Die Vertrautheit der gebauten Umgebung nimmt ab. Nach zehn Jahren kennen wir unsere nahe Umgebung nicht wieder. Dort sind Geschäfte verschwunden, da neue Shops hinzugekommen. Mittelgroße Wohnhäuser wachsen, ein Kulturzentrum ist entstanden, ein paar Gastgärten sind dazugekommen, eine Unterführung wurde gebaut, Ausländer siedeln sich an, Bildschirme blinken. Der Berggipfel bleibt. Sonst schaut alles anders aus.

Wie steht es mit der persönlichen Identität? Auch beim Blick in die eigene Seele ist alles turbulent geworden. Modernität heißt nicht nur Entzauberung der Welt, sondern Beseitigung aller Reflexions- und Kritikverbote. Alles ist hinterfragbar, wählbar, veränderbar. Ein bisschen Buddhismus im Wochenendkursus, eine Prise Esoterik kann auch nicht schaden. Da man alles wählen können soll, darf nichts mehr gelten. Auch die eigene Person muss flexibel gehalten werden, offen für die jederzeitige Revision. Keine Festlegungen: Nächstes Jahr findet man vielleicht einen anderen Partner. Jede festgefügte Identität wäre eine Festlegung und würde Möglichkeiten ausschließen. Alles fließt.

Was also fangen wir an mit der eigenen Person, beim vermeintlichen Erforschen des Authentischen, tief im Inneren? In einer Patchworkwelt verschwinden die äußeren Haltepunkte, aber es gibt eine Überfülle von Materialien, welche die luxuriöse Gesellschaft für die Individuen bereitstellt, um in einer komplexen Bastelarbeit vermeintlich „authentische Identität“ zu gestalten. Denn es geht nicht mehr an, sich einfach in herkömmliche Wertewelten hineinzuversetzen;

jeder muss ganz individuell, ganz anders sein, unvergleichlich und originell. Er muss „sich“ finden. Dasselbe gilt für die zu gestaltende Umwelt; es gibt einen Machbarkeitsmythos. Wir haben die Gemeinden und Regionen im Griff, die gebaute Umwelt ebenso wie die „natürliche“ Natur. Aber es funktioniert nicht so recht. Jene Identität, die zurechtgebastelt wird, meist für touristische Zwecke, steht nicht für Authentizität, sondern allzu oft für Künstlichkeit, für Disneyland. Die touristischen Botschaften projizieren die Wünsche der Menschen in eine Wirklichkeit, auf dass diese von ihnen so wahrgenommen werde, als ob sie ihren Erwartungen entspräche. Und nicht so selten handelt es sich um schlichten Kitsch.

„Bastelidentität“ also für das Individuum, „Bastelidentität“ auch für Regionen und Gemeinden - gleichsam eine einander korrespondierende Künstlichkeit. Manchmal ganz bequem; manchmal kommt allerdings das Unbehagen hoch, weil man spürt, dass die ganze Sache hohl ist. Potemkinsche Dörfer wuchern überall, im Land und in der Seele.

Mangelscheinungen dieser Art werden in der spätmodernen Welt im Konsumismus aufgehoben. Hinsichtlich der Identität von Regionen und

Es gilt für Gemeinden und Regionen, was auch für Personen gilt: Identität wird „arrangiert“. Eine festgelegte, stabile, innen-geleitete Identität würde den Anforderungen der turbulenten Gesellschaft und den Wünschen eines optionshungrigen Individuums widersprechen. Da die Zukunft offen ist, muss man auf alles gefasst sein. Da alles möglich ist, darf man sich nicht festlegen. Zugleich muss man aber seine Besonderheit, zumal in einer vermarkteten Welt, durchsetzen, damit man im allgemeinen Gedröhne, in einer „Aufmerksamkeitsökonomie“, überhaupt wahrgenommen wird. Eine Besonderheit, die keine Besonderheit sein darf. Eine Individualität, die immer auch anders sein kann.

