

**Wolfram Frommlet**

**"Heimat – lokale Lüge im globalen Dorf?"**

**Kritische Positionen zu einem unklaren Phänomen**

Wiederkehrend, fast ritualisiert, die gleichen Begriffe in Programmen und Grußworten zu den Heimattagen Baden-Württemberg 2004 in Weingarten: Wärme, Geborgenheit, Identität, Werte, Glauben, Tradition & Moderne, Bewahren & Fortschritt. Weltoffenheit darf nicht fehlen, weil auch der Begriff Globalisierung vorkommt, und natürlich nicht Wurzeln.

Meine Versuche, ein unklares Phänomen zu umreißen, den Begriff Heimat in Zeiten der radikalen Globalisierung fast aller gesellschaftlichen Bereiche – Kultur, Medien, Produktion, Konsum, Freizeit -

sie beruhen auf extrem langer und intensiver Erfahrung mit beidem: Fremde und Heimat.

Einige persönliche Vorbemerkungen deshalb: Über 50 Jahre bewahrte ich mir eine Lüge, die oft mit Heimat verbunden ist: Dass die Orte meiner Kindheit, meine Heimatstadt Ravensburg, präziser wohl: die Mikrokosmen jener gesellschaftlichen Schichten, in denen ich sozialisiert wurde, Musik, Handwerk, mittelständische Geschäftswelt, eine traumhafte, von Wärme, Toleranz, Liberalität und Nachbarschaftlichkeit geprägte Kindheit – dass sie ein Hort der Unversehrtheit gewesen seien gegen die Barbarei des deutschen Faschismus. Die Studentenzeit, die 68er Bewegung nämlich, die radikale Auseinandersetzung mit dem Faschismus und den Lügen, die ein 1945 Geborener noch in der Schule serviert bekommen hatte, ließ mich fortan beim Wort "Heimat" schaudern.

Schmerzlich, sehr viel später, mit über 50, auf alten Fotos zu sehen, dass auch in Ravensburg die Hakenkreuzfahnen gehangen hatten und für die neue Identität der Marien- in Adolf-Hitler-Platz umbenannt worden war, gegen den Willen aller Heimatverbundenen, versteht sich, die ach so laut mitten auf dem Platz aufschriean!. Vierzig Berufsjahre lang galt für mich nur "weg aus der vorgeblichen Enge, Intoleranz und Provinzialität der Heimat". Und doch hatte ich, was ich erst im Laufe der Jahrzehnte begriff, Wurzeln im Gepäck. Prägungen könnte man auch sagen, Werte. Ein Sprung. In die vielen Heimaten der "Fremde", der anderen Kontinente und Kulturen, die mein Leben fast dreißig Jahre bestimmt haben. Auch in der "Fremde" werden dieselben Begriffe benutzt.

Identität, Wurzeln. Mit diesem Begriff hantieren auch die fundamentalistisch-rassistischen Nationalisten der indischen Hindipartei BJP; Karadzic und Milosevic; die fanatischen buddhistischen Mönche auf Sri Lanka wie ihre Todfeinde, die "Tamil Tigers", die beide eine singhalesische bzw. eine tamilische "Heimat" herbeibomben wollten; am Besten ethnisch "rein". Der Begriff der ethnischen Identität wurde bereits von den deutschen Kolonialherren in Ruanda und Deutsch-Südwest-Afrika kultiviert – mit den Folgen, die wir kennen: Später unter der Apartheid-Ideologie der weißen Herrenrasse in Südafrika, deren Vertreter herzlichste Beziehungen vor allem zu jenen CDU/CSU-Größen hatten, die das Wort Heimat mit Vorliebe benutzen.

Um Diamanten, Edelmetalle, Öl, Edelhölzer, Gummi geht es bei den so genannten Bürgerkriegen in Afrika. Zur militärischen Verschiebemasse für die Kriegsgewinnler werden die ungebildeten Soldaten mit Heimatvokabularien aufgehetzt – ethnische Identität, "Stamm", Religion als gemeinsames Band.

## **Heimat und die Geschichte vom "Tischlein-deck-dich"**

### **Westliche Überflusgesellschaften und heimatlose Konzerne**

Wir haben es uns eingerichtet in der Heimat, wohlbestallt und wohlbeleibt, ein bisschen "Brot für die Welt", doch die Wurst essen wir lieber alleine. Dass wir für unser Ravensburg den "anderen", denen sehr fern unserer Heimat, die Heimat wegfressen, wollen wir ungern wahrnehmen.

