

Ber. z. dt. Landeskunde	Bd. 66, H. 2, 1992, S. 303—333	Trier
-------------------------	--------------------------------	-------

Günter HEINRITZ, München

Regionsbewußtsein in der Hallertau

I. Einführung

Räume sind niemals „durch die Wirklichkeit“ vorgegeben. Sie sind vielmehr stets „gedankliche Zusammenfassungen“. Man muß das betonen, denn der Versuchung, Räume zu ontologisieren, sind in der Vergangenheit viele Wissenschaftler erlegen. Geographen zumal hatten eine ausgeprägte Neigung zur Reifikation von Raumbegriffen und zur Hypostasierung von Räumen. Das hat viel Verwirrung gestiftet. Es ist klar: ein chorischer Raumbegriff mit seiner mechanisch geometrischen Tradition gibt eben nur für physisch-materielle Gegebenheiten, nicht jedoch für soziale ein geeignetes Referenzschema ab. Es sind aber stets Raumabstraktionen, die für gesellschaftliche Teilsysteme wichtige kommunikative Funktionen erfüllen.

Solche Abstraktionen verdanken sich nicht sich selbst. Sie haben immer einen Urheber, der aus seinen Interessen heraus handelt und mit seinem Handeln gewollte, aber auch nicht intendierte Wirkungen erzielt. Das gilt grundsätzlich für alle Räume. Daran zu erinnern ist sicher im Zusammenhang mit der Regionalbewußtseinsforschung angebracht, denn gerade sie hat ja — in Reaktion auf Erfahrungen mit der Gebietsreform — einer technokratisch-seelenlosen Planungspraxis gegenüber an der Überzeugung festgehalten, es sei unverzichtbar zu fragen, welches Verhältnis denn die Bevölkerung selbst zu ihrem Raum habe (SCHÖLLER 1984, 32). Demgemäß waren für sie vor allem solche Fälle von Interesse, in denen Bürger den „verordneten“ Räumen der Gebietsreform die Akzeptanz verweigert und sich offenkundig anderen Räumen zugehörig gefühlt haben. Diese anderen Räume konnten nur allzu leicht als „nicht gemacht“ gelten. Interpretationsmuster dieser Art liegen jedenfalls seit der Romantik bereit. Vorstellungen vom organisch gewachsenen, „natürlichen“ Raumindividuum bieten den Ansatzpunkt für eine Argumentation, die darauf hinausläuft, daß solche Räume eben aufgrund ihrer Natürlichkeit bevorzugt zu berücksichtigen seien, daß sie also den neu geschaffenen Räumen, die dann gerne als „künstliche Raumgebilde“ diffamiert worden sind, offenkundig und unzweifelhaft überlegen seien.

Tatsächlich ist eine solche Argumentation in der Diskussion um die Gebietsreform gerne benutzt worden, und meist bot dabei der Rückgriff auf die Geschichte

alle Belege, die man gesucht und gebraucht hatte, um jede beliebige Lösung von Raumzuschnitten zu legitimieren. Es war und ist dasselbe Muster, nach dem schon im 19. Jahrhundert etwa das Haus Wittelsbach dem neuen Königreich Bayern Legitimation und Identität zu verschaffen bemüht war. Die damals in Umlauf gesetzten Geschichten, zum Beispiel die Behauptung von dem zur Völkerwanderungszeit nach Bayern eingewanderten Stamm der Bayern, als historisch falsche Geschichten zu entlarven, hat seriösen Historikern in der Folge viel Arbeit gemacht, ihnen aber auch zu manchem Erfolgserlebnis verholfen.

Nicht nur die Herrschenden bemühen sich dieser Art um regionales Identitätsraum-Management, die regionale Opposition tut das nicht minder. Und es sind keineswegs nur politische Täter, die in der klassischen Gewanddrapierung „regionaler“ Interessen sehr oft ganz konkrete, partikuläre Egoismen verbergen und befördern wollen. Ein Blick in manches Alpental zeigt, wie unbedenklich dort in Reaktion auf die Nachfrage des Massentourismus eine folklorisierte Regionalkultur produziert worden ist, die Tauschwert in der Fremdenverkehrs- und Unterhaltungsindustrie gewinnen konnte (HARD 1987). Aber auch dann, wenn der berühmte *homo zillertaliensis* als Produkt des Tourismus-Marketings entlarvt oder die Funktion identitätsstiftender Geschichten im politischen Raum durchschaut worden ist, kann das Thema nicht als erledigt beiseite gelegt werden. Wichtiger als solches Enttarnen ist zweifellos die Frage, unter welchen Bedingungen Raumabstraktionen eigentlich erfolgreich sind. Das heißt vor allem zu fragen, wie sie genau funktionieren. Hier bietet sich für die Forschung noch ein weites Aufgabenfeld.

An Versuchen, neue Raumbegriffe einzuführen oder vorhandene für sich zu besetzen, fehlt es jedenfalls heute weniger denn je. Wie erfolgreich solche Versuche sein werden, wird erst die Zukunft erweisen. Um die These, daß Regionalbewußtsein sich keineswegs einem Prozeß der Selbstzeugung verdankt, empirisch prüfen zu können, greift man aber wohl besser auf Beispiele zurück, die schon eine gewisse „Laufzeit“ hinter sich haben. An ihnen läßt sich nämlich dann auch erweisen, daß eine Region bzw. Regionsbewußtsein nicht einmal initiiert und damit ein für alle Mal „gemacht“ sind, sondern ihre Erzeugung eine „unendliche Geschichte“ darstellt, das heißt einen Prozeß, der weder einsträngig-linear verläuft noch jemals abgeschlossen sein wird.

Wir wählen im folgenden die bayerische Hallertau als Beispiel, um die Generierung einer Region zu untersuchen. Dabei werden wir zum einen die „Macher“ zu identifizieren haben, also jene Akteure, die fähig und willens sind, (manipulativ) die Erzeugung bzw. Modifizierung einer Region zu betreiben bzw. dem geschaffenen Konstrukt Region bei der Bevölkerung Akzeptanz in Form von Regionsbewußtsein (als Gefühl subjektiver Zugehörigkeit zu dieser Region) zu verschaffen. Zum anderen interessieren uns die Methoden bzw. Instrumente und Übertragungsmedien, die bei der Generierung bzw. der Manipulation von Regionsbewußtsein im Spiele sind. Schließlich soll an diesem Beispiel auch noch der Frage nachgegangen werden, welche Veränderungen das räumliche Bezugsfeld des regionsbeschreibenden Terminus aus welchen Gründen erfahren hat, und für wen dies ggf. welche handlungsrelevanten Konsequenzen hatte.

II. Das Untersuchungsgebiet

Die Wahl des Untersuchungsgebietes fiel nicht von ungefähr auf die Hallertau, der Welt größtes Hopfenanbaugebiet, in dem im Jahr 1991 auf 17 360 ha Anbaufläche mit 540 000 Zentner rund 1/5 der gesamten Welt-Hopfenernte produziert worden ist. Für deren Wahl sprach zunächst einmal die Tatsache, daß die Hallertau weder eine naturräumliche Einheit, noch je die offizielle Bezeichnung für ein historisches Territorium gewesen ist. Vielmehr war und ist sie bis heute von vielen politischen, kirchlichen und anderen Grenzen durchschnitten, die im Laufe der Geschichte zwar immer wieder einmal in ihrem Verlauf verändert worden sind, aber die Hallertau niemals umschlossen haben.

Es nimmt deshalb nicht wunder, daß der Raum, der als „Hallertau“ bezeichnet worden ist, im Laufe der Geschichte mehrfach seine Ausdehnung und Gestalt verändert hat. Faßt man die diesbezüglichen Befunde der Namensforschung zusammen, so kann man davon ausgehen, daß sich der Geltungsbereich des Namens Hallertau zunächst nur auf einen Wald nahe Hirschbach, einem Dorf nördlich der Amper bei Kirchdorf, erstreckt hat (s. WEH 1982, 257).

Der Name hat sich dann auf die Umgebung ausgedehnt und erstreckte sich etwa auf den Bezirk des alten Landgerichtes Moosburg, wie er vor 1802 abgegrenzt war. Mainburg als eigenes Pfleggericht lag damals also außerhalb des vom Volksmund „Hallertau“ genannten Gebietes. Im Rahmen der Änderung der Landgerichtseinteilung Anfang des 19. Jahrhunderts kommt nun die Herrschaft Wolnzach vom Landgericht Moosburg zum Landgericht Pfaffenhofen, und damit findet die ungefähre Entsprechung des als Hallertau bezeichneten Raumes mit dem Gebiet des Landgerichtes Moosburg ihr Ende, eine sicherlich nicht unwichtige Voraussetzung dafür, daß sich der Name Hallertau allmählich mit anderen Inhalten füllen konnte (s. GRAF 1975, 5). Bis dahin hatte der Name Hallertau (in unterschiedlichen Schreibungen wie Hallertaw, Halbertau, Harrertau, Hollertau, Holledau etc.) in keiner Weise in Beziehung zu Hopfenkulturen gebracht werden können. Der Hopfen breitet sich ja erst in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts im Raum Wolnzach, Au und Mainburg aus, und nun erst beginnt sich der Name Hallertau allmählich mit dem Hopfenanbau zu verbinden.

Für die Wahl der Hallertau als Untersuchungsgebiet sprach noch eine zweite Überlegung. Wir haben es hier nämlich mit einem Raum zu tun, für den ein völliger Umschwung seines Fremd- und seines Eigenimages gut belegt ist. Als „Schelmenland“ genoß es früher einen so schlechten Ruf, daß es, wie Wilhelm Heinrich RIEHL 1869 schreibt, dem fremden Wanderer hier erging, „wie in so vielen rauen oder armen volkstümlich benannten Gegenden: wenn er im Lande nach der Holledau fragte, so ward er vom Pontius zum Pilatus gewiesen, von einem Teil zum anderen; und die Hollerdau war nirgends zu finden“ (S. 103) (zitiert nach SCHÖLLER 1988, 271).

„Hallertauer“ galt als Schimpfname. So berichtet etwa REINDL (1914), daß es noch um 1825 auf den Märkten von Wolnzach regelmäßig zu Raufereien gekommen sei, wenn die „Hanfpumser“ genannten Ilmtaler die Wolnzacher mit „Hallertauer“ betitelten. Räubergeschichten vom Gump und vom Gänswürger

(„es warn amoi zwoa Raubersgellen drunt in der Holledau“) und insbesondere von Pferdediebstählen („Holledauer Schimmel“) haben sich — heute in volkskundlicher Literatur und Heimatbüchern regelmäßig zitiert — aus jener Zeit gehalten, obwohl der Umschwung zum positiven Image schon von Wilhelm Heinrich RIEHL beobachtet worden war: „Seit der Hallertauer Hopfen kursfähig auf der Börse geworden ist, fragt man nicht mehr vergebens nach der Holledau. Im Gegenteil, Orte, welche entschieden niemals hierher gehörten, wollen auch jetzt in der Holledau leben. Sie wächst mit ihren Hopfenpreisen.“ (S. 103)

In der Tat bewirkten die Einführung der für die Hopfenvermarktung wichtigen Siegelbezirke ab 1834 und vor allem die Bayerische Verordnung vom Juli 1930 (§ 4) zum Vollzug des Hopfenherkunftsgesetzes vom 8. 12. 1929, in dem die Festlegung der Hopfenanbaugebiete in Bayern gesetzlich gefordert wird, für die Hallertau zwei wichtige Veränderungen:

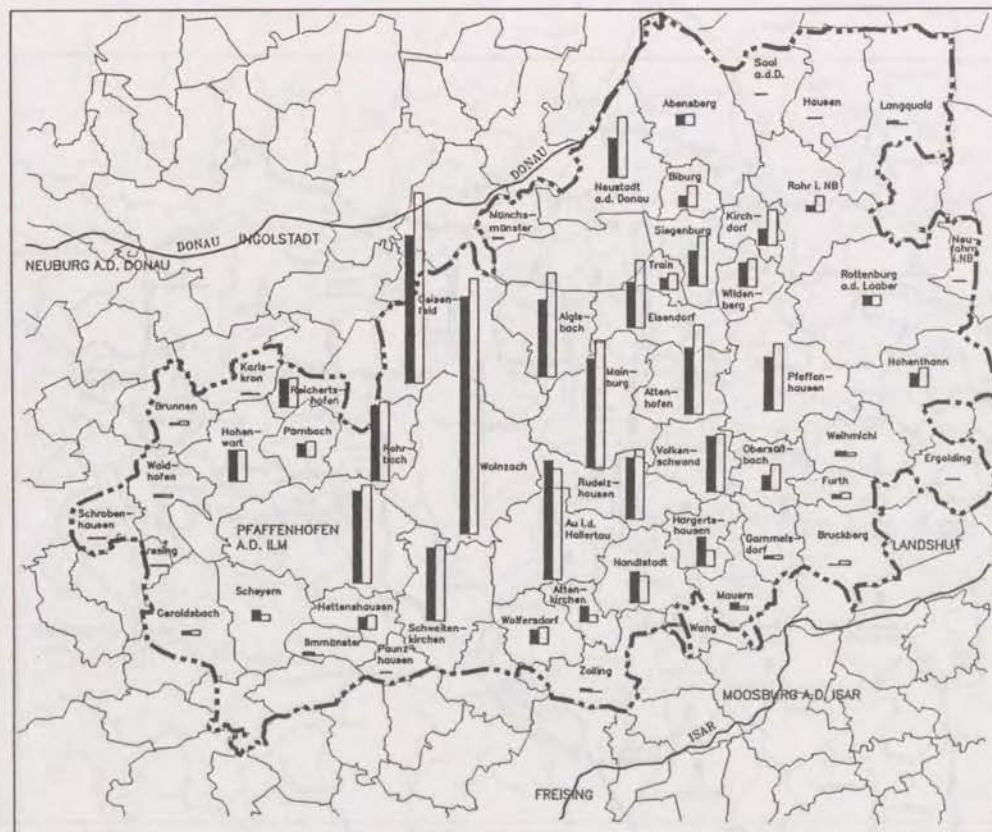
Zum einen bekam der vordem eher mit negativen Assoziationen besetzte Raumname einen positiven Klang: sich zur Hallertau rechnen zu können, bedeutete für die Hopfenbauern, (d. h. für die große Mehrheit der dort lebenden Haushalte) einen massiven ökonomischen Vorteil. Zum anderen verlor die Hallertau die Vagheit ihrer Abgrenzung: die Siegelbezirksgrenzen legen linienhaft eindeutig fest, aus welchem Gebiet „Hallertauer Hopfen“ kommt. Damit hatte ein langes Ringen um die Ausdehnung des Raumes, den der Name Hallertau bezeichnen sollte, sein Ende gefunden. „Daß dieses Gebiet gerade nicht mit den Grenzen eines politisch-herrschaftlichen oder eines Verwaltungsbezirkes zusammenfiel, hat dabei den an der Ausweitung des Begriffes interessierten Gruppen (Hopfenhandel!) die Übertragung und Festlegung nach handelspolitischen Grundsätzen (Siegelbezirke) wesentlich erleichtert“, konstatiert der Historiker KETTNER (1975, 25), der diese wirtschaftlichen Interessen sehr detailliert belegen kann.

Die faktische Gleichsetzung des durch das Hopfensiegelrecht privilegierten Raumes mit „der Hallertau“ ist für die Entwicklung der regionalen Identität von entscheidender Bedeutung. Aus unserer Perspektive ist dabei vor allem von Belang, daß damit ein Wohlstandsgefälle von der Hallertau zu dem sie umgebenden bäuerlichen Raum sich aufzubauen beginnt, das bald auch baulich manifest wird in den bäuerlichen Anwesen, deren Besitzer in den außerhalb der Hallertau gelegenen Dörfern nicht ohne Neid „Protzenbauern“ genannt werden. Freilich war dieser Wohlstand prekär: Der Hopfenmarkt war bis in die 50er Jahre stark von der Spekulation bestimmt. Das brachte für die Erzeuger große Risiken mit sich und in dieser Unsicherheit bei der Vermarktung waren Informationen gefragt, Kontakte notwendig, der Besuch des Wirtshauses — nicht nur im eigenen Dorf — schier unverzichtbar. Es waren die als „Bauerntage“ in den Wirtshäusern von Geisenfeld (Montag), Pfaffenhofen (Dienstag), Mainburg (Mittwoch) und Wolnzach (Donnerstag) geltenden Werkstage sicherlich nicht zufällig so über die Woche verteilt, daß sich keine Überschneidungen ergeben haben.

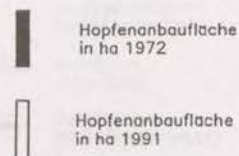
Die Hallertau war also nicht nur durch Hopfenstangen äußerlich „abgesteckt“, sondern ohne Zweifel ein Raum eigener sozioökonomischer Prägung. Diese Prägung ließ historisch unterschiedliche räumliche Zuordnungen an Be-

sondere
n volks-
ner Zeit
Wilhelm
kursfä-
ach der
hörten,
reisen."
wichti-
m Juli
dem die
für die
besetzte
beden-
die Hal-
ienhaft
it hatte
illertau
mit den
es zu-
Grup-
tischen
toriker
t bele-

Karte 1



Die Veränderung der
Hopfenanbaufläche in ha
in der Hallertau
zwischen 1972 und 1991



Symbole:
Min.: 1



— Gemeindegrenzen
- - - Außengrenze der Siegelbezirke

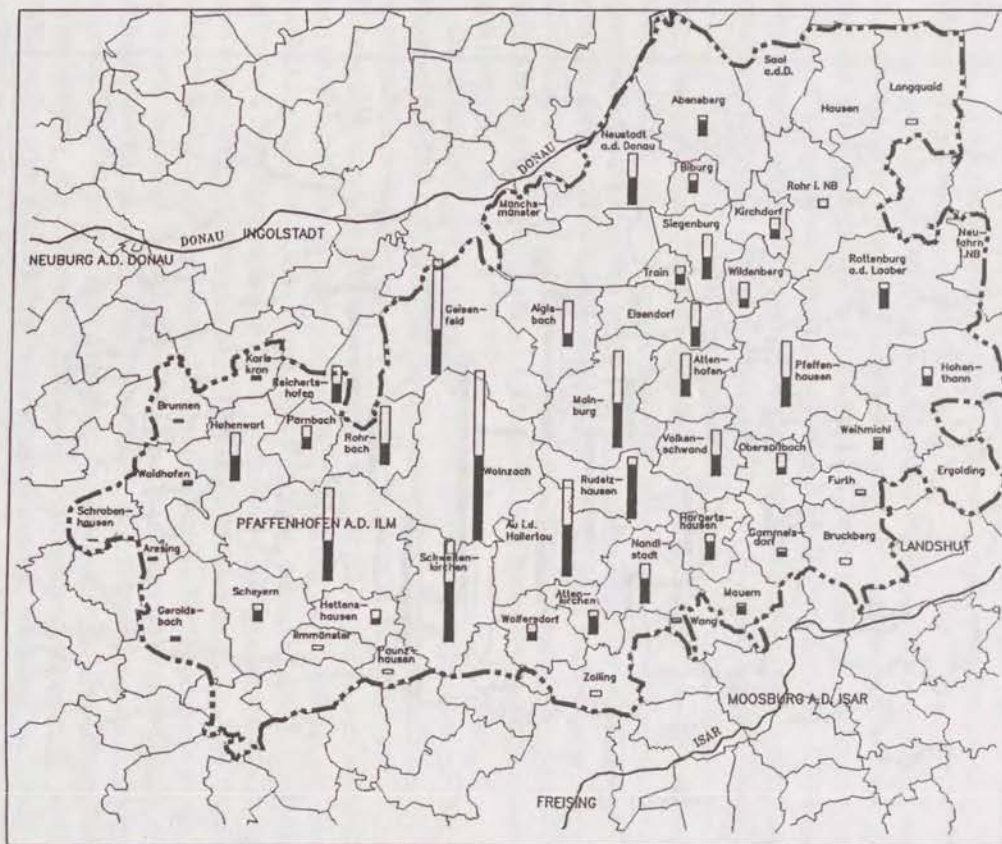


Karte erstellt mit PCMap von G.Peyke



Entwurf: G. Heinritz
Kartographie: C. Dorn
Datengrundlage: Bayer. Statist. Landesamt
Geographisches Institut der Technischen Universität München

Karte 2



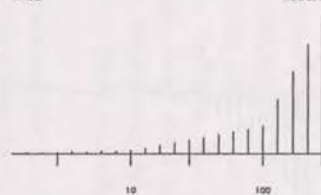
Die Veränderung der Anzahl der hopfenanbauenden Betriebe in der Hallertau zwischen 1972 und 1991

gesamte Säule:
Anzahl der hopfenbauenden Betriebe 1972

Teilwert:
Anzahl der hopfenbauenden Betriebe 1991

Symbolgröße:
Min: 2

Max: 200



— Gemeindegrenzen

- - - Außengrenze der Siegelbezirke



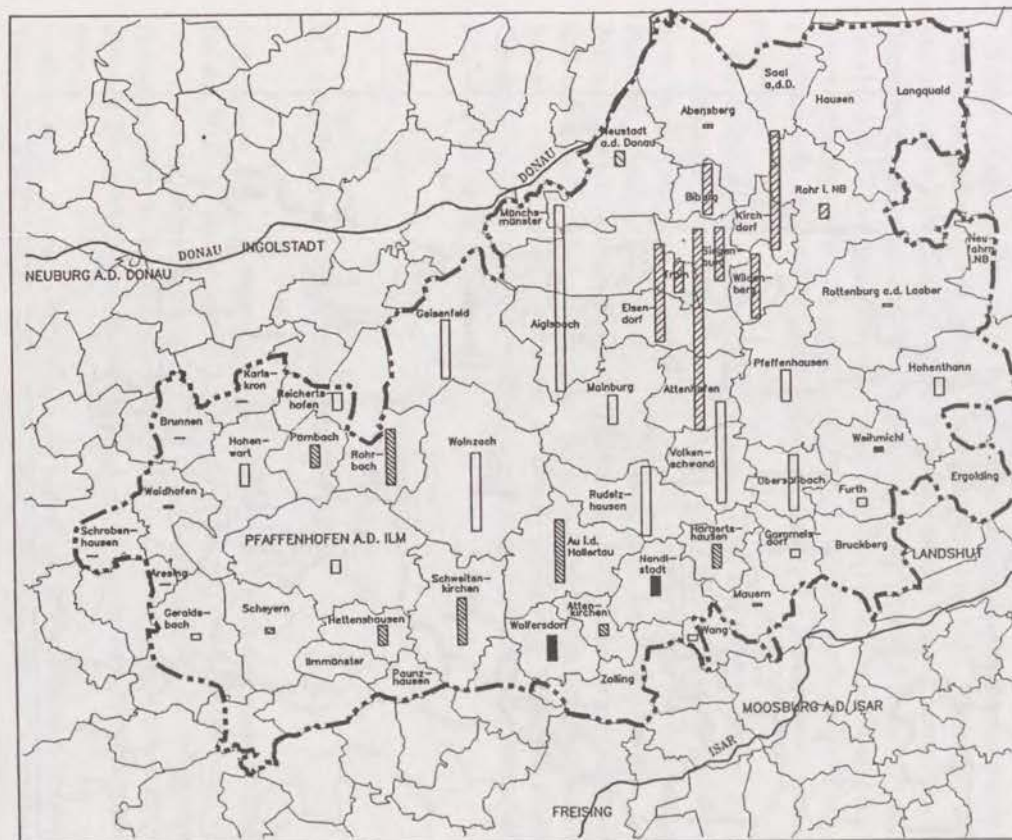
Karte erstellt mit PCMap von G. Payke

0 20 km

Entwurf: G. Heinritz
Kartographie: C. Dorn

Datengrundlage: Bayer. Stollst. Landesamt
Geographisches Institut der Technischen Universität München

Karte 3



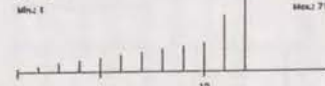
Die Veränderung
der Hopfenanbaufläche
in ha je 100 Einwohner
zwischen 1972 und 1991

Veränderung der
durchschnittlichen
Hopfenanbaufläche-in ha

- Wachstum
(über 20%)
- Stagnation
(von +20 bis -20%)
- Rückgang
(von -20 bis -40%)
- starker Rückgang
(über -40%)

