

3,90 €

Regionale Identität

**Erstellt von Ulrike Kammerhofer-Aggermann,
Assistenz Anna Kasper**

In der Reihe S:Z:D Arbeitspapiere
der Robert-Jungk-Stiftung

Die Autorinnen: Ulrike Kammerhofer-Aggermann, u. a. Lehrbeauftragte für Volkskunde an den Universitäten Salzburg und Graz, und Anna Kasper, Historikerin.

Die Arbeitspapiere werden von der Robert-Jungk-Bibliothek für Zukunftsfragen JBZ (Leiter: Dr. Walter Spielmann) herausgegeben. Ansprechpartner für das Projekt ist Mag. Stefan Wally MAS. Die Inhalte der Arbeitspapiere geben nicht notwendigerweise die Meinung der Robert-Jungk-Bibliothek wieder, sie sollen Diskussionen anregen. Salzburg: JBZ-Verlag, 2012. ISBN: 978-3-902876-19-5

Bisher erschienen:

- Nr. 1/David Röhler/Government 2.0
- Nr. 2/Minas Dimitriou/Sport zwischen Inklusion und Exklusion
- Nr. 3/Nimet Ünal/Migration und schulischer Erfolg
- Nr. 4/Georg Gruber/Zukunftsvorstellungen junger AsylwerberInnen
- Nr. 5/Achim Eberspächer/Jungk: Zukunftsforscher u. Führungszeichen
- Nr. 6/Silvia Augeneder/Kommerzialisierung menschlicher Körperteile
- Nr. 7/Bärbel Maureder/Der Salzburger IT Arbeitsmarkt
- Nr. 8/Barbara Eder/Freiwilligentätigkeit in Österreich
- Nr. 9/Silvia Augeneder et al/Diese Entwicklungen werden Salzburg bis 2030 prägen
- Nr. 10/Reinhard Hofbauer/Lebensqualität als alternative Zielformel
- Nr. 11/Sandra Filzmoser/Wohlbefinden und Engagement
- Nr. 12/Edgar Göll/Governance-Modelle der Zukunft
- Nr. 13/Martin Reindl/ Die Patientenverfügung
- Nr. 14/Iwan Pasuchin/Mediengestaltung als demokratische Erfahrung
- Nr. 15/ Katharina Gammer/Robert Jungk, die frühen Jahre
- Nr. 16/ Andreas Pfützner /Robert Jungks Leben in Salzburg
- Nr. 17/ Luisa Picher / Robert Jungk und die Anti-Atomkraft-Bewegung
- Nr. 18/ Christian Schwendinger / Zukunftswerkstätten
- Nr. 19/ Michael Vereno u. Blake Giragos / Rezeption Robert Jungks in den USA
- Nr. 20/ Ernestine Depner-Berger u. Stefan Wally / Abschied von politischer Teilhabe
- Nr. 21/ Erich Mild / Energiepolitische Ziele Salzburg
- Nr. 22/ Helga Embacher / Robert Jungks Judentum

www.arbeitspapiere.org

www.jungk-bibliothek.at

www.robertjungk100.org

Volkskultur, Regionalkultur, Identität

Volkskultur, Regionalkultur, Identität¹, diese Begriffe werden heute in Politik, Kultur und Wissenschaft strapaziert. Im landläufigen Sprachgebrauch wird „Identität“ häufig als Resultat eines biologisch bzw. regional vorgegebenen, unveränderbaren „Erbes“ angesehen. Daneben war das Bedürfnis von Regionen nach Selbstdefinition über öffentlich verwendete „Einzigartigkeiten“ nie größer als heute. „Identität“ aber ist und war niemals Summe eines solchen „Erbes“. Sie beschreibt einen wandlungsfähigen Prozess sinnstiftender Aneignung, Synthese und Integration. „Identität“ ist die Strukturierung und Formung eines jeweiligen, sozial, regional und zeitlich geschaffenen Selbstverständnisses. Sie vermittelt Vertrautheit, Sicherheit und Beheimatung.²

Kulturindikatoren und Identifikatoren sind Teile jener Strategien, mit denen sich Gruppen von Menschen Konzepte wie „Heimat“, „Tradition“, „Kultur“, „Herkunft“, „Authentizität“ und „Identität“ aneignen. Symbole und symbolhafte Handlungsweisen (Denkmäler, Sachgüter, Sitten, Bräuche etc.) wurden und werden, nach den jeweiligen Bedürfnissen, zu einem konkreten Erfahrungsraum verwoben, der Zugehörigkeit vermittelt.³

Regionale Identitäten sind heute Teil unseres Alltags in Kultur, Wirtschaft und Politik. Denn verschärfter Standortwettbewerb auf verschiedenen

¹ Vgl. Kammerhofer-Aggermann, Ulrike; Keul, Alexander G.: Erlebniswelten. Die Kommerzialisierung der Alpenräume: Touristensommer und Bauernherbst. In: Rieder, Max; Bachleitner, Reinhard; Kagemann, H. Jürgen (Hgg.): Erlebnis Welten. Zur Kommerzialisierung der Emotionen in touristischen Räumen und Landschaften. München/Wien. 1998. S. 95–101. Diesem Beitrag liegen zu Grunde: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike und Keul, Alexander G.: Identität. Positionspapier für den Kulturforderungskatalog zur Alpenkonvention. Institut für Volkskultur und Kulturentwicklung (Hg.). Konvolut. Innsbruck 2000.

