

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

## **Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladungen**

Konrad Schliephake / Susanne Orf

### **1. Einleitung – Zum Heimat- und Regionsbegriff**

Seit der Gründung der Nationalstaaten diskutieren Bürger, Politiker und Wissenschaftler zu Fragen des regionalen Bewusstseins, der Definition, Verortung und Anwendung des Heimatbegriffs. Er beinhaltet eher Sehnsüchte als Realitäten, bedeutet Suche nach kleinen, überschaubaren Einheiten, nach Geborgenheit, Wurzeln und Traditionen. Dies impliziert wohl oft nostalgische Rückblicke Ewig-Gestriger auf die „guten alten Zeiten“ mit ihren knappen ökonomischen und energetischer Ressourcen. Ein „Kirchturmdenken“ verbindet sich nicht nur mit räumlicher Begrenzung, sondern auch mit dem Willen zur Gestaltung und dem Zwang zur Verteidigung des eigenen Aktionsraums. Dazu gehört ein nach Sicherheit suchendes ökonomisches Verhalten mit bewusstem Erkennen und bewusster Inwertsetzung der natürlichen Umwelt, eine Standortgebundenheit des Lebens, des Handelns und der sozio-kulturellen Ausdrucksformen. Doch hat unsere Gesellschaft nicht ihren Weg gefunden vom konfessionellen und dialektalen „Flickerlteppich“ vergangener Reiche, und gerade der fränkischen Fürstentümer, hin zu raumübergreifender Mobilität von Menschen, Gedanken und Innovationen in einer Welt, in der Trendsetter und Marketingmanager Einheitskulturen für den mündigen Verbraucher propagieren (s. auch GERSTNER 1992) ?

Zwischen diesen beiden kulturellen Orientierungen bewegt sich die folgende Untersuchung. Zwei zielgerichtete Fragen dazu lauten: Sind Regionalbewusstsein oder Heimatverbundenheit in irgendeiner Hinsicht wichtig für die Art gesellschaftlicher Lebensgestaltung, für die sozio-ökonomische Entwicklung von Räumen, Regionen, Nationen (vgl. z.B. ANTE 1983)? Und was bewirkt eine solche Analyse?

WORESCH (1992, S. 42) hat dazu die Frage gestellt: „Wenn wir aber Europäer, Kosmopoliten wären, hätten wir überhaupt Heimat ...?“ und die (Teil-)Antwort dazu gegeben: „Die immer mehr zunehmende Mobilität unserer Gesellschaft lockert alte Systeme auf ... Nachbarschaft und Bekanntheit sind nicht mehr so fest verankert ... Vertrautheit kommt weniger zustande ...“.

Dies müsste eigentlich im Zeitalter von Raum-Zeit-Konvergenz oder – im Falle des Internets – sogar des Raum-Zeit-Kollapses kein Schaden sein (SCHLIEPHAKE 2005b, S. 549). Die Betrachtung der vermeintlich glücklichen deutschen Senioren, die am Mittelmeer oder in den Tropen ihre Rente verzehren und trotzdem online mit der Heimat verbunden sind, mag manchen romantisierenden Blick zu den Realitäten zurückführen. Doch ihre Gespräche kreisen allzu oft um „zu Hause“, und mit Fortschreiten des Alters intensiviert sich dies oft bis hin zur späten Rückkehr.

Wir haben Heimat und wir wollen Heimat. Jeder Mensch besitzt einen Standort, mit dem er besonders vertraut ist, der ihn kulturell geprägt hat, dem er sich mehr oder weniger verbunden fühlt. Sol-

Heimat und regionale Identität – pädagogische Möglichkeiten von Bildungs- und Kultureinrichtungen

che Prägungen und Anhänglichkeiten zu pflegen und nicht zu (zer-)stören ist sehr wohl eine gesellschaftspolitische Aufgabe. Nur dann fühlt sich der Bürger wohl, engagiert er sich für die Gemeinschaft, erhält er Kraft aus seinen historischen und geographischen Wurzeln.

Die folgenden Überlegungen können den hier aufscheinenden dialektischen Gegensatz zwischen Tradition und Moderne nicht philosophisch so ausloten, dass daraus Handlungsanleitungen entstehen. Doch ist festzuhalten, dass die Erhaltung des kulturellen Erbes und die Ermöglichung einer identifikatorischen Auseinandersetzung der Bürger mit diesem Erbe zu den normativen Aufgaben der Gesellschaft gehört, so wie sie von der Wissenschaft (z.B. SCHENK 2005a, S. 255 ff.) ebenso wie vom Bürger selbst – in welcher entfremdeten Form auch immer – eingefordert werden. Diese Forderungen sind an (Heimat-)Regionen festzumachen, d.h. letztlich konkret an regionspezifischen Ausstattungselementen, an greifbaren, haptischen Dingen.

