

Lederhose auf Weltreise

Dirndlkleid und Rock-Event, Lederhose und Partyspaß, es kracht im Gebälk der Traditionen. Locker wie nie zuvor mischt die junge Generation das Herkömmliche mit dem Neuen. Sie kocht und gärt, dass man glatt an die Wiederkehr der Häuslichkeit glauben könnte. Eine neue Idylle oder Suche nach Heimat?

TEXT: Maria Sigl // FOTOS: www.lederhosening.com

Wer im Herbst keine Marmelade eingekocht hat und sich noch keine Gedanken um seinen Selbstversorgergarten macht, steht nicht nur vor einer leeren Speisekammer, sondern verpasst den aktuellen Trend. Was bis vor Kurzem noch bestenfalls als langweilige Hausarbeit gegolten hat, wird jetzt zum sinnstiftenden Erlebnis. Kekse backen, Früchte trocknen, Garten- und Holzarbeit sowie Stricken sind längst entstaubt und hochstilisiert. Die Idee, dass man sich selbst mit den Schätzen der Natur versorgen könnte, gefällt.

Lederhose und Dirndl erleben einen neuen Aufschwung. Quer durch alle unterschiedlichen Bevölkerungsschichten ist die Tracht wieder en vogue. Längst wird sie nicht mehr nur in Handarbeit hergestellt, sondern ist durch Billiganbieter wieder erschwinglich und alltagstauglich geworden. Zahlreiche Möglichkeiten, Lederhose und Dirndl auszuführen, finden sich: vom trachtigen Party-Event bis hin zum traditionellen Ball.

Was passiert hier? Suchen wir Bodenhaftung als Gegensatz zur virtuellen Welt? Warum wollen wir wieder den Schmutz unter den Fingernägeln spüren? Brauchen wir regionale Identität als Ausgleich zur Globalität?

ALLES BLEIBT ANDERS.

Peter Zellmann vom Institut für Freizeit- und Tourismusforschung beobachtet den Wandel der Gesellschaft.

Trachten erleben einen neuen Aufschwung

Rund 70 Prozent der Erwerbstätigen sind heute im Dienstleistungssektor beschäftigt. In den 1970ern war die Verteilung zwischen Gewerbe/Industrie und Dienstleistung noch

annähernd gleich. Mit den Umschichtungen in der Arbeitswelt und dem anhaltenden Wachstum verändern sich auch die Erwartungen der Menschen an ihren eigenen Lebensstandard. War es im 20. Jahrhundert noch wichtiger, nach außen zu zeigen, was man erreicht hat, steigt jetzt der Anspruch an die eigene Lebensqualität, die jeder/jede zunehmend für sich selbst definiert. Werte wie Nachhaltigkeit, Ganzheitlichkeit, Bodenständigkeit rücken in den Vordergrund und verändern das Verhalten.

REGIONALE IDENTIFIKATION.

Unser Lebensstandard ist hoch, die Grundbedürfnisse sind gedeckt, wir sehnen uns nach Erfüllung. Die Suche nach sinnstiftenden Erlebnissen und Identität führt uns nach Hause. Wir finden uns wieder in traditionellen Tätigkeiten. Die Welt ist zum Greifen nahe, daher festigen wir regionale Bezugspunkte: Ein Baum, der sich weit verzweigt, braucht Wurzeln.

Untersucht wurde die Frage nach der regionalen Identität anhand von Gesprächen mit Jugendlichen zwi-



Daniela Haluza in Kambodscha: „Auch wenn es unkonventionell ist, als Frau eine Lederhose zu tragen, finde ich sie schick und bequem.“



schen 14 und 29 Jahren. Philipp Ik-rath vom Institut für Jugendkultur-forschung: Jugendliche identifizieren sich stark über die Region, aus der sie kommen. Sie sehen sich nicht als EuropäerInnen, sondern z. B. als „WaldviertlerInnen“. Das zeigen sie unter anderem im modischen Verhalten oder an der Musik, die sie hören. Heimatbezug als Konsequenz aus dem globalen Einheitsbrei. So können Kleidungsstücke, wie Dirndl und Kopftuch, modisches Accessoire und Teil der traditionellen Selbstfindung gleichzeitig sein.