Ein Beispiel: Die einst durch Handel reich gewordene "Freie Reichsstadt" Ravensburg feierte 2002 850 Jahre Marktrecht. Die heimatliche Fachwerkidylle vor dem historischen Rathaus ist verstellt durch drei gigantische Überseecontainer. Der Handel damals, mit Planwagen idyllisiert im jährlichen Rutenfestzug, ist Grund zur Freude. Plötzlich aber wird Geschichte, vom Einst ins Heute konsequent weitergedacht, unansehnlich, scheußlich, eine Provokation für die "hoimeligen" Gemüter. Die Container riechen, stinken nach Lebensmitteln und Industrieprodukten, nach Schweiß, nach Arbeit – weit weg von uns. Die Arbeit der anderen, der Fremden.

Das ist die Wahrheit hinter der Heimat – hinter dem Reichtum des Handels. Die Container sind wie Ikonen für Markt, Handel, Konsum. Kantig, hart, brutal. Eine Zumutung in der schmucken, heilen Altstadt. Die Volksseele kochte in Leserbriefen.

Aber das war Heimat immer – eine Zumutung. Für die anderen, die Fremden. Die Satttheit der einen bedeutete die Armut der anderen. Wo die Schönheit wuchs der Städte in Europa, sie zur Heimat des Bürgertums wurden, wuchsen bei den anderen die Slums, die Plantagen.

Eine alte Geschichte – die Paläste der Medici, die Patrizierhäuser der Fugger, die mit Säulen und Kapitelen verzierten Handelskontore in London und Amsterdam, der East India Company, von Tate & Lyle, der Kolonialfirmen Woermann & Co in Bremen und Hamburg, es entstanden Schmuckstücke. zum Wohlfühlen. Heimat.

So ist es geblieben? Nein, es ist schlimmer geworden. Wo einst die europäischen Handelskontore, die Kolonialgesellschaften sich niederließen, wurde platt gemacht – Kulturen, Traditionen, die Natur. Einst war dies für den Nutzen einer kleinen reichen Schicht. Als die anderen aufbegehrten, ließ man sie teilhaben. Partizipation – besser Pazifizierung der Arbeiterklasse, der Mittelschicht über die globalen Ausbeutungsstrategien. Sukzessive wurde so "Heimat" bei uns, in den Industriegesellschaften angenehmer, satter, reicher. Wo noch in meiner Kindheit am Tisch für das tägliche Brot gedankt wurde, heißt es heute – wir wollen alles und zwar jetzt. Auch im Winter. Eine Heimat ohne Jahreszeiten, ohne Mangel, ohne Entbehrungen, ohne Bescheidenheit. Bohnen aus Kenia, Erdbeeren aus Chile, Seide aus Indien, Coltran aus dem Congo im Handy, die Welt im Supermarkt. Die Welt ein Supermarkt. Schöner Leben. My home is my castle.

Für die Mehrheit in den westlichen Überfluggesellschaften.

Für Klopapier und Verpackungsorgien, für Steaks und Schweinefutter, für Soja und Maniok, für Zuckerrohr und Kaffee, für Gartenmöbel und die Edelmetalle in den PCs werden die Regenwälder von Sumatra, Papua-New Guinea, von Brasilien und Zentralafrika abgeholzt, umgepflügt, niedergebrannt. Heimat? Weh dem, der dort eine hatte.

Um immer gigantischere "family cars", tonnenschwere "utility vans" oder Cherokee Jeeps herzustellen – welcher Zynismus, dass sie den Namen eines von seinem Land verjagten Volkes tragen! – werden Staudämme gebaut, am Narmada, am Yangtse, am Rio Plata, am Amazonas. 30 Millionen Menschen sind in zwei so genannten "Entwicklungsdekaden" allein im Nordosten Brasiliens ihres Landes vertrieben worden, heimatlos, obdachlos. Rund 50 Millionen für Staudämme in Indien. Von Entwurzelung zu reden wäre zynisch, weil sie nicht mal die Wurzeln aus ihrer Heimaterde mitnehmen dürfen. *"Es stellt sich die Frage des Umbaus der Welt zur Heimat"*, heißt es im

Programmheft zu den Heimattagen 2004. Welch freundliche Umschreibung der Wirklichkeit.