² Vgl. Straub, Jürgen: Identitätstheorie im Übergang? Über Identitätsforschung, der Begriff der Identität und die zunehmende Beachtung des Nicht-Identischen in subjekttheoretischen Diskursen. In: Sozialwissenschaftliche Literatur Rundschau 14, 23. 1991. S. 49-71. – Vgl. Wodak, Ruth; de Cillia, Rudolf u. a.: Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität. 1. Aufl. Frankfurt 1998.

³ Vgl. Kammerhofer-Aggermann; Keul: Erlebniswelten. wie Anm. 1.

Ebenen verlangt auch nach einer Selbstvergewisserung. Die Öffnung der Märkte (auch in der Landwirtschaft), der Klimawandel, die veränderten Bedürfnisse von Touristen und Investoren wie auch die Sicherstellung des Public Service machen das notwendig. Dazu kommen Abwanderungen der Wirtschaft, die zunehmende Abhängigkeit von überregionalen Zentren sowie die Erhaltung und Entwicklung ländlicher Regionen.

„Wir haben keine Werte. Unser Wert ist nichts wert.“

Steckt hinter diesen Worten aus Elfriede Jelineks Stück „Die Kontrakte des Kaufmanns“ der Minderwertigkeitskomplex eines misslungenen Identifikationsprozesses oder der Beginn einer kritischen Veränderung? Die Ausbildung von Identität, ob beim Individuum, einer Gesellschaft oder einer Region, geschieht immer auch auf der Basis von Eigensicht, Selbstwahrnehmung und Selbsteinschätzung im Vergleich zu den „Anderen“. Regionale Identität wird demnach aus dem Fremdbild und dem Eigenbild entstehen. In ihr wird sichtbar, welchen Wert die Bewohner/-innen bzw. Bewerber/-innen ihrer Region beimessen, wie sehr sie sich mit ihrer Region identifizieren und schließlich wie wohl sie sich in dieser Region fühlen. In die Selbstwahrnehmung der Region (und weiterführend sogar in jene des Individuums) fließen die Beurteilung des Lebensplatzes, die Übereinstimmung mit diesem Lebensraum und das Feedback daraus ein. Aus dieser Selbstbewertung resultiert die Selbstdarstellung nach außen und damit schon ein Teil der Fremdwahrnehmung. Wenn der eigene Wert in der Fremdbewertung und am Markt „nichts wert“ ist, ist es schwer, die Selbstbewertung positiv zu halten. Es entsteht das Gefühl, dass man selbst „nichts wert“ ist.

Natürlich sind auch Fremdwahrnehmungen vielfach historisch gewachsene Faktoren, „True Fictions“ (Geertz), deren Internalisierung, etwa durch die Bereisten, wiederum ein Stück Kulturgeschichte ist. Man denke nur an das

„Salzburger Flair“⁴, das sich zwischen dem ausgehenden 19. Jahrhundert und 1938 über Reisende und Künstler/-innen aufbaute und schließlich von Bertha Zuckerkandl am Höhepunkt der Salzburger Festspiele unter Max Reinhardt so bezeichnet wurde. Dieses touristische Klischee aus barocker Fürstenstadt, Landschaftsästhetik im Geiste romantischer Maler und ländlicher Sommerfrischenidylle wurde konstruiert, von der Salzburger Gesellschaft internalisiert, und prägt unser Salzburgbild bis heute.⁵

Kultur ist – und das trifft auch auf deren Teilbereiche ebenso wie auf die grundlegenden Normen und Wertehierarchien zu – ein „aus sozialem Material geschaffenes Phantasiegebilde“⁶, das seine eigene Interpretation in sich birgt. Der „Common Sense“⁷ ist daher stets das Produkt einer Wertsetzung, die Übereinkunft über das was als „normal“ gilt, der Versuch die Welt „eindeutig deutbar“ zu machen. Solche Wertsysteme sind daher nur in sich, unter dieser Prämisse als absolut anzusehen. Identität wiederum ist das Produkt solcher prozesshafter, temporärer Bewertungen und Positionierungen, das Ergebnis von Synthese-, Integrations- und Kommunikationsleistungen.⁸

⁴ Kammerhofer-Aggermann, Ulrike: Die Salzburger Landeskommission betreffend Förderung und Hebung der Salzburger Eigenart in Tracht, Sitten und Gebräuchen und der Salzburger Landesanzug. In: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike; Haas, Walburga; Scope, Alma (Hgg.): Trachten nicht für jedermann? Heimatideologie und Festspieltourismus dargestellt am Kleidungsverhalten in Salzburg zwischen 1920 und 1938. (=SBzVK 6) Salzburg 1993. S. 249.

