

Leitbild Heimat: Die Rolle der Stadt in der mobilen Welt

Zum Ende jeden Jahres erhalten die Auslandsnagolder¹ einen Brief des Oberbürgermeisters, in dem er aus der alten Heimat grüßt und über wesentliche Ereignisse des Jahres berichtet. Einige Empfänger erwidern mit Berichten über ihr heutiges Leben in der neuen Heimat, dazu mit Erinnerungen an das Städtchen ihrer Kindheit, stets mit Freude und Dankbarkeit, dass sie in der alten Heimat nicht vergessen sind.

Vor einiger Zeit baten wir eine Anzahl beruflich erfolgreicher Nagolder, die meisten außerhalb lebend, über wichtige Erlebnisse und merkwürdige Erfahrungen aus ihrer Jugend in Nagold für einen Sammelband zu schreiben. Die Reaktion war stark, viele und spannende Geschichten gingen ein und die Auflage war schnell vergriffen.

Sind solche Paralipomena der Stadtkultur bloße Nostalgie, kleine Zierpflanzen um das Geschäft, die ein wenig Wärme nach innen und public relations nach außen verströmen? Ist es gerechtfertigt, dafür Personal und Budget einzusetzen? Hat Heimat, dieser «von der Parteien Gunst und Hass verwirrte» Begriff, noch eine starke Bedeutung, eine, die wesentlich ist für das Leben in der Stadt?

Sind die Hauptsorgen der Städte nicht ganz andere? Etwa der laufende Kampf um ausgeglichene Haushalte, um Ansiedlung von Gewerbe und Arbeitsplätzen (oder gegen deren Abwanderung), Bindung verloren gehender Kaufkraft, Ausweisung von Wohngebieten, Altstadtsanierungen, Bewältigung des Verkehrs, Kriminalprävention, Abbau sozialer Spannungen, Management der Schulen, Kampf um Zuschüsse und so fort. Und haben sie nicht, um diese Probleme zu meistern, ein ganz anderes, realistisches Leitbild entwickelt, das *Unternehmen Stadt*?

*Das Unternehmen Stadt –
Paradigma des letzten Jahrzehnts*

Der wirtschaftliche Modernisierungsdruck verlangt auch von den Städten, ihren Betrieb wie ein Unternehmen zu führen. Die Leistungen einer Stadtverwaltung, selbst die hoheitlichen Dienste, werden als Produkte und Kostenträger verstanden. Sogar die Stadt selbst, als Gesamtheit ihres Leistungsspektrums, wird eine Art Produkt, das die Bürger bewer-

ten: Welche Qualität hat sie im Vergleich zu anderen Städten, welchen Nutzen stiftet sie Einwohnern und ansiedelnden Betrieben; wie kann sie diese, Käufern gleich, an sich binden, sodass sie nicht zur Konkurrenz abwandern (Stadt-Marketing)? Das betriebswirtschaftliche Vokabular, für manche Ohren noch befremdlich, hat sich durchgesetzt: Bürger, Unternehmen, Antragsteller sind Kunden, die Stadt sucht sich und ihre Alleinstellungsmerkmale zu vermarkten, sie betreibt Wirtschafts- (genauer: Standort-)förderung, macht Produktentwicklung² und Qualitätsmanagement, arbeitet gemeinsam mit dem Handel an der Qualitäts- und Wertsteigerung von City-Lagen («Citymanagement»), führt die Verwaltung mit Kosten-Leistungs-Rechnung usw.³ Was die neuen Begriffe und Methoden erfassen, ist tatsächlich eine neue, ökonomische Wirklichkeit der Städte. Um erfolgreich zu sein, müssen sie sich als Unternehmen verstehen.

Macht dieses Unternehmens-Paradigma die Stadt aber nicht zur kalten Leistungsmaschine, die alles der Effizienz und dem wirtschaftlichen Ergebnis unterordnet? Gleichen die Einwohner funktionierender Städte dann jener kühlen Spezies, die Max Weber als *Fachmenschen ohne Geist und Genussmenschen ohne Herz* bezeichnete?

*Welche Bedeutung hat für uns der Ort?
Mehr Mobilität – weniger Heimatgefühl?*

Was bedeutet uns der Ort, in dem wir leben? Die globalisierte Welt macht, so scheint es, die Städte zu relativen, fast austauschbaren Orten im Raum. Was ich hier tun kann oder muss, könnte ich auch woanders tun. Und was ich hier nicht, sondern nur an einem anderen Ort tun kann, muss ich deswegen nicht lassen, denn ich bin mobil. Nach welchen Kriterien entscheidet der Investor, an welchem Ort («Standort») investiert er? Rüttelt die Globalisierung der Wirtschaft und der Berufswelt nicht längst am Pathos der Einzigartigkeit des eigenen Wohnorts, und lockert das emotionale Band, das uns an ihn bindet? Was bedeutet es uns, hier zu leben – in dieser Stadt und keiner anderen?

