

Sonja Kinzler, Doris Tillmann (Hgg.): *Nordlandreise. Die Geschichte einer touristischen Entdeckung. Historien om oppdagelsen av turistmålet Norge*. Hamburg: Mare 2010, 246 S.

„Ultima Thule“ als nördlichster Rand der Welt ist zwar bereits seit der Antike ein Topos, doch erst in der Folge des kulturkritischen Wandels der Ästhetik im 18. Jahrhundert wird die bis dato als hässlich-bedrohlich empfundene, „wilde“ und „unberührte“ Natur zum „erhabenen“ erstrebenswerten Gegenpol der modernen Zivilisation umgedeutet. Erste touristisch reisende Auslandsgäste besuchen Norwegen ab etwa 1830; wie anderswo bilden auch hier die Engländer die Vorhut. Nach dem prototypischen Ziel der Schweizer Alpen erlangt nun auch Norwegen in seiner vermeintlich unverdorbenen Ursprünglichkeit den Status eines Sehnsuchtsortes.

*Nordlandreise* widmet sich diesem Umdeutungsprozess. Der Band ist anlässlich der gleichnamigen zweisprachigen Ausstellung des Kieler Stadt- und Schifffahrtsmuseums (13. Juni bis 31. Oktober 2010) entstanden. Für die Ausstellung sind neben Bremerhaven und Oslo weitere Stationen im Gespräch. Auf der das Gesamtprojekt begleitenden Homepage ist zu lesen: „„Nordlandreise“ versteht die Kaiserzeit als Angelpunkt des deutschen Norwegentourismus. Es geht in der Ausstellung und im Buch aber genauso auch

um die Vorgeschichte, etwa die Künstlerbeziehungen im mittleren 19. Jahrhundert, und die Geschichte des 20. Jahrhunderts, etwa das Reisen in der Zeit des Nationalsozialismus oder den Alternativtourismus der 1970er/80er Jahre.“

Der Tourismusforscher Hasso Spode gibt in seinem Beitrag einen eleganten Überblick über den Wandel der Phantasmen des Nordens sowie über die Wechselwirkungen zwischen Vorstellungsbild, Infrastrukturausbau und Reiseverhalten: „Wer so ein Refugium bereist, tut dies nicht aus handfest-rationalen Gründen, sondern aus vage-emotionalen: Der Tourismus entsteht, anknüpfend zwar an vorhandene Reismotive und -praktiken, doch strukturell eine neue Form der Mobilität bildend.“ (Spode, S. 19) Spode spricht von der dem Schweizer Muster folgenden „Politisierung der Natur“, „bei der das romantisch-touristische Fremdbild zunehmend das Selbstbild prägte und half, das ‚alte Norwegen‘ gegen die 1814 verordnete Personalunion mit Schweden zu behaupten.“ (Spode, S. 23)

Franz Pötscher zeigt, wie die allmählich zu illustrierten Reisehandbüchern sich

entwickelnden Reiseberichte in der Mitte des 19. Jahrhunderts je nach Gesinnung des Autors Norwegen als vormoderne Idylle oder als vorbildlich fortschrittliches Land zeichnen (Pötscher, S. 67). Beide Lager instrumentalisieren dieselben Klischeebilder einer bäuerlichen Gesellschaft und die Vorstellungen vom einfachen, aber freien Menschen in entgegengesetzter Absicht. Ähnlich wird, wie Hans Olaf Brevig aufzeigt, in Norwegen der Tourismus wahlweise als Knechtungsinstrument, das stolze Bauern in eine Dienstleisterrolle drängt, oder als rettender Geldsegen für arme und bis zum Ausbau der Küstenschifffahrt großteils isolierte Gegenden beurteilt. Beispielhaft spiegelt das von Ulrich Brömming analysierte Erfolgsprojekt Hurtigruten die Verzahnung von Tourismus und infrastrukturellem Zugewinn für die Lokalbevölkerung wider.

Der Schwerpunktsetzung auf das Kaiserreich folgend beschäftigt sich etwa ein Drittel der 23 Beiträge explizit mit der Rolle Wilhelms II. und seiner 26 „Nordlandfahrten“ mit der *Hohenzollern* im Zeitraum von 1889 bis 1914. Nicht zuletzt ist der Kaiser ein Paradebeispiel dafür, wie Fiktionen die tatsächliche Wahrnehmung des Landes formen. Zu großen Teilen ist Wilhelms „Wikingerwelt“ ein Produkt der Lektüren des Monarchen, von Esaias Tegnér's *Frithiofs saga* von 1825 etwa. Zudem geht sie auf Einflüsse der im wagnerschen

