

Arbeitsgemeinschaft ländliche Sozialforschung

Protokoll der Sitzung vom 17. März 2006

An der **61. Sitzung** der Arbeitsgemeinschaft nahmen folgende Personen teil:

Aschenbrenner (Österr. Kuratorium für Landtechnik und Ländliche Entwicklung), Bernard (Karls-Universität Prag), Dorninger (Universität für Bodenkultur), Dörr (Arbeitsgruppe Raumplanung Planning & Consulting), Göttl (BMLFUW, Abt. II/5), Graf (Bundesanstalt für Agrarwirtschaft), Groier (Bundesanstalt für Bergbauernfragen), Gugerell (Universität für Bodenkultur), Heistingner (Büro Semina Kultur_Pflanzen_Konzepte), Hickersberger (Ökosoziales Forum), B. Hofer (Public Observer), Hovorka (Bundesanstalt für Bergbauernfragen), Jochum (Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern), Kirchengast (Universität Innsbruck), Kirner (Bundesanstalt für Agrarwirtschaft), Kolland (Universität Wien), Köstlin (Universität Wien), Parizek (Bundesanstalt für Agrarwirtschaft), Pass (Public Observer), Petrovics (Universität für Bodenkultur), Pevetz (vorm. Bundesanstalt für Agrarwirtschaft), Quendler (Wien), Reiner (Universität Wien), Roither (Universität für Bodenkultur), Schickengruber (Universität für Bodenkultur), Segert (Universität Potsdam), Wieser (Universität Wien und Universität für Bodenkultur), Wiesinger (Bundesanstalt für Bergbauernfragen)

Entschuldigungen ergingen von:

Bacher, Borsdorf, Danhel, Donabauer, Eßl, Fatzi, T. Fischer, Fuhrmann, Greif, Haller, Herzog, O. Hofer, Hoppichler, Kapfer, Karre, Loibl, Lukas, Martischnig, Neunteufel, Nievoll, Oedl-Wieser, Panholzer, Pichler, Pirkhuber, Rest-Hinterseer, Rossier, Schermer, Schmid-Priwitzer, Schultes, Silber, Štastný, Chr. Steiner, Vogel, Wogowitsch, Zapotoczky

Der Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft **Wieser** begrüßt die beiden Vortragenden, die eine weite Reise auf sich genommen haben, sowie alle übrigen TeilnehmerInnen der Sitzung.

Zunächst präsentierte Christoph **Kirchengast** (Sozial- und Kulturanthropologe, Arbeitsgruppe ländliche Entwicklungen am Institut für Soziologie der Universität Innsbruck, Homepage: www.uibk.ac.at/berglanndwirtschaft) einige Ergebnisse seiner Diplomarbeit zu Almwirtschaft und Almen in Österreich unter dem Titel „*Land der Berge, Land der Almen. Das gesellschaftliche Konstrukt Alm.*“ Die Diplomarbeit war gleichzeitig kulturwissenschaftliches Teilprojekt von *ALP Austria* (Programm zur Sicherung der Alpenen Kulturlandschaft). Finanziert wurde das Forschungsprojekt vom Lebensministerium und sechs Bundesländern.

Der Vortrag befasst sich mit folgenden Themen und Fragestellungen:

- Welche Bedeutungen werden Almen in der österreichischen Mehrheitsgesellschaft einerseits als *Identitätsmarker* und andererseits als *Kollektivsymbole* zugeschrieben?
- Der Fokus liegt bei den *gängigen Repräsentationen von Almen* in unserer Gesellschaft u.a. als Teil

eines weit verbreiteten Bildes der Alpen an sich.

- Es wird auf zwei Zentren eingegangen, wo die *Bildung*, die *Perpetuierung* und die *Transformation* des Konstruktes Alm stattfindet: einerseits in den *Medien* und andererseits im Rahmen des *alpinen Tourismus* in Österreich
- Es geht nicht um die Alpen oder Almen selbst als materiell vorhandene, gegebene Realitäten, sondern darum, *was unsere Gesellschaft mit diesen Realitäten anstellt, wie sie interpretiert werden und welche Bedeutungen sie im Rahmen der österreichischen Kollektividentität einnehmen.*
- Abschließend wird dann noch auf den *ideellen Wert von Almen für deren Bauern und Bäuerinnen* eingegangen.

Die Diplomarbeit hatte zwei Teile: die Alm als landwirtschaftliche Produktionsstätte („*almwirtschaftliche Aspekte*“) und die Alm als virtueller Ort („*Konstrukt Alm*“). Die Annäherung an die Thematik erfolgte aus *zwei Blickwinkeln*, aus der Sicht von Almbauern/Almbäuerinnen selbst und aus einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive. Beim Vortrag geht es weniger um die almwirtschaftlichen Aspekte und die Sicht der Bauern/Bäuerinnen als um *Almen als virtuelle Orte*, als Orte die mit Bedeutungen und Werten beladen werden.

Die Herangehensweise erfolgte über einen Methoden-Mix. Mit insgesamt sieben Bauern und Bäuerinnen an fünf Betrieben in fünf Bundesländern wurden qualitative Leitfaden gestützte Interviews geführt, die dann mittels qualitativer Inhaltsanalyse ausgewertet wurden. Während des gesamten Sommers 2004 wurde Feldforschung mit teilnehmender Beobachtung betrieben. *Kirchengast* war drei Wochen auf einem Almbetrieb, abgesehen davon sprach er auf vielen Almen mit WirtInnen, Wanderern usw. Zusätzlich wurde eine qualitative Analyse von Medieninhalten durchgeführt. Dabei wurden Anleihen aus der *kritischen Diskursanalyse* von *Siegfried Jäger* (*Kritische Diskursanalyse*, Duisburg/Münster 2001) genommen. Insgesamt ist die Arbeit in die Sub-Disziplin der interpretativen Kulturanthropologie einzuordnen.

Derzeit werden in Österreich ca. 9.000 Almen bewirtschaftet, welche knapp 20%, d.h. ein Fünftel der Gesamtfläche Österreichs einnehmen. Almen sind eine wesentliche Voraussetzung für den alpinen Tourismus in Österreich, sowohl im Winter (z.B. als Schipisten) als auch im Sommer (z.B. als Wandergebiete). Mehr als die Hälfte der Almen in Österreich weisen Fremdenverkehrseinrichtungen auf.

Almen sind ein Bestandteil der alpinen Landwirtschaft und damit Teil der Alpen als solches. Die Alpen als solche sind in Österreich omnipräsent, ob das nun beim Genuss eines „*Jagatees*“ in einer Schihütte in Tirol ist, beim Opening der Schiweltcupssaison am Wiener Rathausplatz oder direkt in unseren Geldbörsen, wo auch Alpenblumen in Form von Cent-Münzen sprießen.

Die Alpen sind, **das** Nationalsymbol Österreichs schlechthin, oder zumindest einer der zentralen Nationalsymbole. Dies sieht man auch daran, wie es *Konrad Köstlin* ausdrückt, dass Österreich häufig als die „*Alpenrepublik*“ bezeichnet wird, auch wenn nur ein geringer Teil Gesamtbevölkerung dort tatsächlich lebt. Es ist aber auch so, dass dort wo Alpen draufsteht, Almen drinnen sind – zumindest aus sprachhistorischem Blickwinkel: Von den Almen haben nämlich die Alpen laut *Bernhard Tschofen* (*Berg Kultur Moderne, Volkskundliches aus den Alpen* 1999) ihren Namen. Das Wort leitet sich vom mittelhochdeutschen „*albe*“ ab, welches einen Weideplatz auf einem Berg bezeichnete und somit sowohl für die Almen als auch für die Alpen selbst namens gebend war. Dieser Konnex ist aber nicht nur auf theoretischer Ebene vorhanden, sondern auch in der Praxis: beispielsweise sind die allermeisten Schipisten Almflächen, die meisten „*Jausenstationen*“ sind Almhütten und die meisten Wandergebiete in Österreich führen über Almgebiete. Auch in der medialen Repräsentation gilt in der Regel: Wenn Berge und Bergmenschen gezeigt werden, sind Almhütten, Almkühe oder hübsche Sennerinnen meist nicht sehr fern.

Almen sind also ein *zentraler kultureller Topos* in Österreich. Als BewohnerIn dieses Landes sieht man sich *auf die eine oder andere Weise mit Almen konfrontiert*. Das soll heißen, dass praktisch jeder/jede von uns eine Vorstellung, bzw. ein spezifisches Bild von Almen im Kopf hat. Als Identitätsmarker wird das Stereotyp der „*urigen Alm*“ mit all seinen Konnotationen auch *in Politik, Kunst, Kultur und Medien* in den unterschiedlichsten Zusammenhängen, die damit verbunden sind, häufig bemüht. Ob nun die Alm nun *politisch instrumentalisiert, von KünstlerInnen kritisiert* oder *werbetechnisch in Szene gesetzt* wird, eine Auseinandersetzung dieser Thematik wird praktisch von fast allen Seiten in Österreich betrieben. Almen werden also häufig zur *Versinnbildlichung von Freiheit, Ruhe, Abgeschlossenheit, Naturnähe*, von einer „*heilen Welt*“ allgemein oder von *Ausgelassenheit und Sorglosigkeit* herangezogen. Diese Liste der assoziierten Werte und Eigenschaften ist erweiterbar.

Demnach ist die Alm ein *Kollektivsymbol der österreichischen Gesellschaft und darüber hinaus*. Als *Kollektivsymbole* werden nach Jürgen Link (Moderne Kollektivsymbolik 1997) *Objekte* bezeichnet, *denen unterschiedliche Bedeutungen zugewiesen werden und die einem großen Teil der jeweiligen Gesellschaft vertraut sind*, d.h. das jeweilige Objekt wird zu einem Träger variierender Inhalte, die von der ursprünglichen Bedeutung des Objektes abweichen (vgl. Siegfried Jäger 2001, S. 140). Eine Alm oder eine Almhütte kann demgemäß beispielsweise Freiheit, Abgeschlossenheit, Ruhe, Naturnähe, Idylle oder auch Heimat generell symbolisieren. Die Bedeutungen und Werte, die Almen zugeschrieben werden, befinden sich in der *Schnittmenge von gesellschaftlichen Diskurssträngen über Gesundheit, Natur, Kultur, Tourismus, Identität und Heimat*. Als gesellschaftliches Konstrukt Alm bezeichnet Kirchengast die Gesamtheit der unterschiedlichen Bedeutungen, welche Almen im Rahmen soziokultureller Praktiken zugewiesen werden und die von der ursprünglichen Bedeutungen als Teil der Berglandwirtschaft abweichen. Das kann beispielsweise über und durch Medien, Tourismus, „*Volkskultur und -musik*“ etc. stattfinden. In diesem Sinn fungiert „*die Alm*“ als *Kollektivsymbol* dessen variierende Inhalte einem Großteil der österreichischen Bevölkerung geläufig sind.

Wenn man die *Geschichte des Konstruktes Alm* betrachtet, so lassen sich deren Wurzeln im 18. und 19. Jahrhundert v.a. in Zusammenhang mit der Entstehung eines breiten Bürgertums verorten. Durch *Goethes Schweizreisen* rückten im deutschsprachigen Raum das erste Mal die Alpen und mithin auch Almen ins öffentliche Interesse. Die Entstehung dieses Konstruktes steht auch eng im Zusammenhang mit der Epoche der *Romantik*. Mit der Entstehung des *Alpinismus*, der nicht wie viele meinen von Mitteleuropa, sondern von England ausgegangen ist. In London wurde der erste Alpinverein gegründet. Mit dem Entstehen der *Exotik des Nahen*, wie dies *Konrad Köstlin* bezeichnet, wird das Nahe zum exotischen Objekt gemacht. Dies ist eine Exotik, die auch für das breite Bürgertum, welches damals entstand, erreichbar war. Die Erfahrung der Exotik der Ferne hingegen war für das untere und mittlere Bürgertum nicht erreichbar, sondern nur für die Eliten erschwinglich. Den damals bereits vorhandenen *Orientalismen*, die die Südsee, Indien oder Afrika zum Thema hatten, wurden nicht minder exotische *okszentalistische Pendants* zur Seite gestellt, u.a. eben die alpine Bergwelt samt dort vorhandenem Menschenschlag und Kultur. Die Bergbauern wurden zu dieser Zeit im Rahmen eines Binnenexotismus quasi zu edlen Wilden konstruiert.