Festlegungen gibt es als „Marken“: Auf diese Weise werden touristische Räume verkauft, so werden auch die „Ich-AGs“

Gemeinden sind es wirtschaftsfreundliche Inszenierungen, zum Zwecke des Standortwettbewerbs und der Besucherankurbelung. Der Umsatz zählt, die Quote gilt. Hinsichtlich der Identität von Personen geht es um die Dekoration mit Accessoires: Musikgeschmack und Freizeitgestaltung, Sprach- und Sexgewohnheiten, Piercing und Tattoo - ein Mosaik, aus dem sich das Bild einer Person herauslesen lassen soll. Beliebtheit zählt, Prominenz gilt. Aber insgesamt handelt es sich bei dieser Spätmoderne um ein verwirrendes Geflunker und Geklirre, ein Getöse und Gejohle, Blitzlichter und Spots, um vorbeisausende Elemente, Bilder, Sensationen, Attraktivitäten.

vermarktet. Darum geht es in der spätmodernen Welt: alle Optionen konsumieren, alle Widersprüchlichkeiten in sich vereinen; eine Identität bilden, die zugleich offen ist für Wechsel und Wandel, weil man doch nicht „erstarrten“ will; eine Identität, die alle möglichen Identitäten einschließt, weil man sie alle erleben will. Abwechslungsreich, aber in Wahrheit natürlich eine prekäre „Identität“.

Univ.-Prof. Dr. Manfred Prisching, Institut für Soziologie der Universität Graz

„Wo Menschen einer landschaftlichen Individualität, einem engeren Lebensraum verbunden sind, da sind sie auch unter sich verbunden.“



Fotos: Dietmar Wanko

Nepal, 1997



Univ.-Prof. Dr. Manfred Prisching

Mit der Aufwertung von Regionen, als Gegenteil zur sogenannten Globalisierung, verbindet sich eine neue Aufmerksamkeit für kulinarische Überlieferungen. Das ist gut so und kann viel zur Entwicklung von Lebensqualität und nachhaltiger Wertschöpfung beitragen. Doch allzu schnell werden Nahrungstraditionen mit dem Label regionaler Identitäten versehen – nicht immer bedenkend, dass solche Identitätskonstruktionen auch etwas Ausschließendes haben.

Wir alle kennen Ludwig Feuerbachs berühmtes Diktum „Der Mensch ist, was er isst“. Ein Satz, der den Seinszusammenhang jeder Nahrungsaufnahme als unumgängliche Tatsache in Erinnerung ruft. Und mehr noch, auch wie der Mensch isst, welche Beziehun-

Wie die Pflege kulinarischer Traditionen die Selbst- und Fremdwahrnehmung der Regionen verändern

Geschmackvolle Identitätskonstruktionen

gen er dabei eingeht, wie er beim und über das Essen kommuniziert, das alles sind Hinweise auf Essen und Trinken als „soziales Totalphänomen“. Davon bleibt nichts unberührt, Stand und Geschlecht, gesellschaftliche Orientierungen und kulturelle Ordnungen, Wissen und Praxis – kurz: nahezu alle Felder der sozialen Welt – bilden sich in Nahrungsgewohnheiten ab, werden durch die Rituale ums Essen und Trinken verinnerlicht und wirken so zurück auf die Gestaltung unserer Alltage.

Da liegt das große Wort der Identität quasi auf der Zunge, und es findet sich in wenig verwunderlicher Weise überall dort, wo mit dem sog. kulinarischen Erbe Politik gemacht und mit regionalen Spezialitäten neue Märkte erschlossen werden. Doch es zeigen allein die Nahrungstereotypen, dass alle Identitätsbildung neben der Stärkung des „Wir“ auch auf die Konstruktion und oft auch Ausgrenzung der „Anderen“ als einer vermeintlich homogenen Gruppe zielt: „Spaghettifresser“, „Goudas“ und „Krauts“ sind solche Beispiele, die an unverdaute interkulturelle Begegnungen erinnern.

Der kulinarische Regionalismus von heute ist freilich vergleichsweise harmlos. Grenzziehungen geschehen ganz subtil, indem der Mehrwert lokaler Produkte und traditioneller Zubereitungsarten betont und das Prinzip des Terroirs zur unverwechselbaren Note erhoben wird – als ob Lebensmittel und Rezepte quasi aus den natürlichen Gegebenheiten erwachsen würden. Nach diesem Prinzip arbeiten Initiativen wie die „Genussregionen“, die Landwirtschaftsministerium und Agrarmarkt Austria seit 2005 österreichweit proklamieren und von denen es in Vorarlberg mittlerweile vier gibt: „Bregenzerwälder Alp- und

Bergkäse“, „Großwälsertaler Bergkäse“, „Montafoner Sura Kees“ und „Ländle-Kalb“. Nach solchen Kriterien wird auch der spezifische Schutz von Herkunftsangaben in der Europäischen Union argumentiert. Sie transportieren die Vorstellung, dass kulinarische Traditionen räumliche Spezifika sind und unterscheidbare Landschaften repräsentieren.