⁵ Vgl. Kammerhofer-Aggermann, Ulrike: Salzburg als mediales Misreading: Touristische Salzburg-Klischees im Wandel. In: Brügge, Joachim; dies.: Kulturstereotype und unbekannte Kulturlandschaften am Beispiel von Amerika und Europa. (=SBzVK 17) Anif/Salzburg 2007.

⁶ Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. 1. Aufl. Frankfurt 1983. S. 254.

⁷ Ebd., 2. Aufl. Frankfurt 1991. S. 263.

⁸ Vgl. Straub, Jürgen: Identitätstheorie im Übergang? Über Identitätsforschung, der Begriff der Identität und die zunehmende Beachtung des Nicht-Identischen in subjekttheoretischen Diskursen. In: Sozialwissenschaftliche Literatur Rundschau 14, 23. 1991. S. 49-71.

Das Bedürfnis nach Selbstdefinition über Einzigartigkeiten war nie größer als heute.

„Regionale Identität“, „Regionalkultur“ und „Tradition“ als Garanten einer gewachsenen Authentizität werden heute in Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft ständig verwendet. Regionale Identität wird im öffentlichen Diskurs als „Promoted Difference“ (Köstlin), als Distinktion gegenüber „Anderen“ eingesetzt.⁹ Seit dem Mittelalter nimmt die Differenzierung der Gesellschaftsgruppen wie der Staaten stetig zu.¹⁰ Diese gegenseitige Abgrenzung durch Unterscheidbarkeiten gehört nicht nur zur Individuation der Personen, sondern sie ist ein Teil des Identitätsmusters der Gesellschaft. Identifikatoren dienen als Kulturtechnik und Ordnungssystem – vor allem in einer Welt, die auf vielen Ebenen global denkt und handelt. So stellt Konrad Köstlin fest: „Identitätsofferten bedürfen offenbar einer Differenz, die in der Moderne [...] auch [...] mit dem Merkmal der als historisch-ethnisch deklarierten Volkskultur formuliert werden kann. Insofern wäre der Regionalismus die andere Seite einer Münze, die wir Globalisierung nennen“¹¹. Das Identitätsmuster der „Promoted Differences“ ist der Handlungsrahmen der postmodernen Gesellschaft. D. h., wir müssen uns im öffentlichen Diskurs ständig gegenüber anderen als „anders“ und „besonders“ darstellen und behaupten. Lokales und Regionales wird zur Besonderheit und diese definierten, hoch bewerteten Eigenheiten werden zur Selbstdefinition, zur Selbststilisierung und zur Sinnstiftung eingesetzt.¹²

⁹ Vgl. Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. 8. Aufl. Frankfurt 1996. – ders.: Satz und Gegensatz. Über die Verantwortung des Intellektuellen. Frankfurt 1993.

¹⁰ Siehe dazu Elias, Norbert: Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. 2 Bde. 14. Aufl. Frankfurt 1989. und Bourdieu: Die feinen Unterschiede.– wie Anm. 9.

¹¹ Köstlin, Konrad: Volkskultur und Moderne. Europäische Ethnologie zur Jahrtausendwende. In: Historische Erzählforschung. Bayerische Blätter für Volkskunde NF2. 2. Aufl. Wien 2000. S. 68. – ders.: Die Regionalisierung von Kultur. In: Heimat und Identität. Probleme Regionaler Kultur. Neumünster 1980, S. 25–38.

¹² Vgl. Goffman, Erving: Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. 1. Aufl. Frankfurt 1982. – Soeffner, Hans-Georg: Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. Aufl. Frankfurt 1995. – Köstlin: Die Regionalisierung von Kultur. wie Anm. 11.

Problematisch an dieser Handlungsanleitung (Soeffner) ist, dass Begriffe, die eigentlich Ergebnisse von Reflexion und Relation, also bewusste Wertsetzungen sind, scheinbar oder zeitweilig absolut gesetzt und damit in ihr Gegenteil verkehrt werden. Im Sinne Bourdieus werden sie dadurch, zur „banalité précise“, zur schwammigen und im politischen oder wirtschaftlichen Diskurs gefährlichen „parole“, zum inhaltsleeren Schlagwort, das jede/-r mit seinen Konnotationen füllen kann, das instrumentalisierbar ist.¹³ Daher muss bedacht werden, dass jede Wertsetzung neben Orientierung und Gemeinschaft auch zu Abwertung und Ausgrenzung gebraucht werden kann.