Was in Ausmaßen, wie sie die Welt noch nie erlebt hat, momentan stattfindet, ist die Zerstörung von Heimaten, von indigenen Völkern, von Bauerngesellschaften, von Millionen Dörfern – Mikrokosmen von Heimat – von Jahrhunderte alten Landkulturen, von Handwerk, von traditionellem Wissen, die "Entwurzelung" halber Kontinente, "uprooting of peoples and nature"; die Vertreibung und Proletarisierung von Zigmillionen Menschen durch den Umbau der Welt in eine globale Nutzfläche durch eine globale Klasse von CEOs, von neuen Feldherrn einiger Welt-AGs – CocaCola, DaimlerChrysler, Monsanto, Novartis, Exxon, Shell, Unilever, Nestlé, United Fruit, um nur einige zu nennen.

Der Begriff Heimat ist ihnen fremd. Gemessen daran sind die Kolonialgesellschaften wie Provinzfürstentümer. Wie Söldnerheere im 30jährigen Krieg ziehen diese Konzerne von Land zu Land, hinterlassen verbrannte Erde, ausgeblutete Menschen, Freihandelszonen, mit städtischem Proletariat, das auf das Land, vom dem es weggelockt wurde, nicht mehr zurück kann, wenn sich ein Konzern im nächst billigeren ansiedelt. Für unseren Konsum, dass es uns gut gehe zu Hause, in der Heimat. Aber wir verdrängen die Wahrheit um die Heimat der anderen. Lange wird dies nicht mehr funktionieren.

**Keine Heimat für niemand - eine Welt für alle -  
die zynische Variante der Globalisierung**

Den neuen Gröfaz, den Größten Feldherrn aller Zeiten, ist nicht nur die Heimat der anderen egal – der Kontinente des Südens, sondern jede Heimat. Und das haben wir nun

vor der eigenen Haustür – in Oberschwaben ebenso wie in der Niederlausitz, im Mezzogiorno, in Irland wie in Spanien : So wie mit Kaffee-, Baumwoll- und Bananenpflanzern von United Fruit umgegangen wird, wird mit den Oliven- und Weinbauern in Südeuropa, den Obst-, den Milch-, den Getreidebauern bei uns umgegangen – Müller Milch, Aldi, Lidl, Metro oder WalMart. Der Feind ist, was über Generationen Heimat war – sozialverträgliche, der Region angepasste Landkultur, das kleine, das mittelständische Familienunternehmen, weil es keinen Gewinn bringt, weil es resistent sein könnte gegen den erzwungenen Fortschritt, weil es zu viel Diskussionen braucht.

Bauern-Sterben, Höfe-Sterben, Zerschlagung von genetischer Vielfalt, es stirbt mit der Heimat die alte Form der Kommunität, der Gemeinschaft – jeder gegen jeden. Überlebenskampf. So denn überhaupt noch Platz ist für die Jungen – in 10 Jahren, vermuten Experten, werden Regionen wie das Mezzogiorno oder die Niederlausitz menschenleer sein.

Heimat als Vielfalt, als tradiertes Wissen, das getauscht und vererbt wird? Historie. 1949 gab es in der alten BRD 1,6 Millionen Höfe, heute sind es im vereinigten Deutschland kaum über 500.000. Was an Heimat ist da vernichtet worden, während Feldkreuze archiviert und christliche Familienwerte beschworen werden?

Agrobusiness, Gentechnologie. Das Ende der Schöpfung – die Welt gehört den Nahrungs- Chemie- und Saatgutkonzernen. Denen reichen Agrarproduktionszonen, das Pendant zu den Freihandelszonen.

In denen wird – damit sich das sündhaft teure Gen- und Hybridsaatgut, die gigantischen Technologien amortisieren – Überschuss produziert. Fleisch, Butter, Milch, Weizen.

Mit Milliardensubventionen in die Dritte Welt exportiert. Europäisches Milchpulver für Jamaika, Butteröl für Indien, amerikanischer Weizen und Hühnerschenkel für Indien, Gen-Mais für Sambia, Rindfleisch für Westafrika. Unter der Androhung, ihnen

Weltbankkredite oder ausländische Investitionen zu verweigern, erpressen die Agrargiganten über die World Trade Organisation (WTO) und mittels ihrer Lobbyisten in den Regierungen der USA, Kanada und Westeuropa die Regierungen des Südens, ihre Märkte zu öffnen, den einheimischen Bauern die Subventionen zu streichen. Wenn sie sich weigern, wird den Ländern des Südens angedroht, keine Kredite mehr zu bekommen.

