

<b>Zeitschrift:</b>	Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires
<b>Herausgeber:</b>	Empirische Kulturwissenschaft Schweiz
<b>Band:</b>	91 (1995)
<b>Heft:</b>	2
<b>Artikel:</b>	Der Fischermarkt in Helsingfors (Helsinki) als Identitätsmerkmal der Schweden in Finnland : ein Beitrag zur Diskussion über symbolisches Kapital
<b>Autor:</b>	Åström, Anna-Maria
<b>DOI:</b>	<a href="https://doi.org/10.5169/seals-117937">https://doi.org/10.5169/seals-117937</a>

### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 28.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# **Der Fischermarkt in Helsingfors (Helsinki) als Identitätsmerkmal der Schweden in Finnland**

## **Ein Beitrag zur Diskussion über symbolisches Kapital\***

Von Anna-Maria Åström

Die schwedischsprachige Bevölkerung Finnlands stellt als Minorität eine Besonderheit dar. Historisch gesehen ist ein Teil dieser Bevölkerungsgruppe Nachfolger jener schwedischen Verwaltungselite, die die Geschicke Finnlands lenkte, bis in den 1860er Jahren die finnische Sprache dem Schwedischen gleichgestellt wurde. Ein anderer Teil wiederum geht auf die Bevölkerung zurück, die seit dem 13. Jahrhundert an den Küsten des Finnischen Meerbusens – auf Åland und in Ostbottnien – ansässig war: eine Schicht von Fischern und Bauern, die «Landbevölkerung», die das volkstümliche Element darstellte. Zu einer Annäherung zwischen diesen beiden Gruppen kam es Ende des 19. Jahrhunderts als Reaktion auf den sprachlichen, kulturellen und politischen Vormarsch der finnischsprachigen Majorität.

Nach der finnischen Verfassung sind Finnisch und Schwedisch Amtssprachen. Auf diese Verfassungsgarantie kann sich die schwedischsprachige Bevölkerung – heute nur noch 5,9 Prozent der Einwohner – in bedrängenden Situationen berufen. Eigene Schulen, eigene Theater, eine eigene Militärbrigade (Dragsvik), schwedischsprachiger Universitätsunterricht, eigene Fernsehprogramme etc. decken im grossen und ganzen die Bedürfnisse der schwedischsprachigen Bevölkerung. Die soziale Heterogenität der Sprachgruppe wurde von der finnlandschwedischen Sammlungsbewegung, die danach strebte und noch strebt, die schwedische Sprache in Finnland zu bewahren und zu festigen, bewusst heruntergespielt.

Die Frage, was innerhalb der Sprachgruppe auf der Alltagsebene geschieht, ist für die Erforschung des Zusammenhalts und der Identität der Gruppe von Interesse. Angesichts der hohen Stellung, die die schwedischsprachige bürgerliche Gruppierung in der Hauptstadt Helsingfors um die Jahrhundertwende im Verhältnis zur schwedischsprachigen Arbeiterbevölkerung einerseits und zur Küstenbevölkerung andererseits innehatte, ist die Kommunikation zwischen den Gruppen bei einem bestimmten Ereignis, nämlich dem Fisch- oder Heringsmarkt in Helsingfors, von Interesse. Diese – jährlich in der ersten Oktoberwoche stattfindende – Veranstaltung wurde gewählt, weil ihre Tradition bis in die *Mitte des 18. Jahrhunderts* zurückreicht und weil ihre sprachliche Botschaft *nicht* so selbstverständlich und explizit ist wie z. B. bei den Heimatfesten, die in den Sommermonaten in der heute noch schwedischsprachigen Provinz stattfinden und sowohl die Ortsbevölkerung als auch Feriengäste anlocken. Ein Höhepunkt der Heimatfeste ist das ostbottnische Festmahl, bei dem regionale bäuerliche Speisen angeboten werden. Das Hinterland des Fischermarkts ist wegen der Marktware Fisch auf das Schärengebiet Nylands

und die Åland-Inseln begrenzt. Aus den östlichen Teilen Nylands und aus Satakunta kommen finnische Fischer.