Symbolgröße
Min: 1

Max: 71



Hopfenanbauflächen in ha
je 100 Einwohner 1991

- Gemeindegrenzen
- Außengrenze der
Siegelbezirke



Karte erstellt mit PCMap von G.Peyke

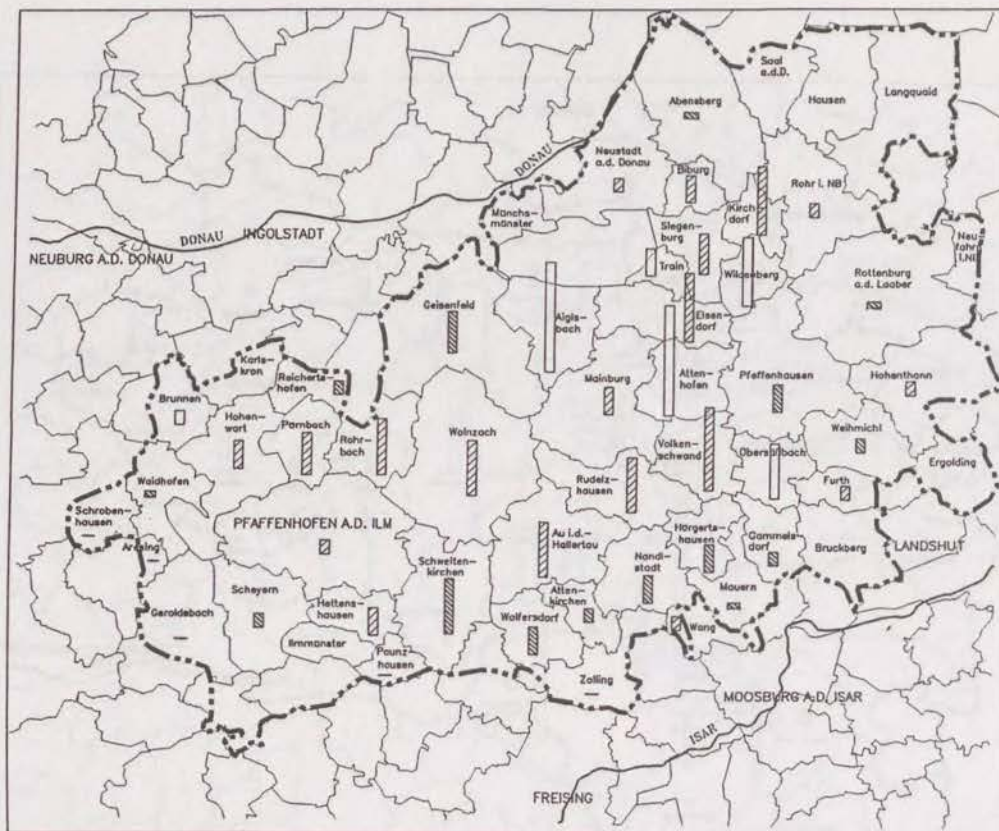
0 20 km

Entwurf: G. Heinritz
Kartographie: C. Dorn

Datengrundlage: Boyer, Statistik, Landesamt

Geographisches Institut der Technischen Universität München

Karte 4



Die Veränderung der Anzahl
hopfenbauender Betriebe
je 100 Einwohner
zwischen 1972 und 1990

Rückgang der Anzahl
hopfenbauender Betriebe
von 1972 und 1990

- bis 40%
- von 40 bis 60%
- über 60%

Symbolgröße:
Min.: 1



Zahl der Betriebe
je 100 Einwohner 1990

- Gemeindegrenzen
- Außengrenze der
Siegelbezirke



Karte erstellt mit PCMap von G. Peyke

0 20 km

Entwurf: G. Heinvitz
Kartographie: C. Dorn
Datengrundlage: Bayer. Statist. Landesamt
Geographisches Institut der Technischen Universität München

deutung verlieren und griff auch über bestehende administrative Grenzen hinweg. Vor allem hopfenbezogene Institutionen betrafen und betreffen die gesamte Hallertau.

Nun setzte in der Hallertau um 1970, in den achtziger Jahren sich verstärkend, ein agrarstruktureller Wandel ein, der zu einer Konzentration der Anbauflächen in der Verfügungsgewalt großer Betriebe geführt hat. Im Rahmen dieses Prozesses haben sich von 1972 bis 1991 zwar die Hopfenflächen in der Hallertau insgesamt nicht verkleinert, doch zeigt eine gemeindeweise Betrachtung wichtige Differenzierungen. Es verlieren nämlich die Anbaugemeinden des westlichen wie des östlichen Randes mit ohnehin kleinen Hopfenflächen weiter an Fläche, hingegen weiten die im Kern der Hallertau gelegenen Anbaugemeinden ihre großen Anbauflächen noch deutlich weiter aus (s. Karte 1).

Selbst in Gemeinden, die in den letzten zwanzig Jahren eine Ausdehnung ihrer Hopfenflächen erfahren haben, ist allerdings die Zahl der hopfenbauenden Betriebe stark rückläufig (s. Karte 2). Setzt man die Veränderungen der Hopfenfläche in Relation zur Bevölkerungsentwicklung (Karte 3 und 4), so ergibt sich ein klarer Kontrast zwischen dem Nordosten der Hallertau als Wachstums- bzw. Intensivierungsraum einerseits und der südlichen Randzone andererseits, in der gleichsam die Bedeutung des Hopfenanbaus für die Bevölkerung rasch dahinschmilzt.

Die Sonderkultur Hopfen hat also während der letzten beiden Jahrzehnte nach und nach ihre Stellung als dominanter Faktor des wirtschaftlichen Geschehens in der Hallertau verloren. Auch der im Vergleich zu den umliegenden Räumen überdurchschnittliche Wohlstand, den der Hopfenanbau für lange Jahrzehnte den Bewohnern der Hallertau beschert hatte, begann sich dadurch, daß industrielle Arbeitsplätze auch für Bewohner ländlicher Räume erreichbar wurden, zusehends zu nivellieren, so daß es schließlich heute nur mehr wenig Gründe gibt, von der Hallertau als einem Raum mit speziellem Wirtschafts- und Sozialgefüge zu sprechen.

III. Die Raumvorstellung Hallertau heute

In welchem Ausmaß trägt der Hopfenanbau als visuell wahrnehmbares Symbol für die Hallertau noch immer bei der Bevölkerung dieser Landschaft dazu bei, diesen Raum gegenüber seiner Umgebung abzugrenzen? Ist die Hallertau im Bewußtsein der in ihr lebenden Menschen noch immer das Hopfenanbaugebiet, obwohl die meisten von ihnen selbst keinen Bezug zum Hopfenanbau mehr haben?

Um dies zu klären, entschieden wir uns zu einer Befragung.¹ Vergleichbare Versuche, auf diesem Wege die Abgrenzung einer Region in der Vorstellung ihrer Bewohner zu ermitteln, hatten KLIMA (1988) für das Allgäu und KERSCHER (1989) für den Pfaffenwinkel unternommen, so daß wir deren Verfahren aus Gründen der Vergleichbarkeit übernommen haben. Eines ihrer Resultate war eine bemerkenswert geringe Übereinstimmung der Vorstellungen der von ihnen

befragten Probanden. Ein großer Teil der Varianz verdankte sich den unterschiedlichen Wohnorten der Befragten: Wer im Kern einer Landschaft wohnt, grenzt „gelassener“ ab, als die Bewohner von Randgemeinden, die sich gewöhnlich nach außen sehr viel „härter“ abgrenzen. Da der Raumname Hallertau lange für ein Anbauggebiet von Hopfen synonym verwendet worden ist, das durch Siegelbezirke linienscharf abgegrenzt worden war, stand zu erwarten, daß bei der Bevölkerung dieses Raumes eine vergleichsweise große Übereinstimmung darüber besteht bzw. bestanden haben muß, was unter Hallertau zu verstehen ist.

Die Auswertung der Interviews bestätigte diese Erwartung (s. Karte 5—7). Die Karte zeigt einen großen Bereich, der unstrittig von allen Probanden zur Hallertau gerechnet wird, umgeben von einem verhältnismäßig schmalen Saum geringerer Übereinstimmung, der in keine Richtung bemerkenswert ausgebuchtet erscheint. Dieses Bild bleibt auch dann erhalten, wenn man es nur für bestimmte Gruppen entwirft, zum Beispiel nur für Befragte, deren Wohnort im Kern bzw. am Rand der Hallertau gelegen ist. Anders als im Allgäu oder gar im Pfaffenwinkel haben wir für die Hallertau also eine hohe Bestimmtheit und eine hohe Einheitlichkeit in den Abgrenzungsvorstellungen zu konstatieren.

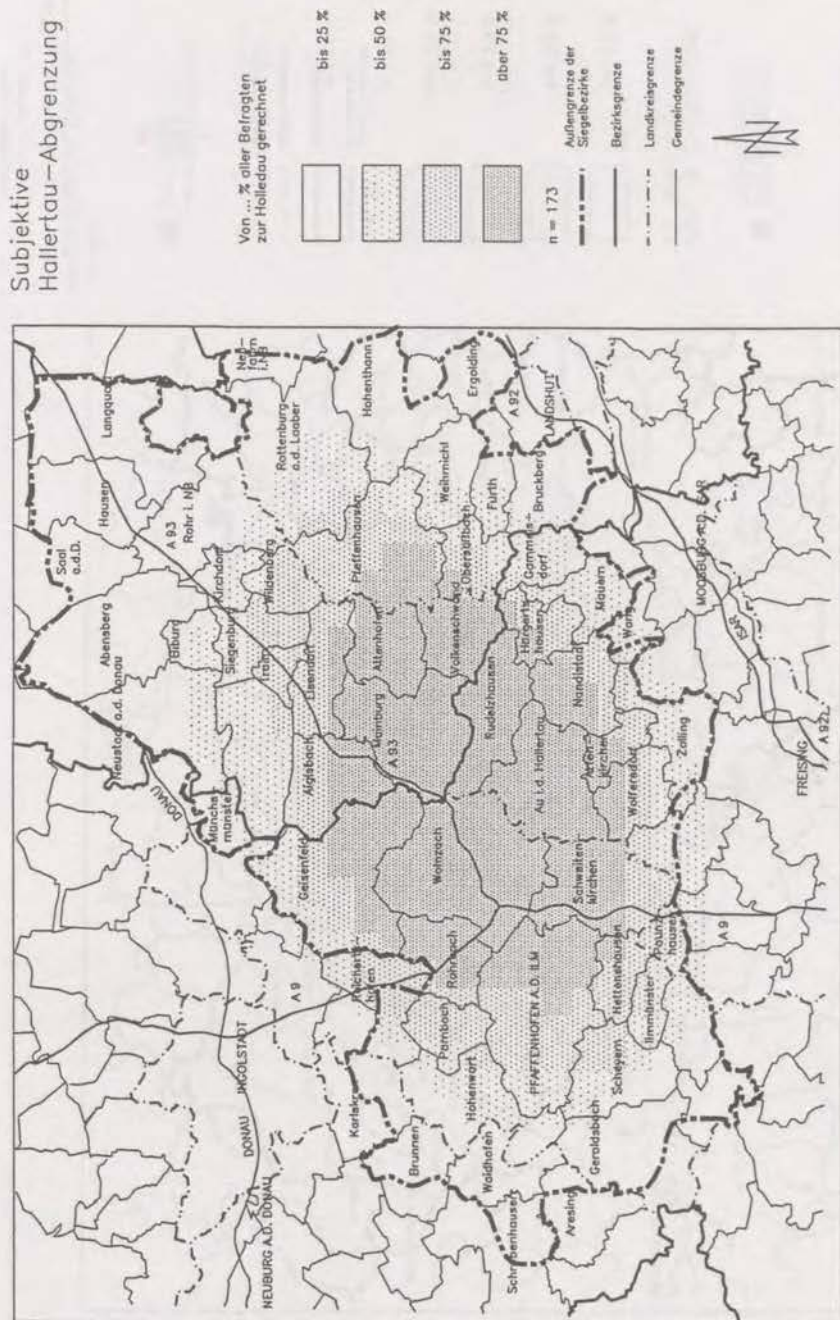
Bei der Ermittlung der Vorstellungen über die Erstreckung bzw. Begrenzung des Raumes, die der Befragte mit dem Namen Hallertau verbindet, wollten wir methodisch nicht allein „auf einem Bein“ stehen. Deshalb hatten wir die Probanden nicht nur gebeten, „ihre“ Abgrenzung auf eine Karte einzuzichnen, sondern ihnen auch eine Liste von Orten vorgelegt, von denen die Befragten für jeden Ort angeben sollten, „ob er ihrer persönlichen Meinung nach zur Hallertau gehört oder nicht.“ In einem zweiten und dritten Durchgang sollten sie dann für jeden Ort sagen, ob dort Hopfen angebaut würde oder nicht und ob er Siegelrecht besitze bzw. ob sie den betreffenden Ort während der letzten 12 Monate besucht haben.