Solche Anforderungen verweisen z.B. auf die Eignung von Museen, Ausstattungselemente zu bewahren, bekannt zu machen und in den aktuellen gesellschaftlichen Kontext zu stellen. Sie sind so nicht nur Bewahrer der Geschichte, sondern werden zu Forschungseinrichtungen und Impulsgebern, somit auch zu innovativen Wegbereitern mit Gestaltungskraft für die Zukunft (ORF 2005, S. 33). Selbst wenn nostalgische Aspekte bisweilen auf den ersten Blick überwiegen, rückt ihre Aufgabe als kulturelle Drehscheibe und damit wiederum als Identifikationsstandort in einer – wie auch immer zu definierenden – Heimat mehr in den Vordergrund. Unsere Untersuchungen hierzu zeigten, dass 58% einer Zufallsstichprobe von Bürgern (Befragung am Wohnort) Museen besuchen wollen oder besucht haben (SCHLIEPHAKE 2005a, S. 52). 6 Millionen Menschen jährlich sind allein in Deutschland Gäste der 122 Freilandmuseen (SCHENK 2005b, S. 17). So war es naheliegend, die Umfrage zum Thema Heimatbindung/Heimatbewusstsein rund um ein „Heimat“-Museum, wie es in Fladungen vorhanden ist, anzulegen (siehe Kap. 2).

Eines ist allerdings bei der Interpretation der aus der vorliegenden Befragung gewonnenen Daten nicht zu vergessen: Sie präsentiert die *Meinungen der Daheimgebliebenen*, der Heimattreuen, und dies in einem Raum, der bislang in starkem Maße von Wegzug der Jungen und Aktiven geprägt war. Hier wohnten 1950 genauso viele Menschen wie 1990 (SCHLIEPHAKE 1994, S. 228). Eigentlich müssten die Wegziehenden befragt werden: Sind Sie aufgrund ökonomischer Zwänge abgewandert, oder war ihnen die Heimat zu kleingekammert, zu chancenlos, schien ihnen zu wenig zur Identifikation geeignet? (vgl. die Ex-Post-Befragung von Weggezogenen bei WEINRICH 2002).

Doch ist ein solches Verfahren bei der Größe des Untersuchungsraums und im Sinne der gestellten Aufgabe hier nicht anwendbar. So befragten wir die Dagebliebenen, diejenigen, die die Chancen der Region erkannt und sie genutzt haben.

Anregungen aus vorherigen empirischen Untersuchungen folgend (insbesondere FECHTER/SCHLIEPHAKE 2005), sollte die Umfrage bei einem repräsentativen Querschnitt von Meinungsträgern (ADELPHI-Befragung) in den beiden bayerischen Landkreisen der Rhön (Bad Kissingen und Rhön-Grabfeld) Hinweise zu Heimatbewusstsein und Bindung an die Region erbringen. Sie sollte damit tendenziell positive Interpretationen von Heimat und wirksame Bindungsgründe einer bewusst ausgewählten, gesellschaftlich weitgehend erfolgreichen und kulturell interessierten Gruppe erfassen. Den Fragebogen (siehe Anhang) erarbeiteten die beiden Autoren gemeinsam mit der Museumsleitung.

Im Gegensatz zu den Befragungen 2003 (ausgewertet bei SCHLIEPHAKE 2005a) waren diesmal die Antworten offen gestaltet, vor allem um neue, authentische Gedanken zur Region und ihrer Bewer-

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

tung zu erhalten. Die ca. 300 Zieladressen von ausgewählten meinungsbildenden Zielpersonen stellte die Museumsleitung zur Verfügung. Frau cand. geogr. Annika Schmidt organisierte Vervielfältigung und Versand der 267 Anschreiben mit Fragebogen und Rückumschlag von/zum Geographischen Institut der Universität Würzburg im Frühjahr 2005. 102 Fragebögen, davon 99 nutzbare, auf 100 Personen bezogene, kamen zurück und gingen in die folgende Auswertung ein. Das bedeutet eine positive Rücklaufquote von 38%, bezogen auf die erfolgreich abgeschickten Sendungen. Der Zweckverband Fränkisches Freilandmuseum unterstützte das vorliegende Projekt mit Mitteln, die aus dem EU-Programm LEADER+ über das Landratsamt Rhön-Grabfeld (Herr Landrat Thomas Habermann) bereit standen.

## 2. Heimat in Franken – Mythos und Realität

Die raumbezogenen Wissenschaften tun sich schwer mit dem Begriff „Heimat“, obwohl gerade die Kulturgeographie die Verbindung zwischen dem Naturraum und seiner Ausgestaltung durch den siedelnden Menschen konstruiert und analysiert hat (SCHENK/SCHLIEPHAKE 2005, S. 34 ff.). Doch die Operationalisierung jenseits eines subjektiven Bewusstseins oder Gefühls bleibt problematisch und lässt sich zwar in Fallstudien nachvollziehen, kaum aber systematisieren (siehe auch WITTMANN in diesem Band).

Eine solche Systematisierung ist besonders schwierig in Räumen wie dem zentralen – wie auch immer zu definierenden – Mainfranken und nördlichen Unterfranken, die mit ihren naturräumlich offenen und linguistisch verschwommenen Grenzen (so verläuft z.B. die Sprachgrenze zwischen Franken und Thüringen entlang des thüringischen Rennsteigs, vgl. KRÄMER/WOLF 1994) ebenso wie mit ihrem wenig klaren und eher zufälligen administrativen Zuschnitt keine eindeutigen Identitäten ausbilden konnten. Wie wäre denn dort „Heimat“ topographisch zu definieren? Das sog. Mainfranken ist schon in sich heterogen, und BRÜCKNER hat sich mehrfach (z.B. 1992 und 1996) mit dem Franken-Begriff in seiner „emblematischen Abzeichen-Funktion“ ohne präzisen historischen, territorialen und ethno-linguistischen Hintergrund beschäftigt. Noch schwieriger wäre es, Heimatbewusstsein oder gar Gefühle mit dem künstlichen, erst seit 1972 bestehenden Administrativraum „Rhön-Grabfeld“ zu verbinden, der bereits im Namen zwei vollkommen konträre Naturräume zusammenfassen will.