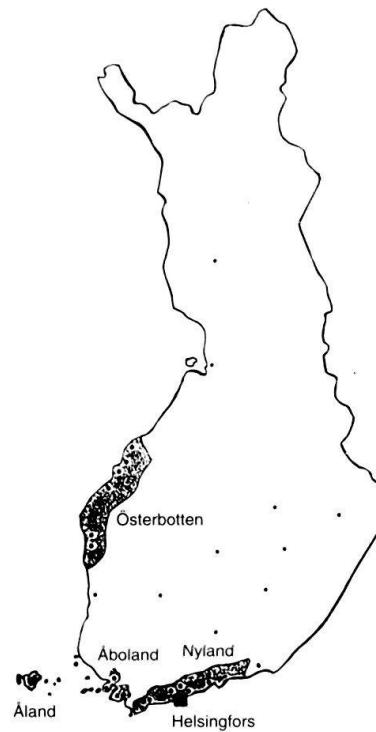
Der *Ort*, an dem der Heringsmarkt in Helsingfors stattfindet, ist, abgesehen davon, dass es sich um die Hauptstadt handelt, der zentralste und vielleicht prestigeträchtigste Teil der Stadt, nämlich der neben dem Empireviertel und dem Präsidentenpalais gelegene Hafen. Hierhin strömten einst die Fischer aus nahezu dem gesamten schwedischen Sprachgebiet, um ihre Salzheringe zu verkaufen, und noch heute treffen bis zu fünfzig Boote ein, von denen aus Fisch angeboten wird, der nach einer steigenden Auswahl von neueren Rezepten eingelegt ist. Dazu kommen die Fischer, die ihren Fisch an Marktständen verkaufen. Viele der noch zum Markt kommenden Fischer sind immer noch schwedischsprachig. Sie pflegen Kontakte, die in manchen Fällen mehrere Generationen zurückreichen. Es handelt sich um *Begegnungen* zwischen verschiedenen Bevölkerungskategorien.

Der Markt hat sich trotz wechselhafter konjunktureller Verhältnisse bis heute erhalten. Eine Krise, die sich Mitte der 1960er Jahre abzeichnete, wurde Ende der 70er Jahre endgültig überwunden, und die Tradition lebt in leicht veränderter Form fort. Warum? Und was macht aus der Begegnung mehr als ein Happening, das Pendants in vielen Städten besitzt, wo die Dichotomien zentral-peripher, urban-rural, modern-traditionell und hoch-niedrig für eine bestimmte Zeit umgekehrte Vorzeichen erhalten?<sup>1</sup> Der Schwerpunkt liegt im folgenden auf der Semiotik und Symbolik von *Ort* und *Begegnung*.

Ich gehe davon aus, dass auch die symbolträchtigen Begriffe «Fisch», «Meer», «Stadt» und «Tradition» eine entscheidende Rolle für den Fortbestand des Marktes spielen.

Untersucht man den Heringsmarkt ausgehend von diesen Begriffen im symbolischen Sinn und ausgehend davon, dass es sich ferner um einen *symbolischen Austausch* handelt, wie er von Pierre Bourdieu<sup>2</sup> definiert wird, wird auch die sprachliche Dimension deutlicher. Man kann sich nämlich fragen, inwiefern sich der auf dem Heringsmarkt vollzogene Austausch auf eine symbolische Ebene erhebt, die auch sprachliche oder ethnische Vorzeichen besitzt.

Das Material, das der Analyse zugrundeliegt, besteht aus einzelnen frühen Aufzeichnungen sowie aus Zeitungsartikeln, die ab 1911 in «Hufvudstadsbladet», der



*Die schwedischsprachigen Gebiete Finnlands.*

größten schwedischsprachigen Tageszeitung der Hauptstadt, erschienen sind. Das Bestreben der Verfasser dieser Artikel geht dahin, jeden Markt als Einzelphänomen zu beschreiben, doch tritt in den Schilderungen auch die Linie und die sprachliche Ideologie des Blattes zutage. Ich nutze die Texte sowohl als Zugang zur «*aussertextuellen*» Realität wie auch als *Diskurs über die sprachlich definierte Gruppe*.

Durch die Wortwahl wird in den Marktreportagen das Rurale, Traditionelle und Peripherie hervorgehoben und heroisiert. Dies mag dem jeweiligen Verfasser unbewusst bleiben, doch eben deshalb wird hier eine Ideologie vermittelt. Für die Fischer wurden im Lauf der Jahrzehnte vielsagende Bezeichnungen verwendet: «Schärengestalten», «Seevolk», «Arbeiter des Meeres», «willkommene, weitgereiste Gäste», «jährliche Gäste von den Schären». Favoriten unter den Gästen sind die Åländer, die den weitesten Weg zurückzulegen haben.

Die Städter ihrerseits erhalten Bezeichnungen wie «Käuferschar», «Käufervolk» und «marktbesuchende Städter», d. h. neutrale oder sogar leicht abwertende Benennungen, die bewirken sollen, dass das Schärengebiet und seine Bevölkerung erhöht werden. In diesem Bestreben scheint es zulässig, die sonst höhergeschätzte städtische Bevölkerung ein wenig zu degradieren oder jedenfalls zu profanieren. Den Bevölkerungsgruppen wird bei dieser Begegnung daher eine größere *Gleichrangigkeit* zugeschrieben, als ihnen tatsächlich zukommt. Die Hauptrolle beim Austausch spielen scheinbar – was allerdings früher in stärkerem Mass der Wirklichkeit entsprach – die Waren, die den Besitzer wechseln, vor allem *Salzhering und in Würzlake eingelegter Fisch*. Salzhering war bis in die fünfziger Jahre im Winter auch für die Stadtbevölkerung alltägliche Nahrung.