In Wirklichkeit ist die imaginäre kulinarische Landkarte, die wir mehr unbewusst mit uns herumtragen, viel komplexer gezeichnet: Sie kennt weiche Übergänge und Überlagerungen und sie zeichnet sich vor allem durch unsere Teilhabe an verschiedenen kulinarischen Systemen aus. Wenn unsere Ernährungsgewohnheiten heute nicht mehr allein der Befriedigung primärer Bedürfnisse folgen und wir über immer mehr verschiedene Wahlmöglichkeiten verfügen, dann bewegen wir uns dadurch auch in ‚gleichzeitigen‘ Sinnregionen des Geschmacks. Anders gesagt: regionale Küche ist

auch nicht mehr als eine Spielform globaler Umwandlungsprozesse und ihre Wiederentdeckung folgt im Grunde ganz ähnlichen Bedürfnissen nach authentischem Erleben wie die verschiedenen Ethnoküchen.

Wir bewegen uns also in verschiedenen kulinarischen Systemen: Weniger ihre sortenreine Anwendung als ihr situativer Einsatz in verschiedenen Alltagssituationen macht kulinarische Identität aus. Und dennoch gibt es das lange Gedächtnis des Geschmacks für die „Seelennahrung“ der Heimat. Das zeigt das Beispiel der Migration, wo in der Fremde der Geschmack der heimischen Küche für den Erhalt des Wir-Gefühls besonders wichtig ist.

In den Wohlstandsregionen Europas geht es um etwas anderes: Programme für das regionale kulinarische Erbe wirken sowohl nach innen als nach außen. Sie wollen den Identifizierungsgrad der Bevölkerung mit Produkten der Region stärken und gleichzeitig die Region als Marke positionieren. Einheimische und BesucherInnen sollen die Zusammengehörigkeit von Geschmackskulturen und Kulturräumen verinnerlichen und durch bewussten Konsum die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Produkte im globalen Wettbewerb stärken. Damit verändert sich weniger die Identität der BewohnerInnen einer Region als die Region selbst. Ihre Labelung macht aber auch erkennbar, dass in unserer späten Moderne Identitäten – wie das kulinarische Erbe – in Symbolen ausgedrückt und vermittelt sind. Und das ist immerhin ein Zeichen dafür, dass sie auch gestaltbar sind.

Prof. Dr. Bernhard Tschöfen lehrt Empirische Kulturwissenschaft am Ludwig-Uhland-Institut der Universität Tübingen



Wenige Meter voneinander entfernt und ...



... doch Welten und unterschiedlichste Kulturen und Identitäten dazwischen.

Die Vorarlberg-Formel.

Es scheint paradox: Als ob in Vorarlberg unter fortwährender Beteuerung der eigenen, besonderen Identität, mit Hochdruck und unter Anwendung spezifisch alemannischer Sekundärtugenden (vor allem Fleiß, Tüchtigkeit, Nüchternheit, Sparsamkeit, Ausdauer) an deren Abschaffung, zumindest aber an ihrer radikalen Transformation gearbeitet würde.

Es hat sich so ungeheuer viel verändert und das, obwohl die politische Elite des Landes sich stets als konservativ verstand und man schon zur Zeit des Landeshauptmannes Ulrich Ilg, der sein Bauerntum stets kultivierte, witzelte, das moderne, vergleichsweise stark industrialisierte Land würde „vom Misthaufen aus“ regiert. Aber was sagt mehr über die wahre Gesinnung des Vorarlberger Konservatismus aus, als die inneren und äußeren Wandlungen seines medialen Zentralorgans, den Vorarlberger Nachrichten? Wer erinnert sich heute noch, dass diese Zeitung einst ein Feuilleton besaß?