Nach Clifford Geertz sind alle kulturellen Wertsetzungen ein „Deep Play“ oder „Deep Acting“. Sie enthalten soziale Informationen und die wichtigsten symbolischen Strukturen einer Gesellschaft. Sie perpetuieren diese und dienen wie Bräuche und Rituale der Einübung und Verfestigung gesellschaftlicher Werte und Rollen. Denn, „[...] der Mensch ist ein Wesen, das in selbstgesponnene Bedeutungsgewebe, [Anm. Kam.: seine Kultur], verstrickt ist.“ Daher muss weiters der Inhalt der Parolen im Diskurs definiert werden, da jede/-r seine erlernten und sozialisierten Klischees, „vorgefertigte, komplexe Bilder im Kopf“¹⁴, mit hineindenkt. Ebenso werden Parolen unhinterfragt, unkritisch übernommen, sobald sie dem erlernten Habitus entsprechen, jenem gruppenimmanenten Verhaltens- und Wertekodex der den gesellschaftlichen Umgang miteinander steuert.¹⁵

„Imaginäre Geografie“ und „unbekannte Kulturlandschaften“

Was Christoph Henning 1997 über den Tourismus gesagt hat, gilt auch für regionale Identitäten. Diese schaffen eine „imaginäre Geographie“¹⁶, die

¹³ Vgl. Bourdieu: Die feinen Unterschiede. wie Anm. 9.

¹⁴ Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung: Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. 2. Aufl. Frankfurt 1991. S. 9.

¹⁵ Vgl. Brügge; Kammerhofer-Aggermann (Hgg.): Kulturstereotype wie Anm. 5, S. 7.

¹⁶ Henning, Christoph: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. 1. Aufl. Frankfurt 1997. S. 94.

gespeist wird aus narzisstischen Wünschen, Selbstpositionierungen und Wohlbefindens bezogenen bzw. wirtschaftsbedingten Bedürfnissen. Die „imaginäre Geographie“, der Blick oder die Konzentration auf die populistisch, touristisch oder auch politisch präformierte regionale Identität, kann zur Klischeebildung und zur Ausgrenzung der Realität führen. Sie kann Positionen und Eigenheiten verstärken und erkennbar machen. Sie kann aber auch durch die rosa Brille der erwünschten Wirklichkeit den Blick auf die Vielfalt der Realitäten verstellen. Sind bestimmte Identitätsindikatoren nicht wie erwartet vorhanden, scheitert der Identifikationsprozess und es resultiert daraus – projiziert auf das Unbekannte – Enttäuschung und Intoleranz. Denn Identitäten eignen sich, im Sinne von Bourdieus „Distinktion“, sowohl zur Schaffung von Nähe wie auch von Distanz, zur Ein-, Ab- und Ausgrenzung. Bestimmte Identifikationsmuster werden hervorgehoben, während andere nicht akzeptiert werden. Die Aufgabe starrer, stilisierter und historisierender Landesidentitäten zugunsten einer kreativen Kulturarbeit in der Vielfalt ist daher ein wichtiger Weg zur Förderung authentischer Regionen.

Joachim Brügge hat 2007 darauf hingewiesen, dass im Dialog der Staaten und Kulturkreise „Unbekannte Kulturlandschaften“¹⁷ wie blinde Flecken auf einer Karte agieren. D. h., die gegenseitige Wahrnehmung von Ländern – das gilt von der Ebene touristischer Erwartungshaltung, über den universitären Diskurs der Wissenschaften, bis hin zu wirtschaftlichen und politischen Partnerschaften – wird im Wesentlichen von den Klischeebildungen und Nichtwahrnehmungen regiert.

Nutzen, Ziele und Gefahren regionaler Identitäten

Es muss uns bewusst sein, dass aus Identitätskonzepten Handlungsanleitungen, Programme, Leitbilder und Idealvorstellungen hervorgehen. Daher können regionale Identitäten unterschiedlich verstanden werden und verschiedene Nutzen und Gefahren in sich tragen, beispielsweise:

¹⁷ Brügge: Zum Begriff der „Unbekannten Kulturlandschaften“. In: Kulturstereotype, wie Anm. 5, S. 16.

- **Regionale Identität als Wertschöpfung in Wirtschaft und Tourismus** ist ein Werbefaktor im wirtschaftlichen Wettbewerb (z. B. „Regatta-Region“, „Steirische Toskana“). Darin ersichtlich ist das Verständnis der regionalen Identität als Wirtschaftsraum und Teil der Standortqualifikation und somit als Motivation der Arbeitgeber und -nehmer/-innen. So wird regionale Identität auch zum Branding im Marketing der Warenwirtschaft wie im Destinationstourismus (z. B. „Kübisland“, „Genussregion“, „Mozartstadt“, „Tauernlamm“ etc.). Kultur und Regionen werden so zu einem Marktsegment. Vielfach werden dabei gegenwärtige integrative Kultur-Natur-Modelle vermieden und historische Modelle verwendet, die Kultur gegenüber der Natur grundsätzlich als negativen Eingriff werten.¹⁸
- **Regionale Identität als Distinktion im Rahmen der Bewusstseinsbildung** wird Teil von persönlichen Identitäts- und Rollenkonzepten und damit ein Faktor der Beheimatung und der sozialen Verankerung. So entwickelten sich beispielsweise Salzburger Identitäten in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts basierend auf Tourismus und Mozart. Aus dem Ende des Erzstiftes 1816 und der Zuordnung Salzburgs zum Kronland Oberösterreich der Habsburger Monarchie resultierte nicht nur Abwanderung sondern auch Identitätsverlust. Neben der Gründung der Mozartgemeinde wurde daher auch die Bewahrung der Altstadt Salzburgs, der Landschaft und der Volkskultur 1841 beschlossen und versucht, auf der Grundlage von Distinktion und Differenzierung ein neues Bewusstsein der Zugehörigkeit zu Österreich zu schaffen – eine bewusste Konstruktion erwünschter Wirklichkeiten.¹⁹