Die Begegnung zwischen städtischem Publikum und Fischern wird vor den kriegsbedingten Einschränkungen am 30.9.1913 in «*Hufvudstadsbladet*» in Übereinstimmung mit dem genannten Muster beschrieben:

Wie gewöhnlich haben sich Nachbarn und Nachbarsnachbarn und Freunde und Verwandte und Freundesfreunde und -verwandte auf Segelschiffen zusammengeschlossen, um die Reise nach Helsingfors zu unternehmen, und man trifft viele Bekannte wieder. Grüsse werden ausgetauscht, und man redet von diesem und jenem.

Die Fischer sind ein gemütliches Völkchen von Freunden und Verwandten, die man wiedererkennt. Und die Leute von den Segelschiffen finden sich ihren eigenen Worten nach zurecht

hier im schönen Helsingfors, wo es lauter gute und freundliche Menschen gibt und wo man von allen so gut empfangen wird.

Der Kommentar des Reporters stellt wieder eine Abwertung dar:

Naja, das ist schmeichelnd für die Hauptstadt, obwohl in dieser Frage ziemlich geteilte Auffassungen herrschen.

Die finnischsprachigen Fischer, die eine Minderheit darstellen, werden nicht kommentiert, die estnischen bisweilen. Eine weitere symptomatische Reportage aus dem Jahr 1932 lautet:

Jedenfalls sind sie nun wieder hier, die prächtigen, markigen Gesichter von den Heringsschären, und wer Augen hat zu sehen, stellt fest, dass sie sich gleichen, sogar in der Hinsicht, dass einige der alten Männer schmale goldene Ringe an den Ohren tragen. Und salzig und herrlich kommt der Wind vom Meer herein und vermischt sich mit dem Duft von Tauen und Teer und vom blanken Silber des Meeres, dem Hering, weissglänzend, fett und prall gefüllt mit Rogen.

Tatsächlich wurden die Heringe in Holzfässchen verkauft und hatten durch das Einlegen jeden Glanz verloren. Der Artikel fährt fort:

Der Åland-Abend der Studenten und die Theatervorstellungen für die Fischer sind ja sehr schön, aber es sind keine Jahrmarktsbelustigungen im eigentlichen Sinn. Nein, Schiessbuden sollte es geben und Karussells.

Man gewinnt den Eindruck von einer Begegnung in bildungsbürgerlichem Geist, während der Bericht gleichzeitig die Bemühungen der Studenten ins Lächerliche zieht. Das *Bildungsideal* ist in diesem Zusammenhang komisch, und der Reporter spielt ganz richtig auf das wahre Wesen des Markt-Karnevals an, auf das Burleske.<sup>3</sup> Die Aufwertung des Niedrigen, des Peripheren, des Maritimen und des Traditionellen ist offenkundig. Die Abwertung des Urban-Bürgerlichen ist somit folgerichtig. Die Bereitschaft der Studenten, ein Programm für die Fischer zusammenzustellen, muss jedoch die Analyse auf eine andere Ebene führen. Es handelt sich hier um ein aufrichtiges Entgegenkommen, das in der privaten Begegnung noch eine weitere Dimension erhält, nämlich die Kontinuität der Beziehungen und das persönliche Engagement. Die wenigen Aufzeichnungen von Fischern über den Markt in den 20er Jahren bezeugen dies:

Bei günstigem Wind traf man nach einer Segelfahrt von ein paar Tagen in der Hauptstadt ein. Man ruderte an Land und suchte alle «seine» Bekannten auf, die Kunden, denen man seit mehreren Generationen Fisch verkauft hatte. Sie bekamen auch einen Laib Schwarzbrot gratis. Als Gegengabe konnten diejenigen, die zu Hause eine Schar Kinder hatten, abgelegte Kleider, ein Buch oder Spielzeug bekommen.

Oder:

Wenn man jedes Jahr hinführ, hatte man seine Kunden, die kamen. Aber man musste gute Ware haben... da konnten wir tagelang verkaufen und unsere Kunden im nächsten Jahr wieder willkommen heissen. Viele von ihnen waren sehr feine Menschen. Damals hatte ein Arbeiter nicht genug Geld, um sich ein Fässchen Heringe zu kaufen.