Eine der Grundaussagen der Diplomarbeit ist, dass Almen bzw. die verschiedenen Klischees von Almen ein ganz bedeutender Teil des gesellschaftlichen Bildes von den Alpen ist und dieses wiederum ist ein ganz zentraler Teil eines sehr gängigen Entwurfes von *Heimat* in Österreich. Obwohl sich Almen, Alpen und Heimat nicht gleichsetzen lassen, sind Almen sind dennoch ein Element eines sehr gängigen Heimatkonzeptes in Österreich. Dieses Heimatverständnis erlebte v.a. in den späten Siebziger Jahren eine Renaissance, als es von den angestaubten ideologischen Konzepten z.B. des Nationalsozialismus, entledigt wurde und zu einem Gegenkonzept zur wachsenden Komplexität unserer Umwelt im Kontext der Globalisierung konstruiert wurde im Rahmen z.B. der neuen Ratlosigkeit. Almen wurden beispielsweise zu Orte konstruiert, wo man sich der Hektik der modernen unmenschlichen Arbeitswelt noch entziehen kann.

Almen oder letztlich auch Almhütten dienen heute in Österreich als ländliches Äquivalent zum gemütlichen Wiener Kaffeehaus. Sie sind demnach das Sinnbild für die selbst- und fremdzugeschriebene Gemütlichkeit der Österreicher und Österreicherinnen.

Wenn man sich länger auf Almen aufhält und das Verhalten von so manchen TouristInnen beobachtet und das analysiert, was da in Gesprächen so zu Tage tritt, dann könnte der Tenor daraus etwa so klingen: *„In der urigen Almhütte, da können und dürfen wir ÖsterreicherInnen noch so sein, wie unsere rauen, erdigen Vorfahren waren und wie wir in unserem tiefsten Inneren ja eigentlich auch immer noch sind: Ein naturverbundenes, geselliges, gemütliches, humorvolles und friedliebendes ‚Volk‘ (oder vielleicht ‚Völkchen‘?), das Genüssen jedweder Art durchwegs zugeneigt ist“.*

Der alpine *Tourismus* ist der erste Ort für die Bildung und Perpetuierung des Konstruktes Alm. Schon die Entstehung des Konstruktes Alm gegen Ende des 19. Jahrhunderts war eng verwoben mit der Entwicklung des alpinen Tourismus. Durch den damals anlaufenden Fremdenverkehr in alpinen Regionen auf immer breiterer Basis (Stichwort Sommerfrische) wurden *städtische Klischee- und Wunschbilder über das Land und das ländliche Leben mit lokalen Erzählungen über Almen vermischt*. Diese *Verschmelzung zwischen urbanen Stereotypen und regionalen Geschichten und Mythen* wurde im Zuge der Genese des alpinen Massentourismus *sukzessive kommerzialisiert* und entwickelte sich des Weiteren zu einem *vielfach einsetzbaren Kollektivsymbol* in Österreich und im deutschsprachigen Raum.

In Hinblick auf die praktische Relevanz von Tourismus für die Almwirtschaft und vice versa lässt sich sagen, dass Almen eine *der* wesentlichsten Voraussetzungen für den Alpin-Tourismus in Österreich sind. Sie sind Orte, wo Tourismus buchstäblich stattfindet. Beispielweise dienen im Winter Almflächen *als Schipisten*, im Sommer *als Wanderareale* und sehr viele Almhütten sind *ganzjährig gemütliche Gaststätten*. In vielen Regionen v.a. im Westen Österreichs bilden *Tourismus und Almwirtschaft* heute eine *derart enge Symbiose*, dass es quasi unmöglich ist, diese beiden Dimensionen getrennt voneinander zu betrachten. Nirgends anders in Österreich ist das *Zusammenspiel zwischen Landwirtschaft und Tourismus so eng* und sind die Grenzen dieser beiden Dimensionen so verschwommen, wie auf Almen selbst.

Die Rolle des Tourismus ist auch für die Identitätsbildungen sehr bedeutend. Tourismus und touristische Zentren sind immer Orte des kommunikativen Austausches und der Konstruktion von Selbst- und Fremdbildern. Das trifft auch auf Almen zu. Der *Umgang mit TouristInnen* beeinflusst und formt die *Identität der jeweiligen lokalen Bevölkerung*, weil der Tourismus eine *Auseinandersetzung* von Ortsansässigen mit den *Vorstellungen, Klischees und Lebenskonzepten, welche die Gäste mit sich bringen*, impliziert.

In einigen alpinen Regionen wie etwa in Tirol, Salzburg, Kärnten etc. geht die zentrale Position von Fremdenverkehr heute soweit, dass sich das wirtschaftliche und gesellschaftliche Alltagsleben zu großen Teilen über den Tourismus definiert (z.B. der Wandel der Erscheinungsbilder von Orten im Ablauf von Haupt-, Neben- und Zwischensaisonen). Oft werden dabei ganze Ortschaften zu Spiegelbildern von in einer Gesellschaft gängigen Anschauungen, Stereotypen und Wunschvorstellungen, die mit den ursprünglichen Lebenskonzepten der lokalen Bevölkerung nur mehr wenig zu tun haben. Die Gemeinde *Sölden* beispielsweise hat im Jahr ca. 2,1 Millionen Nächtigungen bei knapp 4.000 EinwohnerInnen. Im Vergleich dazu: verzeichnet Wien ca. 8,8 Millionen Nächtigungen im Jahr bei etwa 1,6 Millionen EinwohnerInnen. In solchen Orten und Regionen wird der Tourismus selbst zu einem der prägnantesten Elemente der dortigen Kollektividentität. Die Leute definieren sich teilweise über Tourismus, das Alltagsleben funktioniert über Tourismus (z.B. Haupt-, Zwischen-, Nebensaison).

Die Art und Weise, *wie Bauern und Bäuerinnen selbst auf ihre Almen blicken* – sprich mit welchen Bedeutungen und Assoziationen sie diese versehen – *hängt also auch eng damit zusammen, wie Bilder von Almen von außen konstruiert wurden und werden* und in diese Ortschaften über den Tourismus getragen werden. Es ist auch oft so, dass diese Wunschbilder, Sehnsüchte und diese oft unadäquaten Klischees von den Almbauern/Almbäuerinnen selber aufgegriffen und als Vermarktungsstrategie verwendet werden.

Z.B. bei einer aus dem Tal angelieferte Buttermilch, die aus einer urtümlichen Milchkanne geschöpft wird, antwortete der Bauer bzw. Wirt auf die Frage, ob dies eine hiesige Buttermilch wäre, mit „ja fast“.

Orte, Monumente, Landschaften und Kulturpraktiken, die lange und intensiv genug *touristisch genutzt* und auch beworben werden, entwickeln sich *sukzessive zu Ikonen eines einerseits regionalen und andererseits nationalen Bewusstseins*. Dadurch haben sie auch *beträchtlichen Einfluss auf ein allgemeines kollektives Selbstverständnis* im jeweiligen Land bzw. in der jeweiligen Region. Almen sind in Österreich eben genau solche Orte und Landschaften, auf die das zutrifft. Je größer also die wirtschaftliche Bedeutung von Tourismus, je größer die Anzahl an TouristInnen in einem Land bzw. einer Region, desto größer ist auch der Einfluss von Tourismus auf die kollektive Identität.

Das zweite Zentrum der Formierung und Vererbung des Konstruktes Alm stellen die **Medien** dar. Medien spielen heute eine zentrale Rolle in der *Bildung und Perpetuierung kollektiver Identitäten*. Almen – und die damit verwobenen Werte – *tauchen im gerade im österreichischen Fernsehen und in anderen Medien immer wieder auf* und zwar *nicht nur* wie man denken möge *in Heimatfilmen oder in Volksmusiksendungen à la Musikantenstadl* sondern auch in ganz normalen Kinofilmen, Fernsehserien, Reality Shows usw.

Zwei Beispiele sollen hier kurz angeführt werden, einerseits der Kinofilm „Die fetten Jahre sind vorbei“ und die Reality Show „Die Alm – Promischweiß und Edelweiß“.

„Die fetten Jahre sind vorbei“ (Regie: Hans Weingartner) ist ein deutscher Kinofilm aus dem letzten Jahr, bei dem eine Alm als Kulisse und als Vehikel für diverse Werte und Eigenschaften dient. Der Film handelt von drei jugendlichen AntikapitalistInnen aus Berlin, die nach einer missglückten Protestaktion einen reichen Manager, nämlich das Opfer ihres Protestes entführen und auf eine abgelegene Alm flüchten, um ihn dort festzuhalten. Dort in der freien und befreienden Natur, jenseits sozialer Zwänge und jeglicher Sorgen aus dem Tal, kommen sich Täter und Opfer näher und finden in dieser Idylle einen Weg miteinander zu kommunizieren und zumindest scheinbar eine Lösung für die durchaus verzwickte Lage. Besagter Manager beflügelt von Almambiente und -atmosphäre fängt an sich wieder auf seine schöne, rebellische Jugend zu besinnen, über die Bürden seiner hektischen Arbeit zu sinnieren und die Zeit hier zu genießen. Die Alm funktioniert hier also als therapeutische Landschaft. Die Alm wird auch hier zu einem Zuflucht- und Rückzugsort konstruiert und klassischerweise der komplexen, vernetzten, undurchsichtigen, kapitalistischen Großstadt gegenübergestellt.

Das zweite Beispiel betrifft die Reality Show „Die Alm – Promischweiß und Edelweiß“ aus dem Jahr 2004. In dieser Sendung mussten zehn semi-prominente Deutsche einige Wochen auf einer Alm leben und sich dem Bergbauernleben wie vor hundert Jahren stellen. Dabei mussten sie z.B. „Brauchtümer und Traditionen“ ausüben, wie etwa ein Bad in der Gülle nehmen. Das folgende Bild zeigt die beiden ModeratorInnen der Sendung.



Quelle: <http://www.freenet.de>

Almen eignen sich als Stereotypen und Klischees besonders gut für den Einsatz in der **Werbung**. Dafür gibt es unzählige Beispiele; auf zwei soll dann etwas näher eingegangen werden. Der Grund dafür ist, dass Darstellungen von Almen extrem schnell *gewünschte Assoziationen bei den RezipientInnen auslösen* können, die auf breiter Basis funktionieren. Das spricht wieder auf dieses Kollektivsymbol an, denn die breite Mehrheit der Gesellschaft kennt die Assoziationen bzw. Werte mit denen Almen verbunden werden.

Seit ca. hundert Jahren dienen *Alpen und Almen als Kulisse für Werbungen*. Schon um 1900 gab es Werbung für kondensierte Alpenmilch mit Almkulisse. Um 1950 wurde dann z.B. auch *Austro-Cola*, das österreichische Pendant zu *Coca-Cola*, mit einer Alpenlandschaft beworben. Bis heute scheinen Almen als Werbeikonen an Schlagkraft nicht verloren zu haben. Auch in der Werbung gilt, dass mit Almen immer oder immer wieder ein *Konnex zur Heimat* hergestellt wird.

Für *Kirchengast* ist die Kräuterlimonade „*Almdudler*“ die direkteste und offensichtlichste Verbindung aus einer „*Daheim ist es doch am schönsten Mentalität*“ und von *Almen als Versinnbildlichung* dessen. Schon im Markennamen „*Almdudler*“ steckt das Wort „*Alm*“ und im wohl bekannten Slogan „*Wenn die kann Almdudler ham, geh i wieder ham!*“ tritt dieser Konnex unübersehbar zu Tage. Als Beispiel hierfür kann man zwei Fernsehwerbungen anführen. In einem *TV-Spot aus den 1980ern* versucht ein „*Naturbursch*“ in alpiner Tracht und mit österreichischem Akzent sich in einer New Yorker Bar einen *Almdudler* zu bestellen. Nach einigen Kommunikationsschwierigkeiten mit dem Barkeeper wird ihm klar, dass es dort gar keinen *Almdudler* gibt. Daraufhin geben „*liebenswerte*“ Österreicher verzweifelt den wohlbekanntesten Slogan von sich. Aus dem Off schallt eine Stimme am Schluss noch lauthals „*Almdudler!*“ mit Echoeffekt, zu dem sich der/die SeherIn die alpine Berglandschaft dazu denken kann und soll. Diese Ikonen ziehen sich durch sämtliche Werbekampagnen von „*Almdudler*“. In einem *TV-Spot aus dem Jahr 2005* sieht man eine comichaft inszenierte, klassische Almhütte mit glücklichen, *Almdudler* trinkenden ÖsterreicherInnen. Als sich dann ein Reisebus voller deutscher TouristInnen der Alm nähert, werden sofort sämtliche Hinweise auf den Ausschank von *Almdudler* versteckt. Als die erste stereotypisch visualisierte „*Piefkin*“ aus dem Bus aussteigt und merkt, dass es da gar keinen *Almdudler* gibt, gibt sie diesmal den wohlbekanntesten Slogan von sich, steigt kurzum wieder in den Bus, der eilends die Rückreise antritt.