Stellen wir uns Lebenssituationen vor, in denen diese Frage tatsächlich gestellt wird. Situationen der Veränderung, in denen zu entscheiden ist, wo ich

KLOSTER WIBLINGEN MUSEUM IM KONVENTBAU

»MEIN UNVERGESSLICHES
MUTTERSTIFT...«

Ausstellung im 175. Todesjahr
des Wiblinger Klosterchronisten
Pater Michael Braig (1774-1832)

25. Mai - 31. Oktober 2007



Informationen

Vermögen und Bau Baden-Württemberg, Amt Ulm
Telefon 07.31. 502 89 75
www.schloesser-und-gaerten.de



heimattage
BADEN-WÜRTTEMBERG
EPPINGEN 2007
ZWISCHEN FACHWERK UND FORTSCHRITT



Eppingen
Fachwerkstadt mit Pfiff

www.heimattage-eppingen.de

Informationen / Auskünfte zum Jahresprogramm:

Stadtverwaltung Eppingen
75021 Eppingen
Telefon 0 72 62 / 920-0
Fax 0 72 62 / 920-11 70
E-Mail: heimattage@eppingen.de
www.heimattage-eppingen.de

Eintritt frei!

150 Attraktionen –
1 Sparpreis



Innerhalb eines Jahres gültig!

Unglaublich, welche Vielfalt der Schwarzwald zu bieten hat! Erleben Sie mit der **SchwarzwaldCard** über 150 der attraktivsten Ausflugsziele und Attraktionen im gesamten Schwarzwald! Die Karte ist bei allen Attraktionen an drei frei wählbaren Tagen zwischen dem 01.12.2006 und 04.11.2007 gültig. Zudem können zahlreiche ausgesuchte Attraktionen jeweils einmalig kostenfrei auch außerhalb dieser drei Gültigkeitstage besucht werden.

Freier Eintritt oder freie Fahrt bei: • Museen • Erlebnis-, Spaß- und Thermalbädern • Freizeit- und Naturerlebnisparks • Skiliften (inkl. Tagespass beim Liftverbund Feldberg und im Winter bei der Belchen Seilbahn) • Bergbahnen • und vielen anderen Attraktionen.

Egal, ob allein, in der Gruppe oder Familie: **Sie sparen bis zu 60 Euro und mehr!**

Weitere Informationen zur **SchwarzwaldCard**: Schwarzwald Tourismus GmbH
01805/66 12 24 (14 Ct./min) | www.schwarzwaldcard.info



Die SchwarzwaldCard



Die **SchwarzwaldCard** ist in vielen örtlichen Tourist-Informationen sowie in fast allen teilnehmenden Attraktionen erhältlich.

| | SchwarzwaldCard | SchwarzwaldCard Europa-Park* |
|--------------------------------------|-----------------|------------------------------|
| Minis bis 3 Jahre | kostenlos | kostenlos |
| Kinder 4 bis 11 Jahre (übertragbar) | 18,- € | 40,- € |
| Erwachsene ab 12 Jahre (übertragbar) | 28,- € | 50,- € |
| Familien 2 Erw./3 Ki. bis max. 17 J. | 90,- € | 167,- € |

*inkl. 1 Tag Europa-Park

leben will (kann, soll). Wir können auf junge Menschen schauen: Schulabgänger vor der Ausbildung, Ausgebildete vor dem Berufseinstieg oder junge Leute in einer neuen Partnerschaft, auf der Suche nach einer beruflichen Existenz oder einem Aufstieg. Oder auf Menschen in der Phase der Familiengründung, auf der Suche nach Wohneigentum oder Baumöglichkeiten. Oder, später, Menschen in Phasen beruflicher Umorientierung, womöglich Arbeitslosigkeit, nach Trennungen oder Scheidungen, auf der Suche nach neuen Herausforderungen, nach einer letzten Karrierechance oder anderen Gründen eines Neubeginns. Und schließlich auf ältere Menschen: Beim Austritt aus der aktiven Berufstätigkeit, oft verbunden mit der Suche nach neuen Lebensinhalten, beim Tod des Lebenspartners, – auch sie treffen neue Entscheidungen, die nicht selten den Wechsel des Wohnsitzes nach sich ziehen. Es gibt viele solche Lebensmomente, in denen die Frage nach dem richtigen Ort und Platz auftaucht. Früher waren solche Weichenstellungen seltener, in Zukunft wird ihre dichte Folge der Normalfall vieler Lebensläufe sein. Manchmal sind die Veränderungen erstrebt und geplant, oft kommen sie ungeplant und unerwünscht. Das Schlagwort von der mobilen Gesellschaft ist nicht aus der Luft gegriffen.