TRACHTEN-TRADITION 2.0.

Die Facetten von Tracht und Volkskultur werden vielschichtiger. Im modischen Bereich brechen Regeln, wie Muster und Farben beim Dirndl zu verwenden sind, auf. Das Preissegment ist weit wie noch nie, von der handgenähten Tracht bis zum Billigimport aus Fernost – derzeit profitieren alle vom Trachtenboom. Choreografien der Volkstänze mischen sich mit aktuellen Elementen. In der Volksmusik experimentieren

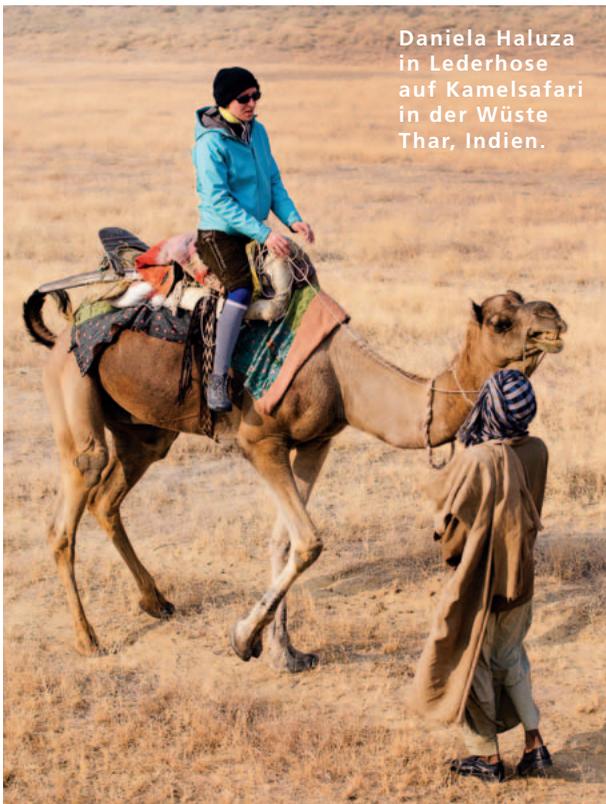
die MusikerInnen mit Einflüssen aus dem Jazz- und Bluesbereich, wie Alexander Jalkotzy vom Oö. Institut für Volkskultur ausführt. Wem das zu konventionell ist, der kann sich vom Team „Extreme Lederhosening“ inspirieren lassen: Da berichten zwei Männer und eine Frau im Web von ihrer Weltreise – in der Lederhose (www.lederhosening.com). Ungewöhnliche Trachtenausflüge organisieren sich auch die jungen Frauen vom Verein „Dirndl Deluxe“. Unlängst besuchten sie eine Revue der „Chippendales“. Die Herren waren überwältigt von den 50 Damen im Dirndl und baten ihrerseits um ein Foto.

Ernst Salzinger, Organisator des Lederhosen-Treffens in Windischgarsten, ist begeistert von den unterschiedlichen Facetten des Heimat-Trends. „Die Verbindung von Tracht, traditionellem Handwerk und Festzelt ist für uns wichtig. Die musikalische Umrahmung ist bei unserem 3-Tages-Fest recht ausgeglichen: von Blasmusik über Volkstümliches bis hin zu rockigen Musikern. Den 12.000 Besuchern gefällt´s, und uns ist wich-

tig, dass sich alle gut unterhalten und wiederkommen.“ Alexander Jalkotzy beobachtet diese Großevents mit Skepsis: „Um noch höhere Quoten und Besucherzahlen zu erreichen, werfen Tourismus- und Eventmanager alles in einen Topf, ohne sich mit Inhalt und Qualität auseinanderzusetzen. In diesen Fällen ist leider die Verpackung wichtiger.“

REDEN MIT EIGENEM SCHNABEL.