Dies gilt erst recht für den Begriff der Rhön: drei Länder, drei Sprach- bzw. Kulturräume, zwei Konfessionen, Einflüsse aus so verschiedenen Oberzentren wie Würzburg, Rhein-Main-Gebiet/Frankfurt, Fulda und Erfurt in einem peripheren, zu erheblichen Teilen eher durch Abwanderung gekennzeichneten Raum (SCHLIEPHAKE 1994; Ergebnisse einer Befragung zur Perzeption der Rhön bei ZIENER 2001). Das alles eignet sich schwerlich zur präzisen Verortung von Heimatgefühl gemäß der eingangs angeführten Arbeitshypothese.

Doch es gibt, wie gleichfalls eingangs erwähnt, das Bedürfnis, an einem Standort geborgen, zu Hause zu sein, „Heimat“ in einem engen, überschaubaren Rahmen zu besitzen (im Sinne von WORSCHER 1992, S. 291). Diese Heimatbindung versuchten wir gruppenspezifisch für den bayerischen Teil der Rhön „einzufangen“, auch wenn das aus der Praxis geborene Vorhaben nicht allen strengen wissenschaftlichen Anforderungen genügt.

Die vorliegende Studie entstand nicht so sehr aus wissenschaftlicher Reflexion, sondern aus dem im Umkreis des Fränkischen Freilandmuseums Fladungen geborenen spontanen Gedanken, Heimatge-

Heimat und regionale Identität – pädagogische Möglichkeiten von Bildungs- und Kultureinrichtungen

fühle greifbar, darstellbar zu machen, und zwar im Rahmen des von der EU (Projekte LEADER+) geförderten Vorhabens „Region im Koffer“ (vgl. ORF 2005 und RAMMING in diesem Band).

Vorausgegangen waren Marktuntersuchungen für das Fränkische Freilandmuseum Fladungen 2003/2004, bei denen zum einen die ökonomischen Effekte von Freilandmuseen und dem historischen „Rhön-Zügle“ anhand von struktureller Analyse und Befragung der Besucher für die Region darzustellen waren (Zusammengefasst bei SCHLIEPHAKE 2005a). Im Anschluss daran sollten aus Befragungen und Diskussionen mit Meinungsträgern Impulse erarbeitet werden, mit denen das Fränkische Freilandmuseum Fladungen, ggf. gemeinsam mit weiteren Museen und kulturellen Einrichtungen im nördlichen Unterfranken, zu einer Drehscheibe der Kulturarbeit ausgebaut werden kann. Gerade der zuletzt angeführte Aspekt, zu dem das Kulturprojekt „Region im Koffer“ ein erster Impuls war, macht nur Sinn, wenn die Bewohner Kultur in der Region, in ihrer Heimat einfordern und nutzen.

### 3. Die Struktur der Antwortenden

Die 100 auswertbaren Fragebögen stammen zu 37% von weiblichen und zu 63% von männlichen Einsendern. Entsprechend der Struktur des Samples „Meinungsträger in der Region“ herrschen die mittleren bis reiferen Jahrgänge nach Figur 3.1. vor.

**Figur 3.1.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Alter der Befragten (Anteile).

Altersgruppe:	<i>Männlich</i>	<i>Weiblich</i>	<i>Gesamt</i>
Unter 60 Jahre	56%	72%	62%
Über 60 Jahre	44%	28%	38%
Durchschnittsalter (Jahre)	57	55	56
Antworten absolut	62	36	98

Quelle: 98 Befragungen von Bürgern der bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Danach liegt das Durchschnittsalter der Befragten bei 56 Jahren, wobei die Gruppe der Männer noch etwas älter ist als die der Frauen. Bezogen auf die Wohnstandorte erhalten wir Angaben gemäß Figur 3.2.

**Figur 3.2.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Herkunft der Befragten.

Ort:	<i>Männlich</i>	<i>Weiblich</i>	<i>Gesamt</i>
Hammelburg	17	13	30
Bad Kissingen	6	6	12
Ostheim	8	4	12
Bad Neustadt	9	1	10
Fladungen	3	3	6
Mellrichstadt	2	0	2
Übrige	18	10	28
Gesamt	63	37	100

Quelle: 100 Befragungen von Bürgern der bayer. Rhön, 2005.

Auswertung: K. Schliephake

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

Das Ergebnis mit 30% der Antworten aus Hammelburg (Kernstadt und alle Stadtteile) ist etwas ungleichgewichtig. Leider kommen neben den Kreisstädten Bad Kissingen (12%) und Bad Neustadt (10%) z.B. aus Mellrichstadt und anderen zentralen Orten wie Burkhardroth und Oberelsbach nur 1-2% Rückläufe, Bischofsheim und Bad Brückenau sind überhaupt nicht vertreten. Die Zufälligkeiten bei der Probandenauswahl und den Rückläufen belasten allerdings nicht die Validität der Ergebnisse als Trendaussagen.