Sind wir Bürger der mobilen Welt nun tendenziell heimatlose Menschen, solche, denen der Ort, an dem wir den Umständen gehorchend leben, mehr oder weniger gleichgültig wird? Warum sollte das so sein? Wir reden metaphorisch von Verwurzelung und sind doch keine Pflanzen, die keine Freiheit haben, ihren Platz zu verlassen. Mobilität als solche ist weder Grund noch Indiz dafür, dass uns der Ort und das Bleibenwollen nichts bedeuten. Höchstens, dass es noch andere Dinge gibt, die uns auch etwas bedeuten. Unsere Auslandsnagolder zum Beispiel berichten oft mit viel Stolz von ihrer neuen Heimat, doch ist es ihnen wichtig, die Erinnerung an ihre frühere zu bewahren.

Sind Auswanderer eher Leute, die auf Heimat verzichten (können), oder sind es eher Leute, die eine Heimat suchen, und oft auch finden?⁴ Mehr Mobilität – weniger Heimatgefühl: Diese Gleichung sollten wir in Frage stellen.

Wer die Frage nach dem richtigen Ort – dem Ort, an dem er leben will – für sich beantwortet, der entscheidet sich bewusst für das Land, die Gemeinde seiner Wahl. Darin kann die Saat einer besonderen Identifikation mit der erkorenen Gemeinde liegen. Gleiches gilt, wenn man in der Stadt bleibt, in der man (oder weil man in ihr) geboren ist – auch das ist oft eine Entscheidung. Auch der Bleibende ist prinzipiell mobil und könnte sich anders entscheiden.



Wasser ist Leben. Das gilt besonders für Städte. Kinder lieben den 1999 erbauten Fabelbrunnen in der Nagolder Innenstadt.

*Unternehmen Stadt ist nicht die ganze Wahrheit –
Mobile Gesellschaft – immobile Stadt*

Zu den Mobilitätsursachen der jüngeren Vergangenheit wird in der nächsten Zukunft noch ein ganz wesentlicher Verstärker hinzukommen: die demographische Entwicklung. Indem sie geburtsbedingte und verwandtschaftliche Bindungen verringert, wird sie die Neigung noch verstärken, dort hinzugehen, wo man Chancen hat, statt die Chancen (nur) dort zu suchen, wo man schon ist.

Dazu kommt, dass die Städte und Gemeinden selbst um Zuzug und Einwohner werben – im Wettbewerb um mobilitätsbereite Bürger. Sie müssen es tun, wenn sie ihre gewachsene Infrastruktur, die gewohnte Lebensqualität, ihre Einnahmen und ihre Wirtschaftskraft unter den demographischen Veränderungen bewahren wollen.

Diesem Zwang gehorchend, begreifen sie die gestiegene Mobilitätsbereitschaft als Chance, die sie zu ihren Gunsten nutzen wollen. Mobilität resultiert also nicht nur aus dem Verhalten der Bürger, sondern auch aus der Politik der Städte selbst. Ihr Wettbewerb selbst treibt dessen Schwungrad weiter an, – obwohl der Kuchen der Verteilung nicht größer wird, im Gegenteil. Und damit vermehren sich wiederum die Optionen der mobilen und umworbenen Bürgerinnen und Bürger. Das Internet ist ein kongeniales Medium dieser Veränderungen. Wo finde ich einen schönen Bauplatz, gute Kindergärten und Schulen, wie sieht das Kulturangebot aus im Vergleich, wie die Einkaufsmöglichkeiten, wie schnell bin ich auf der Autobahn und überhaupt – welchen Gesamteindruck macht mir die Gemeinde?



Zwischen Bergen, entlang der Flusstäler von Nagold und Waldach, hat sich Nagold im Laufe der Jahrhunderte zu einem städtischen Zentrum im ländlichen Raum entwickelt.

Leicht kann ich den Kreis der Möglichkeiten größer oder kleiner ziehen.