Eine Kindheitserinnerung aus einer bürgerlichen Familie in Helsingfors vermittelt von der anderen Seite her einen nüchternen Blick auf den Austausch:

Wenn der Markt war, kam ein Ålandfischer mit einem Fässchen Salzheringe, Schwarzbrot und Dickmilch in einem Wacholderholzkübel mit Deckel. Der musste zurückgebracht werden, bevor der Markt zu Ende war.

Wir haben es hier mit etwas zu tun, was über den normalen Kaufhandel hinausgeht und an das erinnert, was Pierre Bourdieu unter dem Begriff *symbolisches Kapital* analysiert hat.<sup>4</sup> In einem symbolischen Austausch oder einer auf gutem Glau-

ben basierenden Ökonomie gelten andere Spielregeln als beim gewöhnlichen ökonomischen Austausch. Man bemüht sich zu *verbergen*, dass es sich einzig und allein um ökonomische Transaktionen handelt.

Auf dem Heringsmarkt ist den Fischern daran gelegen, über Generationen ihre treuen Kunden zu behalten – weil sie eigentlich das ganze Jahr auf den Marktverkauf hinleben. Sie unterstreichen dies durch ihr Wohlwollen gegenüber den Stammkunden. Die Stammkunden ihrerseits reagieren mit dem gleichen Verhalten, die Gabe führt zur Gegengabe. Berechnung ist etwas, was man versteckt. Die wohlhabenden Städter ihrerseits benötigen, ausser Fisch, das ihnen erwiesene Wohlwollen und die «Schwedenumsspiegelung». Hier handelt es sich gewissermassen um eine über das Ökonomische hinausgehende Kalkulation in der Absicht, etwas Seltenes zu geniessen. Bourdieu führt Beispiele an: freundliche Worte, Lächeln, Händeschütteln, Komplimente und Aufmerksamkeiten sind positive Äusserungen dessen, was der symbolische Austausch beinhaltet kann. Der symbolische Austausch vollzieht sich in der Regel unter nahen Verwandten und Freunden, denen man vertrauen kann. Er gründet sich auf Kontinuität, auf das gesprochene Wort, den Händedruck und den persönlichen Tonfall.<sup>5</sup> Im Fall des Heringsmarkts erweiterte sich diese Gruppe der Verwandten auf zwei diametral entgegengesetzte soziale Schichten. Beide Seiten streben zudem danach, von der sozialen Gegenseite anerkannt zu werden. Was sie verbindet, ist die gemeinsame Sprache. Die Tatsache, dass die bürgerliche schwedische Presse dieses «Freundschaftsverhältnis» unter Ausnutzung der exotischen Symbole hervorhebt, weist darauf hin, dass das Phänomen für die schwedischsprachige Bevölkerung Südfinnlands eine grössere, aber zugleich verborgene Tragweite besitzt.<sup>6</sup>

## Die Krise 1941

Dass der Mechanismus des symbolischen Austauschs im Bourdieuschen Sinn tatsächlich in Gebrauch war und vielleicht weiterhin ist, soll durch den Verweis auf grössere ökonomische Zusammenhänge gezeigt werden. Symbolischer Austausch ist nach Bourdieu immer ein Aspekt einer ökonomischen Transaktion. Was man dabei gewinnt, ist neben dem Profit ein symbolischer Überschuss.<sup>7</sup> Dieser Mechanismus zeigte sich besonders deutlich in der Krise, die den Heringsmarkt 1941 traf, mitten im Zweiten Weltkrieg, als in Finnland wirtschaftliche Knappheit herrschte und die Rationierung verordnet wurde. Die Schiffahrt auf dem Finnischen Meerbusen war eingestellt, und die Heringe mussten mit der Eisenbahn transportiert werden.

Am Tag vor der Eröffnung des Marktes im September 1941 berichteten die Zeitungen, ein Grossteil des in Helsingfors erwarteten Herings sei bereits vorbestellt. Als der Markttag anbrach, bildete sich daher eine kilometerlange Schlange, da die anderen Käufer sichergehen wollten, auch ihren Bedarf an Hering zu decken. Nach mehrstündigem Warten auf die versiegelten Waggons kam von der zuständigen

Behörde der Bescheid, dass der gesamte Hering beschlagnahmt sei und ohne Rücksicht auf irgendwelche Vorbestellungen an die Wartenden verkauft werde. Ab Mittag konnten die Wartenden nach und nach ihren Winterhering erwerben, aber keineswegs alle. Die schwedischsprachige bürgerliche Presse erhob wütenden Protest gegen diesen Mangel an Respekt vor getroffenen Abmachungen, während die sozialdemokratische Presse den behördlichen Beschluss und die Rechte der Schlangestehenden verteidigte: «Zum ersten Mal haben sich die Verbraucher gegen die Kriegsspekulanter behaupten können». Die Fischer reagierten mit Verwirrung und Resignation:

Wenn wir den Fisch nicht verkaufen, verkauft ihn die Polizei. Ich habe noch nie unehrlichen Handel getrieben. Ich habe nie Ware verkauft, für die ich schon (von anderen) Bezahlung bekommen hatte. Ich habe nie etwas Schlimmeres mitgemacht. Ich komme nie mehr nach Helsingfors.