Zentrale Vorarlberger Merkmale

Die gravierenden Veränderungen, die das Land in den letzten Jahrzehnten durchmachte, berührten alle Sektoren der Wirtschaft, alle Schichten der Gesellschaft und sämtliche Segmente der Kultur. Um 1900 war rund ein Drittel der Bevölkerung in der Landwirtschaft tätig, in der Mitte des Jahrhunderts waren es noch etwa 20, heute weniger als drei Prozent. Das einstige Agrarland, das im 19. und 20. Jahrhundert mehrere Industrialisierungsphasen durchgemacht hat, ist inzwischen längst im postindustriellen Zeitalter angekommen. Wer hätte sich in Dornbirn um 1970 vorstellen können, dass die größten Textilfabriken verschwinden oder bedeutungslos werden könnten? Inzwischen sind sie verschwunden, wie übrigens auch das Montafoner Braunvieh, das durch Jahrzehnte im Heimatkundeunterricht den SchülerInnen als zentrales Merkmal Vorarlberger Identität vorgestellt worden war. Was hat sich nicht alles verändert? Wenige alte Gaststuben überlebten den Modernisierungswahn, viele kleine Bäckereien, Metzgereien und Lebensmittelgeschäfte wurden durch Supermarktketten oder Einkaufszentren ersetzt.

Man kann über die Vielzahl der Veränderungen – unmöglich hier auch nur die wichtigsten zu benennen – staunen (z. B. über die schleichende Entkatholisierung, die Neueröffnung so vieler psychotherapeutischer Ordinationen), sich über einiges ärgern (etwa über die furchtbaren Bausünden), sich über vieles freuen (über die neue Vorarlberger Architektur, die Liberalisierung der Lebensformen), sich über Ursachen und Folgen mancher Entwicklungen (etwa der Migration, d.h. der Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte und der starken Abwanderung der Vorarlberger Intelligenz) Gedanken machen.

Insel der Seligen?

Das komplexe Problem, wie stark sich die Identität Vorarlbergs und seiner Bevölkerung wandelt, wie sehr sich einzelne Merkmale der Mentalität, der vielfältigen Kultur (in Sprache, sozialen Beziehungen, Wirtschaft) des Landes wandeln können, ohne dass das Ganze seine (Wieder-)Erkennbarkeit verliert, ja ob es ein solches Ganzes überhaupt wirklich gibt oder ob es nicht etwa immer wieder nur von klugen, meist amtlich bestellten Identitätskonstrukteuren neu erfunden wird, müsste selbst eingehend erforscht werden. Allerdings nur dann, wenn ernstzunehmende Zweifel auftauchen, ob etwas nicht mehr stimmt, mit oder in der Vorarlberg-Formel. Doch die Selbstzufriedenheit, das Bewusstsein, auf einer Insel der Seligen (Österreich) nicht nur die westlichste, sondern auch die reichste Provinz zu sein, steht dem bisher – es soll hier nicht entschieden werden ob zu Recht oder zu Unrecht – entgegen.

Dr. Peter Melichar, Mitherausgeber der Österreichischen Zeitschrift für Geschichtswissenschaften (ÖZG)

Was sagt mehr über die wahre Gesinnung des Vorarlberger Konservatismus aus, als die inneren und äußeren Handlungen seines medialen Zentralorgans, den Vorarlberger Nachrichten.



Dorferneuerungspreis für Schwarzach

Die Vorarlberger Gemeinde Schwarzach wurde beim diesjährigen Europäischen Dorferneuerungspreis der ARGE Landentwicklung und Dorferneuerung mit dem „Europäischen Dorferneuerungspreis für ganzheitliche, nachhaltige und motogerechte Dorfentwicklung von herausragender Qualität“ ausgezeichnet. Die Hofsteiggemeinde erreichte damit die zweithöchste Preisstufe nach dem Sieger.

VORUM GRATULIERT!



Landschaft als wesentliches Element des Konstruktives „Heimat“

Heimatliche Orte sind Alltagsräume

Es ist schön, Wolken dahinziehen zu sehen, aber sie brauchen den heimatischen Kirchturm, der als Vordergrund bleibt. Das ist eben das Schöne am Kirchturm, dass er dort bleibt und dass die Wolken dahinter vorbeiziehen.

Richard J. Neutra,
Architekt (1892–1970)

Die drei Dimensionen des Landschaftsbewusstseins

Landschaft ist einerseits ein konkreter und objektiv vorhandener Teil der Erdoberfläche, sie ist aber auch ein Gebilde im menschlichen

Bewusstsein. Während die naturwissenschaftliche Landschaftsbefassung Tradition hat, bestehen soziologische Untersuchungen des Themas nur in Ansätzen. Unser Landschaftsbewusstsein besitzt drei Dimensionen: die eine ist mit dem differenzierten Wissen über Landschaft, also das „Landschaft-Lesen“ verbunden. Dazu kommen die ästhetische und die emotionale Ebene. Letztere tritt als Orts- oder Heimatbezogenheit oder räumliche Identität in Erscheinung. Der emotionale Bezug zu heimischen Landschaften ist in der Regel sehr hoch, die Kenntnisse über die Landschaften eher gering. Die ästhetische Erfahrung erschließt sich uns vor allem über die Entschleunigung, also beim Spazieren, im Urlaub oder in Dokumentarfilmen im Fernsehen.