Bei beiden Werbungen geht es also um *Heimat*. Bei der ersten wird eher ein *Gefühl von Heimweh* vermittelt, während bei der zweiten es stärker um die *Verteidigung der österreichischen Heimat* gegen eine deutsche bzw. „*piefkinesische Fremdenverkehrs Invasion*“ geht.

Das zweite sehr bekannte Beispiel betrifft die „*Milka Alpenmilchschokolade*“, wo in fast allen Werbekampagnen seit praktisch hundert Jahren Almen als Schauplätze verwendet werden. Das eine Bild aus dem Jahr 1914 zeigt den rückseitigen Umschlag eines Berg-Wander-Führers. Das zweite Bild zeigt eine Verpackung aus dem Jahr 2005. Wenn man sich das genauer anschaut, merkt man, dass sich die Symbolik kaum verändert hat. Nur die Kuh ist lila geworden, ansonsten sind sämtliche eingesetzten Elemente eigentlich die gleichen geblieben.

1914

Quelle: <http://bern-1914.org/>

2005

Quelle: <http://www.kraftfoods.at>

Bei der *Milka Alpenmilchschokolade* wird mittels Wort und Bild in den unterschiedlichen Werbekampagnen ein *Konnex zwischen dem Produkt* und einer „heilen Almwelt“ nahe gelegt. Dass *Milka* auch nur zu geringen Prozentsätzen tatsächlich aus Almmilch besteht, darf aber angezweifelt werden. Trotzdem scheint es aber bei den KonsumentInnen zu funktionieren. Auch beim Engagement von *Milka* für die Österreichische Almwirtschaft, das im Rahmen des Projektes *ALP Austria* mit dem Slogan „*Milka schützt Österreichs Almen*“ gestartet wurde, kann man davon ausgehen, dass dies nicht ausschließlich aus altruistischen Gründen erfolgte. Vielmehr ist anzunehmen, dass *Milka* sich daraus einen Mehrwert erwartet, wenn die Marke direkt mit Almen assoziiert wird.

Abschließend hat sich *Kirchengast* die Frage gestellt, wieso Almen in Österreich so erfolgreiche und langlebige Symbole sind. Er kam zum Schluss, zu dem bereits *Bernhard Tschofen* in Bezug auf die Alpen gekommen ist, nämlich zur Tatsache der *extremen Wandlungsfähigkeit* dieses Kollektivsymbols. Einige dieser im Laufe der letzten hundert Jahre flexibel eingesetzten Symbole sollen kurz aufgezählt werden.

Almen waren je nach sozialen und/oder situationsbezogenem Kontext einerseits *binnenexotische Orte*, der *Inbegriff einer traditionellen, bodenständigen und bodenverbundenen, wertkonservativen Heimat*, Orte des *Widerstands gegen diverse Obrigkeiten* (z.B. Wilderermythen), *landwirtschaftliche Produktionsstätten* für besonders *hochwertige Produkte*, touristische Ziele der „*zivilisatorischen Massenflucht*“ aus einer stressigen und anonymen urbanen Welt, Orte *freizügiger Sexualität* jenseits aller Sünden und österreichische Versionen von *Partyzentren à la Ballermann* oder *Ibiza*.

Die jüngste Neudeutung von Almen ist, dass diese mittlerweile zu Objekten einer *Ironisierung* geworden sind, die auf eben genannte Dimensionen Bezug nimmt (wie z.B. in „*Die Alm – Promischweiß und Edelweiß*“). Almen sind zu Objekten einer *Trashkultur* geworden. Beispielsweise wurde im *Wiener Schikaneder-Kino*, einem recht alternativen Etablissement, zur Visualisierung von Tanzmusik der Film *die Geierwally* gespielt. Diese Wandlungsfähigkeit trägt zur Beständigkeit und Langlebigkeit des Konstruktes *Alm* bei.

Abschließend zwei weiterführende Gedanken, die zur Diskussion beitragen könnten: Almen werden als zwei unterschiedliche Orte wahrgenommen, nämlich als die *Almen des Winters* und als die *Almen des Sommers*. *Kirchengast* bezieht sich dabei auf das Konzept von *Eric Hirsch*, der von einer Art Jahreszeitlandschaft redet. Die *sommerliche, landwirtschaftliche Alm* wird eher mit Ruhe, Freiheit, Abgeschiedenheit, Naturnähe etc. verbunden, wogegen die *winterliche Alm*, die es ja eigentlich erst seit dem Entstehen des Winter-Massentourismus gibt, eher mit Party, *Aprés Ski*, Ausgelassenheit etc. verbunden wird.

Abschließend wurden noch einige Bilder zum Sujet Alm präsentiert, um das Thema abzurunden. So bedient sich die Soft-Pornobranche oft gerne dieser Klischees. In Mallorca gibt es mittlerweile die erste Schihütte mit dem Namen „Almrausch“. Weiters gibt es CD-Cover mit urigster Volksmusik- und Discohits mit wohlbekannter Symbolik wie Edelweiß und Gämse. Das letzte Bild zeigt eine besonders schöne Blüte, die Disco „*Sachsen größte Skihütte*“ in Leipzig, die im ehemaligen SED-Gebäude untergebracht ist.

Pevetz: Zu diesen Ausführungen ist nicht mehr viel hinzuzufügen, außer dass dieser Tiroler „Albtraum“ letzten Endes nicht die ganze österreichische Almwirklichkeit ist, sondern dass es, man möchte es kaum glauben, v.a. in Ostösterreich noch wirkliche Almen gibt, wo keine Schwedinnen herumrennen, sondern wirklich nur das liebe Vieh, wo es auch keine Lifte gibt und wo die Alm noch eine Alm ist. Bei aller Herausarbeitung eines kultursoziologischen Konstruktes, womit Sie zweifellos Recht haben, gibt es eine objektive Besonderheit der Alm, nämlich dass dies die naturnächste Kulturlandschaft ist. Das darf man nicht vergessen. Es gibt Gebirge auf dieser Welt, wo es keine Almen gibt. Da merkt man erst, was dort fehlt. Dort fehlt ein ganzes Stockwerk der Kulturlandschaft, z.B. in vielen Gebieten des Himalajas, z.B. im Westhimalaja, weil es dort viel zu trocken ist. Almen in Westösterreich sind Devisenproduktionslandschaften, die man von jedem naturnahen Gesichtspunkt abgeschrieben hat. Man sollte nicht weg soziologisieren, dass die Almen nicht nur vom Flächenanteil für Österreich einen enormen Wert darstellen. Jeder Natur- und Bergfreund, der mit dem Rucksack hinauf marschiert wird dies bestätigen.

Kirchengast: Ich geben Ihnen Recht. Natürlich sind viele Almen in Tirol ein Extrembeispiel. Ich habe aber nicht von den Almen an sich gesprochen, sondern von dem was mit ihnen geschieht. In der Repräsentation in den Medien sind die noch ursprünglichen Almen in der Steiermark oder wo auch immer einfach nicht präsent. Das gilt im Besonderen für die Galtalmen.

Heistinger: In der Schweiz, aber nicht nur in der Schweiz gibt es eine neue Älper- und Älperinnen-Szene. Diese kommen hauptsächlich aus dem städtischen Kontext. Für diese stellt die Alm eine sehr starke Projektionsfläche dar, ein Ort wohin man aus dem städtischen Stress, der Hektik, Globalisierung etc. fliehen kann. Spannend erscheint mir, dass diese Leute so etwas wie eine neue bäuerliche Kultur auf die Alm bringen. Ansonsten ist es ja sehr schwierig, neu in die Landwirtschaft einzusteigen. Auf der Alm erscheint es leichter, zumindest temporär in die Landwirtschaft einzusteigen. Dabei entstehen sehr spannende Aspekte, wenn Menschen einsteigen und etwas am Leben erhalten, was sonst gar nicht mehr wertgeschätzt wird. Ich selber war zwei Jahre während meines Studiums als Älperin auf der Alm in der Schweiz. Ich beobachtete, wie dabei eine neue starke Identität entsteht. Über ein „*Neues Handbuch Alp*“ (Zalpverlag, Mollis 2005, 512 Seiten ISBN 3-033-00443-1, 35 €), eine Homepage (www.zalp.ch) werden Stellen vermittelt, Beratungen durchgeführt und Kollektivlöhne ausverhandelt.

Kirchengast: Erstens werden in der Schweiz werden Almhütten sehr viel weniger touristisch genutzt. Hier sind die Berghütten stärker vertreten. D.h. dieser Einfluss ist weniger stark. Zweitens, ohne jetzt zu stark verallgemeinern zu wollen, zeigt sich, dass je weiter im Westen – das ist schon in Vorarlberg der Fall – die Leute pragmatischer mit ihren Traditionen umgehen. In Vorarlberg fand ich z.B. auf keiner einzigen Alm einer dieser schönen bestickten Sprüche. Diese Idyllisierung findet dort nicht so stark statt. In der Schweiz und in Liechtenstein sind auch schon die Gebäude viel nüchterner. Da wird halt auch schon einmal auf einer Alm betoniert. Wenn es nützt, dann passt es schon. Hier gibt es einen viel nüchternen Umgang mit der Alm und mit diesem Bild, trotz Heidi usw.

Kolland bedankt sich für den köstlichen, unorthodoxen Vortrag eines jungen Soziologen, möchte nichtsdestoweniger auch eine Kritik anbringen: Sie sind auf einer sehr deskriptiven Ebene. Das ist eine sehr schöne Phänomenologie, aber was dann, wo sind die Erklärungsmodelle? Was erklären Sie als solches? Wo ist der theoretische Ansatz? Wir sollten nicht in einen totalen Konstruktivismus verfallen. Ich möchte mich hier Pevetz anschließen. Die subjektive Konstruktion ist wohl ein wesentlicher Punkt, aber

wir müssen auch schauen, was die allgemeinen Strukturen dahinter sind. *Norbert Elisas* hat mich mit seinem Konzept der Zivilisation in diesem Zusammenhang sehr angeregt. Wieweit unterliegen Almen einem Zivilisationsprozess und einer Re-Unzivilisierung? Im ersten Zugang der Beschreibung des Wilden wurde der Versuch gestartet, eine Zivilisation der Alpen zu erzeugen und jetzt geschieht all das, was Sie so dargestellt haben. Es stellt sich die Frage, ob das nicht eine Möglichkeit wäre, eine theoretische Folie zu finden, entlang derer etwas erklärt werden kann. Auf der Ebene der Beschreibung zu bleiben, erscheint konzeptuell ein bisschen zu dürftig. Wir finden uns wieder in der karikaturhaften Beschreibung des Österreicherers. Ich fühle mich dabei selber irgendwie ertappt und entdeckt. Aber was bedeutet das gesellschaftlich, wenn wir uns selbst zur Almdudler-Welt herunter stilisieren? Diese Fragen sollten in einem ansonst hervorragenden Vortrag beantwortet werden. Es geht dabei um einen nächsten Schritt.

Kirchengast: In meinem Vortrag kamen die Inhalte leider nur sehr simplifiziert herüber. Alle sind eingeladen, die Studie zu lesen. Außerdem bin ich kein Soziologe, sondern Kulturanthropologe. Man muss diese Arbeit auch im Kontext mit dem Forschungsprojekt ALP Austria sehen, wo zunächst die Frage gestellt wurde, was Almen in Österreich überhaupt bedeuten und wie wir als Vertreter der Almwirtschaft damit umgehen können. Eine gesamtgesellschaftliche Theoretisierung habe ich tatsächlich nicht vorgenommen. Das hätte aber auch den Rahmen der Arbeit gesprengt. Zudem bin ich auch nicht wirklich überzeugt davon, dass eine Theoretisierung bzw. Verallgemeinerung meiner Ergebnisse zweckhaft wäre, zumal sich meine Fragestellungen sehr stark der Sache an sich gewidmet haben und die Ergebnisse eben auch für Nicht-KulturwissenschaftlerInnen verständlich und lesbar sein sollten. Zur Zeit sehe ich mich mehr als Vertreter einer beschreibend-erklärenden, als einer theoretisierend-erklärenden Herangehensweise.