¹⁸ Vgl. Gerndt, Helge: Die Alpen als Kulturraum. Über Aufgaben und Verantwortung der Kulturwissenschaften. In: *Schönere Heimat*, 85. München 1986. S. 170-179.

¹⁹ Vgl. Kammerhofer-Aggemann, Ulrike: The Mozartkugel. From a local speciality to Austria's "National Symbol". Ins Amerikanische übersetzt von Helga Maier. In: *Ethnologia Fennica. Finnish studies in Ethnology*. 21, 1993. S. 46-53. Vortrag zur Festtagung der Finnischen Gesellschaft Ethnos anlässlich des 125-Jahr-Jubiläums des Staates Finnland am 13.11.1992 im Ethnographischen Museum Helsinki. – deutsch: Die Mozartkugel. Von der lokalen Spezialität zum „nationalen Symbol“ Österreichs. In: Salz-

- **Identität kann aber auch zu einer unerwünschten Bevormundung werden**, zu einer nicht erfüllbaren, allzu starren oder zu konträren Vorgabe übergeordneter Interessen gegenüber dem eigenen Selbstverständnis. Regionale Identität fungiert dann als das Reizwort für die Ausbildung einer zwangsverordneten „Corporate Identity“ gegen jede Diversität der Individuen, wie der Regionen als Lebensräume. Etwa wenn regionale Identität zur Zwangsjacke touristischer „Vorderbühnen“ (Goffman) wird und zur Erfüllung touristischer Klischees, Fremdbilder und Erwartungshaltungen zwingt. Dabei wird Kultur bewertet und bestimmte Werte und Normen ausgewählt, die dann als regionale Topoi interpretiert werden. Zwangsläufig geht damit die Änderung der Selbstwahrnehmung einher, die zu Desintegration und einem Identitätskonflikt oder -verlust führt.²⁰ Auch kann regionale Identität somit die eigentlich schützenswerte Individualität zerstören. Solche verallgemeinernden Typisierungen wären etwa: „Die Salzburger sind lustige Bergsteiger und Volksänger, fröhliche Naturkinder fernab allen Schulwissens“ (1800), „Den Salzburgern ist als Kulturmenschen der Besuch der Festspiele wichtig“ (2000) oder „Der Österreicher ist ein Gemütsmensch“.
- **Regionale Identität kann als Raum wacher Bewusstheit zur Schaffung eines regionalen Bewusstseins** im Diskurs der Regionen als kulturell gewachsene Einheit mit Potenzialen der Vernetzung verstanden werden (z. B. EURegios). Hier wird versucht Gemeinsamkeiten darzustellen und alle in einer Region lebenden Personen zu integrieren, anstatt eine Grenzziehung zu vollziehen.
- **Regionale Identität dient weiters zur Erhaltung und Förderung gewachsener Kultur.** Die Bewahrung, Schaffung und Artikulation regiona-

burg Archiv 16, Salzburg 1993. S. 275-292. – erweiterte Langfassung in „Bräuche im Salzburger Land“, CD-ROM 2 (=SBzVK 14) Salzburg 2003.

²⁰ Vgl. Goffman wie Anm. 12.

ler Identitäten steht hier im Vordergrund (z. B. „Salz-Seen-Region“, „Mozartjubiläum“, „Kaiserstadt Bad Ischl“, „Salzburger Nockerl“ etc.).