So wurde ein Fischer in der hauptstädtischen Presse zitiert.

Die Vorbestellung von Heringsfässchen beruhte auf den Kontakten vorausschauender Kunden zu ihren traditionellen Lieferanten. Der durch den bisherigen Austausch geschlossene Pakt wurde genutzt, wobei man auf briefliche Absprache und Bezahlung zurückgriff oder telefonisch vereinbarte, dass die bisherige Kundenbeziehung weiterhin Bestand hatte.

In der Presse entbrannte ein Streit darüber, wer Anspruch auf den Hering habe, diejenigen, die Vereinbarungen getroffen hatten – an deren Existenz zudem Zweifel geäusserzt wurden –, oder diejenigen, die sich um der knappen Nahrung willen angestellt hatten. Keine der beiden Seiten, weder die bürgerliche noch die sozialdemokratische Presse, konnte Verständnis für die Argumente des Gegners aufbringen.

Hier kollidierten zwei Wertsysteme; das eine ging aus von einer Kontinuität des Handels auf der Basis eines Ehrbegriffs, der Bestandteil des mit dem symbolischen Austausch verbundenen Systems war, während sich das andere auf die Auffassung gründete, zumindest in Krisenzeiten müssten alle Verbraucher gleichberechtigt sein.

Innerhalb der normalen Marktwirtschaft bleiben die Dimensionen des symbolischen Austauschs verborgen; sie werden erst in einer Krise blossgelegt, in der die Mechanismen der Inkorporation und des Ausschlusses unverhüllt hervortreten.

Die Verletzlichkeit des symbolischen Austauschsystems angesichts ökonomischer und politischer Realitäten beruhte auf seiner Verbogenheit und Unbestimmtheit. Es handelte sich um ein System, das sich nicht auf reguläre schriftliche Verträge berief, weil gerade dadurch die Grundlage des Systems, die öffentliche Uneigennützigkeit, zerstört worden wäre.<sup>8</sup> Diese Uneigennützigkeit besass – über die trotz allem zugrundeliegende ökonomische Dimension hinaus – auch eine Dimension, die die Identität beider Schichten stärkte. Es ging um Zusammengehörigkeit und Beistand in der Not, um gegenseitige Achtung, letztlich aber auch um die Berufung auf das in der schwedischen Sprache verkörperte symbolische Kapital und dessen Mehrung. Weil das System Teil eines grösseren sozialen Zusammenhangs war,



*Der Fischermarkt in Helsingfors im Oktober 1924. Die meisten Schiffe kamen aus Kökar in Åland.*

wurde es in normalen Zeiten nicht sichtbar. Der versteckte sprachliche Aspekt war den Behörden völlig fremd – oder ganz und gar unverständlich.

### **Der Fischmarkt lebt fort**

Auch das weitere Schicksal des Heringsmarktes zeigt, dass beim Zurückweichen der einen Seite die Beharrlichkeit der anderen Seite den Fortbestand der Tradition sichern kann. Nach dem Krieg kam der Markt bald wieder in Gang; mehr als 60 Boote mit den traditionellen Herings- und Sprottenfässchen trafen ein, und wieder waren die Fischer mehrheitlich schwedischsprachig. Um die Mitte der 60er Jahre hatten veränderte Essgewohnheiten (Tiefkühlkost, ein breiteres Nahrungsangebot) und die schnelle Umstrukturierung des urbanen Lebens zur Folge, dass eine sinkende Anzahl von Booten beim Heringsmarkt immer weniger Kunden anzog.

«Jetzt ist es aus», sagt Erik Karpos aus Kökar und schüttelt den Kopf. «Im Krieg und unmittelbar danach brachte der Markt am meisten ein. Da brauchten die Leute Heringe.» («Hufvudstadsbladet» 9.10.1966)

«Im übrigen gibt es heute einige, die sozusagen nur noch für ihre alten Kunden fischen.» («Hufvudstadsbladet» 7.10.1969)

Ein Kern hartnäckiger Fischer kehrte dennoch Jahr für Jahr zurück. Sie verwiesen auf die Tradition, auf die alten Kunden, die Verpflichtung gegenüber früheren Generationen und auf eine allgemeine Neugier auf das Stadtleben.