Millionen Kleinbauern verrecken, weil sie mit den westlichen Agrarexporten nicht konkurrieren können, sie verschulden sich, verlieren ihre Heimat. Massen-Suizide unter indischen Kleinbauern in den Bundesstaaten Andrah Pradesh, Karnatakar, Tamil Nadu. Weil sie die Schulden für das angeblich ihnen Rekordernten bescherende Supersaatgut von Monsanto, für die hochspezialisierten Kunstdünger nicht bezahlen können. Aber indische Bauernorganisationen stürmten auch die indische Niederlassung des amerikanischen Konzerns Monsanto .

Konzerne wie Monsanto und Cargill versuchen auf dem indischen Subkontinent, eine Patent Bill durchzusetzen, das Recht also, vom Basmatireis bis zum Koriander das Gen-Potential Indiens für ihre Labors zu patentieren. Mit denselben Methoden versuchen westliche Pharmakonzerne, die Jahrtausende alte Ayurveda-Medizin zu plündern.

Das Recht auf Heimat, verbunden mit dem eigenen Wissen, der eigenen Forschung, dem Recht auf Arbeit? Nicht ein Fingerschnippen ist dies wert in den Chefetagen der Globalstrategen:

700.000 Kleinbetriebe, 7.000 mittelständische und 10 Millionen Arbeitsplätze, berichtete das indische Magazin "outlook" jüngst, sind in fünf Jahren in Indien ruiniert worden, weil sie mit den billigen Industrieprodukten nicht mithalten können.

Seit April 2000 gelten die "Regeln des freien globalen Marktes" in Indien, der Diktatur des GATS Abkommens, der Welthandelsbedingungen. Das ist ein anderer Begriff für die hochsubventionierte Form der massenhaften "Entheimatung" - oder auch Massentod

auf Raten. Der indische Agrarökonom Professor Swaminatham rechnet vor: 80 Millionen Frauen mit einem Büffel oder zwei Kühen produzieren in Indien jährlich 75 Millionen Tonnen Milch. Dafür benötige man unter industriellen Bedingungen im Westen gerade mal 100.000 Bauern. Käme solche Milch, entsprechend verarbeitet, auf den indischen Markt, wäre die Existenz dieser Frauen vernichtet. Wie auf Jamaica, wo in handlichen Plastikbeuteln das zu Milch angerührte Trockenpulver aus der EU die einheimischen Viehhalter in den Ruin treibt. Eine zynische Umdeutung der bereits zitierten und ja positiven Forderung, dass wir uns die Welt zur Heimat machten, also Weltbürger würden und eben deshalb viele Heimaten akzeptierten und tolerierten, eine zynisch-makabre Variante ist im Gange: keine Heimat für niemand. Eine Welt für alle. Wir pflanzen, wir ernten, schlachten, fressen dasselbe – den selben Reis, Mais, Weizen, Soja und Palmöl, Bananen, Rind und Huhn – aus den Labors, den Plantagen von Unilever, Monsanto, Cargill, DelMonte oder Nestlé; wir trinken das selbe Wasser – in Plastikflaschen von Evian und CocaCola (nein, kein Witz, das ist von Lagos bis Delhi bereits Wirklichkeit), das selbe Bier – vom belgischen Konzern Interbrew oder dem amerikanischen Anheuser Busch; wir tragen dasselbe – die teuren und die billigen Varianten, aus denselben Freihandelszonen, von Menschen produziert, denen zuvor ihre Heimat niedergewalzt worden ist – wie am Beispiel der Palästinenser zu sehen, für die nun an der neuen Mauer eine solche Produktionszone errichtet wird; Produkte verkauft von neoliberalen Lohnsklaven, in denselben Kaufhausketten, neben denen sich die globalen Fressketten niederlassen. Sogar da stirbt Heimat – die Garküchen, die Straßenrestaurants, die Rezepte, die Kochkunst des Volkes – Kentucky Fried, McD und SpareRib von Nairobi bis Jakarta.

Unternehmensziel von WalMart: Jedes Jahr mindestens ein neues Land zu erobern. Das jüngste: Japan mit den Seiyu Stores. Der Name ist japanisch, "the feeling purely American".

So stirbt Heimat global.