Auch die Antworten auf diese Fragen machen sichtbar, wie hoch die Übereinstimmung hinsichtlich des Kernbereiches der Hallertau ist (s. Tab. 1). Wertet man die Zuordnung eines Ortes, der innerhalb eines Siegelbezirkes liegt, zur Hallertau, (und die eines Ortes, der außerhalb eines Siegelbezirkes liegt, als außerhalb der Hallertau gelegen), als „richtig“ und geht weiterhin davon aus, daß in allen Orten, die innerhalb von Siegelbezirken liegen, auch Hopfen angebaut wird (während umgekehrt an keinem Ort außerhalb von Siegelbezirken Hopfen angebaut wird), so liegen die Anteile „richtiger“ Antworten für beide Fragen zwar jeweils in gleicher Größenordnung, sie stimmen aber doch nicht ganz überein (s. Tab. 2).

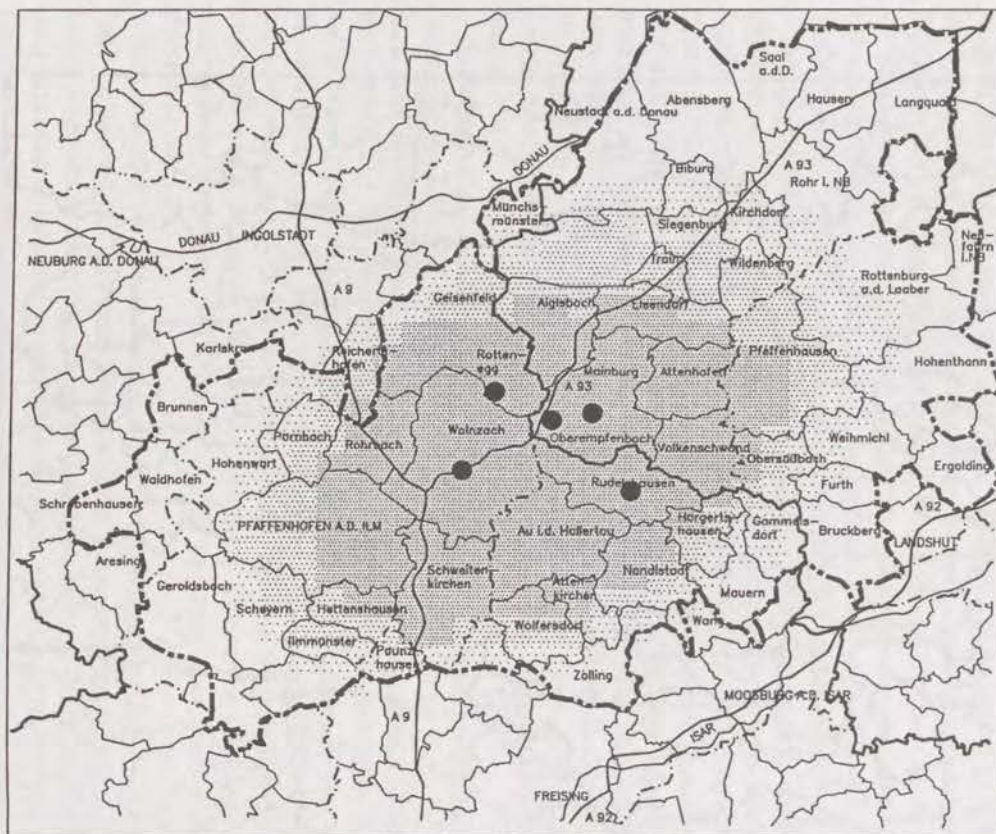
Sieht man die von jedem Befragten pro Ort gegebenen beiden Antworten als Einheit, so sind in 10 Prozent aller Fälle die Befragten unsicher gewesen und haben angegeben, die Frage nach der Zugehörigkeit zur Hallertau bzw. nach dem aktuellen Hopfenanbau nicht beantworten zu können. In 27 Prozent aller Fälle aber waren eine oder beide Antworten falsch. Die hierbei gemachten Fehler sind unterschiedlicher Art und gerade deshalb von Interesse, weil sie anzeigen, bis zu welchem Maß nach wie vor Hallertau und Hopfenanbau gleichgesetzt werden.

Eine solche Gleichsetzung liegt vor, wenn bei Orten innerhalb von Siegelbezirken behauptet wurde, der Ort gehöre nicht zur Hallertau und baue keinen

Karte 5



Karte 6



Subjektive Hallertau-Abgrenzung der Befragten im Kernbereich

● Befragungsorte
im Kernbereich

Von ... % aller Befragten
zur Holledau gerechnet



n = 37

- — — — — Außengrenze der Siegelbezirke
- — — — — Bezirksabgrenzung
- — — — — Landkreisabgrenzung
- — — — — Gemeindeabgrenzung



0 20 km

Entwurf: G. Heinritz
Kartographie: C. Dorn
Karte erstellt mit PCMap von G. Peyke

Geographisches Institut der Technischen Universität München

Tab. 1: Zuordnung der Gemeinden zu Hallertau und zum Hopfenanbau
(N = 178)

Ort	Zugehörigkeit zur Hallertau richtig angegeben von ... % der Befragten	Existenz von Hop- fenbau richtig angegeben von ... % der Befragten	Besuch in vergan- genen 12 Monaten angegeben von ... % der Befragten*
Orte innerhalb von Siegelbezirken			
Au	99,4	94,9	60
Wolnzach	98,3	93,8	74
Geisenfeld	88,8	84,3	55
Schweitenkirchen	80,3	77,0	37
Peffenhausen	79,8	75,8	40
Attenkirchen	75,3	71,9	33
Mitterstetten	69,7	64,0	24
Wildenberg	54,5	52,2	23
Hohenwart	52,8	47,8	25
Rottenburg	52,2	50,6	37
Mühlhausen	49,4	47,2	23
Orte außerhalb von Siegelbezirken			
Allershausen	75,3	89,3	33
Moosburg	62,9	78,7	41
Ebenhausen	51,7	64,0	23

* Hierbei wurden nur die Angaben der Befragten berücksichtigt, die nicht in den entsprechenden Orten wohnen, das heißt die Bezugsbasis ist teilweise kleiner als 178 Fälle.

Quelle: eigene Befragungen

Tab. 2: Richtige und falsche Doppelantworten
in % der Befragten (N = 178)

Ort	beide Ant- worten richtig	beide Ant- worten falsch	eine Antwort falsch:		unsicher
			zur Haller- tau auch ohne Hopfen	Hopfen macht keine Haller- tau	
Orte innerhalb von Siegelbezirken					
Au	94	—	5	—	1
Wolnzach	94	—	4	—	2
Geisenfeld	80	5	8	3	4
Schweiten- kirchen	73	9	7	1	10
Pfeffenhausen	70	10	10	4	6
Attenkirchen	66	9	9	1	15
Mitterstetten	61	16	9	1	13
Wildenberg	47	24	8	4	17
Rottenburg	43	31	10	5	11
Mühlhausen	42	31	7	5	15
Hohenwart	40	26	14	7	14
Orte außerhalb von Siegelbezirken					
Allershausen	73	8	2	6	11
Moosburg	58	14	5	11	12
Ebenhausen	44	26	8	8	14
Durchschnitt	63	15	8	4	10

12

Quelle: eigene Befragung

Hopfen an, bzw. bei Orten, die außerhalb von Siegelbezirken liegen, die Befragten sagten, der Ort gehöre zur Hallertau und dort würde Hopfen gebaut. Solcher Art „konsequent“ falsch waren immerhin 15 Prozent aller Doppelantworten, das heißt, hinter rund 57 Prozent aller falschen Doppelantworten steht die Grundüberzeugung, daß Hallertau und Hopfenanbau eben zusammengehören. 43 Prozent aller falschen Doppelantworten dagegen halten Hallertau-Zugehörigkeit und Hopfenanbau offenbar für voneinander unabhängig. Das ist der Fall, wenn Befragte entweder einen Ort zur Hallertau rechnen, auch wenn in ihm kein Hopfen angebaut wird, oder für sie ein Ort nicht schon deshalb zur Hallertau zählt, weil dort Hopfen angebaut wird.

Es ist bezeichnend, daß bei den „falschen“ Doppelantworten für Orte außerhalb der Siegelbezirke das Argument „Hopfen macht noch keine Hallertau“ überwiegt, während bei Orten, die zu Siegelbezirken gehören, die meisten Fehler nach der Überlegung gemacht worden sind, „zur Hallertau kann ein Ort auch ohne Hopfenanbau gehören“. Insgesamt läßt sich also feststellen, daß der Informationsstand der Befragten mit 62 Prozent richtiger Doppelantworten bemerkenswert hoch ist, zum anderen aber belegen gerade die fehlerhaften Antworten, daß die Tendenz, die Hallertau mit dem Hopfenanbaubereich gleichzusetzen, zwar durchaus gegeben ist, eine gegenteilige Sichtweise aber fast ebenso häufig anzutreffen ist.

Ursprünglich war das Ziel der Befragung nur gewesen, die räumlichen Vorstellungen zu ermitteln, die die Bevölkerung mit dem Namen Hallertau verbindet, doch ließ die Erfahrung einiger Probeinterviews dann — relativ kurzfristig — den Entschluß reifen, die mit den Interviews sich bietende Chance zu nutzen, weitere Informationen zu erhalten, insbesondere über

- die Einstellung bzw. den emotionalen Bezug des Befragten zur Hallertau einerseits,
- andererseits über
- den Bezug des Befragten zum Hopfen und sein Wissen über die Fakten des Hopfenanbaus („Hopfenbezug“)
- Kenntnisse über die Hallertau
- Geburtsort, Schulort, Arbeitsort sowie Wohnorte von Eltern und Schwiegereltern („biographischer Raumbezug“)
- die Problemsicht des Befragten in Bezug auf die Regionalentwicklung der Hallertau u. a.

Betrachten wir zunächst die Kenntnisse über die Hallertau anhand eines Index, der durch die Zusammenfassung der Antworten aus Frage 1 gebildet worden ist, indem pro richtiger Angabe der Zugehörigkeit der Orte zur Hallertau, der Existenz von Hopfenanbau in diesen Orten und der sechs Siegelbezirksgemeinden in der vorgelegten Ortsnamensliste je ein Punkt vergeben wurde. Die Punktsomme kann dabei maximal 34 betragen. Der auf diese Weise berechnete Wissensstand beträgt im Durchschnitt für alle Probanden aber nur 22,7 (s. Tab. 3), doch für Befragte, die selbst Hopfen anbauen, ergibt sich mit 27,3 erwartungsgemäß ein höherer Wissenswert. Ebenso plausibel erscheint es, daß „bessersuchtsaktive“² Probanden einen überdurchschnittlichen Wert von 26,9 Punkten erreichen. Auch Befragte, die kommunalpolitisch engagiert sind oder in Gemeinden im Kern der Hallertau wohnen, weisen Indexwerte auf, die immerhin

Tab. 3: Wissen über die Hallertau
(34 Punkte insgesamt, Durchschnitt 22,7 Pkt., N = 178)*

Wissen über die Hallertau ist						
	Sign.	am größten b. Merkmals- Ausprägung	Ø +	am geringsten bei Merkmals-Ausprä- gung	Ø —	Diff. positiv- negativ
Hopfenbezug	+	baut selbst an	4,5	kein Bezug	3,0	7,5
Besuchsdistanzen	+	über 70 km	3,9	unter 20 km	2,3	6,2
Kommunalpoliti- sches Engagement	+	ja	3,2	nein	0,6	3,8
Erwerbstätig- keitstyp	+	Landwirte	3,0	nicht erwerbstätig	1,9	4,9
Auswirkungen München II	+	nur positiv	3,0	nur negativ	0,9	3,9
Merkmale der Hallertauer	—	negativ	2,3	neutral	0,7	3,0
Hallertau- Bewußtsein	+	stark	2,5	schwach	2,4	4,9
Lage des Wohnortes+	Kern	2,3	Rand	0,7	3,0	
Sozial-Kulturelles Engagement	/	ja	2,2	nein	0,3	2,5
Biographischer Raumbezug	+	alle Orte	1,3	nicht alle Orte	1,3	2,6
Alter	+	26—65 Jahre	1,2	18—25 Jahre	2,1	3,3
Wohndauer	—	seit Geburt	0,8	Zuzug nach 1970	1,8	2,6

Quelle: eigene Befragungen

Wissenspunkte wurden vergeben:

- 1 für die richtige Angabe der Zugehörigkeit zur Hallertau bei den 14 Orten der Ortsnamensliste in Frage 1
- 2 für die richtige Angabe der Existenz von Hopfenanbau in 14 Gemeinden
- 3 für die richtige Nennung der 6 Siegelbezirksgemeinden (Au, Geisenfeld, Hohenwart, Pfeffenhausen, Rottenburg, Wolnzach) in der Ortsnamensliste

* Bei der Differenzierung nach den einzelnen Merkmalen liegt der Mittelwert — aufgrund fehlender Werte — teilweise etwas höher oder niedriger

noch 3,2 bzw. 2,3 Punkte über dem Gesamtdurchschnittswert liegen. Im Vergleich dazu sind Variable wie Wohndauer, Alter und biographischer Raumbezug für Unterschiede des Wissensstandes offenbar von geringerer Bedeutung.