Bevor die Markttradition endgültig einschloss, reagierte die Gegenseite, die Städter und vor allem die Kaufleute auf der zentral gelegenen Esplanade, die in den Hafen mündet. Auch ihr Umsatz war in den 70er Jahren zurückgegangen, und durch die Gründung eines Vereins zur Förderung des Fischmarktes wollten sie diese Entwicklung aufhalten.

Dem zu diesem Zweck gegründeten Verein «Pro Esplanade» gehörten nicht wenige schwedischsprachige Städter, viele von ihnen Prominente, an: Es waren im symbolischen Sinn wieder die «Hohen» und das, was sie repräsentierten, die das «Niedrige» in der Bedeutung des Einfachen und Peripheren benötigten. Nun verstand man es, auf das Karnevaletteske zu bauen. Der Markt wurde erweitert durch Wettbewerbe für den besten eingelegten Fisch, scherhaftes Wettkämpfen zwischen den verschiedenen maritimen Beamtengruppen der Stadt (Hafenamt, Küstenwache usw.) und den Fischern, Tanz auf dem Marktplatz am Abend, Reden und Musik. Der Aktivierungsversuch war erfolgreich, und dank seines happeningartigen Charakters zieht der Helsingforser Fischmarkt heute wieder viele Leute und eine treue Kundenschar an. Der Markt ist immer noch ein Stadtfest, mit wenigen Auswärtigen, weil er ausserhalb der Touristensaison stattfindet. Das Fischsortiment ist verändert und erweitert, die Holzfässchen sind durch Plastikgefässe ersetzt, und die Haltung der Fischer ist eher keck und bewusst exotisierend als ehrfurchtvoll. Im Hintergrund geht jedoch auch eine gewisse Fopperei vor sich. So können sich z. B. ganze Besatzungen betrinken und auf diese Weise ihren fröhlichen Humor stärken, ohne dass es den Kunden auffällt. Die Marktfahrt wird auch für Grosseinkäufe und Bestellungen in der Hauptstadt genutzt. Ein neuer Trend ist es, dass sich Unternehmen und Firmen darin überbieten, Sponsorenparteien und Verkaufsveranstaltungen für die Fischer zu arrangieren. Der Markt ist daher für die Fischer weiterhin der Höhepunkt des Jahres; sie krönen ihn, indem sie sich hektisch in das städtische Treiben stürzen.

Modernität zeichnet heute auch die motorisierten Fischer aus, und sie können nicht vom «Primitiven» profitieren. Das Leben auf dem Meer ist aber auch heute noch hart und gefährlich. Tatsache ist auch nach wie vor, dass die meisten Fischer auf die Markteinkünfte angewiesen sind. Die Schwerpunkte «hoch» und «niedrig» haben möglicherweise ihren Inhalt verändert, wichtiger ist jedoch, dass die «Anziehungskraft» zwischen den beiden Polen anhält. Das wichtigste ist noch wie früher die Aufrechterhaltung guter Kundenkontakte, sowohl aus persönlichen Gründen wie um des Verkaufs willen.

Für die Städter, vor allem für den schwedischsprachigen Teil der Bevölkerung und ganz besonders für diejenigen, die den Markt schon immer besuchten, ist das Wiederaufleben des Fischmarkts gleichbedeutend mit der Aufrechterhaltung einer alten Tradition und der Aufrechterhaltung alter Kontakte. Den schwedischsprachigen Einwohnern der Hauptstadt, die im Sommer im Schärengiebel segeln und ihre

Ferien verleben, ist der Besuch des Marktes besonders wichtig. Sie nehmen mit dem Markt jährlich Abschied vom Schärenurlaub, der ein wichtiger Bestandteil ihres Lebens ist. Der Markt ist daher auch ein jährliches *Ritual*, das mit dem Schärenleben zu tun hat.

Das letzte ausgeprägte schwedische Merkmal des Marktes ist der Marktkaffee, der am ersten Morgen des Heringsmarkts von der Zeitung «Hufvudstadsbladet» im grössten Café-Restaurant auf der Esplanade veranstaltet wird. Eingeladen sind die höchsten Vertreter von Finanz und Wirtschaft. In der Berichterstattung über dieses Ereignis überwiegen die schwedischen Namen. Das Hohe versammelt sich, wenn das Niedrige in der Nähe ist. Warum?

## Verstärkte sprachlich-ethnische Identität

Anthony Smith nennt sechs typische Attribute ethnischer Gruppen:

1. ein kollektiver Name
2. mythische Vorstellungen eines gemeinsamen Ursprungs
3. gemeinsame historische Erinnerungen
4. eines oder mehrere differenzierende Elemente in einer gemeinsamen Kultur
5. eine Assoziation zu einem spezifischen «Heimatland» und
6. ein Gefühl der Solidarität unter signifikanten Sektoren der Bevölkerung.<sup>9</sup>

Die finnlandschwedische Sammlungsbewegung, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts aufkam und 1906 in eine politische Parteibewegung (die Schwedische Volkspartei) umgestaltet wurde, bezog all diese Attribute als erstrebenswert ein.