"Global denken,. lokal handeln", lautet die Herausforderung der Agenda 21. Wenn wir unsere Heimat bewahren wollen, müssen wir so leben und handeln, dass die Heimaten der anderen nicht gefährdet sind. Globalisierung somit als globale Verantwortung begreifen, uns die Welt, die Heimaten der anderen anzueignen. Nicht als Objekte der Plünderung, der Ausbeutung, sondern als gemeinsames Erbe eines komplexen Systems: Artenvielfalt; Tiervielfalt, die Pflicht, die Schöpfung zu bewahren, die Vielfalt, diese eine Erde den nachkommenden Generationen zu erhalten, mit ihren tausend verschiedenen Arten sie zu bebauen, zu säen und zu ernten, zu kochen, zu essen, auf ihr zu tanzen, zu singen, zu lieben, zu heiraten und in den Tod begleitet zu werden. Jeder Dialekt, jede Sprache, jedes Dorf, jede Reis-, jede Hirsesorte, jedes Lied, das einer der vielen Heimaten geraubt wird, wird uns allen geraubt.

Egal wo auf der Welt, wir müssen die Kulturtechniken des Handwerks, der Ernährung, der Landkulturen als Teil von uns begreifen. Und als potentielle Vernichtung von Heimat. Deshalb ist unsere Waffe die globale Kommunikation, wenn wir begreifen, dass mit jeder Heimat irgendwo auch ein Teil der unseren stirbt, macht Heimatbewusstsein Sinn.

Für Gandhi war die einheimische Kleidung kein folkloristisches Element, sondern Teil zivilen Ungehorsams, einer selbstbestimmten Identität, des Widerstandes gegen Fremdherrschaft und die Zerstörung der vielen indischen Heimaten durch den Kolonialismus.

**Der neoliberale Kapitalismus in aller Welt braucht keine Heimatverbundenheit**

Die eingangs erwähnten vorgeblich mit Heimat unabdingbar verbundenen Positivwerte wie Wärme, Eingebundensein, Sicherheit kommen in den Stellenanzeigen überregionaler Zeitungen am Wochenende nicht vor. Statt Identität - corporate identity, eins werden mit den Unternehmenszielen der "global players". Was gespielt wird und wo, bestimmen sie. Hauptsache: Sie spielen für shareholder value, für einen neuen Geschmack – "taste transfer", "target oriented" - dynamisch, flexibel, mobil, multikulturell einsetzbar.

Ubi bene ibi patria? Wo es mir gut geht ist meine Heimat. Doch wer bestimmt zunehmend für Menschen, wo sie bleiben dürfen? Was heißt denn noch "gut gehen"? Weltweit dasselbe zu essen, zu trinken, zu hören? Globale Kulturhoheit der Kulturkonzerne, der Nahrungskonzerne? Wem soll es denn "gut gehen" und cui bono, für wessen Nutzen?

Wo das Unternehmen mich braucht, damit ich meinen Arbeitsplatz behalte, arbeite ich egal wo; umziehen, Zweigstellen wie Hemden wechseln. Wo es dem Unternehmen gut geht, ist meine Heimat.

Green Card Nomaden? Schon heute ziehen Hunderttausende von Fachleuten aus der Dritten Welt - Ärzte, Chemiker, Informatiker, von Ghana bis Indien - durch die Welt. Allzeit und überall bereit. Die Heimat im Koffer. Den Plastik-Ganesha auf dem Fenstersims. Identität wird in indischen Dependancen amerikanischer Unternehmen künstlich geschaffen, die indischen Mitarbeiter erhalten amerikanische Namen, einen amerikanischen Akzent, Kleidung, Habits – so arbeiten sie rund um die Uhr in den indischen Call Centres amerikanischer Banken, Agenturen, Versicherungen – global identity.

Was für eine Kultur entwickeln die neuen Wirtschaftsdynamiker? Was resultiert für die Gesellschaft daraus, Menschen im oberen Mittelstand, vor allem aber auf Management-

Ebene zu haben, die keine "Heimat" mehr kennen – von denen die Welt, die Menschen, die Natur überall nach den selben Kriterien geplant, verplant wird?

Die Folgen sind absehbar und beängstigend. "Nachholende Entwicklung" nennt sich, was in China, Thailand, Indonesien, Malaysia mit rasanter Geschwindigkeit mithilfe westlicher Konzerne aufgebaut, nein, durchgezogen wird. Modernisierungseliten, mit postkolonialem Minderwertigkeitskomplex – ihr Motto: "Wir wollen werden wie ihr, wir wollen haben was ihr habt" – nur noch größer, noch skrupelloser, Turbomodernisierung, Wachstumsbeschleuniger, und Millionen werden zwangsumgesiedelt, enteignet, Kulturen vernichtet, niedergewalzt, überflutet – von Staudämmen, Menschen zu Verschiebemassen degradiert für die neuen Wirtschaftszonen.