Wo sich die Möglichkeiten erweitern, der Entscheidungszwang daher verstärkt, wo die Qual (oder Lust) der Wahl an die Stelle fester Gewohnheiten und Lebensbahnen tritt, dort werden die Menschen gezwungen abzuwägen, Vor- und Nachteile, Nutzen und Kosten zu vergleichen. Steigerung der Mobilität – Vergrößerung des Entscheidungsraums – Zwang zu wirtschaftlicher Bewertung: Das ist die logische Kette der Ökonomisierung. Mit ihr stellen sich auch für Städte jene Begriffe und Bilder ein, die das ökonomische Newspeak aufschnappt. Man mag die «Ökonomisierung des Lebens» bedauern, man mag sie innerlich ablehnen, – entziehen kann man sich ihr kaum.

Um die Rolle und die Möglichkeiten der Stadt zu verstehen, muss man noch einen weiteren Sachverhalt beachten. In einer Welt der Mobilität bleibt die Stadt selbst – immobil. Während die Menschen ihren Arbeitsplatz, ihren Wohnort, ja ihren Partner wechseln können, während Unternehmen (und sogar Behörden) ihre Standorte verlagern und ihre geschäftlichen Aktivitäten in andere Räume ausdehnen können, besteht diese Möglichkeit für die Gemeinden nicht. Sie behaupten sich, wachsen, blühen und gedeihen (oder auch nicht) immer am glei-

chen Ort, und auf ihn beschränkt. Schon das macht eine Stadt zu einem besonderen Wesen. Es mag in vielem mit einem Unternehmen, einem Produktportfolio oder einer gemanagten Marke verglichen werden und sich selbst damit vergleichen. Spätestens hier, bei der fundamentalen Immobilität, beginnt der Vergleich zu hinken.

Deshalb trifft auch das Unternehmens-Paradigma nicht die ganze Wahrheit. Es hat viel Richtiges, und kommunalpolitische Entscheidungen können es nur bei Strafe gravierender Nachteile ignorieren. Kommunalpolitik bewegt sich nun einmal im Wettbewerb. Hinter ihn zurückfallen, darf sie nicht, doch muss sie in langfristiger Perspektive darüber hinausgehen.

Es gehört zu den elementaren Lektionen der Volkswirtschaftslehre, dass in der Regel das mobile Kapital (das meistens mehr Optionen hat) das immobile bewertet. Daher scheinen Städte, als immobiles Kapital, vorzugsweise Objekt wirtschaftlicher Entscheidungen zu sein. Sie müssen deshalb in der wettbewerbsgeprägten Welt besondere Anstrengungen machen, um auch Subjekt wirtschaftlicher Entscheidungen zu sein – ihrer fundamentalen Immobilität zum Trotz. Gemeinden, die das noch nicht erkannt haben, werden es früher oder später unliebsam erfahren. Auch Erkenntnisse haben ihre Zeit und

können sie verfehlen. Ihr Wert ist oft schon geschrumpft, wenn der letzte sie vollzogen hat. Wenn die Gestirne des Wandels weiter ziehen, werden die ersten sich schon auf neue Lagen und Herausforderungen vorbereitet haben. Nicht selten sind es die Pioniere früherer Modernitätskonjunkturen, die Gefahr laufen, in trunkener Verliebtheit in die alten Erfolge zu verharren.

*Stadt als Qualität, Immobilität als Stärke –
Sinn von Heimat: nicht Herkunft, sondern Destination*

Was wird der weitere Wandel bringen? Dazu braucht es keinen Fernblick in die Tiefe des Raums und der Zeit. Wir finden die Antwort in der eigenen Gegenwart, wenn wir nur ein wenig unter die ökonomische Schicht blicken. Jede Gegenwart blendet sich ja immer selbst ein wenig und dramatisiert ihre Oberfläche. Was das ökonomische Stadt-Paradigma übersieht, ist gerade unser Thema: Die Stadt ist Heimat der Bürgerinnen und Bürger und soll es im Wechsel der Zeiten bleiben. Heimat ist ihre Qualität, die die Immobilität sogar zu einer Stärke, das ökonomische Handicap zur urbanen Tugend wendet. Das ist ihr zeitloser Grundcharakter und daher Richtschnur guter Kommunalpolitik. Darum haben starke Städte alle «mobilen Bewertungen» – Wirtschaftskrisen, Plünderungen, Eroberungen, Zerstörungen, Besatzungen, Völkerwanderungen – überdauert. Auch wenn nur die Kathedrale stehen blieb. Oder selbst die nicht. Auch eine Frauenkirche kann wieder aufgebaut werden – und stiftet dann vielleicht noch mehr Identität als zuvor.