Orte der persönlichen Beziehung liegen im Nahbereich des Wohnens und sind häufig naturbetont

Landschaft ist ein wesentliches Element des Konstruktives „Heimat“. Der Heimatbegriff ist mit Geborgenheit, Vertrautheit und emotionaler Sicherheit verknüpft. Er wurde in den Zeiten des Nationalsozialismus in unerträglicher Weise geopolitisch missbraucht. Darum wurde er einige Jahrzehnte eher verdrängt, gewinnt aber wieder zunehmend über Identitätsfragen an kultureller Bedeutung. Die sozialen Beziehungen und Kontakte versinnbildlichen sich an jenen Orten, an denen sich die sozialen Handlungen abspielen, z.B. im Bereich des Wohnens, im Garten, in der Landschaft. Heimat lässt sich also verorten. Diese Orte der persönlichen Beziehung, mit einem hohen Vertrautheitsgrad, liegen in einem Umkreis von rund 15 Minuten bis

höchstens 30 Minuten vom Wohnort entfernt. Heimatliche Orte sind Alltagsräume, sie müssen nicht spektakulär sein. Ihre Symbole bilden vorwiegend natürliche Elemente wie Bäume und Sträucher, Wasser und Wiesen. Reliefformen werden in Befragungen weniger erwähnt, dürfen aber als vertraute Kulisse bedeutsam sein. Menschlich bedingte Formen wie Einrichtungsgegenstände, Baustrukturen, Wege und Brücken werden in zweiter Priorität genannt. Heimatliche Landschaften sind häufig auch ästhetisch wertvolle Landschaften. Momente des Angenehmen scheinen hier von Bedeutung zu sein. Landschaft ist somit unser externes Gedächtnis und erinnert an persönliche Erfahrungen, Fähigkeiten, Werte, Zugehörigkeit.

Bei Planungen wurde bisher Emotionalität und Ästhetik unterschätzt

In planerischen Betrachtungen haben wir die naturwissenschaftlichen Gegebenheiten häufig in den Vordergrund gestellt, die ästhetischen und emotionalen Dimensionen eher negiert. Mit der naturwissenschaftlichen Landschaftsbefassung konnte sich der Eindruck von Unterlegenheit bei den Betroffenen oder aber Verständnislosigkeit breit machen. Die emotionale und ästhetische Dimension des Landschaftsbewusstseins muss stärker in den Vordergrund gerückt werden. Unsere großen Erzählungen über die Landschaftshistorie, Rote Listen der gefährdeten Arten und anderes mehr müssen durch die kleinen Erzählungen lokaler, individueller Art in intensiver Kooperation mit der Bevölkerung ergänzt werden, also in Zusammenarbeit mit jenen Personen, die hier sozial begründet individuell ihre Heimatlandschaft konstruieren.

Das Wohnumfeld als Identität stiftende Orientierungs- und Handlungsebene stärken

Die Globalisierung ist eine kraftvolle Entwicklung und sie entwickelt ihre große wirtschaftliche Dynamik. Sie spielt sich zunehmend in räumlichen Dimensionen ab, die mit den menschlichen Bedürfnissen nach überschaubaren Bezügen, sozialer und räumlicher Identifikation oder emotionaler Bindung nicht in Einklang zu bringen sind. Die menschliche Psyche scheint anders getaktet und hat andere räumliche Maßstäbe als die Ökonomie. Dieses

Auseinanderstreben von emotionaler und ökonomischer Realität wird zusehends als Spannung empfunden. Die Globalisierung braucht entsprechende Spielregeln, damit die Regionen nicht überfahren und ihre Stärken in Bezug auf Identifikation und Gesellschaftsleben nicht beschädigt werden. Der Globalisierung ist eine selbstbewusste Regionalisierung gegenüberzustellen, im Sinne der Erhaltung und Weiterentwicklung funktionierender Strukturen. Für ihre Entwicklung brauchen die Regionen Freiräume. Dabei sind regionale und lokale Gegenbewegungen zu vermeiden, welche die Abschottung pflegen und die Entwicklung hemmen könnten. Unsicherheit erzeugt vorerst einmal Angst, was zum Defensiv- und Abwehrverhalten führt.