In einem weiteren Schritt unterteilten wir die Probanden in die beiden Gruppen: Einheimische (in der Region geboren/aufgewachsen) und Zugezogene. Die Aufteilung auf die beiden Gruppen verdeutlicht Figur 3.3.

**Figur 3.3.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Unterscheidung nach einheimisch/zugezogen.

Typ	<i>Männlich absolut</i>	<i>Weiblich absolut</i>	<i>Gesamt (Anteile)</i>
Einheimisch	35	20	57%
Zugezogen	25	16	43%
Gesamt (absolut)	60	36	96

Quelle: 96 Befragungen von Bürgern der bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Danach sind 57% als Einheimische hier geboren und aufgewachsen, 43% bezeichnen sich als Zugezogene. Ein signifikanter Unterschied zwischen der männlichen und der weiblichen Probandengruppe besteht nicht. Interessanterweise ist auch der Anteil der Einheimischen bei den über 60-Jährigen mit 54% nicht wesentlich geringer als bei den Jüngeren mit 57%.

Von besonderer Bedeutung bei der Untersuchung zu Heimatbindung/Heimatbewusstsein ist die Frage 5 nach dem idealen Wohnstandort: „Wenn Sie frei wählen könnten, würden Sie in der Region bleiben?“ Aus vielen empirischen Untersuchungen ergibt sich, dass Umzüge vor allem ökonomisch motiviert sind und dass ca. 80% von am Wohnstandort Befragten gerne dort bleiben möchten (vgl. z.B. WEINRICH 2002). Dies ist im ländlichen Raum sicherlich auch einem Perzeptionsfilter im Sinne von SCHENK/SCHLIEPHAKE (2005, S. 38) geschuldet. Nur der, dem der Wohnstandort nicht gefällt (aus individueller ökonomischer oder sozialer Bewertung heraus), wandert ab. Die Zurückgebliebenen empfinden ihre „Heimat“ schon allein deshalb als lebens- und liebenswert, weil sie sich bewusst dafür entschieden haben, hier zu leben. So überrascht der geringe Anteil von Probanden mit Abwanderungswunsch in Figur 3.4. nicht. 89% aller Befragten wünschen sich, in der alten (95% der hier Aufgewachsenen wollen bleiben) bzw. neuen (88% der Zugezogenen wollen bleiben) Heimat zu bleiben. Das signalisiert eine überdurchschnittliche Zufriedenheit der beiden Gruppen. Dieser so positiv zu bewertende Wunsch variiert auch kaum nach Altersgruppen. Von den Bis 60-Jährigen möchten 85% bleiben, bei den Älteren sind es 95%.

**Figur 3.4.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Wünsche bezüglich Wohnort (Anteile).

Wunsch:	<i>Männlich</i>	<i>Weiblich</i>	<i>Gesamt</i>
Abwanderungswunsch	8%	5%	7%
Unentschlossen	3%	5%	4%
Hier bleiben	89%	90%	89%
Gesamt (absolut)	63	37	100

Quelle: 100 Befragungen von Bürgern der Bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Heimat und regionale Identität – pädagogische Möglichkeiten von Bildungs- und Kultureinrichtungen

#### 4. Die Stichworte zur Heimat

In den Fragen 2, 3 und 4 konnten die Probanden offene Antworten geben, um

- die Rhön als Heimat zu beschreiben,
- negative Elemente der Heimat zu benennen,
- anzugeben, was man in der Ferne aus der Heimat am meisten vermissen würde.

Die frei formulierten Texte sämtlicher Antworten können hier nicht wiedergegeben werden, auch erfolgte ihre Systematisierung nur sehr grob. Der Zweck der Untersuchung war vielmehr, aus spontanen Aussagen von Einheimischen und Landeskennern Anregungen im Sinne eines Brainstormings zu perzipierten und realen Stimmungen zu erhalten, die zu verwenden sind für

- plakative Darstellungen („Was macht unsere Heimatregion aus?“) und, darüber hinaus,
- Stärken-Schwächen-Analysen der Region.

Zwar ließen sich die genannten „Heimat-Assoziationen“ zu den unter den Figuren 4.1.-4.3. unten genannten Stichwortgruppen zusammenfassen, Merkmalsausprägungen i.e.S. waren damit jedoch nicht zu beschreiben. So sind ähnliche Ergebnisse in anderen Regionen, wie z.B. dem Vogelsberg, dem Spessart oder dem Bayerischen Wald, denkbar. Auch eine Abgrenzung der bayerischen Rhön als weitgehend eigenständiges ländliches Gebiet mit Bezügen zu nahen Oberzentren im Unterschied zu anders strukturierten Gebieten im Umfeld von Ballungszentren muss zunächst offen bleiben. Die vorliegende Untersuchung darf, wie zuvor bereits erwähnt, insofern nur als erste Annäherung an die Heimatbindung bzw. ein spezifisches Rhöner Heimatbewusstsein – sofern es denn existiert – einer eingegrenzten Zielgruppe verstanden werden.