Die täglichen Herausforderungen der Kommunalpolitik zwingen ihren Blick auf den Wettbewerb,

auf die anderen (unternehmerisches Benchmarking). Stadt als Heimat richtet ihren Blick auf sich selbst, auf ihre Identität, auf das grundsätzlich nicht Vergleichbare in ihr. Und genau das wollen und suchen auch die Bürger! Bei allem Blick über die Grenzen, bei allem Internet-Surfen, die Bürger suchen ihre Heimat in der Stadt. Nochmals: Beides ist nötig. Die ökonomische Oberfläche des kommunalen Handelns ist kein Scheinphänomen, sondern harte Wirklichkeit. Sie nimmt historisch zu wie Sediment auf dem Urgestein. Das Urgestein aber ist die Heimat. Das wissen wir seit dem Alten Testament und damals waren die Leute auch schon mobil.

Heimat ist in den Zeitläuften sehr unterschiedlich verstanden, auch missbraucht und ideologisch aufgeladen worden. Das Wort trägt eine Geschichtslast, die für manchen zu schwer ist; mit der Folge, dass die Alltagssprache diese Bürde lieber meidet. Noch flackert sein Sinn zwischen dem bescheidenen, deskriptiven Sprachgebrauch der Heimatvereine und einem mehr polemischen Gebrauch im Diskurs der Vertriebenenverbände. Der Rest der Sprachgemeinschaft nähert sich dem Wort gleichsam mit spitzen Fingern, ungelent. Man mag es scheuen oder heimlich lieben, es geht nicht flüssig und geläufig von den Lippen. Doch ist der Begriff alles andere als verbraucht. Bis heute ist er in der deutschen Sprache nicht ersetzbar und auch durch andere Wendungen kaum umschreibbar. Wir brauchen ihn einfach. Ein Begriff, der nicht ersetzbar ist, verdient es, dass wir ihm frei und selbstbewusst wie einem unbescholtenen Ehrenmann begegnen.

Unsere Heimat kann mit dem Ort unserer Geburt zusammenfallen, sie muss es aber nicht.⁵ Ort der Geburt ist zunächst ein bloß formales Merkmal. Eher schon könnte es um den Ort unseres Aufwachsens gehen, der tatsächlich etwas Unwiderrufliches für uns hat, die Kindheit und den Kosmos der Jugend, in den wir nun einmal nicht zweimal tauchen können. Doch ob der Kindheitsort unsere Heimat bleiben kann, entscheiden andere Dinge und Qualitäten als die Kausalität der Geburt.

Gerade der romantische Heimatbegriff ist viel ambivalenter, außer dem Verweis auf den Ort der Herkunft enthält er den Bezug auf den Ort der Sehnsucht – den Ort, an dem man sein und bleiben will. Und selbst die Herkunfts-Heimat erhält ihre Aura und ihren Glanz regelmäßig erst aus der Fremde, in der sie abwesend ist. Im Heimweh meldet sie sich am stärksten. Die Kraft der romantischen Heimat liegt in der Idee von Heimat. Sie zieht mehr hin, als dass sie festhält. Mignon lässt grüßen. Auch die Handwerksburschen des 18. und 19. Jahrhunderts sehnten sich nach ihr wie nach einem Ziel ihres



Shopping im Kulturdenkmal – moderne innovative Geschäfte und alte Stadthäuser sind kein Widerspruch.

Lebens. Bis sie in einer fremden, freien Stadt die Meistertochter gewinnen konnten, mit ihr Familie, Kinder, Existenz, Sitz und Stimme in der Zunft. Und auch bei Rückkehr in die alte Heimat war es nicht viel anders, wenn die Wanderung gelungen war.