Geschätzte 150 Millionen sind in China auf der Flucht, in ständiger Bewegung, ohne Heimat, ohne Land, Sicherheit oder Dach, auf der Suche nach Arbeit – 250 Millionen, so glaubhafte Hochrechnungen der ILO, weltweit.

Heimat werden für sie die städtischen Slums, die Favelas. Den Ersatz von Wärme und Geborgenheit bieten die Clans, die Gangs, die subkulturelle Gewalt, die christlich-fundamentalistischen Sektenkirchen in den Slums afrikanischer, lateinamerikanischer Großstädte, die fundamentalistisch-islamischen oder hinduistischen Basisorganisationen in den Millionenkesseln der asiatischen Megastädte.

Doch wir sind Teil der Ursachen, denn der Westen exportiert keine neuen, nachhaltigen Modelle von Technologie und Arbeit, die Millionen Arbeit, Zukunft, eine Chance auf ihrem angestammten Boden zu leben, gäben; sondern Heimatersatz für die neuen, kultur- und heimatlosen neuen Eliten, die Compradoren der globalen Kaste des Monopolkapitals. Luxusprodukte, Konsum total, BMW, Mercedes, Chrysler – dafür opfern sie ihre eigenen Völker. Man muss die vergoldeten, verglasten, klimatisierten Einkaufstempel zwischen Colombo und Kuala Lumpur, Kapstadt und Beijing gesehen

haben, um zu begreifen, dass die neuen herrschenden Klassen in der ehemaligen Peripherie des Nordens nur eine Heimat kennen – die schamlose, jeder Ethik beraubte absolute Gier nach ritualisiertem, zelebriertem Luxus, nach menschenverachtender Dekadenz. Sie haben sie kopiert von den Lehrmeistern jener westlichen Gesellschaften, die sich, vor allem wenn es um die Verteidigung des Heimatbegriffes geht, so gerne auf christliche Werte beziehen.

**Das globale Dorf –  
aber wer sind die Dorfdeppen?**

Im "global village", im globalen Dorf, befänden wir uns inzwischen, ist ein geflügeltes Wort. Ein ebenso falscher wie gefährlich irreführender Begriff. Denn nichts von den einst positiven Werten des Dorfes hat die neue "World Order", die synergetische Kombination aus New International Labour Order und New International Information Order :keine Nächstenhilfe, keinen Generationenvertrag, keine Wärme und Geborgenheit, keine selbstbestimmte Arbeit, keine Kultur des Kleinen – und schon gar keine gewachsene Identität. Die Neuen Eliten, die neue Compradorenclasse für die Bel Etage von Chase Manhattan und City Corp hat eine künstliche Identität: sie hassen die Dörfer, sie verachten das "niedere Volk" als rückständig, entwicklungsrenitent, so wie die Traditionen, die alten Werte – sie lassen Altstädte niederreißen, Märkte und sogar die alte "Peking Oper", ihre Heimat sind die neuen shopping malls und Supertowers. Global austauschbar wie die Jet-Set-Hotels internationaler Ketten.

In den Dörfern gab es immer Halt, Orientierung, freilich auch soziale Kontrolle und moralischen Druck – doch auch, vor allem in Afrika, in Asien, den Konsens, den Rat der Alten, das alles aber löst sich in der neuen Ordnung auf.