##### 4.1 Zur Konstruktion von Heimat

Aus der Vielfältigkeit der Einzelaussagen lässt sich kaum ein raumspezifischer Heimatbegriff etwa im Sinne unserer Überlegungen in Kapitel 1 und 2 konstruieren. Zu sehr überlagern sich bei den Probanden einerseits originäre persönliche Eindrücke und eigenständige Bewertungen der bewusst Daheimgebliebenen (s. hier Figur 3.4.) sowie andererseits durch Medien und Werbung geprägte Slogans wie „Die Rhön - das Land der offenen Fernen“. Nicht zuletzt ist zu bedenken, dass einige der Probanden den Standort als Regionalpolitiker, Fremdenverkehrsfachleute, und Unternehmer beinahe täglich vermarkten müssen. So konvergieren naheliegenderweise bei ihnen eigene Empfindungen mit fachlichen und dienstlichen Aufgaben.

Es war dennoch hilfreich und weiterführend i.S. einer begrifflichen Strukturierung in einem ersten Ordnungsschritt die in der Befragung vorgefundenen Aussagen zu sortieren nach

- Pflanzen, Tiere, natürliche Umwelt,
- Ressourcen, Produkte einschließlich Nahrungsmitteln,
- Standorte, Plätze, Häuser (gebaute Umwelt),
- Daten, Märchen, kulturelles Brauchtum,
- persönliche Erinnerungen, Visionen, Bilder.

In Anlehnung daran sollen im Abschnitt 4.2. die Aussagen sehr grob zu vier bzw. fünf Gruppen zusammengefasst werden.

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

## 4.2 Beschreibung der Heimatregion

Die von den Probanden an erster Stelle genannten Begriffe können wir in Figur 4.1. zu den folgenden vier Gruppen weiter verdichten

- Natur, Landschaft, Umwelt ,
- Ausstattung, Siedlungen, Lage,
- Menschen, Ambiente,
- persönliche Erinnerungen, Emotionen.

**Figur 4.1.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Stichworte zur Heimat Rhön.

Stichwortgruppe:	<i>Einheimische Befragte</i>	<i>Zugezogene Befragte</i>	<i>Gesamt</i>
Natur, Landschaft	71%	56%	65%
Ausstattung, Siedlung, Lage	20%	29%	24%
Menschen, Ambiente	2%	5%	3%
Erinnerungen, Emotionen	7%	10%	8%
Gesamt (absolut)	55	41	96

Quelle: 96 Antworten von Bürgern der bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Danach steht das Natur- und Landschaftserlebnis für beide untersuchte Gruppen bei weitem mit 65% an erster Stelle. Ausstattungs- und Lagebegriffe (Mitte Deutschlands, romantische Städte und Dörfer, Badeorte) folgen mit 24% an zweiter Stelle, danach die Emotionen (Erinnerungen, Äußerungen wie: „gefällt mir einfach“ u.ä.) mit 8%. Interessanterweise bewerten die Zugezogenen die Stichwortgruppe Ausstattung, Menschen und Emotionen spürbar positiver als die Einheimischen, was ggf. auf die Nachwirkung einer Stigmatisierung der Rhön als „Zonenrandgebiet“ verweist.

Die Nennungen zu negativen Empfindungen stellt Figur 4.2. in der jeweils ersten Aussage zusammen. Hier gibt es zur Natur bzw. Landschaft von den Zugezogenen einige missmutige Äußerungen zum Wetter. Als wirklicher Schwachpunkt erscheint die Ausstattung: Die geringen Angebote des Arbeitsmarktes stehen ebenso wie die schlechte Anbindung im öffentlichen Personenverkehr (Schiene und Straße) ganz oben auf der Mängelliste. Mit den Menschen („herb, verschlossen ...“) kommen die Zugezogenen sogar ein wenig besser klar als die Alteingesessenen.

**Figur 4.2.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Genannte negative Elemente (Anteile).

Stichwortgruppe:	<i>Einheimische Befragte</i>	<i>Zugezogene Befragte</i>	<i>Gesamt</i>
Natur, Landschaft, Klima	0	10%	4%
Lage, Infrastruktur, Arbeitsmarkt	55%	51%	53%
Menschen, Ambiente	20%	15%	18%
Erinnerungen, Emotionen	7%	7%	7%
Alles ist gut	18%	17%	18%
Gesamt (absolut)	55	41	96

Quelle: 96 Antworten von Bürgern der bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Heimat und regionale Identität – pädagogische Möglichkeiten von Bildungs- und Kultureinrichtungen

### 4.3 Erinnerungen an die Heimat

Die Frage 4 zielte im Rahmen der (indirekt) intendierten Stärken-Schwächen-Analyse wiederum mit dem Thema „Was würden Sie vermissen?“ auf eine Bewertung der Teilelemente der Region, die Ergebnisse zeigt Figur 4.3.

**Figur 4.3.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Was würden Probanden bei Wegzug vermissen?

Stichwortgruppe:	<i>Einheimische Befragte</i>	<i>Zugezogene Befragte</i>	<i>Gesamt</i>
Natur, Wein	33%	68%	48%
Lage	7%	10%	8%
Menschen, Ambiente	33%	15%	25%
Emotionen, Heimat	18%	5%	13%
Würde nie verlassen	9%	2%	6%
Gesamt (absolut)	55	41	96

Quelle: 96 Antworten von Bürgern der bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Hier tritt die Natur im Vergleich zu Figur 4.1. etwas in den Hintergrund, wird aber von den Zugezogenen besonders hoch bewertet. Die Menschen und das Ambiente in der Region erhalten ebenfalls Bedeutung. Insgesamt sind jedoch die Abweichungen zwischen Einheimischen und Zugezogenen eher gering, wenn auch die menschlichen/emotionalen Vorzüge von den Zugezogenen – naheliegenderweise – nicht ganz so häufig genannt werden.