Von besonderem Interesse war die Frage, ob bzw. inwieweit ein Zusammenhang zwischen kognitivem Wissen und dem emotionalen Bezug zur Hallertau gegeben ist. Um den letzteren zu messen, haben wir auf der Basis der Antworten, die der Einstellung des Probanden zur Hallertau galten, einen Index gebildet³, dessen Wertebereich 0—40 Punkte umfaßt. Diese Einstellungswerte wurden auf ihren Zusammenhang mit den übrigen erfaßten unabhängigen Variablen überprüft. Dabei ergeben sich weder mit dem Lebensalter noch mit der Lage des Wohnortes signifikante Korrelationen. Während diese Variablen also offensichtlich keinen Einfluß auf ein „Hallertau-Bewußtsein“ im Sinne einer Bejahung der Hallertau haben, läßt sich für Variable wie „biographischen Raumbezug“, Erwerbstätigkeit, Hopfenbezug oder Kenntnisse über die Hallertau ein signifikanter Zusammenhang mit der Einstellung zur Hallertau nachweisen (s. a. Tab. 4).

Der Einstellungs-Index zeigt besonders für die Teilgruppen der besuchsaktiven bzw. der im sozialen/kulturellen oder im kommunalpolitischen Bereich engagierten Probanden hohe Ausschläge ins Positive. Diese aktiven Gruppen tendieren also stärker als die Vergleichsgruppen dazu, ein „Hallertau-Bewußtsein“ zu artikulieren — ein deutlicher Hinweis darauf, daß es vor allem eine funktionale Stellung innerhalb eines Sozialgefüges ist, die es für Funktionsträger durchaus als zweckdienlich erscheinen lassen kann, sich situationsabhängig auf das Argument „Hallertau“ zu berufen bzw. an ein „Hallertau-Bewußtsein“ zu appellieren.

Eine überdurchschnittlich positive Einstellung zur Hallertau korreliert auch überraschend deutlich mit Antworten auf Meinungsfragen. So hatten wir die Befragten gebeten zu sagen, welcher Art ihrer Meinung nach die Auswirkungen sein würden, die der neue Flughafen München II, knapp 15 km südlich der Hallertau gelegen, auf die Hallertau vermutlich haben würde. Erwartungsgemäß schwanken die Antworten insgesamt zwischen Hoffen und Bangen, doch zeigen die Optimisten, das heißt jene Befragten, die nur positive Auswirkungen erwarten, einen um 3,4 Punkte höheren Wert des Einstellungsindex als die Gesamtheit aller Befragten.

Je „regionalbewußter“, desto unkritischer? Daß dies vermutlich ein Fehlschluß wäre, ergibt eine zweite Beobachtung. Von den Befragten, welche die — objektiv natürlich nicht beantwortbare — Frage nach eventuellen Merkmalen, an denen ein Hallertauer als solcher erkannt werden könne, beantwortet haben, hatten vor allem jene eine überdurchschnittlich positive Einstellung zur Hallertau, die als Kennzeichen des Hallertauer Menschenschlags eher negative Charakterzüge angeführt haben. Ob hier das alte Schelmenland-Image aus der Vor-Hopfenzeit der Hallertau noch nachwirkt, kann dahingestellt bleiben, jedenfalls ist das Eigenimage gerade der regionsbewußten Hallertauer durch eben jene Stereotype („stur“, „stolz“) geprägt, die auch KETTNER (1975, 373) als „den Hallertauer Hopfenbauern als Charakteristikum nachgesagten Eigenschaften“ in der Literatur gefunden hat.

Tab. 4: Einstellung zur Hallertau
(maximaler Punktwert 40, Durchschnitt 28,27 Pkt., N = 178)

	Einstellung zur Hallertau ist besonders					
	Sign.	POSITIV bei Merkmals- Ausprägung	Ø +	NEGATIV bei Merkmals- Ausprägung	Ø —	Diff. positiv- negativ
Kommunalpolitisches Engagement	+	ja	3,8	nein	0,7	4,5
Sozial-Kulturelles Engagement	+	ja	3,8	nein	0,6	4,4
Auswirkungen München II	—	nur positiv	3,4	nur negativ	0,6	4,0
Besuchsdistanzen	+	über 70 km	3,3	unter 20 km	1,3	4,6
Wohndauer	+	Zuzug vor 1969	2,5	Zuzug nach 1970	2,3	4,8
Erwerbstätigkeitstyp	+	Landwirte	2,3	nicht erwerbstätig	1,5	3,8
Hopfenbezug	+	baut selbst an	2,2	kein Bezug	2,5	4,7
Merkmale der Hallertauer	+	negativ	2,2	gibt es nicht	4,2	6,4
Gesamt-Wissen	+	sehr gut	1,7	gering	2,8	4,5
Lage des Wohnortes	+	Kern	2,0	Rand	0,6	2,6
Alter	—	über 65 Jahre	0,8	18—25 Jahre	1,7	2,5
Biographischer Raumbezug	/	alle Orte	0,2	nicht alle Orte	0,3	0,5

Quelle: eigene Befragungen

Die Einstellungswerte zur Hallertau setzen sich zusammen aus:

- 1 den Angaben auf sieben Statements in Frage 7 (berücksichtigt wurden die Statements 7a, 7d, 7e, 7f, 7g, 7h, 7i; die Statements 7b und 7c wurden wegen deutlich anderem Antwortverhalten nicht gewertet);
Pro Statement wurden — je nach Grad der Zustimmung zu positiven Aussagen über die Hallertau, bzw. Grad der Ablehnung von negativen Aussagen über die Hallertau — zwischen 0 und 4 Punkten vergeben.
- 2 Antworten auf die Frage 9 nach kulinarischen Besonderheiten der Hallertau (3 Punkte)
- 3 Antworten auf die Frage 11 nach berühmten Persönlichkeiten, die aus der Hallertau stammen (3 Punkte)
- 4 Antworten auf die Frage 12 nach spezifischen Wesensmerkmalen der Hallertauer Bevölkerung (3 Punkte)
- 5 positiven Antworten auf die Frage 13 nach der Beurteilung der Anmutungsqualität von Hopfengerüsten als Landschaftsmerkmal (3 Punkte)

IV. Namensverwendung

Wie aber und in welchen Begründungszusammenhängen wurde und wird der Begriff „Hallertau“ in bereits abgeschlossenen Ereignisabläufen bzw. in noch andauernden aktuellen Vorgängen instrumentalisiert? Wer sind die Akteure im begrifflichen Füllen und im Verwenden des Terminus „Hallertau“, und welche Wertemuster und Zielorientierungen ihres Handelns werden dabei deutlich?

Bevor wir uns im folgenden um Antworten auf diese Fragen bemühen, sei ausdrücklich darauf hingewiesen, daß die Hallertau — im Gegensatz zu Zeiten, als noch der Hopfenanbau das ökonomische und soziale Leben bestimmt hat — heute kein Raum gleicher Problemlage ist. So stehen die Gemeinden der Hallertau unter einem unterschiedlichen Siedlungsdruck, der sich deutlich in den Wachstumsraten ihrer Bevölkerung und vor allem im Gefälle der Bodenpreise niederschlägt. Der Hallertauer Süden — im Einflußbereich des neuen Münchner Großflughafens gelegen — trägt hier die bei weitem größeren Lasten.

Der Anprall der Suburbanisierungswelle trifft zudem auf einen Raum, dessen Landwirtschaft sich in einer Krise befindet. Gerade die starke Bindung an den Hopfen hatte ja lange Zeit strukturkonservierend gewirkt. In vielen Betrieben war die Viehwirtschaft nur wenig entwickelt gewesen, so daß ihnen heute nur geringe Milch-Kontingente zustehen und die Bereitschaft zum Nebenerwerb und zu Landverkäufen steigt. Zur weiteren agrargeographischen Differenzierung der Hallertau hat zweifellos auch beigetragen, daß sich um Schrobenhausen und im Raum Abensberg der Spargelanbau als Sonderkultur hat etablieren bzw. ausweiten können.

Hinzu kommen schließlich Probleme, die in erster Linie auf der lokalen Ebene wirksam werden, wie der projektierte Bau von Mülldeponien, ein Bombenabwurfübungsplatz bei Siegenburg und andere negative Infrastruktureinrichtungen. Bei all diesen Themen macht sich der Umstand bemerkbar, daß kein „Hallertauer“ Zeitungsverbreitungsgebiet existiert und sich deshalb auch ein Bewußtsein für Hallertauer Probleme nur sehr eingeschränkt oder gar nicht ausbilden kann.

Trotzdem findet der Name Hallertau vielfach Verwendung. Das gilt nach wie vor für die Hopfenwirtschaft, das heißt für Hopfenerzeuger, -verarbeiter und -vermarkter. Fast alle ihre Einrichtungen und Organisationen führen den Regionsnamen Hallertau in ihrer Bezeichnung. So wurde der Name des Anbaubereiches mit Sortenbezeichnungen verbunden („Hallertauer Mittelfrüh“, „Hallertauer Gold“ etc.), es gibt den „Hopfenpflanzerverband Hallertau“, einen „Ring der Hopfenpflanzler Hallertau“ und die „Hopfenverwertungsgenossenschaft Hallertau eG“. Auch private Hopfenfirmen haben den Namen des Anbaubereiches zum Bestandteil ihres Firmennamens gemacht.

In diesem Zusammenhang sind auch die „Vereinigten Hallertauer Siegelgemeinden, Aufbereitungsanstalten und Verpackungsstellen“ zu nennen, die sich 1928 unter diesem Namen mit dem Ziel zusammengeschlossen haben, jährlich gemeinsam einen Einheitsgebührentarif zu vereinbaren. Wenn dies aus kartellrechtlichen Gründen Mitte der siebziger Jahre auch aufgegeben werden mußte, hat die Vereinigung doch weiterhin Bestand gehabt und lädt jährlich mindestens einmal zu Besprechungen ein. Sie sind für die Hopfenvermarktung nach wie vor

wichtig und zugleich die einzige Gelegenheit im Jahr, bei der sich die Bürgermeister aller Siegelgemeinden persönlich treffen und miteinander sprechen können. So werden bei solchen Mitgliederversammlungen denn auch immer wieder einmal Absprachen für Vorhaben getroffen, die nicht unmittelbar mit hopfenwirtschaftlichen Belangen in Verbindung stehen, sondern zum Beispiel der Imagepflege des Anbaugebietes Hallertau insgesamt gelten, wie etwa die Wahl der Hallertauer Hopfenkönigin.

Die seit 1953 im Rahmen des Volksfestes in Wolnzach veranstaltete Wahl einer Wolnzacher Hopfenkönigin ist seit 1962 ein Hallertauer Ereignis, denn von diesem Jahr an werden Bewerberinnen aus allen Siegelbezirken zugelassen. Zeitungsberichten zufolge hat der Wahlmodus immer wieder einmal dazu geführt, daß es zu handfesten Auseinandersetzungen zwischen dem Anhang von Bewerberinnen aus verschiedenen Herkunftsorten gekommen ist. Aus deren Sicht geht es bei der Wahl der Hallertauer Hopfenkönigin also offenbar um die Ehre des eigenen Ortes, doch zeigt die Tatsache, daß alljährlich Bewerberinnen aus verschiedenen Gemeinden der Hallertau sich zur Wahl stellen und die Herkunft aus der Hallertau strikt eingehaltene Zulassungsvoraussetzung ist, daß der durch die Hallertau abgesteckte regionale Rahmen bei dieser Veranstaltung doch von Bedeutung ist und Akzeptanz findet. Das kommt auch darin zum Ausdruck, daß bei der Eröffnung des Volksfestes hier wie in allen Siegelgemeinden auch die Bürgermeister der anderen Siegelgemeinden eingeladen sind und namentlich begrüßt werden.

