



Schwäbische Zeitung zeitung	
Ravensburg/Weingarten rubrik	
02. März 2004 datum	

Sie freuen sich gemeinsam auf die Heimattage (v.l.): Erich Birkle, Vorsitzender des Landesausschusses für Heimatpflege, Oberbürgermeister Gerd Gerber, Ursula Hülse, Geschäftsführerin des Bundes Heimat- und Volksleben, Pressesprecher Rainer Beck und Brauchtumsforscher Jürgen Hohl. Foto: vin

Eine neckische Putte wirbt für die Stadt

Heimattage Baden-Württemberg

Weingarten - „Große Ereignisse werfen ihr Licht voraus.“ Das sagte der Weingartener Oberbürgermeister Gerd Gerber gestern anlässlich der ersten Pressekonferenz zu den Heimattagen Baden-Württemberg, die in diesem Jahr in Weingarten stattfinden.

Das „Heimattagebüro“ um Pressesprecher Rainer Beck organisiert nicht nur das Festwochenende vom 9. bis 12. September, sondern auch ein umfangreiches Rahmenprogramm in der Zeit von Mai bis Dezember. Insgesamt 167 Veranstaltungen laufen in dieser Zeit über die städtischen Bühnen. Eingebettet in das Programm wurden bewusst auch die traditionellen jährlichen Feste (Stadtfest sowie Schüler- und Heimatfest), der Blutritt und die Klosterfestspiele sowie die dritte Triennale Oberschwaben.

Herausragendes Niveau

„Wie entgeht man dem Vorwurf der Beliebigkeit?“, fragte Oberbürgermeister Gerd Gerber. „Es sind auch Veranstaltungen dabei, die es auch so gegeben hätte. Aber in dieser Breite, mit diesem Niveau, auf diesem Level haben wir etwas Herausragendes auf die Beine gestellt“, ist sich das Weingartener Stadtoberhaupt sicher, dass die Heimattage ein Erfolg werden. Offizieller Auftakt des Rahmenprogrammes ist während der Eröffnung des neuen Stadtgartens am 7./8. Mai. Für das Großereignis rührt die Stadt kräftig die Werbetrommel. Das „d-werk“ wurde beauftragt, Plakate und Flyer zu gestalten, aber auch Werbeträger (so genannte Merchandising-Artikel) wie T-Shirts und baumwollene Einkaufstaschen mit dem Logo der Festtage. Es zeigt einen reizenden Barockengel aus der Basilika, leicht verfremdet, weil er neckisch mit einem Auge zwinkert. Im Hingergrund sind vier verschiedenfarbige Quadrate zu sehen, welche die vier Themenbereiche „Überlieferte Heimat – Tradition und Ge-

schichte“, „Heimat für die Sinne – Kunst und Kultur“, „Lebendige Heimat – Stadtleben und Brauchtum“ sowie „Herausforderung Heimat – Gesellschaft und Fortschritt“ symbolisieren sollen. Auf den Plakaten ist darunter die Basilika zu sehen, darüber ein Stück blauen Himmels. Gewissermaßen als „städtischer Rahmen“, wie Stephan Kämmerle vom d-werk erläuterte. Die Putte diene als verbindendes Element, „sympathisch, freundlich, ausdrucksstark“. Brauchtumsforscher Jürgen Hohl, selbst „überzeugter Trachtenträger“, wie er sagt, ging auf den Wandel des Heimatbegriffes ein. Von den Nazis für deren aggressive Expansionspolitik missbraucht („Heimat fürs Volk im Osten schaffen“), sei der Begriff lange Zeit auch nach dem Zweiten Weltkrieg tabu gewesen. „Der braune Geruch haftete ihm noch zehn, zwanzig Jahre an.“

Glut am Glühen halten

Das habe sich zum Glück wieder gewandelt. Hohl unterschied zwischen der „inneren Heimat“, die der Mensch in sich selber finde, in Musik, Literatur, Malerei, Sport oder Hobby, und der äußeren Heimat als Ort, Freundeskreis, Verein, Menschen, die einen annehmen. Ursula Hülse, Geschäftsführerin des Bundes Heimat- und Volksleben, bekannte, mit ihrer Tracht und Sprache zu zeigen, wo sie daheim ist. „Deswegen ist man nicht altmodisch. Eine Tradition zu pflegen heißt nicht, Asche aufzubewahren, sondern die Glut am Glühen zu halten.“