Perversion freilich einiger "Dorf-Prinzipien": Ethnologen im Dienste amerikanischer Sekten wie auch Pharmakonzerne erforschen die "Heimaten" der anderen auf alles, was sich in ihnen lohnt und verwerten lässt, und Soziologen, Sekten-Missionare. Datenspezialisten, Werbestrategen entschlüsseln heute jede denkbare Gesellschaft, die Markt oder Ressourcen erhoffen lässt – bis hin zu kulturspezifischen Werbe- und Marketingstrategien. Wir wissen, wer ihr seid, und wir wissen, was ihr kaufen sollt. Damit dies auch funktioniert, müsst ihr denken, fühlen, wünschen und träumen wie wir. Deshalb arbeiten Konsum- und Medienkonzerne, hard- und software Hand in Hand: Globale Medienstrategien sorgen für die globale Verdummung, für eine globale Ästhetik und Markenrezeption, ich verweise nur auf Naomi Kleins Buch "No logo". "Bollywood"-Filme für ganz Asien, kulturelle Nivellierung und Entfremdung von Traditionen, eine unterhaltsame Form der neuen Konsumpropaganda. US Soaps, British Sitcoms über die Satellitentechnologie global ausgestrahlt und rezipierbar; was die Welt wissen soll und was nicht und aus welcher Sicht – global verfügbar CNN, Murdochs Sky TV, Warner, Disney, Sony, Sharan, - globale Radioformate. Die neuen privaten City Radios, die die Einkaufszentren beschallen, die gute Laune machen, klingen identisch in Colombo, Harare und Johannesburg – und wenn RTL nun das chinesische Fernsehen, CNN das irakische Fernsehen aufbaut, stimmt die Richtung schon.

Hatte man nicht im Dorf den "Dorfdeppen" einbezogen, statt ihn ins Heim abzuschieben? Der freilich hatte oft seine Ursachen in der Inzucht. Verhindert die das global village? Nein, im Gegenteil – es ist eine globale Inzucht. Eine regionale, eine urbane Identität gibt es da nicht mehr – die globalisierte Gleichschaltung. Städte, wie der Titel eines alten Romans von Zwerenz – Städte, *"unbewohnbar wie der Mond."*

So wird es auch bei uns bald sein. Schon jetzt sterben historische Innenstädte ab, gekauft wird bei den Billiganbietern, in den Kauflandfestungen - Geiz ist geil, aber wir

lieben ja unsere Heimat, die Tradition, die Geschichte – nun ja, Platz ist bald genug in den meisten Städten für Trachtenumzüge, Schützenvereine und Blaskapellen. Oder auch für den Fronleichnamsaltar. Dann marschieren wir mal. Und Montags sehen wir uns bei Lidl, Sonderangebote gucken. Wo die herkommen, was die mit Heimat zu tun haben, mit wessen Heimat? Wie? Und der Kaffee, sag ich Ihnen, der ist vielleicht günstig....

So schön ist offensichtlich ein Großteil der Heimat, dass man zu viel auf ein Mal nicht aushalten kann, man muss sie schonen; also nix wie weg – drei Mal im Jahr, vier Mal, in die Ferne, die Heimat der anderen versauen, niedertrampeln und konserviert genießen – die tanzenden Massai-Krieger, die indischen Tempeltänzerinnen, die original kroatische Folklore, ganz authentisch aus der Seele des Volkes, so viel Heimat muss schon sein, wunderschön!

### **Die Zunahme von Fluchtwelten - Wo ist der Raum für die Deppen und Narren des Weltdorfes ?**

Je mehr Heimaten vernichtet werden, und nie waren es so viele wie heute, desto mehr Fluchtwelten sind nötig – nicht nur der unstillbare Drang, im Billigflieger zum shoppen und poppen, die Flucht in den Konsum, sondern in das, was uns so Angst macht und wofür wir nichts, aber auch rein gar nichts können – der religiöse Fundamentalismus. Und eben nicht nur, was so gerne vergessen wird, der islamische, sondern der amerikanisch-sektiererische, der christliche – in den Massengettos, den Slums von Lagos und Nairobi; Menschen, die in die Städte gespült wurden wie Dreck, wie Abfall – der Abfall der großen Strategien; oder die Millionen Fellachen, Kleinbauern, Handwerker, in Pakistan, Indien, auf den Ölfeldern Algeriens, Irans - denen die Fortschrittstechnologien, die wir exportierten, für unsere Gier nach Rohstoffen, alles an

Heimat nahmen, was sie hatten. Das hat uns nie interessiert – und nie die nationalen Eliten. Deshalb sind sie die Opfer der Heilsprediger, der Fanatiker – die übrigens sehr häufig ihnen ein Minimum an sozialer Versorgung bieten.