### 5. Begründung bei der Wahl des möglichen Wohnstandortes

Bereits in den vorherigen Kapiteln konnten wir festhalten, dass von den 100 Befragten 89% in der Heimat bleiben wollen und 7% bereit sind wegzuziehen; der Rest von 4% war unentschieden. Zwischen den Gruppen männlich und weiblich, Einheimische und Zugezogene sowie Unter 60-Jährige und Über 60-Jährige gibt es in dieser Hinsicht keine signifikanten Unterschiede. In Frage 5 sollten die Probanden eine Begründung für ihre Entscheidung für oder gegen den Verbleib in der Heimat vorbringen. Auch hier bietet sich wieder in Figur 5.1. eine Gruppierung der sehr umfangreichen Antworten an, die mit Figur 4.1. und Figur 4.2. vergleichbar ist.

**Figur 5.1.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Gründe für den Wunsch zu bleiben\*.

Stichwortgruppe:	<i>Zugezogene</i>	<i>Einheimische</i>	<i>Gesamt</i>
Natur, Landschaft	19%	17%	18%
Ausstattung, Lage	26%	17%	21%
Menschen	14%	11%	12%
Emotionen, Heimatgefühl	41%	55%	49%
Gesamt (absolut)	42	54	96

\*einschließlich positiver Äußerungen von Unentschiedenen und Mehrfachnennungen.

Quelle: 96 Antworten von Bürgern der Bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

Bei den positiven Antworten in Figur 5.1. überwiegen bei weitem die Emotionen, das „Heimatgefühl“ an sich („Ich bin hier zu Hause“) sowohl bei Einheimischen als auch – etwas schwächer – bei den Zugezogenen. Letztere schätzen darüber hinaus überdurchschnittlich die Lage/Ausstattung („in der Mitte Deutschlands“) und die Reize der Natur. Der etwas herbe Menschenschlag vermag weniger positive Emotionen zu wecken.

Bei den 7% der Befragten, die wegziehen wollen (zusätzliche Verwendung negativer Aussagen der Unentschiedenen) stehen nach Figur 5.2. als negative Elemente Lage/Ausstattung im Vordergrund („zu abgelegen, Mängel in der Infrastruktur ...“); nicht zu übersehen sind auch solche Zugezogenen, die noch eine starke Bindung an ihre ehemalige Heimat haben und dorthin zurück wollen. Dieser Befragungsdurchgang bestätigt nochmals die enge emotionale Bindung der untersuchten Gruppen an die Heimatlandschaft Rhön, die zum einen auf Heimatgefühle, zum anderen auf eine gute Bewertung der kultur- und naturräumlichen Lage zurückzuführen ist.

**Figur 5.2.** ADELPHI-Befragung Bayerische Rhön. Gründe für den Wunsch „Ich will wegziehen“\*.

Stichwortgruppe:	<i>Zugezogene</i>	<i>Einheimische</i>	<i>Gesamt (Anteil)</i>
Natur, Landschaft	1	2	21%
Ausstattung, Lage	3	3	43%
Menschen	1	1	15%
Emotionen, andere Heimatbindung	2	1	21%
Gesamt (Nennungen absolut)	7	7	14

\* einschließlich negativer Äußerungen von Bleibewilligen und Unentschiedenen.

Quelle: 14 Antworten von Bürgern der Bayer. Rhön, 2005. Auswertung: K. Schliephake

## 6. Zusammenfassung

In einer vom Zweckverband Fränkisches Freilandmuseum Fladungen angeregten schriftlichen Befragung schrieb unsere Arbeitsgruppe 267 Meinungsträger in den beiden bayerischen Landkreisen der Rhön, nämlich Bad Kissingen und Rhön-Grabfeld, an. Es kamen 100 auswertbare Fragebögen zurück, die wir im Rahmen der Umfrage auswerteten zu den Themen

- Beschreibung der Heimatregion (Stichworte),
- Negative und positive Empfindungen gegenüber der Heimat Rhön,
- Elemente, die außerhalb der Rhön besonders vermisst würden,
- Wohnwunsch innerhalb oder außerhalb der Rhön mit Begründung.

Die Antwortenden waren durchschnittlich 56 Jahre alt (allerdings 62% unter 60 Jahren), zu 63% Männer mit Wohnungsschwerpunkten in Hammelburg (30%), Bad Kissingen, Ostheim (je 12%) und Bad Neustadt (10%). Bei den positiven Stichworten/Assoziationen zur Heimatregion Rhön stehen natürliche und landschaftliche Elemente mit 65% an erster Stelle, gefolgt von Ausstattung/Lage/Siedlungen. Hier wie bei den übrigen Themen unterscheiden sich die Befragungsergebnisse der Einheimischen und der Zugezogenen kaum voneinander.