Der Mythos von der Gemeinsamkeit aller Schwedischsprachigen erstarkte. Sowohl von dieser Ideologie ausgehend als auch unabhängig von ihr waren signifikante Sektoren der schwedischsprachigen Bevölkerung (die Schärenbewohner, die kleinen Leute, die begüterten Städter) daran interessiert, mit Hilfe des Heringsmarktes eine Begegnung zwischen den Gruppen zustandezubringen und zu institutionalisieren. Es handelt sich um eine Begegnung, die die bereits bestehenden Kontakte auf einer konträren Ebene verstärkt. Der Markt rückt einige wichtige Attribute in den Mittelpunkt. Die Zeitungsberichte enthalten im gesamten Zeitraum Hinweise auf die schwedischen Orte, die schwedischen Bootsnamen und mitunter auf die schwedischen Dialekte. Das schwedischsprachige Siedlungsgebiet wird dem Leser in Erinnerung gerufen (sämtliche Provinzen mit Ausnahme des abgelegenen Ostbottniens sind vertreten). Die sprachlichen Ausdrücke bestätigen, was man war und was man ist, Schwede in Finnland, *Finnlandschwede*.

Darum hiess man die Fischer willkommen, man schätzte (und schätzt) ihre arbeitsame Lebensweise, die man heroisiert und als ursprünglich empfindet. Dieses Werturteil wird durch die Zeitungsartikel verstärkt. Für den Leser ergibt sich dadurch ein Einblick in etwas *Ursprüngliches, Vergangenes* und die Möglichkeit, daran teilzuhaben. Man weiss ja, dass die Schweden zu Schiff nach Finnland ge-

kommen waren; die Fischer ihrerseits kamen früher mit imposanten Segelschiffen und treffen heute noch meist von Westen her mit ihren Booten ein wie eine «historische Armada». Obwohl dies heute nicht mehr so dramatisch abläuft, entsprechen die Heroisierung in der Presse und die umgekehrte Konstellation Gäste-Gastgeber dem Bedürfnis der Ideologie nach Einheit und Übereinstimmung trotz der auch bewusst wahrgenommenen Ungleichheit der Positionen.

Darüber hinaus fungiert der Heringsmarkt als *Kristallisierungspunkt einer gemeinsamen Geschichte und einer gemeinsamen Erinnerung*, die gerade aufgrund der langen Tradition grössere Bedeutung gewinnt. Der Heringsmarkt lenkt den Blick zudem auf das Meer, die gemeinsame Erlebnissphäre der schwedischsprachigen Schärenbewohner und Sommerfrischler. Diese Dimension ist auch in der Literatur der Finnlandschweden vorhanden. Natürlich wird auch der Fisch geschätzt. In der Marktperiode werden z. B. von den Studenten und dem Schwedischen Technischen Verein Feste veranstaltet, bei denen als Hauptgericht Hering oder anderer Fisch serviert wird.

Es handelt sich hier um Attribute, die *in ihrer Gesamtheit* das Markterlebnis vom entsprechenden Erlebnis der finnischsprachigen Marktbesucher unterscheiden; diese können sich nicht mit allen Attributen identifizieren, am allerwenigsten mit dem der gemeinsamen Sprache. Dagegen können sie die schwedischsprachigen Fischer neben den finnischen durchaus als exotisch empfinden.

Nach aussen hin erscheint der Heringsmarkt jedoch nicht als sprachliche Demonstration. Wie die finnlandschwedische Kultur generell ist er eingebettet in eine finnischsprachige Kultur bzw. einen finnischsprachigen Kontext mit distinkten, aber nicht ausgeprägt programmatischen Besonderheiten. Beim Heringsmarkt tritt das schwedische Element dadurch hervor, dass die meisten schwedischsprachigen Fischverkäufer noch 1993 weiterhin per *Boot* kommen, während die finnischsprachigen Händler ihren Fisch vorwiegend von Wagen oder Marktständen aus verkaufen. Im Herbst 1994 fiel auch dieser Unterschied nicht mehr ins Auge. Vielmehr sah man an den schwedischen Booten lustige Schilder mit deutlicher Angabe der schwedischsprachigen Familiennamen und Orte. Schwedisch ist die bevorzugte Verhandlungssprache auf diesen Booten, doch die Fischer, wenigstens die jüngeren, bemühen sich auch, Finnisch zu sprechen. Finnischsprachige Kunden verständigen sich zudem gern in gebrochenem Schwedisch.<sup>10</sup> Für viele schwedischsprachige Einwohner der Hauptstadt ist es nach wie vor Ehrensache, den Markt zu besuchen; mitunter treffen sie Urlaubsnachbarn.