Kreis kultivierten Begeisterung für das Germanische und für Theorien rassischer Überlegenheit zurück (Spode, S. 27). Anlässlich des Staatsbesuches bei Oskar II. von Schweden und Norwegen im Jahr 1890 „tat [Wilhelm II.] seine Imagination einer konstruierten Germanenidentität, sozialdarwinistisch unterlegt, nun auch öffentlich kund. [...] In der Presse wurde er als ‚der erste aller Germanen‘ bezeichnet.“ (Stefan Gammelien, S. 71) Kaiser Wilhelm II. verkörperte damit nicht nur paradigmatisch den Geist seiner Zeit, sondern verfügte auch über Macht und Mittel, diesen Zeitgeist zu prägen und private Fantasien auszuleben. So wurde er Werbefaktor und zugleich selbst zur Touristenattraktion für die luxuriösen Gesellschaftsreisen entlang der norwegischen Küste, die deutsche Reedereien ab den 1890er Jahren im Programm hatten (Christian Ostersehlte). Auch die Popularität des „Drachensstils“ in Deutschland war wesentlich mit seiner Person verknüpft (Widar Halén). Er kaufte Idyllen des norwegischen Malers Hans Dahl (Eli Okkenhaug), förderte Marinemaler und Fotografen, die dafür den Kaiser repräsentativ fürs Publikum in Szene zu setzen und mehr oder weniger indirekt Reklame für die deutsche Seefahrt zu betreiben hatten (Lars U. Scholl; Liesbeth Ruitenbergh). Auch die Unterstützung meeresbiologischer Forschung fügt sich in diesen Komplex aus persönlichem Hobby und politischer Strategie (Dirk Brandis).

Bereits im frühen 19. Jahrhundert waren es Verbindungen zwischen skandinavischen und deutschen Künstlern und nicht zuletzt deren Bildwerke, die Reisebewegungen veranlassten. Durch Landschaftsmaler „war das um 1800 noch so entlegene scheinende Norwegen motivisch für die Kunst voll erschlossen.“ (Telse Wolf-Timm, S. 57) Die von Wilhelm II. gepflegte PR-Strategie, die (Gebrauchs-)Kunst und Reklame verband und dabei stets in Fühlung mit dem medientechnischen Fortschritt blieb, wurde in der Folgezeit von Reiseanbietern in rein kommerziellem Interesse fortgeführt – die große Konkurrenz machte Werbung unerlässlich (Katrin Seiler-Kroll; Doris Tillmann).

Die äußerst erfolgreichen, da unkritisch konsumierten Kreuzfahrten des NS-Reiseveranstalters KdF setzten statt auf „Urgermanisches“ auf Befriedigung des Sozialneides und warben mit Slogans wie „Nun sind wir alle Kaiser“. Landgänge und Kontakte zur Bevölkerung des demokratischen Norwegen gab es nicht (Claudia Schallenberg). Die zuvor wegen ihrer Exotik beliebten Saami (Anne Dreesbach u. Max Trecker) verschwanden aus dem Bild. In der Landschaftsdarstellung bediente sich die Plakatwerbung der bereits eingespielten Sprache an Bildklischees, die dramatisiert und anders untertitelt wurden: „Dem Zeitgeist entsprechend war die Natur nun nicht mehr ‚erhaben‘, sondern ‚heroisch‘.“ (Seiler-

Kroll, S. 171). Hätten sie statt des durchgetakteten Bordprogramms Norwegen zu Land erleben dürfen, wäre es diesen Vorkriegsurlaubern ergangen wie den deutschen Besatzungssoldaten. Diesen erschien, wie Ebba D. Drolshagen in ihrem Beitrag zeigt, Norwegen, fern jeder Front, als Urlaubsort. Vorgeprägten Sehnsuchtbildern und dem inzwischen etablierten touristischen Verhaltenskodex unterworfen produzierten die Soldaten Schnappschüsse und Aussichtsphotografien, konnten jedoch gelegentlich nicht umhin, die Kluft zwischen Erwartung und Realität zu notieren.

Zwar hat sich nach 1945 einiges geändert – so erkundet der deutsche Besucher Norwegen heute in der Regel individuell im eigenen PKW –, die Anziehungskraft des Landes aber wird nach wie vor in der imposanten Natur gesehen (Anna-Katharina Wöbse). Dagegen scheint sich der Trend zur Massenveranstaltung, der sich in der Zwischenkriegszeit in den Norwegenfahrten der Reederei Hamburg-Süd angedeutet hatte (Jens Buttgerit), in den sogenannten „Mini Cruises“ auf den Strecken Kiel–Oslo/Kiel–Göteborg und generell im boomenden Kreuzfahrtgeschäft weiter zu entfalten (Jörn Biel). Gerade Kiel ist seit den 1960er Jahren deutlich vom Personen- und Güterfährverkehr mit Skandinavien geprägt (Timo Erlenbusch).

*Nordlandreise* zeigt mit der Reproduktion von Gemälden, Fotografien, Werbeplakaten und -broschüren eindrucksvoll den Blick auf Norwegen, wie ihn seit dem frühen 19. Jahrhundert skandinavische und deutsche Maler, Fotografen und Grafiker verbreiten halfen – sei es als Ausdruck einer bestimmten künstlerischen Stilrichtung oder bewusst im Dienste ökonomischer Interessen. Vor allem spricht der Band durch Bilder – und um Bilder geht es schließlich, im handfesten wie übertragenen Sinn, Bilder der Deutschen von Norwegen, selten einmal wird die umgekehrte Blickrichtung diskutiert (Bernd Henningsen; Drolshagen). Dass sich die einzelnen kurzen Textbeiträge teils stark am faktischen Detail orientieren, ist dem Entstehungskontext geschuldet. Vergleichsweise selten werden Binnenbezüge hergestellt, sodass sich manch spannende Metaperspektive, die das Material nahe legt, erst über die Gesamtlektüre erschließt. Das Buch als Ganzes erfreut mit so informativer Darstellung wie visuell ansprechender Gestaltung.

*Michaela Hanke (München)*