Als negative Elemente stehen (wo überhaupt genannt) Lage/Infrastruktur/Arbeitsmarkt mit 53% der Nennungen bei weitem an erster Stelle, gefolgt von Menschen/Ambiente mit 18%. Auch bei der Fra-

Heimat und regionale Identität – pädagogische Möglichkeiten von Bildungs- und Kultureinrichtungen

ge, was man beim Wegzug vermissen würde, steht das Element Natur/Landschaft an erster Stelle, gefolgt von den Menschen und dem von ihnen geschaffenen Ambiente (25%).

89% der Befragten sind mit ihrem aktuellen Wohnstandort vollständig zufrieden. Es binden sie vor allem die Emotionen, d.h. das Heimatgefühl (49%), daneben die Lage in der Mitte Deutschlands (21%) und die naturräumliche Ausstattung (18%). Neben 4% Unentschlossenen äußern nur 7% der Befragten die Bereitschaft bzw. den Wunsch, wegziehen zu wollen, wiederum vor allem wegen der Lage (abseits, fehlende Infrastruktur ...). Dies ist zu vergleichen mit der neuen Studie von ANTE u.a. (2006, S. 13 ff.), die versucht, anhand von quantitativen Daten und der Befragung von Meinungsträgern in Unternehmen und Verwaltungen eine Charakterisierung des „Wirtschaftsraums Mainfranken“ vorzunehmen. Wenn auch Fragestellung und Zielsetzungen andere waren, sind die dort und an anderer Stelle (u.a. vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie) herausgearbeiteten „weichen“ Standortqualitäten wie

- vielfältige Natur- und Kulturlandschaft,
- Lebensqualität und günstige Lebenshaltungskosten sowie
- moderne Infrastruktur

bemerkenswert. Sie korrelieren durchaus mit unseren eigenen Untersuchungen.

Eine quantitative abschließende Bewertung der Ergebnisse fällt schwer, da das Sample überwiegend Menschen in späteren Lebenszyklen mit dauerhaftem Einkommen (Beamte, Pensionäre) umfasst, die ohne die Zwänge der Ökonomie und der (Arbeits-) Märkte ihren Wohnstandort nach eigenem Belieben wählen können. Unter Berücksichtigung dieser Einschränkungen kann trotzdem zumindest für die Probanden ausgesagt werden, dass sie zu 90% ein ausgeprägtes Heimatgefühl besitzen (Einheimische) bzw. entwickelt haben (Zugezogene). Dies ist einmal emotional belegt, zum anderen hängt es durchaus mit der Natur- und Kulturlandschaft der Rhön zusammen. Eine solche Bindung an die historische bzw. neugefundene Heimat ist einer der „Schätze der Rhön“, den es weiter in Wert zu setzen gilt. Ihre Inwertsetzung braucht Standorte und Anlaufpunkte, wo das Heimatgefühl emotional und rational aufgearbeitet und bestätigt wird. D.h., solche Orte können Drehscheiben sein, die aus der Tradition heraus neue Impulse verarbeiten, umsetzen und auch visualisieren. Ihnen kann die Aufgabe einer kontinuierlichen regionalen Kulturarbeit im funktionalen, aber auch im baulich-konstruktiven Sinn zugeordnet werden. Für die einheimische Bevölkerung und für Bildungs- und Kulturinstitutionen wie Kindergärten, Schulen und sonstige Bildungsträger können diese Orte und Anlaufpunkte Stätten der regionalen Identitätsbildung im sich wandelnden gesellschaftlichen Kontext darstellen.

## Literatur

ANTE, U., 1983: Das historische Raumgefüge als Verständnisgrundlage des gegenwärtigen Regionalbewusstseins am Beispiel von Oberfranken. In: Würzburger Geograph. Arbeiten, H. 60, S. 287-297

ANTE, U. / J. KOPF / M. PLAGENS / J. PHILIPP, 2006: Mainfranken – eine Untersuchung zur regionalen Entwicklung, Würzburg/Schweinfurt (IHK)

BRÜCKNER, W., 1992: Regionalkultur als Problem – Franken in Europa. In: Schliephake, K. (Hg.): Kleinräumliche Planung im Europa der Regionen (= Würzburger Geographische Arbeiten, H. 85), S. 292-302

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

BRÜCKNER, W., 1996: Ideenpolitik der Landesfürsten im 19. Jahrhundert und Regionalbewusstsein seit 1919 in Franken und Thüringen. In: BRÜCKNER, W. (Hg.): Heimat und Arbeit in Thüringen und Franken. Zum Volksleben einer Kulturregion (= Land und Leute), Würzburg/Hildburghausen, S. 19-22

FECHTER, S. / K. SCHLIEPHAKE (Hg.), 2005: Das Fränkische Freilandmuseum Fladungen – Standort und räumliche Verflechtung (= Würzburger Geographische Manuskripte, H. 68)

GERSTNER, F., 1992: Kleinräumliche Planung im Europa der Regionen – Gedanken und Auftrag. In: Würzburger Geographische Arbeiten H. 85, S. 9-11

KRÄMER, S. / N.R. WOLF, 1994: Mundarträume im Thüringer Wald. In: SCHLIEPHAKE, K. (Hg.): Beiträge zur Landeskunde Südthüringens (Würzburger Geographische Arbeiten 88), Würzburg, S. 91-99

ORF, S., 2005: Besucherorientierung – Gedanken zur Vermarktung eines Freilandmuseums. In: Würzburger Geographische Manuskripte, H. 68, S. 31-34