- **Regionale Identität kann als Bildungs- und Kulturkonzept** der Erhaltung nicht mehr marktwirtschaftlich relevanter Objekte und Kenntnisse verstanden werden. An dieser Stelle sei die Bewahrung des materiellen und immateriellen Kulturerbes der UNESCO (Übereinkommen 2003) zur Erhaltung, Bewusstseinsförderung und Wertschätzung auf lokaler, nationaler wie internationaler Ebene genannt. Hier dient regionale Identität als Quelle kultureller Vielfalt und Garant der nachhaltigen Entwicklung (bisher wurde diese Konvention in 114 Ländern ratifiziert, darunter auch in Österreich mit 1. Juni 2009).
- **Neben einer regionalen Identität als Sprachlandschaft der Dialekte und Minderheitensprachen** können auch andere Identitäten als Lebensräume mit nachhaltigen Strukturen von Heimat, Bildung, Kultur, Erwerbsmöglichkeit und Zukunftsfähigkeit entwickelt werden.
- **Regionale Identität kann zur Schaffung eines neuen gesetzlichen Rahmens** für Territorien, die über bestehende Verwaltungsbereiche hinausgehen, eingesetzt werden. Gesetzliche Rahmenbedingungen und Strukturen zur kreativen Weiterentwicklung möglichst vieler Gruppen sind notwendig, um eine Region und deren Identität zu erhalten (z. B. die Initiative „Zentrum Umhausen“ im Ötztal von Hans Haid: Fortbildungen per Internet für Biobauern über 1.300m; Wirtschaftskooperation mit Nobelhotellerie vor Ort etc.).
- Auch stellen regionale Identitäten ein **strukturiertes Territorium mit speziellen staatlich zu schaffenden Strukturbedürfnissen** dar (z. B. Rekonstruktionen nach Kriegen; aber auch etwa der Alpenbogen mit den Protokollen und Deklarationen der Alpenkonvention²¹).

²¹ Siehe dazu: <http://www.alpconv.org> (Abfrage am 19.12.2012)

- Regionale Identitäten können als Räume mit mehr oder weniger zentral oder föderalistisch geführten **Verwaltungsübereinkünften mit deklarierten, gemeinsamen rechtsstaatlichen Konzepten** verstanden werden (z. B. Die Europäische Union).

Identität als Aufwertung des Eigenen

Abschließend kann gesagt werden, dass regionale Identität eine Bühne zur Aufwertung des Eigenen ist. Sie ist ein veränderbares Konstrukt und enthält hoch bewertete Kulturindikatoren. Wir denken sie in unseren Sehnsüchten mit und verwechseln oft die Geborgenheit der Kindheit mit der Region, die Wünsche an den Urlaubsort mit der Realität eines Landes oder den wirtschaftlichen Nutzen einer Regionalinitiative mit Kulturerhalt. Das Konzept „Regionale Identität“ ist oft jene Vorstellung von Region, Heimat, Geschichte, Tradition und Authentizität, derer unsere Zeit bedürftig ist, um Zugehörigkeit und Beheimatung zu vermitteln.²² Daher enthält regionale Identität immer Aspekte einer quantitativ definierbaren Realität und Aspekte einer nur qualitativ beschreibbaren, erwünschten, oft individuellen Wirklichkeit. Somit trägt Regionalität eindeutige Fakten und uneindeutige (also mehrfach ausdeutbare) Konnotationen in sich. Z. B. stellt sich das „Traditionelle“, „Uralte“ oft als ein internalisiertes Fremdbild anderer Zeiten oder relativ junge Mode „von gestern“ heraus.²³

Die Wahrung regionaler Identitäten kann beispielsweise auf die Verankerung der Menschen in einem Identifikationsraum, die Sicherheits-, Migrations- und Friedenssituation einer Region und das Demokratieverständnis wie die Toleranz in gemischtsprachigen Regionen fördernd wirken. Für die Integration in komplexen Gesellschaften sind überschaubare Einheiten besonders wichtig, da in ihnen aktive Produktions- und Reproduktionsge-

²² Vgl. Köstlin, Konrad: „Heimat“ als Identitätsfabrik. In: Österr. Zeitschrift für Volkskunde, Jg. L/99. Wien 1996. S. 321-338.

²³ Vgl. Pöttler, Burkhard; Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (Hgg.): Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg. Wien 1994.

meinschaften entstehen, in denen Übereinstimmung in Bezug auf den Sinn des Lebens möglich ist. Da die Ausbildung regionaler Identität einen Prozess mit offenem Ausgang darstellt, muss dieser gefördert, unterstützt und begleitet werden, um ihn weiter voran treiben zu können.²⁴ Solche Orte der Vertrautheit können regionale und lokale Vereinigungen wie Brauchtumsvereine, Kulturvereine und Theatergruppen darstellen. Dort entwickelt sich Kreativität als Ausdruck der kulturellen Bestimmtheit des Menschen.²⁵ Die Förderung des Bildungsprozesses einer regionalen Identität ist vor allem fruchtbar, wenn sie mit Toleranz gegenüber anderen Kulturmustern und Identitäten gekoppelt ist. Denn das Zusammenleben verschiedener Kulturen und Religionen führt im respektvollen Dialog zu einer Reflexion des „Eigenen“. Dann wird „Identität als materielle und immaterielle Satisfaktion“ stets danach streben, sich der „Übereinstimmung des Individuums mit sich selbst und seiner [sozialen und räumlichen] Umgebung“²⁶ zu nähern.