Noch deutlicher als durch solche Gesten bringen viele Orte und Gemeinden ihre Zugehörigkeit zur Hallertau durch Aufstellen entsprechender Schilder an den Ortseingängen („Geisenfeld — ältester Hopfenbauort der Hallertau“, „Au — das Herz der Hallertau“ u. ä.) und/oder bei der Gestaltung ihrer Festschriften, Ortsprospekte, Poststempel, ja sogar des Briefpapiers der Gemeindeverwaltung zum Ausdruck, so daß man kaum unterscheiden kann, ob der Namenszusatz „in der Hallertau“ amtlich ist oder nicht.

Daß ein solches „Ausschildern“ ihrer Hallertauzugehörigkeit zumindest ursprünglich aus dem Motiv heraus erfolgt ist, die örtlichen Hopfenbauern zu unterstützen, indem man das positive Image des Anbaugebietes Hallertau für sich in Anspruch nimmt, läßt sich besonders klar am Beispiel der Marktgemeinde Au belegen. Sie erhielt auf ihren Antrag hin im Jahre 1926 vom bayerischen Innenministerium die Änderung ihres Namenszusatzes genehmigt und wurde von „Au bei Freising“ in „Au in der Hallertau“ umbenannt. Bei der Begründung ihres Antrages wurden ausdrücklich die Interessen der örtlichen Hopfenwirtschaft angeführt. Ob sich die Gemeinden noch im gleichen Maße von solchen Interessen auch gegenwärtig beim Herausstellen ihrer Hallertauzugehörigkeit leiten lassen, mag hier dahingestellt bleiben.⁴

Wir wollen uns nun aber Fällen zuwenden, in denen der Name Hallertau verwendet wird, ohne daß dabei eine Verbindung zur Hopfenwirtschaft besteht. Unsere Recherche nach solchen Namensverwendungen hat sich dabei ausschließlich auf Betriebe, Organisationen und Vereine konzentriert, die die Landschaftsbezeichnung Hallertau in ihrem Namen führen. Dabei haben wir uns um Vollständigkeit bemüht und insgesamt nicht weniger als 50 derartige Namensverwender ermittelt.⁵

Die Verwendung des Namens Hallertau durch Nutzer, die in keiner Verbindung zur Hopfenwirtschaft stehen, ist ein recht junges Phänomen. Sowohl im wirtschaftlichen Bereich — wo die Verwendung der Landschaftsbezeichnung Hallertau im übrigen durch das Handelsgesetzbuch reglementiert wird — als auch auf kulturellem und politischem Gebiet treten Inwertsetzungen der Bezeichnung Hallertau überwiegend erst in den vergangenen beiden Jahrzehnten und häufig auf dem Wege einer Umbenennung auf. Die Akteure solcher Inwertsetzungen, ihre Interessen und Vorgehensweise wollen wir im folgenden an Hand von sechs ausgewählten Beispielen etwas näher betrachten.

In ganz Deutschland bekannt geworden ist der Name Hallertau vor allem durch das **Autobahndreieck Holledau** und die **Autobahnraststätte Holledau**, die im Rahmen des Autobahnbaus Berlin-München in den dreißiger Jahren errichtet wurde. Auf dem Gelände dieser Raststätte wehen große Fahnen, auf denen Phantasie-Wappen prangen, und in professionell gestalteten Ausstellungsvitrinen wird detailliert über die Hallertau und ihren Hopfenanbau und die weitere Hopfenverwertung informiert.

Bei der Trassierung dieser Autobahn wurde wahrscheinlich⁶ bewußt die verkehrstechnisch schlechtere Lösung einer Durchschneidung der Hallertau gewählt, um so auf einer Straße des Führers eine angeblich typisch deutsche Landschaft vorführen zu können. Und obwohl als Schreibweise des Namens bereits 1926 „Hallertau“ amtlich festgelegt worden war, entschieden sich die Autobahnbauer, bei der Benennung des Autobahndreiecks und der Raststätte auf die volkstümliche, „germanischer“ klingende Namensvariante „Holledau“ zurückzugreifen. Dahinter verbarg sich das nationalsozialistische Bestreben, vorgeblich urdeutsche Gaue ideologisch in Wert zu setzen.

In die dreißiger Jahre zurück reichen auch die Wurzeln der **Hallertauer Volksmusik**. Angesichts vieler „Hallertauer“ Lieder und Tänze könnte man glauben, daß es sich hier um ein traditionsreiches „autochthones“ Liedgut handelte, und tatsächlich mag manche Gesangsgruppe oder Blaskapelle, die solche Lieder anstimmt, subjektiv der Meinung sein, sie würden altherwürdiges Kulturgut bewahren. Dem ist aber nicht so.

Die im Rundfunk oder auf örtlichen Veranstaltungen verbreitete Hallertauer Volksmusik ist vielmehr im wesentlichen ein Produkt der offiziellen Volksmusikpflege der dreißiger Jahre. Im Kampf gegen den damals in Bayern weit verbreiteten „Jodelstil“ bemühten sich die in München ansässigen Volksmusikpfleger, in deutschen Gauen möglichst viel an originärem Liedgut ausfindig zu machen. Ihr Bemühen hatte insofern „Erfolg“, als die Musikanten der Hallertau schnell erkannten, was den Volksmusikpflegern als typisch für die Hallertau erschien: Lieder vom Hopfen selbstverständlich. Solche gab es zwar weithin nicht, doch war da schnell Abhilfe geschaffen: man erfand sie kurzerhand. Den Vertretern der Volksmusikpflege fiel in aller Regel gar nicht auf, daß die Lieder, die da als „typische Hallertauer Volksmusik“ vorgetragen wurden, selten mehr als ein paar Jahre alt waren. Dazu saß die idyllisierende Brille, durch die sie die Welt sehen wollten, viel zu fest. Besungen wurde in diesen Liedern eine heile Welt, und sie trafen genau den Nerv einer vorwiegend konservativen Hörerschaft. Sie treffen ihn auch noch heute. So kommt es, daß nach wie vor in örtlichen Volksmusikveranstaltungen und Volksmusiksendungen gern voller

heimatlichem Behagen von der „Hallertauer Volksmusik“ als einer urständig bayerischen Erscheinung gesprochen wird, obwohl ihr Entstehungszusammenhang den Verantwortlichen durchaus bekannt ist (s. z. B. MARKMILLER 1991).

Daß sich die Hallertauer Volksmusik gut verkauft, zeigt auch eine Reihe von Liederbüchern, die in der Tat alle aus der Hallertau stammende Autoren haben, ganz im Gegensatz zu den auf dem Markt befindlichen Bildbänden über die Hallertau. Diese 1986 und 1990 in Freising und Pfaffenhofen erschienenen Bände, ausnahmslos von gebietsfremden Verfassern geschrieben, spiegeln ein Fremdimage der Hallertau, das näher zu analysieren sicherlich lohnend wäre. Der Versuch, den Absatz dieser Bände regional differenziert zu erfassen, blieb leider erfolglos, doch besteht kein Grund, die Aussage der Verleger anzuzweifeln, daß der größte Teil der — ohnehin nicht allzu hohen — Auflagen innerhalb der Hallertau selbst verkauft wird. Die von uns befragten Buchhändler berichteten übereinstimmend, daß Bildbände über die Hallertau kaum zum Zweck eigener Lektüre, sondern vor allem als Geschenk — für 50. Geburtstage, Dienstjubiläen und ähnliche Gelegenheiten, aber auch für Gastgeber bei Besuchen außerhalb Bayerns — erworben werden. Der Absatz solcher Bände kann deshalb wohl kaum als Indikator für ein mehr oder weniger stark ausgeprägtes Regionalbewußtsein der Bevölkerung in Anspruch genommen werden.

Das Verbreitungsgebiet der in Mainburg erscheinenden „Hallertauer Zeitung“ erstreckt sich keineswegs über die gesamte Hallertau, sondern deckt sich weitgehend mit dem Gebiet des Altlandkreises Mainburg. Entscheidend für die Ausbildung der Verbreitungsgebiete der Tageszeitungen war auch in der Hallertau die Lizenzierung nach dem 2. Weltkrieg. Die amerikanische Militärregierung hat sich dabei vorzugsweise an alten administrativen Grenzen orientiert, so daß die Hallertau auch nach 1945 nicht zum Verbreitungsgebiet einer Tageszeitung geworden ist. Zwar hat der für Tageszeitungen typische Konzentrationsprozeß auch vor der Hallertau nicht halt gemacht, aber es ist bezeichnend, daß er hier so verlaufen ist, daß die in den außerhalb der Hallertau gelegenen Oberzentren ansässigen Zeitungsverlage jeweils die kleineren Blätter „ihres Anteiles“ an der Hallertau per Kooperationsvertrag an sich gebunden haben.

In der realistischen Einschätzung, daß sich an den Verbreitungsgebieten der Zeitungen nicht so leicht etwas ändern wird und die Hoffnung auf eine Zeitung für die ganze Hallertau unerfüllbar ist, hat es in Mainburg von privater Seite in den achtziger Jahren Initiativen zur Gründung eines „Radio Hallertau“ gegeben. Die Idee dazu ging vom Vorsitzenden der örtlichen Volkshochschule aus, der vergeblich versucht hat, die dortige Sparkasse zur Gründung einer entsprechenden Kabelgesellschaft zu bewegen, doch wäre das vorgesehene Einzugsgebiet mit nur 80 000 Einwohnern zu klein gewesen, als daß der geplante Sender sich über Werbeeinnahmen hätte wirtschaftlich tragen können.

Spätestens beim Versuch, den geplanten Sender konzessionieren zu lassen, wären die Mainburger Initiatoren darauf gestoßen, daß der vorgesehene Name „Radio Hallertau“ tatsächlich schon in Anspruch genommen worden war. Der Verleger des Pfaffenhofener Kuriers hatte nämlich, die durch die Privatisierung des Rundfunks sich bietende Gelegenheit nutzend, einen Sender in Pfaffenhofen gegründet, den er „Radio Hallertau“ genannt hat. Er hat von Juli 1987 an täglich sechs Stunden Programm per Kabel verbreitet, doch den Betrieb nach sechs

Monaten wegen mangelnder Rentabilität wieder eingestellt. Lohnend wäre nur der Antennenbetrieb gewesen, der aber an eine Lizenz der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien gebunden ist, die nicht an einen Verlag, sondern nur an eine mehrere Betreiber umfassende Betriebsgesellschaft vergeben wird. Zu deren Gründung ist es aber bis zur Stunde nicht gekommen. So ist „Radio Hallertau“ nicht nur eine Episode geblieben, es hätte sich auf Grund der ebenfalls an den Regierungsbezirksgrenzen orientierten Lizenzierung keinesfalls zu einem Kommunikationsmedium für die gesamte Hallertau entwickeln können. „Radio Hallertau“ war von Seiten des Pfaffenhofener Verlages vielmehr nichts anderes als der Versuch, einem Verlagsobjekt einen öffentlichkeitswirksamen Namen zu geben und mit Hilfe des eingängigen Landschaftsnamens plakativ von sich reden zu machen.

Die bayerische Landkreisgebietsreform hatte die einmalige Chance geboten, durch die Bildung eines **Landkreises Hallertau** „zusammenzuführen, was zusammen gehört“. Die Idee eines solchen Landkreises wurde in der Tat im Zuge der Gebietsreform Ende der sechziger Jahre geboren, aber nicht realisiert. Gerade unter dem Aspekt Regionalbewußtsein lohnt es sich, ihr Scheitern näher zu betrachten.