Unsere Region als Identitätsansatz und was ist hierfür zuleisten?

Es gibt einige Untersuchungen, die meinen einen Zusammenhang zwischen einer Landschaft und der Prägung des Charakters des Menschen zu sehen. Die Strukturen des Alpenraums unterstreichen seine Bedeutung als Durchgangstal. Das öffnet uns auch für Neues und verleitet weniger zu Abwehrverhalten. Was heisst das nun für die weiteren Planungsarbeiten in Vorarlberg? Zwei Punkte scheinen mir besonders wichtig zu sein: -> Wir brauchen für unsere laufende Identitätsbildung vielfältige Alltagslandschaften. Hier hat sich in den vergangenen Jahrzehnten einiges an Negativem entwickelt. Es gilt diesen Wildwuchs zu kultivieren. Eine in der „Vision Rheintal“ vorgeschlagene Idee der Bildung einer „Gartenstadt“ im Rheintal scheint eine geeignete Option zu sein. Diese „Gartenstadt“ hat offene, wertvolle Ränder, die vielen Menschen einen unmittelbaren Bezug im Nahbereich zur Natur zulässt. Die Suche nach zukünftigen Raum- und Gestaltungsmustern ist eröffnet. Schaffen wir hierfür ergänzend auch entsprechende Baukunst, zum Beispiel durch die Gemeinden initiiert.

-> Das Alpenrheintal besitzt noch einige offene Landschaftsparks, unsere „grünen Lungen“. Wir finden sie in der Uferlandschaft am Bodensee, in der Riedlandschaft im unteren Rheintal sowie im Dreiländereck Schweiz-Liechtenstein-Österreich. Sie werden in den nächsten Jahrzehnten für die Erhaltung der Lebensqualität für Mensch, Tier und Pflanze immer wichtiger werden. Intakte, attraktive Landschaft ist auch ein Trumpf im Standortwettbewerb als Lebens- und Wirtschaftsraum. Darum darf die freie Landschaft nicht mehr weiter aufgetrennt und zersiedelt werden.

Univ.-Doz. Dr. Mario F. Broggi, Berater des ETH-Rates für Nachhaltigkeit und Raumentwicklung



Foto: Bregenzer Festspiele/Bruno Kramar



DI Mag. Markus Berchtold

Eine mögliche Identität des Rheintals – drittgrößte Stadt Österreichs

Ohne Identität kann eine Region keine Kraft entwickeln. Eine gemeinsame Vergangenheit, Struktur und innerer Zusammenhalt sind notwendig. Diese Faktoren sind im Rheintal vorhanden, doch werden sie bewusst gepflegt?

Bei der Initiierung von Vision Rheintal haben wir das zukünftig Verbindende in der Region vorgestellt. In den Fachteams und den zahlreichen Workshops wurden tragende Ansätze/Ideen entwickelt: neue Planungsprozesse, die polyzentrische Stadtregion, der Landschaftspark Ried/Rheintal, eine Ringstraßenbahn. Dennoch fiel es in den vielen Gesprächen über die rheintalische Identität schwer, diese zu definieren.

Einfacher fällt die Beschreibung des Vorarlberger Rheintals aus Bregenzerwälder Sicht. Die Bregenzerwälder und Bregenzerwälderinnen fahren „ins Land“ hinaus und nehmen dort seine Spitzenversorgung in Anspruch: die Behörden und Landesinstitutionen sowie die Landesregierung, das Spital für schwere Krankheiten in Feldkirch, das Kino in Hohenems, die Fachhochschule in Dornbirn, das Kunsthaus in Bregenz. Im Rheintal können wir unsere gehobenen Ansprüche des öffentlichen Lebens, an Infrastruktur und des Konsums zufrieden stellen.

Im Rheintal befinden sich die großen internationalen Unternehmen oder die Landesvertretungen

ausländischer Unternehmungen. Die Entwicklung der Region erfolgt im Takt der Wirtschaft: rational, rastlos, gut geölt. Wir pendeln hin und kehren zurück, das motorisierte Binnenpendeln ist selbstverständlich. Aufgaben, wie der enorme Rückgang der Textilindustrie, werden gewandt gemeistert. Das Rheintal ist das zuverlässige, starke Zugpferd der Wirtschaft des Landes.