Der destinatorische Sinn⁶, nicht der herkunftskausale, scheint der starke und tiefe Sinn von Heimat zu sein. Er ist es, interessanterweise, der den Begriff so modern macht – stark und passend für unsere mobile Gesellschaft der Gegenwart.⁷

*Heimat in Stadt und Gemeinde –
«ohne weiteres mitreden können»*

Kein anderes Wort kann uns treffender den Ort und Raum bezeichnen, der von allen Orten unserem Inneren, in Leib und Seele am vertrautesten ist und am nächsten steht. Warum ist das so? Was gibt er uns? Heimat ist der Ort, wo wir

- dazu gehören;
- uns auskennen;
- ohne weiteres mitreden können;
- als Nachbar und Bürger geachtet sind;
- auskömmlich und gut leben können;
- Freunde in der Nähe haben;
- neue Freundschaften schließen können;
- uns Gruppen Gleichgesinnter anschließen; Mitglied in einem Verein werden; auch wieder austreten können;
- den lokalen Festkalender griffbereit haben;
- unsere Kinder erziehen, wo sie gedeihen können;
- von allen anständig behandelt werden;

- uns mit allem Wichtigem (und auch einigem weniger Wichtigem) versorgen können;
- in schwierigen Lagen Verständnis und Hilfe finden;
- erfahren, dass man selber etwas tun kann, dass sich Anstrengung lohnt;
- die Schönheiten des eigenen Ortes sehen (und anderen zeigen können);
- Erinnerungen sammeln und erzählen können;
- Größe und Tradition erkennen, mit ihren Zeugen und Monumenten, und sie auswärtigen Freunden erklären können;
- auf große Menschen, die hier vor uns gelebt haben, verweisen können;
- eine Portion Stolz, hier zu leben, nicht ganz verleugnen können;
- gelegentlich für einen guten lokalen Zweck spenden;
- kritisieren können, ohne schief angesehen zu werden;
- bleiben wollen.

Das sind nur Facetten des Begriffs Heimat. Sie füllen ihn nicht aus wie ein Ölgemälde, zeichnen ihn eher bruchstückhaft wie ein Lochbildchen, auf dessen Linien wir, wenn wir sie weiter ziehen, immer mehr entdecken, wie wir auch als Bürger unsere Heimat selbst, etwa wenn wir sie unseren Kindern zeigen, immer weiter erschließen. Dabei geht es nicht darum, abschließend gültig zu bestimmen, was Heimat ist – solche Versuche führen eher zu den Verengungen, die den Begriff belastet haben.



Nagold: Der Vorstadtplatz – ehemals Verkehrsknotenpunkt – lädt heute zum Bummeln, Verweilen und Flanieren ein. In der Neujahrsnacht ist er ein beliebter Treffpunkt.



Hoch auf dem Schlossberg steht das Wahrzeichen der Stadt: die Burg Hohennagold. Sie ist das steinerne Zeugnis Nagolder Stadtgeschichte.

Mobilität nimmt der Heimat nichts von ihrer Bedeutung. Sie erschließt sie uns vielmehr, und dabei sind wir kritische Subjekte.⁸ Ein Ort, eine Stadt, ein Raum, der unsere Heimat sein soll, muss uns etwas zu bieten haben.

Heimat gehört zum guten Leben⁹ – ich nehme diesen Ausdruck von den antiken Philosophen, vor allem von Aristoteles und der Stoa, die um ihn ihre ganze Ethik bauten, die im Kern eine urbane Sittenlehre war. Auch das macht Heimat von einem Schicksalsbegriff, wie er so raunend wie hohl gelegentlich forciert wurde, zu einem Qualitätsbegriff.

Welche Qualitäten machen eine Stadt zur Heimat?

Zum Beispiel historisches Erbe und aktive Bürgerschaft

Auch hier gibt es keine abschließende Antwort, doch lassen sich meines Erachtens drei Qualitätsbereiche unterscheiden. Erstens braucht eine Heimatstadt eine gewisse Vielseitigkeit, ja Vollständigkeit.¹⁰ Sie sollte bieten, was man zu einem guten Leben braucht: eine gute Wohnung, gute Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen, Kinderbetreuung von klein an, dem vernünftigen Bedarf entsprechend flexibel. Gleichfalls wichtig sind Arbeitsplätze, der Ort soll auch ein Wirtschaftsort sein, in der Heimatstadt soll man auch Geld verdienen und Karriere machen können. Natürlich muss man sich mit seiner Familie versorgen können. Was wäre eine Heimat, der man erst den Rücken kehren muss, um einzukaufen? Sie soll eine vollständige Versorgung bieten, neben dem

Nötigen auch das Besondere und Exquisite – auch das trägt zur Heimatlichkeit einer Stadt bei, auch wenn man es sich nur selten leisten kann.¹¹

Signum einer Heimatstadt ist (idealerweise) das lebendige Stadtzentrum, das zugleich Handels-, Aufenthalts- und Begegnungsort, auch Bühne für Ereignisse (Feste, Umzüge, Sportevents, Demonstrationen) ist. Eine Heimatstadt wird Wert auf guten Städtebau und auf das Stadtbild legen. Dazu gehört die Pflege des historischen Erbes, auch seine selbstbewusste Präsentation und, selbstverständlich, die Bewahrung von Umwelt, Landschaft und Natur. Freizeitmöglichkeiten, auch in der Umgebung, gehören ebenso dazu wie ein Kulturangebot in einem Umfang, den der einzelne nicht ausschöpfen kann, so dass er aus der Fülle wählen kann. Bietet die eigene Gemeinde nicht alles, dann ist es jedenfalls gut, wenn die Lücken – z.B. höhere Schulausbildung, umfassende Versorgung, qualifizierte Arbeitsplätze – in der näheren Umgebung geschlossen werden können.