SCHENK, W., 2005a: Historische Geographie. In: SCHENK, W. / K. SCHLIEPHAKE (Hg.): Allgemeine Anthropogeographie, Gotha/Stuttgart, S. 215-264

SCHENK, W., 2005b: Freilichtmuseen – Retrospektive oder aktiver Lern- und Gestaltungsraum. In: Würzburger Geographische Manuskripte, H. 68, S. 17-20

SCHENK, W. / K. SCHLIEPHAKE, 2005: Anthropogeographie – Begriffe und Standorte einer Geographie des Menschen. In: W. SCHENK / K. SCHLIEPHAKE (Hg.): Allgemeine Anthropogeographie, Gotha/Stuttgart, S. 23-40

SCHLIEPHAKE, K. (1994): Mobilitäts- und Infrastrukturforschung in der Bayerischen Rhön.- In: Würzburger Geographische Arbeiten H. 89, S. 223-238

SCHLIEPHAKE, K. 2005: Das Fränkische Freilandmuseum – Position im Raum und Markt. In: Würzburger Geographische Manuskripte H. 68, S. 35-64

SCHLIEPHAKE, K., 2005: Verkehr und Mobilität. In: SCHENK, W. / K. SCHLIEPHAKE (Hg.): Allgemeine Anthropogeographie, Gotha/Stuttgart, S. 531-571

WEINRICH, F., 2002: Wohnsitzmobilität in der Stadt Lohr – Empirische Analyse von Abwanderungsbewegungen 1989 bis 1997. In: Würzburger Geographische Manuskripte, H. 59, S. 7-94

WORSCHER, R., 1992: Kultur und Identität als Bestandteil räumlicher Entwicklung. In: Würzburger Geographische Arbeiten, H. 85, S. 41-46 und 291-292

ZIENER, K., 2001: Das Bild des Touristen in Nationalparks und Biosphärenreservaten im Spiegel von Befragungen (= Praxis Kultur- und Sozialgeographie, H. 26), Potsdam

Heimat und regionale Identität – pädagogische Möglichkeiten von Bildungs- und Kultureinrichtungen

**Anhang - Fragebogen vom März 2005 (Druckformat angepasst)**

GEOGRAPHISCHES INSTITUT DER UNIVERSITÄT WÜRZBURG

Kulturgeographie

Dr. Konrad Schliephake

(Individuelle Adresse)

Sehr geehrte .....

im Auftrag des Zweckverbandes Fränkisches Freilandmuseum Fladungen wende ich mich als Leiter des Geographischen Instituts der Universität Würzburg an Sie. Sie haben sich in der Vergangenheit als Person erwiesen, die Interesse an kulturellen Fragen der Bayerischen Rhön gezeigt hat. Vielleicht haben auch Sie in letzter Zeit in den Medien vom Projekt „Region im Koffer“ gelesen, das derzeit vom Museumsverbund und den beiden Landkreisen Rhön-Grabfeld und Bad Kissingen durchgeführt wird. Dieses, von der Europäischen Union im Rahmen des LEADER+ Programms geförderte Projekt, soll zur besseren Einbindung der Museen in die kulturelle Landschaft und zur Erhöhung der Attraktivität der Region dienen. Was in den Schulen unter dem Stichwort „Was macht unsere Heimatregion aus? – Packe sie in einen Koffer!“ bearbeitet wird, wollen wir mit einer Umfrage bei erwachsenen Meinungsträgern begleiten. Daher bitten wir Sie freundlichst, die nachfolgenden Fragen, durchaus subjektiv und spontan, zu beantworten. Im Blickpunkt steht die gleiche Frage: „Was macht unsere Heimatregion (Landkreise Rhön-Grabfeld und Bad Kissingen) aus? – Beschreiben Sie sie mit eigenen Worten.“

**1.) Angaben zur Person:**

Geschlecht: m  w

Alter: \_\_\_\_\_

Beruf: \_\_\_\_\_

Wohnort: \_\_\_\_\_

in der Region aufgewachsen oder zugezogen (wann/Jahr)?: \_\_\_\_\_

Konrad Schliephake / Susanne Orf, Heimatbindung und -verständnis von Repräsentanten des öffentlichen Lebens – eine Untersuchung am Geographischen Institut der Universität Würzburg in Zusammenarbeit mit dem Fränkischen Freilandmuseum Fladung

**2.) Wenn Sie Ihre Heimatregion einem Fremden beschreiben müssten, was würden Sie ihm sagen?**

---

---

---

---

---

**3.) Was empfinden Sie an der Region besonders negativ?**

---

---

---

---

---

**4.) Wenn Sie diese Region verlassen müssten, was würden Sie am meisten vermissen?**

---

---

---

---

---

**5.) Wenn Sie frei wählen könnten, wo Sie leben wollen, würden Sie in der Region bleiben (ja oder nein, bitte begründen)?**

---

---

---

---

---

**Vielen Dank für Ihre Bemühungen!**

**Ihre Antworten und Daten werden selbstverständlich anonym behandelt. Sie dienen ausschließlich dazu, den repräsentativen Charakter der Umfrage zu gewährleisten.**

Bitte senden Sie diesen Bogen mit dem beigelegten Antwort-Umschlag bis zum 1. Mai 2005 zurück.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Konrad Schliephake