Als im bayerischen Kabinett die Neugliederung Bayerns in Landkreise zur Diskussion stand, war es der damalige bayerische Landwirtschaftsminister Eisenmann, der vorher als Landrat in Pfaffenhofen amtiert hatte, der einen Zusammenschluß der Landkreise Schrobenhausen, Pfaffenhofen und Mainburg als „grünen Riegel“ zwischen den industriellen Verdichtungsräumen München und Ingolstadt propagierte. Dieser Riegel sollte ein „Landkreis Hallertau“ sein. Er ist nicht zustande gekommen, weil in den betroffenen Kreisen der politische Wille dazu gefehlt hat. Auch die Mainburger zeigten zunächst nur wenig Neigung zu einer Verbindung mit Pfaffenhofen, sondern präferierten, wenn schon ein Zusammengehen mit einem anderen Landkreis unvermeidbar wäre, die Eingliederung in den Landkreis Freising. Erst als sich abzeichnete, daß ein solcher Plan chancenlos sein würde, da der um seinen Bestand fürchtende Regierungsbezirk Niederbayern sich einer Ausgliederung vom eigenen Gebiet nach Oberbayern mit allen Kräften widersetzte, und damit die von Kelheim (= Wahlkreis des damaligen Staatssekretärs im Justizministerium) aus verfolgte Absicht, sich den Landkreis Mainburg einzuverleiben, Realität werden könnte, besann man sich in Mainburg noch einmal auf die Hallertau und schlug vor, durch die Vereinigung der Landkreise Mainburg und Rottenburg einen neuen Landkreis Hallertau zu bilden. Es half freilich alles nichts: nur wenige Gemeinden im Süden Mainburgs wurden schließlich in den Landkreis Freising (= Wahlkreis des damaligen Justizministers) eingegliedert, der Rest des Landkreises Mainburgs aber wurde, um den Landkreis Kelheim zu stützen, diesem zugeschlagen, der damit nicht mehr zu fürchten hatte, vom nahen Regensburg „geschluckt“ zu werden.

Die mit der Landkreisreform im Prinzip gebotene Chance, der Hallertau zur administrativen Einheit zu verhelfen, blieb ungenutzt. Die diesbezüglichen Versuche scheiterten nicht an der Bevölkerung der Hallertau, die ohne weiteres für einen Landkreis Hallertau zu haben gewesen wäre, sondern an den Interessen höherrangiger und außerhalb dieses Gebietes gelegener Zentren und ihrer Vertreter im bayerischen Kabinett.

Der „Förderverein Hallertau“

Während unserer Untersuchung wurden uns aus Mainburg Initiativen zur Gründung eines Vereins bekannt, der sich „die Förderung der Hallertau als Kultur- und Wirtschaftsraum“ zum Ziel setzen und sich „Förderverein Hallertau“ nennen wollte. Die Initiative zur Gründung dieses Vereins war vom Leiter der Mainburger Sparkasse ausgegangen, der sich kurz nach seiner Wahl massiven Angriffen in der Presse ausgesetzt sah. Hinter ihnen glaubte er den zuständigen Landrat in Kelheim ausmachen zu können, der einen anderen Bewerber lieber auf diesem Posten gesehen hätte und die formale Qualifikation des neugewählten Sparkassenleiters sehr in Zweifel zog.

Diesen Einwand versuchte er nicht zuletzt dadurch aus der Schußlinie zu schieben, daß er von einem Konflikt „der Kelheimer“ gegen „uns Hallertauer“ zu sprechen begann. In dieser Situation bemühte er sich auch erfolgreich um die Gründung des Fördervereins. Gerade an diesem Beispiel läßt sich zeigen, daß nicht nur soziokulturelle Traditionen — transponiert in „regionale Ideologien“ — als Handlungskulissen für „regionsrelevantes“ Agieren verwendet werden können, sondern daß darüberhinaus die Möglichkeit besteht, einen Landschaftsnamen selbst als bloße „Handlungskulisse“ zu instrumentalisieren und zur Kaschierung gänzlich unterschiedlicher, ja nahezu beliebiger Ziele verwenden zu können.

Die „Bürgerinitiative Hallertau“

Ebenfalls erst während unserer Untersuchung im Mai 1991 wurde die Bürgerinitiative Hallertau gegründet. Im April 1991 war in der Marktgemeinde Au und den Nachbargemeinden Attenkirchen und Wolfersdorf ein vom Müllzweckverband Freising/Erding in Auftrag gegebenes Gutachten bekannt geworden, in dem nicht weniger als drei von sechs vorgeschlagenen möglichen Deponiestandorten im Raum Au gelegen waren. Der Widerstand der betroffenen Bürger organisierte sich alsbald in einer Bürgerinitiative. Sie hat sich nicht nur deshalb nach der Hallertau benannt, weil sich damit die Bürger der drei betroffenen Gemeinden leichter ansprechen lassen, als wenn sie nur nach einem der beteiligten Orte benannt worden wäre. Die Namenswahl erfolgte vielmehr vor allem in der Absicht, bei der Bevölkerung des südlichen Kreisgebietes von Freising besser „anzukommen“.

In der Tat haben die anderen Gruppen, die gegen alternative Standortvorschläge opponiert haben, auf Grund ihres Namens mit eher unbekannten Ortsbezeichnungen weniger Aufmerksamkeit erregt als die Bürgerinitiative Hallertau, die zur Kreistagssitzung im Mai 1991 in Hallertauer Tracht und mit Hopfen erschien. Sie war so in Freising nicht nur gut identifizierbar, sondern konnte auch darauf hoffen, daß die mit dem Namen Hallertau verbundenen positiven Assoziationen ihr einen Sympathievorsprung gegenüber konkurrierenden (Protest-) Gruppen eintragen würde.

Auf solche Wahrnehmungs- und Sympathie-Effekte setzt man auch in der Werbung, wenn dort der Name Hallertau gebraucht wird. Das gilt für die regionalen Brauereien ebenso für Warenbezeichnungen örtlicher Produkte, sei es der „Hallertauer Landschinken“, den eine Metzgerei in Geisenfeld annonciert, sei es das „Hallertauer Soßfleisch“ auf der Speisekarte eines Wolnzacher Wirtes,

der diese Kreation eigens für einen Wettbewerb bodenständiger Küchen erfunden hat. Besonders deutlich werden die Erwartungen, die sich mit der Verwendung der Regionsbezeichnung Hallertau verbinden, im Anzeigenteil der SZ, wenn Immobilienangebote in Orten mit geringem Bekanntheitsgrad mit „Hallertau“ statt — wie sonst üblich — mit Ortsangaben ausgeflaggt werden.

Die geschilderten Bemühungen der „Raummacher“ sind sicher nicht ohne Wirkung geblieben. Doch ist auch nicht zu übersehen, daß es stets konkurrierende Räume bzw. Raumbegriffe gegeben hat, die dazu beigetragen haben, sie um einen Teil ihrer angestrebten Wirkung zu bringen. Wichtig dabei ist zum einen das historisch gewachsene zentralörtliche System. Die Hallertau hat keinen alle anderen dominierenden Zentralen Ort, ihre Zentrenstruktur ist vielmehr durch eine große Zahl von Klein- und Unterzentren (z. T. mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums) gekennzeichnet, die in die zentralörtlichen Systeme verschiedener Oberzentren (Landshut, Regensburg, Ingolstadt, Freising bzw. München) eingegliedert sind. Die Orientierung auf verschiedene, jeweils außerhalb der Hallertau gelegenen Oberzentren wirkt ohne Zweifel der Bildung einer Raumeinheit Hallertau kräftig entgegen.

In die gleiche Richtung wirkt zum zweiten auch die oben beschriebene Tatsache, daß die Hallertau infolge der Persistenz von Zeitungsverbreitungsgebieten keinen von einer einzigen Tageszeitung geprägten Kommunikationsraum darstellt. Und schließlich erwies sich vor allem die räumliche Organisation der staatlichen Administration und politischer Zuständigkeiten als ein Faktor, der gegen die Bildung einer Hallertau gerichtet war und ist. Insbesondere die Regierungsbezirksgrenze Niederbayern/Oberbayern wirkt als wichtige Scheidelinie, weil sie sich in vielen Bereichen des politischen und administrativen Handelns überaus restriktiv auswirkt. Abgesehen von einer alle zwei Jahre stattfindenden Hopfenrundfahrt gibt es zum Beispiel auf der Ebene der Landräte keine institutionalisierten Kontakte zwischen den Kommunalpolitikern oder (leitenden) Beamten. Auch informelle Beziehungen, wie sie etwa aus Bekanntschaften resultieren können, die aus früheren gemeinsamen Dienstorten herrühren, überbrücken diese Grenze selten, da Versetzungen über Regierungsbezirksgrenzen hinweg kaum erfolgen. Da auch Wahlkreiseinteilungen solche Grenzen strikt beachten, nimmt es nicht wunder, wenn die politischen Parteien ebenso wie zahllose andere Verbände — von der Erwachsenenbildung bis zum Rettungswesen —, sich in ihrer räumlichen Gliederung an dieser Grenze orientieren und deshalb kaum zu Kommunikationsbeziehungen beitragen, welche die gesamte Hallertau übergreifen.

So wird die Hallertau auch von Seiten der Heimatpflege nicht als Bezugsraum in Anspruch genommen. Sie orientiert sich vielmehr ausschließlich an administrativen Grenzen. Auch auf der Ebene persönlicher Kontakte zwischen den meist ehrenamtlich tätigen Heimatpflegern manifestiert sich keinerlei „Hallertau-Bewußtsein“. Entsprechendes gilt für die Aktivitäten selbst solcher Vereine, von denen man noch am ehesten annehmen würde, daß die Hallertau für sie ein wichtiger Bezugsraum sein könnte (wie Heimat- und Geschichtsvereine, Theater-, Musik-, Wander- oder Trachtenvereine), obschon auf der lokalen Ebene durchaus Vereine existieren, welche die Bezeichnung Hallertau in ihrem Namen führen, aber kaum je auf die Hallertau bezogenen Aktivitäten entfalten.

V. Fazit

Die Hallertau der vergangenen Jahrzehnte war ein ausschließliches Produkt der Hopfenwirtschaft. Das für den Entstehungszusammenhang der Hallertau als Raum wesentliche wirtschaftliche Interesse hat in der Folge an Stellenwert verlieren können, ohne daß sich deshalb der von ihm „gemachte“ Raum verflüchtigt hätte. Diese Persistenz der Raumabstraktion ermöglicht nun nicht hopfenwirtschaftliche Nutzungen des Namens Hallertau, die beispielsweise auf dem Bekanntheitsgrad, dem Sympathiewert oder dem Assoziationspotential des Namens beruhen. Solche Nutzungen setzten, wie das Beispiel der „Autobahn-raststätte Holvedau“ zeigt, schon zu einer Zeit ein, als der Hopfenanbau die Hallertau noch ökonomisch wie sozialstrukturell dominierte. Diese „Fremdnutzungen“ des Landschaftsnamens nehmen mit dem Rückgang der ökonomischen Dominanz des Hopfenanbaus aber deutlich zu.

Mit den Versuchen, das „Hallertaubewußtsein“ für unterschiedliche Interessen zu instrumentalisieren, ging ein Effekt einher, der so gewiß von niemandem intendiert war, aber im Sinne einer positiven Rückkoppelung dafür verantwortlich ist, daß der Name Hallertau, mit dem bis heute ein positives Image verbunden ist, in aller Gedächtnis überlebt hat und weiter überlebt. Die zunehmende Instrumentalisierung, das heißt die plakative Verwendung der von der ausschließlichen Begriffsbesetzung mit Hopfen freigewordenen Bezeichnung Hallertau für unterschiedliche andere Interessen sorgt dafür, daß sich das positive Assoziationspotential dieses Namens auf andere Bereiche als auf den Hopfenanbau überträgt. So erfährt das positive Image der Hallertau eine rückgekoppelte Intensivierung.

Hinsichtlich der Inwertsetzung des Landschaftsnamens Hallertau lassen sich also folgende Stadien unterscheiden:

1. DIE HALLERTAU ALS „SCHELMENLAND“

Der Landschaftsname Hallertau wird zur diskreditierenden Kennzeichnung überwiegend sozialer Eigenheiten verwandt. Demzufolge möchte niemand als Hallertauer bezeichnet werden, und daher ist die reale Entsprechung des Raumbegriffs Hallertau nur diffus auszumachen.

2. DIE HALLERTAU ALS DURCH HOPFENANBAU GEKENNZEICHNETER UND DEFINIERTER RAUMAUSSCHNITT

Der Imageumschwung des Namens Hallertau wird in die Wege geleitet, indem durch politisch-administrative Entscheidungen eine ökonomisch präferierte Stellung dieses Raumes gegenüber seiner Umgebung ermöglicht wird. Als Hallertauer bezeichnet zu werden, bedeutet in der Folge nicht länger, mit einem Makel behaftet durchs Leben schreiten zu müssen, sondern als Mitglied einer wirtschaftlich erfolgreichen und nicht nur sozial, sondern darüberhinaus auch räumlich eindeutig definierten Bevölkerungsgruppe angesehen zu werden.