Eine zweite Qualitätsbestimmung, der ein zeitgemäßer Begriff von Heimat genügen muss, lautet: Sie muss offen und inklusiv sein: Heimat für alle. Nicht nur für die Alteingesessenen. Auch für die, die neu in sie gezogen sind – sie sind ja, nota bene, bewusst aufgrund eigener Entscheidung in sie gezogen. Und für alle, die noch kommen werden. Gerade sie sind ein Spiegel, in dem sich zeigt, welche heimatschaffende Kraft eine Stadt besitzt. Nicht selten sind es gerade die zugezogenen Bürger, die nach einigen

Jahren, in denen sie Vertrauen gewonnen und Anerkennung gefunden haben, zu den öffentlich und ehrenamtlich besonders aktiven Bürgern werden. Dazu gehört auch die soziale Integration – Aufmerksamkeit auf Menschen, die von Marginalisierung bedroht sind, Pflege sozialer Netzwerke und Dienste. Eine Stadt, die nicht Heimat für alle sein will, wäre es tendenziell für niemanden.

Schließlich zeichnet sich eine Stadt als Heimat durch eine aktive Bürgerschaft aus, die die private Sphäre überschreitet und so die gesellschaftliche Öffentlichkeit von Vereinen, Kirchen, Bürgerinitiativen, Ehrenämtern bildet, sich im Mäzenatentum oder in der Kommunalpolitik engagiert. Aktivität ist hier nichts anderes als eine praktisch gewordene Reflexivität: Bürger begreifen die Stadt als ihre eigene, sprechen in der ersten Person Plural von ihr und wollen sie wie etwas Eigenes auch für ihre Nachkommen bewahren. Sie schalten sich kraft dieses urbanen Selbstbezugs öffentlich ein, sind bei wichtigen Anlässen dabei, helfen, wenn es nötig ist, informieren sich, machen Vorschläge und kommunizieren über ihre Stadt.

Gerade die mobile Gesellschaft entdeckt den Heimatbegriff neu, weil sie das Bedürfnis nach Heimat steigert. Die Meinung, Mobilität schwäche dieses Bedürfnis nach Heimat, hat noch nie gestimmt. Jeder Matrose und jeder Hollywoodstar, jeder Montagearbeiter und jeder Fußballprofi können das bestätigen. Das Leitbild Heimat opponiert nicht gegen die mobile Gesellschaft, es ist die folgerichtige Antwort auf sie. Mit den (idealisierten) Kriterien heimatlicher Integrität – funktionale Vollständigkeit, soziale Inklusivität und aktive Bürgerschaft – löst sich auch der vermeintliche Gegensatz des Heimatbegriffs zum eingangs erläuterten Unternehmens-Begriff der Stadt auf. Sobald Heimat sich vom engen und dunklen Schicksalsbegriff emanzipiert zum umfassenden Qualitätsbegriff, zeigt sich, dass zum guten Heimatort auch gute Leistungen gehören. Nachhaltiges Wirtschaften, effiziente Dienste und finanzielle Solidität gehören eben auch zur Heimat, und dafür ist das Unternehmen Stadt verantwortlich. Das Unternehmen Stadt kann nicht gegen das Leitbild Heimat streiten, sondern kann es nur ergänzen, muss sich dem Leitbild Heimat also unterordnen.

Der Heimatbegriff hat für die Städte Bedeutung, und die nimmt zu. Doch Heimat ist kein Titel und kein Herkunftsname, der in unserer Geburtsurkunde steht. Sie ist die magnetische Kraft eines Ortes, uns Bürger einer mobilen Welt in ihm zu sammeln, uns anzuziehen und uns anzuregen, uns zu ihm zu bekennen. Diese Kraft kann wachsen, und sie kann verloren gehen.