Das eben ist die Chance der anderen Seite des "global village": Es bietet, wie nie zuvor in der Geschichte der Menschheit, eine bislang unvorstellbare Chance der alternativen Kommunikation, der Vernetzung – und dies zu bislang unvorstellbar niedrigen Kosten. Es ist, für Gewerkschaften, Frauen- und Bauernorganisationen, Umwelt- und Menschenrechtsgruppen, für alternative Wissenschaftler, für Kulturschaffende, für Pädagogen und Kirchengemeinden, Stadtradios und Theatergruppen möglich, eine Homepage zu gestalten, sich über das Internet auszutauschen, über Schulen und Kulturprojekte von Minderheiten, über regionale Curricula, die ein Gegenpol an Wissen und Erfahrungen sind gegen die kulturimperialen normierten Bildungsziele, über indigene Universitäten, über die Wiederbelebung verkommener Innenstädte, die soziale und kulturelle Gesundung von Großstadtgettos, über neue Formen der Kommunalität, von multikultureller Jugendarbeit, über Kooperativen, über Modelle, die Menschen in Dörfern oder Stadtteilen zu halten, kurz: Heimat selbst zu schaffen, sie in die eigenen Hände zu nehmen, sie mit Sinn und Leben zu füllen, Riten und Feste zu leben, so sie noch Sinn machen, neue zu erfinden, statt die alten "heimatverblendet" zu zelebrieren, bis der letzte im Heimatmuseum den Sargdeckel zumacht. Sich auszutauschen über Brauchtumsformen, die auch ohne Hörgerät zu realisieren sind, über neue Volksmusik, über Rap oder Poetry Slam in Dialekt, sich auszutauschen über die vielen Versuche, der Vereinsamung, Isolation, den Ich-AGs, Formen des Widerstandes.

Leonardo Boff, einer der führenden Priester der Befreiungstheologie, hat gesagt, die Zeiten der Großen Revolutionen seien vorbei. Da hatte er Recht und doch nicht ganz, denn an der letzten, weil eine weitere dieser Globus nicht überstehen würde, an der

letzten bastelt, die wie Dahrendorf sie nennt, "globale Klasse" der Weltmanager. Nun, meinte Boff, sei es Zeit für die vielen Kleinen Revolutionen. Das ist die entscheidende Botschaft. Zigtausende von NGOs, von Nicht-Regierungsorganisationen, von Zivilgesellschaften, Bürgerforen, von Basisbewegungen, von Basisgemeinden übersetzen sie täglich, fast überall geht es um die Verteidigung von Heimat, um den Kampf gegen Boden- und Häuserspekulanten, um das Recht auf Wohnen, auf das angestammte Stadtviertel, um das Recht auf die eigene Stimme, auf die eigene Sprache, die eigene Kultur, um die Wiederentdeckung tradierten Wissens in Medizin, Landbau, Tierzucht, in Architektur und Handwerk.

Da kann ein Instrument, eine Kopfbedeckung, ein Kleidungsstück, ja ein regionales Gericht, Essen, ein Stück Musik, ein Gedicht, ein Gebet zum Symbol des Widerstandes werden – ein Symbol für Heimat! Und wird es bereits in vielen Bewegungen!

Heimat mit dem geschulterten Vorderlader, dem frisch gelüfteten Gebirgsjägerhut, wo die Landesväter den Taktstock erheben – nein, die tut keinem weh, aber sie sollte wehtun! Oder, wie es die indische Schriftstellerin Arundhati Roy erhofft, die ihre Fähigkeiten einsetzt für Hunderttausende Kleinbauern, denen mit dem Narmada-Staudamm ihre Heimat, ihre Jahrhunderte alten Kulturen überflutet werden sollen:

*"Vielleicht ist es das, was das 21. Jahrhundert für uns auf Lager hat - das Große zu bekämpfen - die Großen Bomben, die Großen Dämme, die Großen Ideologien , die Großen Widersprüche. Vielleicht wird das 21. das Jahrhundert des Kleinen?"*

Wolfram Frommlet, 1945 geboren in Ravensburg; war als Dramaturg, Regisseur, Autor, Schauspieler an Musik- und Sprechtheatern; in diesen Berufen und als Journalist bei Fernsehen und Hörfunk. Für deutsche & internationale Organisationen, u.a. Goethe Institute, UNESCO, Deutsche Welle, 25 Jahre in Afrika und Asien in Medien- und Kulturprojekten tätig, zahlreiche Auszeichnungen für seine Publikationen und Hörspiele zu Afrika & Asien. Lebt seit 1996 wieder in Ravensburg – Theaterprojekte, Konzertlesungen zu den Kulturen Europas, Afrikas & Asiens, zunehmend nun auch mit Texten aus Oberschwaben.

**Erschienen in "Schwäbische Heimat", Heft 1, 2006, Zeitschrift des "Schwäbischen Heimatbundes", Stuttgart**