Jochum: Ich möchte in Bezug auf das Milka Beispiel einen lebensmittelrechtlichen Aspekt ins Spiel bringen. Viele Produkte arbeiten ja mit dem Zusatz „Bauern“ (z.B. Brot), „Alm“, „Alp“ usw., obwohl außer der Verpackung kein Zusammenhang damit besteht. Rechtlich gäbe es eine Grundlage mit dem neuen Lebensmittelgesetz vom Jänner 2006 dies zu unterbinden, wo es heißt: „Es ist verboten Lebensmittel mit zur Irreführung geeigneten Angaben in Verkehr zu bringen oder zu bewerben. Zur Irreführung geeignete Angaben sind insbesondere zur Täuschung geeignete Angaben über die Eigenschaften des Lebensmittels, die Art, Identität, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprung oder Herkunft und Herstellung- oder Gewinnungsart.“ Der Biosektor hatte dies vor ein paar Jahren in einem langwierigen aber erfolgreichen Gerichtsprozess bis in die obersten Instanzen durchgefochten. Alle, die sich dieser Klischees bedienen, um Vorteile daraus zu ziehen, ohne dass die Lebensmittel irgendwelche alpine Herkunftsbezüge haben, könnten daran gehindert werden.

Kirchengast: Wir reden dabei ja nur von „Soft Facts“. Es ist ja nicht erwiesen, dass diese Symbole dafür stehen. Milka etwa verwendet nicht das Wort „Almmilch“, sondern das Wort „Alpenmilch“. Dennoch wage ich zu behaupten, dass v.a. mittels einer ganz speziellen Bildsprache versucht wird, „Alm-Assoziationen“ auszulösen, ohne das Wort an sich zu benutzen. Ich denke, dass die Rechtsabteilung von Milka sehr genau über diese Rechtslage informiert sein wird und sehr genau weis, wieweit sie dabei gehen können. Gegen Milka aufzutreten würde auch schwierig sein. Gescheiter wäre es sicher, wenn die betroffenen Almbauern und -bäuerinnen sowie die Almwirtschaft selbst diese Symbole zurückfordert und -erobert. Das würde dann aber auch bedeuten, dass man selbstbewusster und ehrlicher in der Öffentlichkeit auftritt und Problemfälle in den eigenen Reihen kritisiert (z.B. massentouristische Almhütten, auf welchen dann vielleicht Hofer-Produkte serviert werden). Auf welche Art so etwas geschehen könnte, darüber müsste man möglicherweise diskutieren.

Reiner: Im Vortrag gab es sehr wohl Erklärungsansätze, die jedoch mehr sozialpsychologischer Art waren. Almen als Projektionsfläche, um sozialen Zwängen zu entfliehen, um dort ein Stück Geborgenheit zu haben, ist sehr wohl ein Erklärungsansatz. Sicher müsste man dabei gruppenspezifische Projektionen untersuchen, wie z.B. wer sieht wie Almen, altersspezifisch usw. Der Konstruktivismus ist schon von

Bedeutung, denn Almen wirken ja nicht so wie sie sind sondern so wie sie gesehen werden. Eine spannende Frage wäre auch, dadurch dass ja immer weniger authentische Erfahrungen mit Almen passieren, ob nun die Vorurteile zunehmen oder die Alpen von den Jungen teilweise schlicht weg vergessen werden.

Kirchengast: Ich glaube nämlich, dass mittlerweile diese beiden Orte, d.h. der virtuelle Ort, das Konstrukt Alm, das von der Gesellschaft Beladene und die Alm als landwirtschaftliche Produktionsstätte fast getrennt voneinander existieren. Ein Beispiel dafür kann ich anführen. Ich war in Kärnten auf einer Alm ohne Strom und fließendem Wasser. Dort waren zwei junge Frauen, die es auf der Alm zwar sehr schön fanden, aber meinten, das einzige Manko wäre, dass es keinen Fernseher gibt, denn sie würden sich gerne die Reality Show „Die Alm“ anschauen. Dieses Ende des 19. Jahrhundert entstandene Konstrukt, das damals wahrscheinlich noch viel näher beim landwirtschaftlichen Ort war, hat sich auseinander entwickelt und wird im Rahmen des heutigen Tourismus immer wieder auf die Alm zurücktransportiert. Diese Diskrepanzen zwischen diesen beiden Orten führen auch immer wieder zu Problemen. Wenn sich TouristInnen auf Almen falsch verhalten, ärgern sich die Almbauern und -bäuerinnen und haben Probleme, wenn Wanderer die Weidegatter offen lassen oder ihre Hunde nicht an der Leine haben. Es ist sehr wenig Wissen über die Arbeitsabläufe auf den Almen vorhanden, aber die Leute glauben zu wissen, denn Almen sind Identitätsmaker für die österreichische Heimat.

Pass: Wie schaut es mit dem kollektiven Bewusstsein unter den Almbauern und -bäuerinnen aus? Inwieweit gibt es da eine Diskrepanz zu unseren herkömmlichen Vorstellungen?

Kirchengast: Ich hatte bei meinen Interviews die Frage gestellt: „Was ist für Sie das Besondere auf ihre Alm?“ Das war eine sehr direkte Frage und ich war mir nicht sicher, ob ich sie so stellen soll. Letztlich hat sie sich als sehr positiv erwiesen. Die erste Reaktion war in etwa „ich weis nicht“, „ja es ist etwas Besonderes, aber ich weis es nicht, wie ich es sagen soll“. Dann sind nach und nach Argumente gekommen, wie es ist die Ruhe, die Freiheit, die Abgeschiedenheit, also Elemente, die im gesellschaftlichen Konstrukt sehr intensiv vorhanden sind. Hin und wieder ist aber durchgedrungen, dass die Alm quasi das „Familiensilber des Hofes“, die Hütte noch so ursprünglich ist und von Generation zu Generation weitergegeben wird oder wenn sich am Hof etwas verändert, auf der Alm alles gleich bleibt. Auch wenn die Arbeitsintensität auf den Almen sehr hoch ist, so sind sie doch auch ein Ort der Abwechslung, quasi ein „Urlaub“ für Almbauern, d.h. drei Monate wo anders zu sein, bzw. auf Galtalmen, wo die Bauern nur einige Stunden in der Woche zur Nachschau fahren, ein Ort des In-Sich-Gehens. Auf der anderen Seite war das Bewusstsein sehr stark da, dass ein gesellschaftliches Wissen um die Arbeitsabläufe kaum vorhanden ist. Dies wurde stark mit persönlichen Erfahrungen verknüpft wie „die Wanderer nehmen ihre Hunde nicht an die Leine und verscheuchen mir die Kälber und ich muss sie dann stundenlang suchen. Das ist furchtbar und ich mag keine Touristen mehr sehen“. Dies war auf einer Alm so. Da gibt es eine ziemlich große Bandbreite. Elemente wie Ruhe, Abgeschiedenheit und Freiheit sind in beiden Orten, d.h. gesellschaftlich wie landwirtschaftlich, sehr stark vorhanden.

Aschenbrenner: Als Sie die Frage nach der Bedeutung der Almen an die Bauern gestellt haben, war da nicht einer der ersten Antworten trotzdem der ökonomische Aspekt? An welcher Stelle bei den Antworten kamen Einkommen und Prämien?

Kirchengast: Diese kamen eher erst an zweiter Stelle. Als ich fragte nach dem „Besonderen“, da habe ich es wohl auch so betont, dass die Leute verstanden, was ich meinte. In den Interviews war diese Frage dort platziert, wo es um das Ideelle gegangen ist. Je nach Situation auf der Alm ist es aber teilweise schon gekommen. Bei einer Alm in Gosau in Oberösterreich, wo der Bauer nur drei Kühe hinaufbringen kann, weil die Alm völlig zugewachsen ist, ist es maximal eine Zukunftsperspektive, dass er wieder mehr Reinweide hat. Natürlich, ohne Wirtschaftlichkeit wird es nicht funktionieren. Wenn das Ganze für den Bauern nur ein Defizitgeschäft ist, dann werden die Almen aufgelassen werden.

Pevetz: Wo genau haben Sie die Erhebung durchgeführt, auf welchen Almen, in welchen Gebieten in Österreich? Mit dem Begriff Konstrukt Alm habe ich einige Schwierigkeiten.

Kirchengast: Das Konstrukt Almen bezieht sich v.a. auf die Analyse von Medieninhalten. Ich wanderte sehr viel über Almgebiete und habe dort mit den Leuten informelle Gespräche geführt. Mit Almbauern führte ich auf fünf Betriebe in fünf unterschiedlichen Bundesländern Interviews. Es ist eine explorative Studie mit einer sehr kleinen Stichprobe mit qualitativen Interviews. Ich wandte das Prinzip der maximalen Kontrastierung bei der Stichprobenauswahl an, d.h. ich versuchte, so unterschiedliche Almen wie möglich zu finden. Es ist mir aber nicht gelungen die gesamte Bandbreite abzudecken. Ich hatte z.B. keine Gemeinschaftsalmen mit Fremdsennpersonal. Die Interviews waren ca. eine bis eineinhalb Stunden lang. In einem Teil ging es um die praktischen Aspekte der Almwirtschaft in einem gesamtgesellschaftlichen globalisierten Umfeld. D. h. wie müssen Almbauern und -bäuerinnen auf diese Entwicklungen reagieren? Es ging um Probleme betreffend Verwaltung, Tourismus, Zukunftsperspektiven usw. Der zweite Teil war der gesellschaftlich relevante, wiederum rückbezogen auf den ideellen Wert von Almen.

Im zweiten Teil der Sitzung präsentiert **Josef Bernard** (Karls-Universität Prag, Institut für Soziologie), studierter Soziologe und Germanist, seine Diplomarbeit zur *Zuagraste und Dorftölpel - Sozialen Integration der Stadt-Land Migranten im österreichisch-tschechischen Vergleich*. Es geht dabei um Menschen, die in einer großen Stadt aufgewachsen sind, dort sozialisiert wurden und sich dann im Erwachsenenalter entscheiden, in ein wesentlich kleineres Dorf zu ziehen.

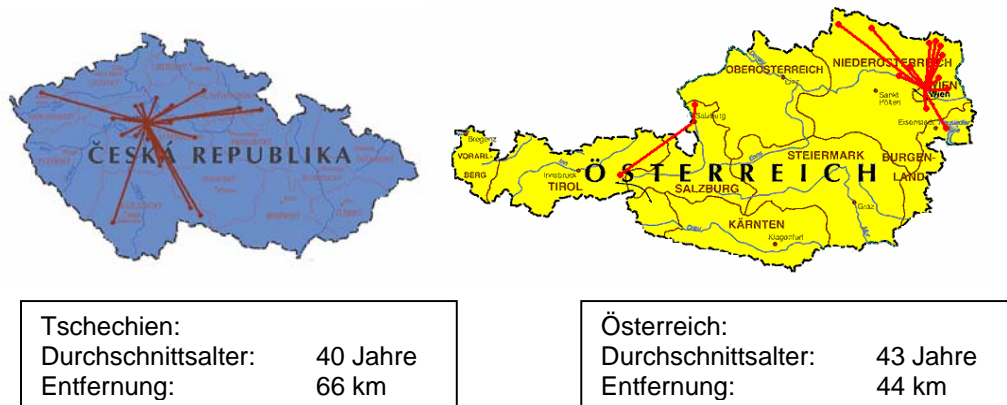
Der Kontext der Untersuchung lässt sich soziologisch auf vier verschiedene Ebenen einordnen.

- Die erste Ebene betrifft die *Dezentralisierung der Besiedlung* als aktuelles Phänomen mit wichtigen ökologischen, logistischen und sozialen Aspekten. In der Debatte stehen allerdings meist die ökologischen Aspekte im Vordergrund.
- Die zweite Ebene ist die *Suburbanisierung*. Dies ist ein Prozess mit eigenen Spezifika. Mit zunehmender Mobilität verwischen sich nun die geographischen Grenzen der Suburbanisierung etwas. Nicht mehr nur die unmittelbare Umgebung der großen Städte wird von Suburbanisierung erfasst, sondern auch in weiter entfernte Gebiete.
- Die dritte Ebene ist die Ebene der Erforschung *alternativer Lebensstile* und spezifischer *Subkulturen*, die oft mit der Ablehnung des Stadt-Milieus verbunden sind. Es gibt viele städtische Subkulturen, v.a. die sgn. Aussteigerszene, die mit dem Schlagwort „Zurück zur Natur“ verbunden werden.
- Die vierte und letzte Ebene betrifft die *Soziale Integration der Migranten* und *sozialen Folgen für das Dorf*, die bisher praktisch noch weitgehend unerforscht blieben. Es gibt hierzu weder in Tschechien noch im deutschsprachigen Bereich Arbeiten. Maximal wird noch die Integration im suburbanen Gebiet erforscht. Aber auch hier ist dies höchstens nur ein Randthema. In der Debatte geht es hier vielmehr um urbanistische Aspekte, um logistische Probleme und um die Veränderung der Landschaft. Das Soziale wird relativ wenig in die Debatte miteinbezogen.