Die Verwendung von Dialekt in der Musik ist längst nicht mehr auf den Bereich der Volksmusik beschränkt. Gernot Kremser, musikalischer Leiter des Posthofs Linz, hat viele österreichische Bands im Programm und beobachtet den Trend zu Deutsch bzw. Mundart in modernen Musikrichtungen schon länger. „Die Texte werden noch besser vom Publikum verstanden, und die künstlerischen Ausdrucksformen sind direkter. Neu ist der Anteil an Jugendlichen, die sich immer mehr für volkstümliche Musik begeistern können. In Verbindung mit dem Trachten-Hype entsteht teilweise ein konservatives Jugendbild.“ >>



Daniela Haluza in Lederhose auf Kamelsafari in der Wüste Thar, Indien.



David, Daniela und Helmut vom Team „Extreme Lederhosening“ am Bamboo-Train in Kambodscha.

>> ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT.

Verstellt die Wiederbelebung der Tradition den Blick über den Teller- rand? Beide Forscher, Zellmann und Ikrath, verneinen. Zellmann sieht im ländlichen Trend einen Aufbruch. Fortschritte der Gegenwart werden geschätzt. Die Konzentration auf das Private nimmt zu, ist allerdings keine Flucht vor der Realität. Auch Ikrath kann das Dirndl als Symbol für die Sehnsucht nach einem Heimatfilm-Idyll nicht nachvollziehen, dafür sind Jugendliche zu pragmatisch und realistisch. Der Trachtentrend ist oberflächlich und Lifestyle-bezogen. Vielen jungen Erwachsenen fehlt der Bezug zur Tradition, sie sehen in ihr keine Lösung für ihre Lebensfragen. Verklärt wird meist das traditionelle Familienbild, jedoch in dem Bewusstsein, dass die Wirklichkeit eine ande-

re ist. In der selbst gewählten Realität spielt dieses vermeintliche Ideal nur mehr eine untergeordnete Rolle.

Kann im Trachtentrend eine Sehnsucht nach strenger Führung interpretiert werden? Wieder ein klares Nein von Ikrath. Jugendliche quer durch alle Bildungsschichten lehnen starre dogmatische Systeme ab. Fremdes wird nur dann abgewertet, wenn die eigene Selbstverwirklichung nicht realisierbar scheint, wenn die Perspektiven fehlen.

Die neue Tradition ist bislang keine Rückkehr zur „alten Ordnung“, kein Beschäftigungsangebot für Frauen, sich doch lieber wieder mehr ums Heim zu kümmern, als mit der Welt da „draußen“ Kontakt aufzunehmen. Oder ist es in den letzten Jahren schon Luxus geworden, sich Zeit für Garten und Haus nehmen zu können?

Angesichts der rauen Wirtschaftsprognosen wird es vielleicht wieder zur Notwendigkeit, das Haushaltsbudget mit der Ernte des Hausgartens und Einkochtem zu entlasten. Die anhaltenden negativen Schlagzeilen helfen bei der Erschaffung der Illusion vom glücklichen, unabhängigen Leben am Land. Kein Abwägen mehr vor dem Supermarktregal, ob man jetzt die teureren fair gehandelten Biobananen kauft oder die günstigeren schönen. Egal was das Sparpaket oder die Belastungen der Arbeitswelt mit sich bringen: „Einfach alles selber machen und Exotisches vom Speiseplan streichen.“ Websites, die dieses Idyll versprechen, gibt es genügend.

ExpertInnen schätzen, dass man für einen Selbstversorgergarten 35 m² Anbaufläche braucht – pro Person, die versorgt werden soll. Zum Grö-



Philipp Ikrath, Jugendforscher: „Wenn H&M Dirndl fürs Oktoberfest hat, wird es cool, auf volkstümlich zu machen.“



Daniela Haluza, Weltreisende: „Die Lederhose eröffnet neue Möglichkeiten für den Kontakt zur einheimischen Bevölkerung.“



Alexander Jalkotzy, Volkskultur-Experte: „Das Zusammenwachsen in Europa und ein Europa der Regionen schließen einander nicht aus.“

ßenvergleich: Das durchschnittliche Wohnzimmer in Deutschland hat 22 m². Sind Gartenfläche, Zeit und ausgeprägter grüner Daumen vorhanden, bleibt noch die Frage, ob man statt eines sinnstiftenden Gartenerlebnisses lieber eine überlebensnotwendige Pflichtübung möchte.