Das Rheintal ist flach, mit links und rechts verbauten Straßen. Die klare Abgrenzung der Dörfer ist nicht mehr gewollt, alles wird eins. Die großen Wohnanlagen und Geschäftshäuser bestimmen zunehmend das Bild, die eindeutig zuordenbaren Einfamilienhäuser verschwinden. Dennoch sind uns einzelne spezifische Örtlichkeiten präsent: der Bodensee, der alte Rhein, der Marktplatz in Dornbirn, die Bahngleise, die Autobahn und die Strommasten. Zahlreiche wertvolle Stadtteile bilden die Stadtregion Rheintal.

Im Bregenzerwald sind gemeinsame Werte und die pragmatische soziale Geborgenheit des Dorflebens wichtig. Im Rheintal hingegen hat der Wechsel des Wohnortes weniger die Veränderung des Bekanntheitskreises zur Folge. Das Mehr an Anonymität bietet Freiräume für viele unterschiedliche Lebensstile und Lebensformen. Kulturelle Milieus haben verschiedene Zentren des Austausches und Reflektierens entstehen lassen, auch für kleinere Bevölkerungsgruppen. Das Rheintal ist städtisch.

29 eigenständige, meist prosperierende Gemeinden bilden den gemeinsamen Lebensraum Rheintal. Sobald das Rheintal als eine Stadtregion erlebt wird, werden neue Qualitäten bewusst, neue Dimensionen sichtbar: Rheintal, als die 3. größte Stadt Österreichs mit über 250.000 Einwohner.

DI Mag. Markus Berchtold, Mitinitiator von Vision Rheintal, Mitglied Fachteam Soziokulturelle Entwicklung und Raumplaner im Bregenzerwald/Andelsbuch



Die „Fortschritte“ bei den Veränderungen unserer Alltagswelt sind meistens Schritte in Richtung fortschreitender Naturentfremdung. Das sieht man auch unseren Ortsbildern an. Vorherrschend sind Bauten und Anlagen und mancherlei Zutaten, die technisch machbar sind, ohne dass nach ihrem Harmonisieren mit der Natur und nach ihrer Bedeutung für die Zukunft gefragt wird. Dazu gehört auch grüne Kosmetik mit Hilfe rationeller Gartenbautechnik. Das alles kann für ein funktionsfähiges Siedlungsgebiet tadellos geplant und durchaus nützlich sein, oft bleibt aber dennoch ein Unbehagen, wenn dem Ort etwas fehlt, was seine „Seele“ ausmacht. Wo ist da noch authentisch Zeichenhaftes, das sich von der banalen Allerweltszivilisation unterscheidet und das im Einklang von Natur und Kultur, von Vergangenheit und Zukunft eine dauerhafte innere Beziehung zu wecken vermag?

Vor einigen Jahren wurde in einer Vorarlberger Gemeinde wieder einmal ein neu gestalteter Dorfplatz präsentiert. Dabei konnte ein Gärtnerbetrieb beweisen, dass er nicht in Verlegenheit kommt, wenn in einer Rasenfläche zwischen pflegeleichtem Kirschlorbeer und anderem Immergrün auch das Einsetzen von ein paar hoch gewachsenen Exemplaren Spitzahorn gewünscht wird. In Verlegenheit kam dafür der Planer durch die Frage eines Besuchers: „Wo ist da noch Platz für die fünfhundertjährige Linde?“ Weil dem Planer nichts Besseres einfiel, wollte er die überraschende Frage gleich als Witz abtun. „Aber nein, das ist kein Witz“, klärte der Besucher auf, „ich wollte nur dem fehlenden Mittelpunktbaum nachfragen, dem man es zutrauen darf, dass er wenigstens 500 Jahre alt werden könnte.“

Zugegeben, hierzulande gibt es nur mehr wenige Bäume, die ein so hohes Alter haben. Am bekanntesten ist die Linde auf dem Kirchplatz in Alberschwende, die schon vor mehr als einem halben Jahrtausend als Treffpunkt in der Dorfmitte, als



Foto: Helmut Tiefenthaler

„Bäume wachsen nicht in den Himmel;
der Himmel wächst in die Bäume.“

Kurt Marti

Der älteste Dorfbaum Vorarlbergs ist die Linde auf dem Kirchplatz in Alberschwende.