Als Forschungsstrategie wurde bei der Untersuchung die „*Grounded Theory*“ (Glaser/Strauss: *Discovery of Grounded Theory – Strategies for Qualitative Research*, New York 1999) angewandt. Der Zeitraum der Untersuchung war 2003/2004, d.h. etwa ein Semester in Tschechien und ein Semester in Österreich. Die Stichprobe ist relativ klein. Insgesamt wurden 38 Interviews durchgeführt, jeweils 19 pro Land. Die InterviewpartnerInnen wurden über das Schneeballverfahren gefunden, wobei versucht wurde, die Prinzipien von „*Theoretical Sampling*“ (im Rahmen der *Grounded Theory*) anzuwenden. D.h. es wurden immer die Fälle ausgesucht, die die sich entwickelnde Theorie ein Stück weiter nach vorne brachten. Die Interviews verliefen in der Form von Leitfadenterviews mit narrativer Einleitung, d.h. am Anfang stand immer eine relativ breite Erzählung über den Umzug und das Sich-Einleben in das Dorf. Dann wurde die

Erzählung mit nachgestellten Fragen weitergeleitet. Die RespondentInnen waren entweder einzelne Personen oder Partner, d.h. Ehepartner oder zusammenlebende Personen, die von der Stadt aufs Land gezogen sind. Wenn es möglich war wurde das Interview mit beiden Partnern geführt, weil dadurch interessante Aspekte ins Spiel gebracht werden konnten, v.a. wenn die beiden Partner unterschiedliche Positionen vertraten.

Folgende Übersicht gibt eine graphische Darstellung der Stichprobenverteilung:



Die Pfeile geben die jeweilige Entfernung zwischen der Großstadt und dem Dorf, wohin die Menschen gezogen sind, an. In Tschechien stammten alle InterviewpartnerInnen aus Prag, in Österreich die meisten aus Wien und zwei aus Salzburg. In Tschechien waren die Personen etwas jünger, der Unterschied ist jedoch nicht groß (40 zu 43 Jahre). Ein etwas größerer Unterschied ergab sich bei der durchschnittlichen Entfernung (66 km in Tschechien zu 44 km in Österreich). Ein weiterer Unterschied ergab sich bei der Größe der Dörfer, wohin die Personen gezogen sind. Hier ergibt sich das Problem, dass Vergleiche hier nur schwer gemacht werden können, denn die Gemeinden bestehen oft aus mehreren kleineren Dörfern, aber es stehen nur Gemeindedaten zur Verfügung. Somit sieht man nicht die Größe des eigentlichen Dorfes, als feste Siedlungsform, wo die Menschen eigentlich leben.

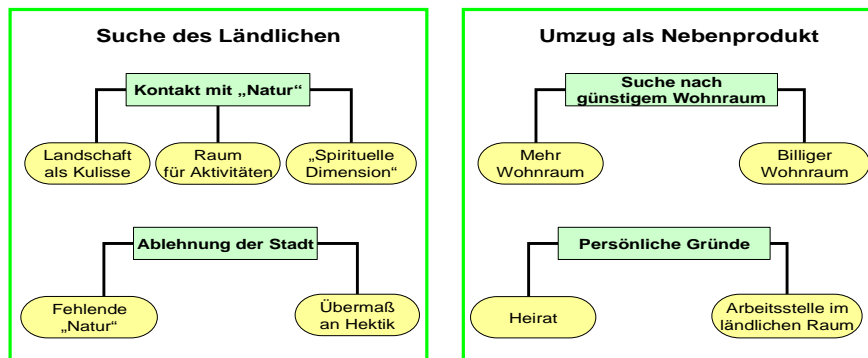
Die Untersuchung hatte zahlreiche *Limiten*. Die erste Einschränkung war eine absichtliche, nämlich auf MigrantInnen aus *Großstädten* (Prag, Wien und Salzburg). Die meisten Menschen, die aus der Stadt aufs Land oder in ein Dorf ziehen, kommen allerdings aus kleineren Städten. In Tschechien stellen jene Menschen, die von Prag aufs Land ziehen, eine kleine Minderheit dar. Durch diese Begrenzung kann man soziologische Konzepte von Großstadtmenschen ins Spiel bringen, d.h. die Hypothese einer anderen Sozialisierung in der Großstadt. Die zweite Einschränkung betrifft die Begriffe *ländlicher Raum und Dorf*. Diese wurden nicht weiter spezifiziert, obwohl das sehr wichtig wäre. Nicht alle Regionen und Dörfer sind gleich, daher kann man kaum vom ländlichen Raum als solchen sprechen. Ein nächster Schritt wäre eine Untersuchung der Integration in unterschiedlichen Regionen und in unterschiedlich großen Dörfern. Es ist überhaupt schwer möglich, die Siedlungsform Dorf zu verallgemeinern. Für die Zwecke dieser Arbeit wurden als Dorf Gemeinden mit weniger als 2.000 BewohnerInnen genommen, die sich nicht in unmittelbarer Umgebung einer großen Stadt befinden. Die dritte Einschränkung betrifft die *subjektive Sichtweise der Zuzügler*. Es wurde nur mit den MigrantInnen nicht aber mit den alteingesessenen DorfbewohnerInnen gesprochen. Daher kann auch nur eine Seite des Prozesses dargestellt werden. Die Studie könnte natürlich auch um diese Perspektive erweitert werden. Die letzte Einschränkung, die nur *begrenzt möglichen Verallgemeinerungen*, hängt mit dem Design der Studie zusammen. Qualitative Studien wie diese lassen sich nur begrenzt verallgemeinern. Das qualitative Design wurde aus zwei Gründen gewählt. Erstens, da es nur wenig Theorie gibt, an welche man anknüpfen könnten, weswegen eine qualitative Studie günstig erscheint. Zweitens, da es kaum möglich ist, eine repräsentative Stichprobe zu

ziehen. Auch wenn man eine größer angelegte quantitative Studie durchführen möchte, lassen sich kaum Verallgemeinerungen treffen, weil die Stichprobe kaum repräsentativ sein kann. Weiters gibt es auch Schwierigkeiten im internationalen Vergleich. Die österreichische und tschechische Stichprobe lassen sich nur schwer vergleichen, da die Situation in diesen beiden Ländern sehr unterschiedlich ist.

Zunächst soll über die *Motive des Umzugs* gesprochen werden, über die Gründe, warum Menschen aus der Großstadt, wo sie geboren wurden bzw. aufgewachsen sind, aufs Land emigrieren. Bei den RespondentInnen konnten zwei Gruppen von Hauptmotiven gefunden werden. Es geht dabei um Gruppen von Motiven und nicht um Gruppen von RespondentInnen. Denn bei den einzelnen RespondentInnen sind die Motive oft vermischt, wobei dann dennoch einige Typen dominieren. Die beiden Hauptmotivgruppen könnte man als „Suche des Ländlichen“ und als „Umzug als Nebenprodukt“ definieren.

Motive des Umzugs

Gruppierungen nach den Hauptmotiven



In der Gruppe „Suche des Ländlichen“ ist das dominierende Motiv der Kontakt mit der Natur. Natur wurde dabei absichtlich unter Apostrophe gesetzt, weil dieser Begriff hier sehr multidimensional auftritt. Natur bedeutet für die MigrantInnen v.a. Landschaft, bzw. freie „Landschaft als Kulisse“, d.h. es hat eine ästhetische Qualität. Es geht um einen freien Horizont, den man täglich aus dem Fenster sehen kann. In folgendem Zitat aus den transkribierten Gesprächen ist diese Qualität des Begriffes gut zu sehen: *„Wenn ich aus dem Fenster schaue, sehe ich rund um mich Grünes, sehe ich den Himmel, die Erde, nicht so wie in der Stadt, wo du nur Graues siehst und ganz oben ein Stück blauen Himmels. Dort fühle ich mich irgendwie entfremdet von der Natur.“* Wichtig ist, dass diese Kulisse der Natur, diese erwünschte Landschaft, meist nicht intensiv landwirtschaftlich bearbeitet wird. Landwirtschaft gehört praktisch nicht dazu und wenn, dann nur Kleinlandwirtschaft, d.h. kleine Flächen und keine großen Felder. Die zweite Dimension des Begriffes Natur betrifft den „Raum für Aktivitäten“, d.h. Raum für Dinge, denen man sich in der Stadt nicht widmen kann, weil der Raum dazu fehlt. Darunter fallen Aktivitäten wie Spaziergänge, Basteln, Arbeit im Garten oder aktiver Naturschutz als eine Aktivität nicht nur in der Natur, sondern auch für die Natur. Die dritte etwas ungewöhnliche Dimension, die aber in vielen Interviews deutlich auftrat, wurde als „Spirituelle Dimension“ bezeichnet. Dabei geht es um „vollkommen anderes Lebensgefühl“, das der Kontakt mit der Natur den Menschen gibt. Folgendes Zitat aus den Interviews soll diese Dimension verdeutlichen: *„Man schreibt viel über irgendwelche Erlebnisse des Heiligen. So würde ich das nicht formulieren. Aber und ab und zu bemerke ich, wie verblüffend das ist, solche Blitze zu haben. Ich weiß nicht, wie ich es beschreiben soll.“* Interessant ist, dass im Begriff der Natur sehr spärlich Motive eines gesunden Lebensstils zu finden sind. Ein zu erwartender Zusammenhang zwischen Natur und Gesundheit konnte in den Interviews nicht festgestellt werden, und wenn dann nur im Zusammenhang mit der Gesundheit der Kinder bzw. einer

gesunden Umgebung für die Familie. Eine stärkere Vertretung des Motivs wie: Ich ziehe um, um gesünder zu leben, konnte nicht gefunden werden.

Für die zweite Motivgruppe der „Suche des Ländlichen“ tritt die Ablehnung des Stadtmilieus in den Mittelpunkt. Ganz vorne steht dabei die „Fehlende Natur“. In der Stadt fehlt all das was mit „Natur“ verbunden wird. Darüber hinaus wird die Stadt als ein Raum wahrgenommen, in dem ein Übermaß an Hektik herrscht. Dagegen erscheint das Land als Raum der Ruhe. *„Wie dort die Straßen voller Menschen sind; all die überfüllten Verkehrsmittel; es ist, als ob man ständig unter Druck ist, etwas schaffen zu müssen; man weiß nicht warum und wohin man hetzt“* (Zitat).

Sehr interessant ist, dass im Begriff des Ländlichen die soziale Dimension vollkommen fehlt. Natürlich ist ein Teil der sozialen Dimension mit der Ruhe bzw. Hektik verbunden, aber soziale Dimension in Form der Menschen, die dort leben mit ihren Lebensstilen, das ist eine Dimension, die in den Interviews überhaupt nicht erscheint.

In der zweiten Gruppe der Hauptmotive, dem „Umzug als Nebenprodukt“ ist die „Suche nach günstigem Wohnraum“ von großer Bedeutung. Dies kann einerseits „mehr Wohnraum“ bedeuten, z.B. ein größeres Haus oder eine größere Wohnung als in der Stadt, andererseits aber auch „billigeren Wohnraum“. Die zweite Gruppe an Motiven in dieser Gruppe umfasst „persönliche Motive“, die für einen Umzug von Bedeutung sein können, wie „Heirat“ oder „Arbeitsstelle im ländlichen Raum“. Letzteres ist zwar eher die Ausnahme, kommt aber dennoch vor. Im österreichischen Sample gab es z.B. zwei Ärzte, die in der Stadt aufgewachsen sind, dort studiert haben und dann eine Stelle als Arzt auf dem Land gefunden haben.

Menschen, bei denen die Motive der Suche des Ländlichen überwiegen und Menschen bei denen die Gründe eines günstigen Wohnraums oder persönliche Gründe überwiegen, unterscheiden sich relativ stark auch bei der Wahl des Raumes, wohin sie ziehen. Für die Gruppe „Suche des Ländlichen“ ist der Kontakt mit der ursprünglichen Stadt relativ weniger bedeutend, d.h. auch die Entfernung zur Stadt nicht so wichtig. Bei der anderen Gruppe ist die Entfernung zur Stadt fast immer geringer und die ursprünglichen Kontakte zur Stadt bleiben bedeutend.