Wie heißt es im Stück „Heimweh“ von Susanne Lipinski: „Erdäpfel-Brezn-Suppn kann ich mir überall machen“ – was so viel heißt wie, ich wähle aus, bestimme was ich als Verankerung auch anderswo brauche, was meine regionale Identität ausmacht und nehme meine heimatlichen Identifikatoren mit – wohin auch immer.²⁷

²⁴ Vgl. Steward, Julian Haynes: Theorie des multilinearen kulturellen Wandels. zit. nach: Greverus, Ina Maria: Landbewegungen. Remythologisierung oder Redefinition ruraler Weltsicht? In: dies.: Die Anderen und ich. Vom Sich Erkennen, Erkennt- und Anerkanntwerden. Kulturanthropologische Texte. Darmstadt 1995. S. 168–171.

²⁵ Vgl. Greverus: Landbewegungen. wie Anm. 24, S. 166–189. – dies.: Kultur und Alltagswelt. Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie. 1. Aufl. München 1978. – Göttsch, Silke: Zur Konstruktion schichtenspezifischer Wirklichkeit. Strategien und Taktiken ländlicher Unterschichten vor Gericht. In: Erinnern und Vergessen. Deutscher Volkskundekongress 1990. Göttingen: Volker Schmerse 1991. S. 444–452.

²⁶ Bausinger, Hermann. Zur kulturalen Dimension von Identität. In: *ZfVK* 73/1977. S. 210. zit. nach: Bellwald, Werner: Zur Konstruktion von Heimat. Die Entdeckung lokaler „Volkskultur“ und ihr Aufstieg in die nationale Symbolkultur Imprimerie Constantin. Sitten/Sion 1997. S. 259.

²⁷ Vgl. Lipinski, Susanne: Heimweh. „Erdäpfel-Brezn-Suppn kann ich mir überall machen“. Eine Solo-Kochshow zwischen Heimatfilmidylle & Mutterlandsabrechnung. Theaterstück. Uraufführung Toihaus Salzburg 2010.

Jedes Kulturschaffen, jede Bewertung ist eine Konstruktion. Sie stellt Vorhandenes in Frage, wertet um und schafft Neues. In Abwandlung von Luigi Snozzis (Architekt, geb. 1932) Satz zur Stadtraumgestaltung: „Jedes Bauen ist ein Akt der Zerstörung, zerstöre mit Verstand!“ könnte man daher sagen, „Jede kulturelle Bewertung ist eine Konstruktion, konstruiere mit Verstand!“

Zum Nachlesen:

- Bellwald, Werner: Zur Konstruktion von Heimat. Die Entdeckung lokaler „Volkskultur“ und ihr Aufstieg in die nationale Symbolkultur (= Kantonaales Museum für Geschichte und Ethnographie, Gegenwartsethnologie, Ethnol. Reihe 5). Sitten/Sion: Walliser Kantonsmuseen 1997.
- Brügge, Joachim; Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (Hgg.): Kulturstereotype und unbekannte Kulturlandschaften am Beispiel von Amerika und Europa (= Salzburger Beiträge zur Volkskunde 17). Anif/Salzburg: Mueller-Speiser 2007.
- Bourdieu, Pierre: Satz und Gegensatz. Über die Verantwortung des Intellektuellen. Frankfurt: Fischer Taschenbuch Verlag 1993.
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. 8. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 658) Frankfurt: Suhrkamp 1996.
- Elias, Norbert: Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Bd. 1: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes. 14. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 158) Frankfurt: Suhrkamp 1989.
- Elias, Norbert: Über den Prozess der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Bd. 2: Wandlungen der Gesellschaft. Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation. 14. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 159) Frankfurt: Suhrkamp 1989.
- Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung: Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. 2. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 696) Frankfurt: Suhrkamp 1991.
- Gerndt, Helge: Die Alpen als Kulturraum. Über Aufgaben und Verantwortung der Kulturwissenschaften. In: Schöner Heimat, 85. München: Bayerischer Landesverein für Heimatpflege 1986. S. 170-179.
- Goffman, Erving: Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung. 1. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 396) Frankfurt: Suhrkamp 1982.
- Greverus, Ina Maria: Kultur und Alltagswelt. Eine Einführung in Fragen der Kulturanthropologie. 1. Aufl. München: Beck 1978.