3. DIE HALLERTAU ALS WERBEWIRKSAME NAMENSHÜLLE

Der Landschaftsname Hallertau und die mit ihm verbundene Assoziation an

Hopfen bleiben persistent. Aufgehoben ist dagegen die strenge Ausschließlichkeit der begrifflichen Füllung von Hallertau durch den Hopfenanbau. Damit ist einer potentiellen Neu- oder Zusatzbesetzung dieses nach wie vor positiv besetzten Begriffs mit anderen kennzeichnenden Eigenheiten das Tor geöffnet. Der Erfolg solcher auf sehr unterschiedliche Ziele hin orientierter Unternehmungen bleibt allerdings eingeschränkt, da die Hallertau von Raumgliederungen überlagert wird, deren funktionale Wirksamkeit stärker ist als die der Sympathiehülle oder des positiven Assoziationssymbols Hallertau.

4. DIE VERSTÄRKT VERWENDUNG DES RAUMNAMENS HALLERTAUS STABILISIERT DEREN POSITIVES IMAGE

Der Hallertau-Begriff gerät unter den Einfluß einer positiven Rückkopplung, die auf der zunehmenden Verwendung des Namens Hallertau in unterschiedlichen, nicht hopfenspezifischen Aktionszusammenhängen beruht. Das führt dazu, daß das positive Image der Hallertau nun auch von Seiten gestützt wird, die sich des Assoziationspotentials des Namens für ihre jeweiligen Zwecke bedienen und damit den semantischen Hof dieser Bezeichnung auf sehr unterschiedliche Bewertungszusammenhänge erweitern.

Die These, daß es identifizierbare funktionale Gruppen seien, die den Umschwung vom schlechten hin zu einem positiven Image einer Landschaft intentional in die Wege leiten, indem sie eine Änderung des assoziativen Besatzes eines Landschaftsnamens leisten, ist also zumindest für den Fall Hallertau nicht haltbar. Vielmehr verdankte sich der Imageumschwung der sich grundlegend verbessernden ökonomischen Situation eines Raumes, wobei entscheidend ist, daß dessen wirtschaftliche Lage sich gegenüber seiner Umgebung insgesamt positiver entwickelt hat. Förderlich ist einem solchen Imagewandel ein manifestes Symbol, an dem das nunmehr vorhandene Positivimage „festgemacht“ werden kann — im Falle der Hallertau ist dies naheliegenderweise der Hopfen, dessen Anbau den ökonomischen Aufstieg der Hallertau erst ermöglichte.

Für die Ausbildung eines Regionalbewußtseins waren die sozialen Strukturen und Besonderheiten entscheidend, die sich im Verlauf der ökonomischen Melioration der Hallertau herausgebildet hatten. Manipulative Zugriffe auf dieses Regionsbewußtsein aber erfolgten erst, nachdem diese Besonderheiten vergangen waren. Nun begannen durchaus identifizierbare Akteure auf sie als vermeintlich noch immer „Verbindendes“ zu rekurrieren, um dadurch die ihren Appellen an „Hallertauer Identität“ zugrundeliegenden Interessen zu bemänteln und zu befördern.

Der Erfolg der „Raummacher“, das heißt ihre Resonanz bei der Bevölkerung, hängt von vielen Faktoren ab. Dazu gehören ihre soziale Position im Kommunikationsprozeß, ihre Teilhabe an politischer Macht, das Vorhandensein gleichgerichteter oder entgegengesetzter Interessen, die Persistenz überkommener Kommunikationsstrukturen wie Zeitungsverbreitungsgebiete und anderes mehr.

Anmerkungen

- 1 Diese Befragung hat im Juni/Juli 1990 stattgefunden. Angesichts begrenzter Mittel war an einen großen Stichprobenumfang nicht zu denken. Um die Interviews räumlich angemessen zu streuen, wurden 25 über die gesamte Hallertau verteilten Orte aller Größenklassen bestimmt. Den dorthin entsandten Interviewern war aufgetragen, jeweils 6 Gesprächspartner so auszuwählen, daß unter ihnen — 3 Männer und 3 Frauen, — je 2 Angehörige der Altersklassen 18—25 Jahre, 26—65 Jahre und über 65 Jahre, — je 2 landwirtschaftliche Erwerbstätige, mindestens 1 Nicht-Erwerbstätiger, — mindestens ein kommunalpolitisch und mindestens 1 im soziokulturellen Bereich Aktiver vertreten wäre. In den größeren Befragungsorten Wolnzach, Pfeffenhausen, Geisenfeld und Mainburg sollten nicht 6, sondern 12 Interviews geführt werden, die vorgegebenen Quoten waren hier dementsprechend zu verdoppeln. Zwar konnten in manchen Orten die Vorgaben nicht vollständig eingehalten werden, insgesamt aber lagen nach Abschluß der Erhebung 178 (statt der vorgegebenen 174) auswertbaren Interviews vor. Die Abweichung von der angestrebten Verteilung hält sich durchaus in annehmbaren Grenzen.
- 2 Als „besuchsaktiv“ zählen jene Probanden, für die die Summe der Luftliniendistanzen zwischen ihrem Wohnort und den in der Liste der Frage 1 aufgeführten Orten, die sie als besucht angegeben haben, mehr als 70 km beträgt.
- 3 Zur Indexbildung „Einstellung zur Hallertau“:
In Frage 7 wurde den Probanden zunächst eine Reihe von Statements vorgelegt. Je nach Grad der Zustimmung zu positiven Aussagen über die Hallertau, bzw. dem Grad der Ablehnung von negativen Aussagen über die Hallertau, wurden für 7 auswertbare Statements je 0—4 Punkte vergeben und für jeden Probanden aufsummiert. Bei den Fragen nach kulinarischen Besonderheiten der Hallertau, (Frage Nr. 9) berühmten Persönlichkeiten, die aus der Hallertau stammen, (Frage Nr. 11) und nach spezifischen Wesensmerkmalen der Hallertauer Bevölkerung, (Frage Nr. 12) wurde — unabhängig vom Inhalt der hierzu gegebenen Antworten — allein die Tatsache, daß der Proband die Fragen für beantwortbar hielt, als Beleg dafür gewertet, daß es für ihn die Hallertau jedenfalls „gibt“, das heißt, daß er „regionsbewußt“ ist. Daher wurden pro Antwort auf diese Fragen drei Punkte vergeben, und weitere drei Punkte gab es für eine positive Antwort auf die Frage nach der Beurteilung der „Anmutungsqualität“ der Hopfengerüstanlagen als Landschaftsmerkmale, (Frage 13). Der maximale Wert des Index beträgt damit 40 Punkte.
- 4 Man kann es eher bezweifeln, denn zumindest in den kommunalen Parlamenten, das heißt den Stadt- und Gemeinderäten hat der Anteil der Mitglieder, die selbst noch „Hopfenbezug“ haben (d. h. persönlich noch Hopfen anbauen oder vermarkten), von Wahlperiode zu Wahlperiode abgenommen. Dennoch sind Vertreter der Hopfenwirtschaft wohl nach wie vor in den kommunalen Parlamenten überrepräsentiert.
- 5 Selbstverständlich wird der Name Hallertau darüber hinaus in zahlreichen anderen Zusammenhängen verwendet, insbesondere in der Werbung, doch erschien die Anlage einer vollständigen Sammlung derartiger Namensverwendung ein fast aussichtsloses Unternehmen.
- 6 Leider sind die Archive, die die entsprechenden Unterlagen beherbergen, in den Kriegswirren zerstört worden, so daß entsprechende Aussagen von Gewährsleuten nicht mit Archivmaterial untermauert werden können.

Literatur

- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (Hrsg.) 1991: Der Hopfenanbau in Bayern 1991. Anbauflächen von Alt- und Junghopfen nach Sorten für Bayern, Anbaugebiete und Gemeinden. München.
- BAYERISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK UND DATENVERARBEITUNG (Hrsg.) 1991: Die Gemeinden Bayerns nach dem Gebietsstand 25. Mai 1987. Die Einwohnerzahlen der Gemeinden Bayern und die Änderungen im Bestand und Gebiet von 1840 bis 1987. München. (= Beiträge zur Statistik Bayerns, H. 451).
- BLOTEVOGEL, Hans-Heinrich/HEINRITZ, Günter/POPP, Herbert 1989: „Regionalbewußtsein“. Zum Stand der Diskussion um einen Stein des Anstoßes. In: Geographische Zeitschrift 77, S. 65—88.
- BRIESEN, Detlef/GANS, Rüdiger 1992: Regionale Identifikation als „Invention of Tradition“. Wer hat und warum wurde eigentlich im 19. Jahrhundert das Siegerland erfunden?. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 66, S. 61—73.
- BUSLER, Peter M. 1990: Die Hallertau. Porträt einer urbayerischen Landschaft. Pfaffenhofen a.d. Ilm.
- EBERWEIN, Josef 1974: Lieder und Zwiefache. Das Holledauer Liederbuch. Dellnhausen.
- EBERWEIN-SEEFELDER, Marlene 1989: Das Eberwein-Liederbuch aus der Holledau. Geburtstagsgabe für Michl Eberwein. München.
- FEHN, Hans 1966: Historische Landschaftsnamen und ihr wechselnder Geltungsbereich. Eine vergleichende Betrachtung. In: Erdkunde 20, S. 149—153.
- FUCHS, Frieda 1937: Das Hopfenanbaugebiet als Wirtschaftslandschaft. In: Mitteilungen der Geographischen Gesellschaft München 30, S. 39—136.
- GRAF, Anton 1975: Die Hallertau und ihr Hopfenbau. Eine volkskundliche und wirtschaftliche Untersuchung. Diss. München.
- HARD, Gerhard 1987: „Bewußtseinräume“. Interpretationen zu geographischen Versuchen, regionales Bewußtsein zu erforschen. In: Geographische Zeitschrift 75, S. 127—148.
- HEINRITZ, Günter 1989: Ist Regionsbewußtsein machbar? Untersuchungen zur Akzeptanz von Raumabstraktionen. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 63, S. 45—47.
- KAPFHAMMER, Günter 1987: Über Namen und Abgrenzungen in Bayern. In: Blätter für Oberdeutsche Namensforschung, 24, S. 50—57.
- KERSCHER, Uta 1989: Regionalbewußtsein im Pfaffenwinkel. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 63, S. 79—108.
- KERSCHER, Uta 1992: Raumabstraktion und regionale Identität. Eine Analyse des regionalen Identitätsmanagements im Gebiet zwischen Augsburg und München. Kallmünz. (= Münchener Geographische Hefte 68).
- KETTNER, Lorenz 1975: Die Entwicklung der Hallertau zum größten Hopfenanbaugebiet der Welt im 19. und 20. Jahrhundert. München. (= Bayerisches landwirtschaftliches Jahrbuch 52, Sonderheft 3).

- KETTNER, Lorenz 1976: Hallertauer Hopfenbau. Geschichte und Gegenwart. Mainburg.
- KLIMA, Andreas 1989: Das Abbild der Raumvorstellung „Allgäu“ als Facette des Regionalbewußtseins einer heimattragenden Elite. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 63, S. 49—78.
- KNOLL, Günter/SIEBER, Hannes 1986: Die Hallertau. Freising.
- MARKMILLER, Fritz 1991: 100 Jahre Volksmusik- und Volkstanzpflege in Dingolfing. In: Volksmusik in Bayern 8, S. 33—43.
- o. V. 1978: Die Hallertau. München. (= Bayerland, 1978, Nr. 6).
- PFLEIDERER, Albert 1936: Das kulturgeographische Bild der Hallertau, des bedeutendsten deutschen Hopfenanbaugebietes, insbesondere des Bezirkes Mainburg. München/Öhringen. Diss. München.
- REINDL, Josef 1926: Hallertauer Skizzen. München.
- REINDL, Georg/SEEFELDER, Maximilian 1990: Tanzmusik aus der Hallertau. München/Landshut.
- SCHÖLLER, Peter 1984: Traditionsbezogene räumliche Verbundenheit als Problem der Landeskunde. In: Berichte zur deutschen Landeskunde 58, S. 31—36.
- WEH, Ludwig 1982: Der Name Hallertau. In: Amperland 18, S. 256—258.
- WOLF-SCHLIESSER, Eva 1989: A Hallertauer Austrogsbairin erzeiht aus ihm Lem. Mannheim. (= Masch. Skript).
- ZEHEHNTNER, Ludwig 1978: Die Mundart der Hallertau. Diss. Marburg.