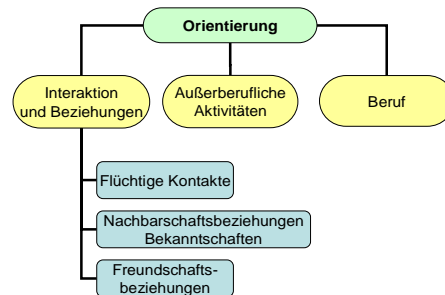
Kommen wir nun zum eigentlichen Thema der *Sozialen Integration der Zuzügler*. Es ist immer sehr schwierig, das relativ bunte Bild, das man in einer deskriptiven qualitativen Studie bekommt, in aller Kürze darzustellen. Um dem Thema eine Struktur zu geben, wurden drei Orientierungen bei den Zuzüglern unterschieden. Orientierungen beinhalten persönliche Einstellungen und daraus resultierende Handlungen der Zugezogenen hinsichtlich ihres Lebensraumes. Das ist eine subjektive Kategorie, wobei aber die Aspekte und Möglichkeiten, die das Dorf bietet, dabei nicht ganz fehlen. Hinsichtlich des Integrationspotentials wurden drei Kategorien unterschieden, nämlich

- Orientierung zum Dorf
- Orientierung zur Stadt
- Orientierung zur Selbstständigkeit

Diese stellen drei idealtypische Orientierungen dar, die bei den einzelnen MigrantInnen zu finden sind.

Die *Orientierungen* lassen sich etwa folgendermaßen strukturieren:

Struktur der Orientierungen



Eine wichtige Dimension der Orientierung bildet eine explizit soziale Dimension, welche als „Interaktion und Beziehungen“ bezeichnet wurden. Diese beinhaltet wiederum drei Dimensionen von Kontakten, das sind „Flüchtige Kontakte“ als Grunddimension, wie z.B. Small Talk auf der Straße, gegenseitiges Begrüßen, weiters „Nachbarschaftsbeziehungen und Bekanntschaften“ und „Freundschaftsbeziehungen“. Letztere wurden in der Studie als jene Beziehungen definiert, bei denen die instrumentale Ebene in den Hintergrund tritt und die emotionale Ebene der Beziehung selbst primär ist. Die zweite Dimension der Orientierung betrifft „außerberufliche Aktivitäten“, d.h. v.a. Aktivitäten in der Freizeit und die dritte Dimension der „Beruf“ selbst.

Die einzelnen Orientierungen lassen sich folgendermaßen etwas näher beschreiben.

Bei der *Orientierung zum Dorf* auf der Dimension der einzelnen Interaktionen lässt sich feststellen, dass für die meisten Zugezogenen als Interaktion *flüchtige Kontakte* Realität sind: der Gruß auf der Straße, Small Talk im Geschäft, unverbindliche Gespräche mit den Nachbarn usw. Auf dieser Ebene integrieren sich die meisten aufs Land Zugezogenen, sofern man dabei von einer Integration überhaupt sprechen kann. Es gibt einige Faktoren, welche diese Form der Integration im Dorf erleichtern. Von Bedeutung sind dabei primär die „Architektonische Form“ des Dorfes, die „Infrastruktur“ und „Position des Hauses“ im Dorf. Die Architektonische Form bezeichnet die relative Übersichtlichkeit und auch den Faktor, dass das Dorf relativ klein ist. D.h. man geht oft zu Fuß, wenn man etwas erledigen muss, man trifft sich wiederholt aber mit relativ wenigen Leuten. Das alles trägt wesentlich zur Integration auf dieser Ebene bei. Unter Infrastruktur versteht man z.B. Geschäfte, Ämter, Kneipen als einen relativ wichtigen Integrationspunkt. Darin unterscheiden sich die Dörfer bereits oft sehr stark. Dörfer mit mehr Infrastruktur, das sind meist auch größere Dörfer, erlauben eine leichtere Integration, weil die Infrastrukturmöglichkeiten größer sind. Ganz bedeutend ist auch die Position des Hauses im Dorf. Häuser die zentral im Dorf liegen bieten viel größere Möglichkeiten zur Integration als Häuser am Rande oder außerhalb des Dorfes.

Der zweite Punkt, der bei der Analyse sehr wichtig war, betrifft die „Neugier seitens der Alteingesessenen“ und die „praktischen Bedürfnisse der Zugezogenen“ als Interaktionsbrennpunkte am Anfang. Die Alteingesessenen sind meistens sehr neugierig über die neuen Menschen im Dorf, gleichzeitig haben letztere bei ihrem Umzug viele praktische Bedürfnisse, wobei sie ganz am Anfang häufig die Hilfe der Alteingesessenen benötigen. Gleich nach dem Umzug bietet sich daher für Menschen, die bereit sind, sich zum Dorf hin zu orientieren, eine ganz gute Möglichkeit ins Dorfmilieu einzusteigen. Insbesondere ist das der Fall, wenn ein älteres Haus gekauft und renoviert wird. Hier sind die praktischen

Bedürfnisse nach Handwerkern usw. groß, gleichzeitig eröffnet es aber auch einen Einstieg ins Dorfleben. Selbst wenn die Integration bei einigen Zuzüglern auf dieser Ebene der flüchtigen Kontakte bleibt, nehmen die Zugezogenen bereits einen bedeutenden Unterschied wahr, weil ihnen der Ort dadurch bereits wesentlich vertrauter wird. Sie treffen auf der Straße Menschen, die sie zwar persönlich nicht näher kennen, aber sie wissen, dass dieser oder jener in dieser Straße wohnt oder jene Frau aus dem Geschäft ist. Das Lebensgefühl zu Hause zu sein, ist dann in diesem Moment gegeben und zwar viel größer als es in der Stadt war und viel größer als ganz am Anfang, wo diese Form der Integration noch nicht zu Tage trat.

Die zweite Ebene der Interaktionen, d.h. den *Nachbarschaftsbeziehungen und Bekanntschaften* umfasst bereits intensivere Kontakte als auf der Ebene der Interaktion über flüchtige Kontakte. Diese entstehen typischerweise durch Intensivierung ausgewählter flüchtiger Kontakte mit Alteingesessenen nach einem „Prinzip der geteilten Alltags“. Die Zugezogenen hatten in der Stadt sehr häufig Kontakte mit Menschen mit ähnlichen Interessen Werten und Lebensstilen. Im Dorf intensivieren sich v.a. Kontakte mit Menschen, mit denen sie einen Teil ihres praktischen Alltags teilen, d.h. v.a. mit den Nachbarn. Diese sind über praktische Bedürfnisse miteinander verbunden, wie z.B. wenn sie gemeinsam mit den Nachbarn einen Zaun errichten, mit den Beamten auf den Ämtern kommunizieren müssen etc. Dies sind alles Möglichkeiten die Beziehungen etwas mehr zu intensivieren. Diese Form an Beziehungen entwickelt sich v.a. dort, wo ein praktisches Bedürfnis die Menschen verbindet. Deswegen ist sie auch für Nachbarschaftsbeziehungen typisch. Die meisten Zugezogenen registrieren dabei, dass das Dorf nur eine begrenzte Anzahl an potentiellen Beziehungen anbietet. Die Auswahl an Menschen mit denen man eine Beziehung intensivieren kann, ist wesentlich geringer als in der Stadt. Für einige Zugezogene ist diese zu kleine Auswahl an potentiellen Beziehungspartnern etwas kritisch, für andere hingegen ist diese Situation bereichernd, wie ein Zitat verdeutlicht: *„Hier wird man mit Leuten aller Altersgruppen konfrontiert und mit allen möglichen Problemen. Ich habe das überhaupt nicht so negativ erlebt, weil man in den homogenen Gruppen sozusagen nur im eigenen Saft schwimmt. Es war für mich angenehm festzustellen, dass es Leute gibt, die andere Probleme, die wirkliche Probleme haben.“* Dies bedeutet, dass das Dorf, das immer als wesentlich homogener als die Stadt beschrieben wird, als eine Siedlung mit einer homogeneren Sozialstruktur, in Wahrheit als relativ heterogen erlebt wird, deshalb weil man einfach nicht die Möglichkeit, sich die Kontakte mit den Menschen auszuwählen, die genauso sind, wie einer selber. Somit haben Zuzügler in der Stadt oft Kontakt mit homogeneren Gruppen von Leuten als im Dorf.

Die letzte Dimension von Interaktionen umfasst die *Freundschaftsbeziehungen*. Hier registrieren die Zugezogenen schon sehr stark, dass das Potential begrenzt ist. Für die Qualität einer Freundschaftsbeziehung ist es notwendig, aus einer größeren Anzahl von Leuten auswählen zu können. Diese Ebene an Integration wird selbst bei den offensten Zugezogenen sehr oft nicht erreicht. Diese finden dann keine Leute im Dorf, die sie als Freunde bezeichnen würden. Das größte Problem dabei ist oft, dass sie subjektiv oft sehr große soziale und kulturelle Unterschiede zwischen sich und den Dorfbewohnern wahrnehmen, die einfach nicht zu überwinden sind. Diese Unterschiede werden jedoch in Tschechien und in Österreich unterschiedlich erlebt. In Tschechien gelten häufig Dorfbewohner als etwas primitiv, in Österreich hingegen als sehr konservative Menschen. Die kleine Auswahl an potentiellen Kontakten hat für die Integration auf dieser Ebene also negative Auswirkungen.

Wenn man die *Aktivitäten* der zum Dorf orientierten Zugezogenen betrachtet, fällt zunächst auf, dass im Dorf die Grenze dessen was öffentlich und was privat ist, anders verläuft als in der Stadt. Es verläuft viel mehr öffentlich, als die Respondenten ursprünglich gedacht hatten. Beispielsweise wird wahrgenommen, ob man im Garten fleißig arbeitet oder nicht. Die Zugezogenen werden dann danach beurteilt. Eintritt zur Integration bieten v.a. organisierte Aktivitäten, d.h. in Österreich v.a. das Vereinsleben, welches in vielen Dörfern relativ intensiv ist, jedenfalls viel intensiver als in Tschechien. Am stärksten integrierend erweisen sich immer Aktivitäten, die mit und für Kinder gedacht sind. Kinder stellen also ein wichtiges

Integrationspotential dar. Ein Problem bei den Aktivitäten ist allerdings, dass das Angebot sehr oft nicht mit der Nachfrage übereinstimmt. Das was die Zugezogenen als Aktivität erwünschen, ist nicht unbedingt das, was die Vereine anbieten. Ein Verschönerungs- oder ein Jagdverein deckt diese Bedürfnisse der Zugezogenen oft nicht ab. Bessere Möglichkeiten für eine Integration bieten da schon Sportvereine. Trotzdem gibt es eigentlich nur eine einzige Kategorie an Aktivitäten, die konfliktgeladen ist, bzw. wo Konflikte entstehen können. Das sind Aktivitäten, die Gewohntes verändern oder das was bisher im Dorf funktioniert hat. Meistens sind das Aktivitäten, die mit Umweltfragen verbunden sind. Seitens der Zugezogenen kommt dies relativ häufig vor, weil sie eben auf das Land gezogen sind, um Natur zu finden, um Aktivitäten in der Natur durchzuführen, um Natur zu schützen. Naturschutz, Tierschutz usw. können eine Konfliktherd darstellen. Im extremsten Fall kann das bis zu Sabotageaktionen führen, wenn z.B. Zäune um Häuser von den Zugezogenen beschädigt werden usw.

Typische Interaktionen und Beziehungen unter Zugezogenen mit einer *Orientierung zur Stadt* findet man sehr oft in suburbanen, d.h. stadtnahen Gebieten. Klarerweise ziehen dorthin Menschen, die weiterhin einen engen Kontakt mit der Stadt suchen. Diese Gruppe von Zugezogenen äußert in den Interviews über das Einleben im Dorf, dass ihnen der Kontakt zur Stadt sehr wichtig ist. Im gesamten Gespräch erscheint of nur die Beziehung zur Stadt von Wichtigkeit. Das Dorf als solches spielt eine untergeordnete Rolle. Allerdings ist es nicht möglich, konsequent in allen Bereichen zur Stadt hin orientiert zu sein. Zumindest flüchtige Kontakte erleben auch hier fast alle Zugezogenen im Dorf. Am niedrigsten bleibt die Stufe der Integration bei den Zugezogenen, die unweit der Stadt in Neubaugebieten wohnen. Das Bedürfnis, mit alteingesessenen Dorfbewohnern in Kontakt zu treten, ist hier sehr gering. Hier fehlt oft sogar diese wichtige Dimension des flüchtigen Kontakts, die sich weiter intensivieren könnte.