- Greverus, Ina Maria: Landbewegungen. Remythologisierung oder Redefinition ruraler Weltsicht? In: dies.: Die Anderen und ich. Vom Sich Erkennen, Erkennt- und Anerkanntwerden. Kulturanthropologische Texte. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft 1995. S. 166-189.
- Götttsch, Silke: Zur Konstruktion schichtenspezifischer Wirklichkeit. Strategien und Taktiken ländlicher Unterschichten vor Gericht. In: Erinnern und Vergessen. Deutscher Volkskundekongress 1990. (= Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachsen 6), Göttingen: Volker Schmerse 1991. S. 444-452.
- Henning, Christoph: Reiselust: Touristen, Tourismus und Urlaubskultur. 1. Aufl. Frankfurt: Insel Verlag 1997.
- Kammerhofer-Aggermann, Ulrike: Die Salzburger Landeskommission betreffend Förderung und Hebung der Salzburger Eigenart in Tracht, Sitten und Gebräuchen und der Salzburger Landesanzug. In: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike; Haas, Walburga; Scope, Alma (Hgg.): Trachten nicht für jedermann? Heimattideologie und Festspieltourismus dargestellt am Kleidungsverhalten in Salzburg zwischen 1920 und 1938. (=Salzburger Beiträge zur Volkskunde 6) Salzburg: Salzburger Landesinstitut für Volkskunde 1993. S. 25-50.
- Kammerhofer-Aggermann, Ulrike: The Mozartkugel. From a local speciality to Austria's "National Symbol". In: Amerikanische übersetzt von Helga Maier. In: Ethnologia Fennica. Finnish studies in Ethnology. 21, 1993. S. 46-53. Vortrag zur Festtagung der Finnischen Gesellschaft Ethnos anlässlich des 125-Jahr-Jubiläums des Staates Finnland am 13.11.1992 im Ethnographischen Museum Helsinki. – deutsch: Die Mozartkugel. Von der lokalen Spezialität zum „nationalen Symbol“ Österreichs. In: Salzburg Archiv 16, Salzburg 1993. S. 275-292. – erweiterte Langfassung in CD-ROM 2 „Bräuche im Salzburger Land“.
- Kammerhofer-Aggermann, Ulrike; Keul, Alexander G.: Erlebniswelten. Die Kommerzialisierung der Alpenräume: Touristensommer und Bauernherbst. In: Rieder, Max; Bachleitner, Reinhard; Kagelmann, Hans Jürgen (Hgg.): Erlebnis Welten. Zur Kommerzialisierung der Emotionen in touristischen Räumen und Landschaften. (=Reihe Tourismuswissen-

- schaftliche Manuskripte Bd. 4). München/Wien: Profil Verlag 1998. S. 95-101.
- Köstlin, Konrad: Die Regionalisierung von Kultur. In: Köstlin, Konrad; Bausinger, Hermann (Hgg.): Heimat und Identität. Probleme Regionaler Kultur. (= Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte Schleswig Holstein 7) Neumünster: Karl Wachholtz Verlag 1980. S. 25–38.
- Köstlin, Konrad: „Heimat“ als Identitätsfabrik. In: Österr. Zeitschrift für Volkskunde, Jg. L/99. Wien: Selbstverlag des Vereines für Volkskunde 1996. S. 321-338.
- Köstlin, Konrad: Volkskultur und Moderne. Europäische Ethnologie zur Jahrtausendwende. In: Historische Erzählforschung. Bayerische Blätter für Volkskunde (BBV) NF2. 2. Aufl. Wien: Selbstverlag des Institutes für Europäische Ethnologie. 2000. S. 63-72.
- Pöttler, Burkhard; Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (Hgg.): Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg. Wien: Selbstverlag des Vereins für Volkskunde 1994.
- Soeffner, Hans-Georg: Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. 2. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 993) Frankfurt: Suhrkamp 1995.
- Steward, Julian Haynes: Theorie des multilinearen kulturellen Wandels. zit. nach: Greverus, Ina Maria: Landbewegungen. Remythologisierung oder Redefinition ruraler Weltsicht? In: dies.: Die Anderen und ich. Vom Sich Erkennen, Erkennt- und Anerkanntwerden. Kulturanthropologische Texte. Darmstadt: Wiss. Buchgesellschaft 1995. S. 168-171.
- Straub, Jürgen: Identitätstheorie im Übergang? Über Identitätsforschung, der Begriff der Identität und die zunehmende Beachtung des Nicht-Identischen in subjekttheoretischen Diskursen. In: Sozialwissenschaftliche Literatur Rundschau 14, 23. 1991, S. 49-71.
- Wodak, Ruth; de Cillia, Rudolf u. a.: Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität. 1. Aufl. (= Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft Nr. 1349) Frankfurt: Suhrkamp 1998.

Schauspiel:

Jelinek, Elfriede: Die Kontrakte des Kaufmanns. Eine Wirtschaftskomödie. Schauspiel. Uraufführung Schauspiel Köln 2009.

Lipinski, Susanne: Heimweh. „Erdäpfel-Brezn-Supp´n kann ich mir überall machen“. Eine Solo-Kochshow zwischen Heimatfilmidylle & Mutterlandsabrechnung. Theaterstück. Uraufführung Toihaus Salzburg 2010.

Internetquelle:

Mörth, Ingo und Fröhlich, Gerhard; Michaela Fehringer (Mitarbeit): HyperBourdieu© WorldCatalogue^{HTM}. An All-Inclusive-Documentation. 08.02.2005 URL: <http://hyperbourdieu.jku.at/hyperbourdieustart.html>. (Abfrage am 12.11.2012)