Bäume des Lebens

Gerichtsbaum und Festplatz gedient hat. Sie ist weit mehr als nur ein inventarisiertes „Naturdenkmal“. Sie ist seit dem späten Mittelalter noch immer ein respektabler lebender Zeuge einer wechselvollen Geschichte. Vermutlich ist sie selbst in ihrem hohen Alter noch robust genug, auch alle heutigen Alberschwender zu überleben. Als großkroniger und Wetterschutz bietender Laubbaum war die Linde schon in frühesten Zeiten ein geschätzter Baum der Gemeinschaft, unter dem man sich zu allen möglichen Zusammenkünften traf. Als größtes Lebewesen am Ort und ebenso schönes wie symbolstarkes Denkmal lebendiger Beständigkeit weckte sie seit jeher eine innere Beziehung der Menschen, mitunter sogar sakrale Verehrung. In der Antike war sie bei den Griechen der Göttin Artemis, bei den Germanen der Freyja, der nordischen Göttin der Liebe und Fruchtbarkeit, geweiht. Auch unter völlig gewandelten Lebensverhältnissen hat die Dorflinde auf vielerlei Weise den

„genius loci“ eines Erinnerungsbaumes bewahrt. Man denke nur an die zahlreichen Gedenkbäume, die in Vorarlberg allein zur Zeit von Kaiser Franz Josef gepflanzt wurden; wie etwa die mehr als hundertjährigen „Kaiserlinden“ in Andelsbuch, Altach, Frastanz, Ludesch und Thüringen. In Rankweil findet man schöne alte Linden, die an andere Anlässe erinnern, wie die „Freiheitslinde“ von 1848 auf dem Marktplatz oder jene, die 1876 von „Spielbuben“ dieses Musterungsjahrganges am Vinomnapplatz gesetzt wurde. Da und dort wurde auch eine Eiche, Ulme oder Esche, ein Bergahorn oder ein Mammutbaum zum lebenden Denkmal. Ein solches ist beispielsweise die „Franzosen-Ulme“ in Feldkirch-Bangs als Erinnerung an die Zeitenwende nach den Napoleonischen Kriegen.

Wie oft geschahen solche Baumpflanzungen mit einem Dorffest als Zeichen der Hoffnung auf eine gute Zukunft für kommende Generationen. Zumeist waren das Zeiten, in denen die Zukunftsaussichten aber alles eher als rosig waren. Und doch gab es ein Hoffen gegen alle Hoffnung. Zumindest wollte man sich nicht tatenlos dem Resignieren hingeben und sich dafür lieber an eine Einstellung halten, von der Martin Luther gesagt hat: „Und wenn ich wüsste, dass die Welt morgen untergeht, würde ich doch heute noch ein Apfelbäumchen pflanzen.“

In jeder Zeit kann man Grund zur Angst vor der Zukunft haben. Zum Glück hat man aber viel mehr Grund, den Nachkommen ein lebenswertes Dasein vorbereiten zu helfen. Dazu wird es freilich mehr brauchen als nur das Vermehren von Allerwelts-Klimbim mit perfektionierter technischer Infrastruktur und mit Alibidekorationen. Wo eine Gemeinde ihre Vorbereitung auf die Zukunft ernst nimmt, wird sie in ihren Zukunftszielen anspruchsvoller als bloß bei Gedanken an die nächsten Gemeindevertretungswahlen. Dann kann es ein äußeres Zeichen sein, wenn man sich auch in der der Gestaltung von „öffentlichem Grün“ nicht mit der üblichen Verlegenheitskosmetik begnügt. Und dann kann es zeichhaft Sinn geben, wenn wieder ganz bewusst und möglichst mit einem frohen Fest ein neuer „Baum der Mitte“ gepflanzt wird. Wenn dafür absichtlich eine gegen Luftverschmutzung empfindliche Dorflinde gewählt wird, kann das zugleich ein Signal sein, dass sich die Gemeinde nicht noch länger mit zunehmenden Umweltbelastungen abfinden will. Vor allem wäre es aber ein Signal des Widerstands gegen alle No-future-Mentalität, wenn man von einem neu gepflanzten Baum wieder erwartet, dass er in standhafter Lebendigkeit Jahrhunderte zu überdauern vermag und für die nachkommenden Generationen ein „Psychotop“ der Gemeinschaft bleibt.

Dr. Helmut Tiefenthaler

„Der Baum in der Mitte“

Sonderdruck von Dr. Helmut Tiefenthaler erhältlich bei der Abteilung für Raumplanung und Baurecht beim Amt der Vorarlberger Landesregierung, Tel. 05574/511-27105, email: raumplanung@vorarlberg.at