In Familien bzw. bei Partnern ist die Orientierung zur Stadt sehr oft mit Orientierung zum Dorf vermischt. Sehr häufig ist es der Fall, dass einer der Partner, meistens der Mann, am Tag in der Stadt arbeitet während die Frau mit den Kindern im Dorf bleibt. Die Frau hat dann viel mehr Kontakte mit dem Dorf, auch wegen der Kinder. Wie bereits gesagt, vermitteln und intensivieren Kinder diese Kontakte. In der Gruppe der Zugezogenen mit Orientierung zur Stadt sind die *beruflichen Aktivitäten* zentral. Der Beruf ist oft der letzte Bereich, der die Abgewanderten noch mit der Stadt verbindet, auch wenn es sonst keinerlei Kontakte, Bekannte oder Freundschaften mehr mit der Stadt gibt. Nur um die Arbeit nicht zu verlieren, sind viele bereit, täglich 60 km in eine Richtung zu pendeln. Diese Situation ist aber auch bei den Alteingesessenen durchaus gegeben. Die Zugezogenen unterscheiden sich in diesem Punkt kaum.

Die letzte Kategorie bei den Zugezogenen kann als *Orientierung zur Selbstständigkeit* definiert werden. Sie unterscheidet sich von den beiden anderen Orientierungen deutlich und ist für das Schema wichtig, da es eine wichtige Gruppe von Menschen gibt, die auf das Land gezogen sind, die weder enge Kontakte zu den Dorfbewohnern knüpfen, aber auch die Stadt völlig ablehnen. Meistens sind das Menschen, die man mit der sgn. „Aussteigerszene“ verbunden sehen kann. Diese suchen keine Kontakte zu den Dorfbewohnern, weil sie die größten kulturellen Unterschiede zwischen sich und den Alteingesessenen sehen. Sie können aber auch kaum wirkliche Kontakte zu den Dorfbewohnern knüpfen, weil auch diese große kulturelle Unterschiede wahrnehmen. Beide sind oft nicht bereit die andere, d.h. fremde Kultur zu akzeptieren. In einigen Fällen trachten diese Zugezogenen gerade nach dieser Einsamkeit. Entweder wollen sie tatsächlich alleine leben oder sie haben sehr viele Kontakte, ein reiches soziales Leben, aber sehr verstreut zu einem breiten Spektrum von Menschen. Diese Kontakte sind dann sehr häufig wiederum zur Aussteigerszene in anderen Dörfern, teilweise auch in völlig anderen Regionen. Für diese Menschen ist die Bildung von Netzwerken besonders typisch, in Österreich mehr noch als in Tschechien. In Österreich ist das auch einfacher, weil es einfach mehr dieser Menschen gibt.

Wenn man die *Aktivitäten* bei den Zugezogenen mit einer Orientierung zur Selbstständigkeit betrachtet, so sieht man, dass viele dieser Aktivitäten mit Natur, Ruhe und Entspannung verbunden sind. Teilweise sind das auch Rentner, die Ruhe und Einsamkeit auf dem Land suchen. Andere, v.a. aus der sgn.

Aussteigerszene, haben häufig einen Hof, arbeiten im Wald oder Ähnliches. Das Problem, das diese Menschen haben, ist die größere Öffentlichkeit als in der Stadt. Obwohl ihre Aktivitäten zur Selbstständigkeit hin gerichtet sind und obwohl diese Menschen eigentlich keinen Kontakt zur Dorfbevölkerung suchen, werden ihre Aktivitäten dennoch wahrgenommen und teilweise auch von der Dorfbevölkerung abgelehnt. Daraus entstehen mitunter auch Konflikte.

Abschließend wollen wir nun die *Hauptunterschiede zwischen Österreich und Tschechen* ins Auge fassen. Aufgrund des Umfangs der Stichprobe kann es sich dabei allerdings um keinen repräsentativen Vergleich handeln. Es lassen sich nur die stärksten Tendenzen aufzeigen. Beim Gesicht des *öffentlichen Lebens* im Dorf gilt für Österreich, dass dort im Vergleich mit Tschechien ein relativ aktives Vereinsleben herrscht. Diese bieten in Österreich im Gegensatz zu Tschechen reiche Integrationsmöglichkeiten. Ein entsprechendes Ausmaß an Vereinen, aber auch anderen organisierten Aktivitäten wie z.B. in der Pfarrgemeinde gibt es in Tschechien kaum. Andererseits hat die Kommunalpolitik für die Integration von Zuzüglern in Tschechien eine größere Bedeutung. Etwa fünf der 19 befragten Zugezogenen waren in Tschechien in der *Kommunalpolitik* aktiv, etwas das in Österreich überhaupt nicht der Fall war. Man kann dies vielleicht damit erklären, dass es in Tschechien viele sehr kleine Gemeinden gibt. In Österreich sind die Gemeinden meist viel größer. Die Möglichkeiten, sich an der Kommunalpolitik zu beteiligen sind in Österreich geringer, weil die Konkurrenz größer ist. Ein weiterer Grund liegt darin, dass in Österreich die Kommunalpolitik oft traditionell mit bestimmten Familien verbunden ist. Für die Zugezogenen ist es daher nicht so einfach gewählt zu werden. Die Tatsache der Tradition, d.h. sehr lange hier gelebt zu haben, spielt eine große Rolle. In Tschechien ist das nicht der Fall, da diese Traditionen in der Kommunalpolitik unterbrochen wurden. Es gab eigentlich keine selbstständige Kommunalpolitik während des Kommunismus. In Tschechien gibt es auch keine traditionellen Bauernfamilien, die in Österreich oft mit der Kommunalpolitik verbunden sind.

Ein weiterer Punkt ist, dass Zuzügler in Österreich die Dorfbewohner oft als erzkonservativ bezeichnen. Oft wird das in den Augen der Zuzügler ablehnend auch mit dem dörflichen Katholizismus verbunden. In Tschechien ist diese Dimension nicht bedeutend. Hier betonen die Zugezogenen vielmehr die fehlende Bildung oder die primitive Lebensweise und Freizeitgestaltung der DorfbewohnerInnen.

Der letzte wichtige Unterschied ergibt sich bei den Netzwerken der Zuzügler untereinander. In Österreich zeigt sich zumindest in der Stichprobe ganz deutlich, dass sich die Zuzügler treffen bzw. Kontakt halten, auch wenn sie in entfernten Regionen wohnen. In Tschechen ist dies nicht oder nur begrenzt der Fall. Obwohl diese Leute Menschen, die sich in ähnlichen Situationen befinden, suchen aber nicht finden können.

Groier: Ich selber habe im Jahr 1999 eine Studie über die Alternativszene im Waldviertel (M. Groier: Mit'n Biachl heign – Soziokulturelle und ökonomische Aspekte von Aussteigerlandwirtschaften, FB Nr. 41 der BABF) abgeschlossen. Dabei lag der Fokus bei landwirtschaftlichen Aktivitäten, Leuten aus der Stadt und nicht-landwirtschaftlich sozialisierten Menschen. Über den dritten Punkt „Orientierung zur Selbstständigkeit“ gibt es im deutschsprachigen Raum leider nur sehr wenig Literatur. Mir fiel in meiner Studie auf, dass bei allen diesen Punkten, wie Motivation, Akzeptanz und soziale Integration im Dorf, sehr stark der Status und die soziokulturelle Orientierung dieser Leute eine Rolle spielt. War das bei ihren Interviews auch der Fall? Ich konnte eine relativ homogene Szene mit sehr eindeutigen Mustern feststellen. Wie haben Sie ihre Interviewpartner ausgewählt?

Bernard: Ich habe per Schneeballverfahren ausgewählt. Ich hatte zunächst ein paar Personen gefunden und diese dann um weitere Kontakte gebeten. Der Status im Dorf war für die meisten Zugezogenen nicht entscheidend. Die ganze soziale Problematik blieb ausgeblendet. Die sind nicht hingezogen, um Kontakt mit der Dorfbevölkerung sondern um mehr Raum für sich bzw. Kontakt mit der Natur zu haben.

Groier: Bei mir war das so, dass z.B. Ärzte oder Menschen die selber ein konservativeres Weltbild hatten,

von ihrem Status oder wegen ihrer Kultur eher Anschluss an das Dorf gefunden als Leute aus der Alternativszene. Ich denke, es gibt sehr unterschiedliche Muster für eine Integration, die sich nicht so einfach in wenige Kategorien festmachen lassen.

Bernard: Ich meinte, dass die soziale Problematik ausgeblendet blieb. Die Stadt wird oft als sehr anonym beschrieben. Es war aber nicht der Fall, dass diese auf das Land ziehen wollten, um die anonyme Umgebung der Stadt zu verlassen, deswegen weil für sie die Stadt nicht anonym ist. Die ausgewählten freundschaftlichen Kontakte in der Stadt sind für sie schon wichtig. Dies wird meistens als ein Verlust empfunden, den man auf sich nehmen muss, wenn man aufs Land ziehen will. Die Suche nach anderen freundschaftlichen Kontakten im Dorf steht dabei nicht im Zentrum.

Pevetz: Sie haben ja gewisse Eindrücke über die Strukturen der Dörfer gewonnen, in denen Sie die Befragung durchgeführt haben. Können Sie einige weitere markante Unterschiede zwischen den Dörfern in Tschechien und in Österreich aufzeigen insbesondere in Hinblick auf die Bevölkerungsdynamik? Sie sagten, dass die Dörfer in Tschechien meist kleiner sind. Wahrscheinlich sind sie auch mit Infrastrukturen schlechter ausgestattet. Wie schaut es mit Überalterung aus? Auch wenn es nicht der Schwerpunkt der Studie war, konnten Sie dazu einige markante Eindrücke gewinnen?

Bernard: Die Infrastruktur ist in Tschechien im Allgemeinen geringer entwickelt als in Österreich. Pendeln ist schwieriger. Eigentlich braucht man ein Auto. Viele Zugezogene, das gilt auch für Österreich, haben sich dabei beschwert, dass viele öffentliche Verkehrsmittel eingestellt werden. Größere Unterschiede als zwischen Österreich und Tschechen lassen sich oft zwischen unterschiedlichen Regionen innerhalb Tschechiens oder Österreichs feststellen. Regionen z.B. rund um Prag sind auch infrastrukturell relativ gut daran. Das suburbanisierte Gebiet rund um Prag ist sehr groß. Es gibt Dörfer, wo mehr als 50% der Beschäftigte täglich nach Prag zur Arbeit fahren, auch wenn die Entfernung 40 oder 50 km beträgt. Da ist die Situation sehr ähnlich wie in der Umgebung von Wien. Was die Bevölkerungsdynamik betrifft, kann man heutzutage nicht sagen, dass die ländlichen Gebiete in Tschechien vom Aussterben bedroht sind. Die Bevölkerung der ländlichen Gebiete nimmt v.a. durch den Zuzug aus kleineren Städten leicht zu. Menschen aus den kleineren Städten in den Regionen ziehen in die Dörfer. Viel kleiner ist die Migration aus den Großstädten wie Prag aufs Land. Diese spielt kaum eine größere Rolle. Momentan zeigt das Land Wachstum, während die kleineren Städte verlieren.

Pevetz: Wenn Sie konkret die südschechischen grenznahen Gemeinden und die Gemeinden im nördlichen Waldviertel vergleichen, welche Unterschiede zeigen sich da?

Bernard: Das ist schwierig zu sagen, denn das ist ein etwas anderes Thema. Da müsste man schon statistische Daten dazu haben. Insofern kann ich wenig dazu sagen.

Kolland: Sie haben über Begriffe wie Dorf und ländlicher Raum nachgedacht. Am Anfang verwenden Sie auch den Begriff MigrantIn und später dann sprechen Sie von Zuzüglern. Wie schaut hier die Begrifflichkeit aus? Gibt es da hier schon eine allgemeine Terminologie mit welcher diese Gruppe zu bezeichnen ist? Diese Menschen haben etwas gemeinsam mit der Gruppe der MigrantInnen, in dem Sinne wie wir sie bezeichnen, mit Abschottung, einer sgn. Ethnizität, einem Rückzug. Gleichzeitig gehören diese Menschen aber meistens, wenn ich es richtig verstehe, einer oberen sozialen Schicht an, was ja eher nicht für MigrantInnen spezifisch ist. Wie könnte nun diese Gruppe gekennzeichnet werden? Gibt es in der Literatur dafür bereits Hinweise oder terminologische Vereinbarungen?

Bernard: Mit den Begriffen habe ich auch meine Probleme. Ich nenne sie in der Studie Zugezogene, Zuzügler, manchmal auch MigrantInnen. Es gibt noch keinen Begriff für Leute, die aus der Stadt aufs Land ziehen. In Österreich heißen sie manchmal die „Zugrasten“, aber das ist natürlich mit negativen Konnotationen verbunden. In Tschechien gibt es diese Begriffe mit negativen Konnotationen auch. Dies sind alles Begriffe, die ihren Ursprung in der alteingesessenen Bevölkerung haben und mit denen diese Zugezogenen abgelehnt werden. Was das für Leute sind, ist ein anderes Thema und würde einer

repräsentativen statistischen Untersuchung bedürfen. Ich wollte aufzeigen, dass das Feld sehr breit ist, sowohl bei den Motiven als auch bei den Orientierungen. Menschen, die sich an der Stadt orientieren, gehören sehr oft einer höheren sozialen Schicht an. Die zur Selbstständigkeit orientierten Menschen, würde man, wenn man ökonomische Kriterien nimmt, eher als Angehörige niedrigerer sozialer Schichten bezeichnen. Letztere haben allerdings ein relativ hohes kulturelles Kapital.