AB IN DEN GARTEN.

Es steht fest: Das Bewusstsein für verschiedene Gemüse- und Pflanzensorten nimmt ständig zu, die Zahl der Nutzgärten steigt wieder. Katrin Ehlert vom Verein Arche Noah, der sich für den Schutz vom Aussterben bedrohter Kulturpflanzen einsetzt, freut sich über den andauernden Mitgliederzuwachs. „Die Menschen legen Wert auf biologisch und nachhaltig entstandenes Saatgut. Sie sind neugierig und kaufen Pflanzenraritäten auch im Supermarkt. So kann der „neue“ Gärtner bzw. die Gärtnerin seinen/ihren Gästen außergewöhnliches Gemüse servieren.“

Der grüne Daumen hinterlässt seine Abdrücke auch in der Stadt. Vor allem in großen Städten wird immer mehr gegärtnert, geackert und gesät. Viele unterschiedliche Projekte zum Thema „Urban Gardening“, Gemeinschaftsgärten in der Stadt, wachsen. „Die Leute wollen raus, graben, gärtnern und pflanzen. Die Motivationsgründe sind unterschiedlich: über-

zeugtes Ökobewusstsein, das Recht auf Gestaltungsmitbestimmung oder Subsistenzwirtschaft in der Stadt. Grau und Grün sind die Farben der Stadt!“, so Rudolf D. Klöckner, Autor des Blogs „urbanbio.de“ und Mitbegründer der Büro- und Interessengemeinschaft „spacedepartment“ in Hamburg. Die Menschen suchen Wege aus der Anonymität, und im besten Fall erntet man neben dem eigenen Gemüse Freundschaften.

KULTURELLE SENSIBILITÄT.

Das Bewusstsein für regionale Besonderheiten stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl. Wichtig ist, dass man sich für das Umfeld, in dem man lebt, begeistern kann: unterschiedliche Kulturen, Landschaften, was auch immer den Reiz der Region ausmacht. Es

gilt Betriebsblindheit zu vermeiden, sich vorzustellen, man wäre auf Urlaub, wo man eigentlich wohnt – was gibt's da alles zu entdecken? Tradition lebt durch Menschen, und das bringt Veränderung. Weitblick und Aufgeschlossenheit stehen nicht automatisch mit Tradition im Widerspruch. Hinter traditioneller Kleidung muss kein konservativer Geist stecken – kann aber. Wenn sich die Lederhose auf Weltreise begibt, braucht man keine Angst haben, wenn die Welt zu uns kommt.

Der vielfältige und unverkrampfte Umgang mit Tradition bringt mehr Farbe und hoffentlich zusätzliche Wertschätzung für andere Kulturen – Individualität als verbindender Faktor für Menschen unterschiedlicher Herkunft. ✱

VERANSTALTUNGEN AM NATURHOF PRAMTAL

4755 Zell an der Pram, Reischenbach 8, Info-Tel.: 0680 237 79 49.
Parallel jeweils Kinder-Naturwochen, Infos: www.nahopra.at

Permakultur-Design-Kurs

„Ein Überlebenskonzept“

7. bis 22. Juli 2012, Naturhof Pramtal



9. Internationales

CircleWay-Sommercamp

Mit Manitoquat Medicine Story und Ellika Linden

13. bis 22. August 2012



Über 3.200 Teilnehmer erfolgreich vermittelt!

Wünschen
Sie sich einen
gläubigen
Partner?

Kostenlose Info-Broschüre jetzt anfordern!



Christlicher Partnerschafts-Dienst
Kehlegg 145
6850 Dornbirn

Tel. 05572 37 28 30
info-a@cpdienst.com



www.cpdienst.com