ANMERKUNGEN

- 1 Ehemalige Einwohner der Stadt, die heute – oft seit Jahrzehnten – im Ausland leben.
- 2 Gegenwärtig etwa in der Kinderbetreuung zu beobachten, die moderner und flexibler wird.
- 3 In Nagold seit 1994 mit den ersten Budgetierungen und der Gründung des Stadtmarketings, dann dem Bürgeramt und der ersten Wertanalyse im Baurechtsamt (1995), dem Produkt(gruppen)haushalt (1998), denen viele weitere Schritte bis zur Zertifizierung, zum Beschwerdemanagement, zum Gebäude- und Immobilienmanagement und zur Einführung von Leistungsprämien folgten, ein dichter Veränderungsprozess, der mit dem bevorstehenden Übergang zur doppischen Buchführung keineswegs abgeschlossen sein wird.
- 4 Die Antwort, die wir auf diese Frage geben, steuert, bewusst oder unbewusst, unsere Einstellung zu den Migranten in unserem eigenen Land.
- 5 Vgl. hierzu Walter Kilian, Heimat als private und öffentliche Aufgabe, in: Schwäbische Heimat 2006/2, S. 142–144.
- 6 Der destinatorische Heimatbegriff hat eine ehrwürdige Tradition. Schon im Alten Testament liegt sein emphatischer Sinn nicht auf der Herkunft, sondern auf dem Ziel: «... das Land, das ich dir zeigen will». Die Heimat ist für das von Moses geführte Volk Israel, wie schon für den Urvater Abraham, zunächst unbekannt und nur versprochen: das gelobte Land, Land, das verheißen ist. – Die christliche Tradition schließt sich hier an, nicht von ungefähr ist im Pietismus selbst der Tod ein Heimgang.
- 7 Bei einem streng herkunftskausalen Heimatbegriff müsste Heimat – als realer Lebenssachverhalt – tendenziell zum Auslaufmodell werden. Was bliebe, wäre Heimat als Erinnerung, letztlich Nostalgie. Sind dagegen Integration, Identifikation und Zukunftschancen begriffskonstitutiv, dann öffnet sich ein großer Horizont. Heimat wird zum Projekt, zu dem wir beitragen können – im Land, in der Stadt, in der Kirchengemeinde, im Verein, in der Schule, der Nachbarschaft. – Wo die Nachbarn geboren sind? Das Gewicht dieser Frage wird sich dann auch ergeben.
- 8 Betrachteten nicht Goethe und Schiller schließlich Weimar als ihre Heimat, nicht Frankfurt und Marbach? – Zwei mobile Geister in einer sonst noch nicht so mobilen Gesellschaft.
- 9 Ubi bene, ibi patria wird leicht als eine zu oberflächliche, frivole Einstellung missverstanden. Mag sein. Ihr fehlt die dunkle Schwere des vaterländischen Appells. Sie ist ein innerer Monolog in impliziter Ich-Form, heiter auch durch Klang und Rhythmus. Und sie hat einen wahren Kern: Sie betont einen Austausch, eine Gegenseitigkeit, die Balance eines Gebens und Nehmens.
- 10 Dieses Kriterium stellt eine negative Abgrenzung gegen Stadtkonzepte der Vergangenheit dar, die damals freilich für modern gehalten wurden: Städte könnten sich auf Teilfunktionen beschränken, die sie gleichsam arbeitsteilig erledigen (etwa die Charta von Athen Le Corbusiers, die heute eher berüchtigte Städtebaubibel der Nachkriegszeit). So haben sich viele Städte darauf eingelassen oder damit abgefunden, vor allem Wohnorte zu sein, von denen die Bürger wegwandeln, um ihrer Arbeit nachzugehen. Daneben gibt es Gewerbe- und Industriestädte, aus denen Bürger, die es sich leisten können, lieber in die Umgebung ziehen, wo «es sich besser leben lässt». Die Folgeprobleme der Entmischung sind bekannt, wie auch in Städten mit Bezirken, in denen nur Einheimische, und solchen, in denen nur Migranten wohnen. Oder Ferienorte, die ihre Attraktivität für Besucher den Bedürfnissen ihrer Bewohner überordnen müssen. Für eine Heimatstadt ist das zu wenig. Solche Funktional-Städte werden auch die Bürger nur funktional wahrnehmen und sich kaum mit ihnen identifizieren.
- 11 «Stadt ist, wo die schönen Geschäfte sind» – eine treffende Begriffsbestimmung des Nestors der Landesgeschichte Hansmartin Decker-Hauff (Vortrag zur 1200-Jahr-Feier der Stadt Nagold, 1986).