Schickengruber: Gibt es bei diesen MigrantInnen bzw. Zugrasten bei den Interviews Unterschiede in den Motiven aber auch bei der Integration im Dorf zwischen Männer und Frauen?

Bernard: Unterschiede über die ich sprechen kann, betreffen v.a. Unterschiede in den Partnerschaften, z.B. wenn beide Partner zusammen aufs Land gezogen sind. Oft ist es so, dass die ursprüngliche Motivation, besonders bei jenen Menschen die eher zur Selbstständigkeit orientiert sind, von den Männern ausgeht. Die Frau geht dann einfach mit. Wegen der Frau kommt es dann ab und zu auch wieder einen Rückzug in die Stadt. Frauen bringen dann oft die Bedürfnisse der Kinder ins Spiel, welche in einigen Aspekten besser in der Stadt erfüllt werden können als im Dorf. Auf der anderen Seite ist in einigen Haushalten die Frau besser integriert, weil sie mit den Kindern im Dorf den ganzen Tag bleibt und über die Kinder viel leichter Kontakte gewinnt als der Mann, der zur Arbeit in die Stadt fährt.

Dörr: Meine Frage bezieht sich auf den beruflichen Hintergrund bzw. Existenzbedingungen der sgn. MigrantInnen. Wenn man von MigrantInnen spricht, denkt man schon auch an Push- und Pullfaktoren, d.h. an die Frage, wie freiwillig bzw. wie erzwungen ist diese Wanderung aufs Land. Ich denke an junge Ärzte oder Lehrer, die ihre erste Stelle am Land bekommen können und nicht in der Stadt. Sie haben das Durchschnittsalter von 43 Jahren erwähnt. Es kann ja auch sein, dass man in diesem Alter seinen Arbeitsplatz verliert und längere Zeit arbeitslos ist und sich dann vielleicht auch die Wohnung in der Stadt nicht mehr leisten kann. Diese Frage wirkt ja dann auch auf die Motive zurück, wie freiwillig oder wie erzwungen diese Wanderungsentscheidungen waren.

Bernard: Bei den meisten interviewten Personen war die Entscheidung schon freiwillig. Es gab Menschen, die wegen des Beruf aufs Land gezogen sind und das waren, eben wie Sie gesagt haben, Ärzte und Lehrer, die eine Stelle auf dem Land bekommen haben. Bei allen von ihnen war es aber so, dass sich dann einfach freiwillig entschieden haben, dort zu bleiben, wo sie schon einmal sind. D.h. es war für sie nicht etwas, das sie nicht vertragen könnten. Bei den meisten anderen war es eine freiwillige Entscheidung wofür sie ihre rationalen Argumente haben. Es ist natürlich einfacher aufs Land zu ziehen für Menschen, die einen Beruf haben, bei dem man den Kontakt mit der Stadt nicht braucht. Ich hatte neben Ärzten und Lehrern auch Interviews mit Menschen, die mit dem Computer arbeiten, welche die programmieren. Es gibt auch Übersetzer und Dolmetscher, die aufs Land ziehen. Es sind eben Menschen, die durch die moderne Technik die Möglichkeit haben, nicht an die Stadt gebunden zu sein.

Kirner: Haben Sie den Eindruck, dass jene Menschen, die Sie interviewt haben, längerfristig oder für immer auf dem Land bleiben oder gibt es auch Tendenzen, dass sie wieder in die Stadt zurückgehen? Denn in meinem Bekanntenkreis kenne ich solche Phänomene, dass sie aufs Land gezogen sind v.a. als die Kinder klein waren, und später dann wieder in die Stadt oder in stadtnahe Gebiete zurückkamen.

Bernard: Ich hatte in der Stichprobe nur eine Person, die wieder zurückkam. Eine allgemeine Tendenz lässt sich jedenfalls nicht erkennen. Das hängt aber auch damit zusammen, dass ich absichtlich Leute ausgesucht habe, die aufs Land gezogen sind, und nicht Menschen, die aufs Land gezogen sind und wieder zurück. Man könnte bestimmt auch diese Menschen finden. Es ist bekannt, die RespondentInnen selber haben darüber referiert, dass jene, die den Umzug aus der Stadt mit einem alternativen Lebensstil verbinden, dann doch oft feststellen, dass es härter ist als sie sich gedacht haben, dass sie z.B. isoliert sind, dass es nicht so einfach ist, jene Kontakte zu finden, an die sie in der Stadt gewöhnt waren, dass diese dann letztlich wieder zurückkommen.

Wiesinger: Gab es unter diesen Zuzüglern in die Dörfer auch welche, die bereits dort

Anknüpfungspunkte hatten, sei es Bekanntschaften von früher oder Verwandtschaften und dass sie deshalb ein bestimmtes Dorf ausgewählt haben? Würden diese Beziehungen die Integration erleichtern?

Bernard: Diese Fälle gibt es häufiger in Tschechien als in Österreich. Diese Anknüpfungspunkte, die sie am Anfang hatten, hängen meistens jedoch nicht mit Beziehungen zusammen sondern mit dem Ort als solchem. In Tschechien ist die Kultur der Wochenendhäuser viel verbreiteter. In den Siebziger Jahren hatte die Mehrheit der Stadtbewohner ein Wochenendhaus irgendwo auf dem Land. Häufig kommt es dann vor, dass die Menschen das Wochenendhaus renovieren und dorthin ziehen. Sie ziehen also in ein konkretes Gebiet. Die Integration ist von Anfang an etwas komplett anderes als für Menschen, die halt nur etwas Ländliches suchen. Am Anfang ist immer der Ort wichtiger als die Leute, die dort leben.

Aschenbrenner: Kam Ihnen das Phänomen unter, dass sich letztlich jemand zu einsam fühlte? D.h. es ist zwar ruhig und schön, aber einfach zu wenig los und daher möchte ich doch wieder weg. Wenn ja, hat das mit der Lage der Häuser zu tun, d.h. ob sie mitten im Dorf waren oder sehr abgelegen? Es kommt ja auch vor, dass jemand ein abgeschiedenes Anwesen übernimmt.

Bernard: Ich hatte das Gefühl, dass die Entscheidungen relativ durchdacht waren. Es gab Menschen, die wirklich sehr stark zur Selbstständigkeit orientiert waren. Diese haben dann absichtlich Häuser gewählt, die nicht unmittelbar im Dorf lagen, d.h. abgelegene Höfe oder Häuser am Rande des Dorfes. Es gab aber auch einige, die mehrmals umgezogen sind, die dabei immer auf dem Land geblieben sind. Sie haben z.B. irgendwo einen Hof gepachtet, ihn nach fünf Jahren wieder verlassen und sind dann woanders hingegangen, oft auch in ganzen Gruppen. Eigentlich haben sie dabei aber immer den gleichen Lebensstil gesucht. Diejenigen, die von Anfang an keine vollkommene Selbstständigkeit suchen, d.h. die nicht irgendwo abgelegen leben wollen, die kaufen auch nicht solche Häuser, die kaufen vielmehr Häuser, die direkt im Dorf sind.

Heisting: Wir haben ja eigentlich zurzeit ein Phänomen der Zentralisierung und der Landflucht. Sie haben Interviews geführt mit Leuten, die in die Dörfer gezogen sind und nicht mit denjenigen, die schon im Dorf waren. Haben Sie den Eindruck, dass diese Zugrasten, ImmigrantInnen oder wie auch immer, dazu beitragen das Dorf als Lebensort aufzuwerten, neu zu interpretieren, zu regenerieren oder zu erneuern? Kann man davon sprechen, dass es da einen Einfluss gibt? Was entsteht dann neu, wenn die Zugrasten aufs Land kommen?

Bernard: Eine vollständig neue Qualität entsteht dort, wo sehr viele Menschen zuziehen. Das sind v.a. Dörfer in der Nähe der Stadt, wo dann viele Neubaugebiete entstehen. Durch diese Urbanisierung verändert sich dann auch der „ländliche Lebensstil“ zu einem städtischen. Bei den Menschen, die abgelegene Gebiete suchen, ist dieser Einfluss nicht so groß, weil sie relativ vereinzelt sind. Das Dorf ist dann zu stark, um sich verändern zu lassen. Die meisten Konflikte entstanden dort, wo die Zugezogenen etwas verändern wollten. Diese werden dann oft abschätzig als „Zugraste“ bezeichnet, als Menschen, die etwas verändern möchten, davon aber nichts verstehen. Gegenüber dem sind die Dörfer schon relativ resistent.

Pevetz: Sie haben davon gesprochen, dass in Tschechien sehr viele Zugraste in der Kommunalpolitik tätig sind. Das lässt darauf schließen, dass doch ein Einfluss dieser Leute auf das dörfliche Leben über die Politik erfolgt.

Bernard: Das stimmt, aber es ist schwer zu erfassen. Wenn es nur einer ist, der in der Kommunalpolitik tätig und es ist nicht gerade der Rat, dann ist sein Einfluss auch nicht so groß. Man kann in Tschechien vielleicht mehr über einen Einfluss der Menschen sprechen, die in den Dörfern Wochenendhäuser haben. Diese haben sehr stark zur architektonischen Renovierung der Dörfer beigetragen. Viele Häuser sind nur dadurch erhalten geblieben, weil sie von diesen Menschen gekauft wurden.

Allfälliges

Da in letzter Zeit relativ viele Vorschläge für Referate eingehen, sollte sich die Arbeitsgemeinschaft vielleicht neue Strukturen oder einen anderen Rahmen überlegen. **Wiesinger** stellt zur Diskussion, ob es nicht sinnvoller wäre, das Programm auf den Freitagnachmittag auszuweiten, um dadurch mehr Beiträge zu ermöglichen. Dies würde einen zusätzlichen Anreiz für all jene schaffen, die aus den Bundesländern anreisen. Dieser Vorschlag wird insbesondere von **B. Hofer** sehr begrüßt. Es gibt aber auch einige Gründe, die dagegen sprechen, wie Mittagspause, Nachmittag vor dem Wochenende usw. **Quendler** regt an, eventuell die Länge der Referate zu kürzen, um in der gleichen Zeit mehr Beiträge zu ermöglichen. **B. Hofer** könnte sich Sitzungen auch einmal in einem anderen Bundesland vorstellen. **Wieser** und **Pevetz** argumentieren dagegen, denn entsprechende Versuche hätten sich in der Vergangenheit als sehr negativ erwiesen. Die Diskussion über die Zukunft der Arbeitsgemeinschaft sollte jedenfalls bei der nächsten Sitzung fortgesetzt werden.

Die **nächste Sitzung** der **Arbeitsgemeinschaft ländliche Sozialforschung** findet am **Freitag, 17.11.2006 10.00 Uhr s.t.** an der Bundesanstalt für Bergbauernfragen statt, 1030 Wien, Marxergasse 2/Mezzanin. Folgende Beiträge wurden für das Programm vorgeschlagen:

T. Fischer (Universität für Bodenkultur, Wien): Zur heutigen und zukünftigen Bedeutung sozialer Netzwerke für die Qualität des Altseins im ländlichen Raum Österreichs

Th. Leinwather (Berufspädagogische Akademie Linz): Skeptisch-kritische Pädagogik der ländlichen Hauswirtschaftslehre

Dr. Tatjana Fischer studierte Geographie an der Universität Wien und Technischen Umweltschutz an der Technischen Universität Wien sowie der Universität für Bodenkultur Wien. Seit 2002 (derzeit in Mutterschaftskarenz) ist sie am Institut für Raumplanung und Ländliche Neuordnung an der Universität für Bodenkultur Wien tätig. Das Thema ihres Vortrags stammt aus ihrer im November 2005 fertig gestellten Dissertation "Alt sein im Ländlichen Raum - eine raumwissenschaftliche Analyse".

Dipl.-Päd. Dipl.-Ing. Mag. DDr. Thomas Leinwather studierte Landschaftsökologie und Landschaftsgestaltung sowie Pädagogik, Umweltpädagogik und Philosophie; Lehramt für das land- und forstwirtschaftliche Bildungswesen; lehrt derzeit an der Berufspädagogischen Akademie des Bundes in Linz