Im Herbst 1993 beobachtete ich, wie sich ein junges Paar mit zwei kleinen Kindern einem åländischen Boot näherte. Nach der Begrüssung und Fragen nach dem Fischfang und anderen Neuigkeiten präsentierte der junge Helsingforser Vater dem Fischer seine Kinder. Man benahm sich familiär oder bemühte sich jedenfalls, den Partner auf ganz andere Weise zu akzeptieren und von ihm akzeptiert zu werden, als üblicherweise beim Einkauf. Der symbolische Austausch war in Kraft. Seit fünf Jahren gehört es zum Schulunterricht der Grundschulkinder, einen Besuch auf dem Markt zu machen. Die kleinen Kinder besuchen die Boote mit ihren vorher aufge-



*Ein Boot aus den östlichen Schärenprovinzen am Fischermarkt 1994.*

schriebenen Fragelisten und stellen artige Fragen über den Fischfang, den Verdienst etc. Wie kleine Journalisten machen sie ihre Untersuchungen im Bestreben, Heimatkunde, Umweltkenntnis und – unbewusst – auch sprachliches Gemeinsamkeitsgefühl zu kombinieren. Die schwedischen Kinder sind als Minoritätsangehörige meistens zweisprachig und können in der Sprache der Fischer sprechen, entweder Schwedisch oder Finnisch. Die Möglichkeit, ihre Muttersprache in einer solchen Situation nützen zu können, ist von Familiarität geprägt, weil die Kinder meistens nur in familiären Situationen instinktiv diese Sprache wählen können.<sup>11</sup> Auch finnische Schulklassen besuchen jetzt den Markt, aber ihre Sprachkenntnis ist nicht dieselbe. Mit diesem Schulunterricht werden die Kinder in eine authentische Sprachsituation eingeführt, die nicht die normale ist. Die Begegnung hat sich seit den Kontakten zwischen Studenten und Fischern um die Jahrhundertwende auch verändert. Jetzt studieren die Kinder die Kultur der Schärenbewohner, und auch aufgrund des Alters liegt die paternalistische Einstellung jetzt auf der Seite der Verkäufer. Die Kontakte sind seitens der Fischer entweder von Gemütlichkeit geprägt oder von leiser Irritation, die aber nicht klar zum Ausdruck kommt.

Überhaupt kann man sagen, dass sich die Städter nach wie vor bemühen, den angereisten Fischern liebenswürdig zu begegnen. Die Fischer ihrerseits sind bestrebt, mit ihrem fröhlichen Humor die Rolle als ursprüngliche, unverdorbene Naturkinder weiterzuspielen.

Während der Krise in den 1970er Jahren lagen vereinzelte Boote eine ganze Oktoberwoche lang wie die Inkarnation des schlechten Gewissens im Hafen von Helsingfors. Einzelne Bemühungen, die Fischer zu unterstützen, waren erfolglos geblieben. Der symbolische Austausch war zu schwach und zu abhängig von den Bedingungen der Marktwirtschaft. Für eine Wiederbelebung waren marktwirtschaftliche Methoden, d.h. das Engagement wirtschaftlich starker Gruppen notwendig. Aber als der Markt wieder auflebte, konnte auch der symbolische Austausch wieder aufgenommen werden, und er kann in immer neuen Erscheinungen weiterleben.

## Markt, Volk und Sprache

Für eine Sprachgruppe oder Ethnie scheint der Anspruch auf die Existenz eines eigenen «Volkes» wichtig zu sein.<sup>12</sup> Die finnlandschwedische Bevölkerung ist äußerst heterogen, und viele ihrer Angehörigen haben historisch einen dominierenden finnischsprachigen Hintergrund. Die konkrete Bestätigung der Empfindung, dass es ein finnlandschwedisches Volk gibt, ist für viele wichtig, unabhängig davon, ob die Individuen sich selbst zu diesem «Volk» als sozialer Kategorie rechnen. Während des Marktes wird das Schwedische für kurze Zeit wieder eine wichtige Sprache, d.h. man hört mehr Schwedisch als üblich. Man muss dies vor dem Hintergrund sehen, dass der Anteil der schwedischsprachigen Bevölkerung in der Hauptstadt noch 1930 bei 30 Prozent lag, gegenüber 8 Prozent heute.

Der Heringsmarkt ist daher eine friedliche, aber um so praktischere Demonstration der Tatsache, dass die schwedische Sprache nicht nur unter den Mitgliedern der Gruppe, sondern auch *im öffentlichen Raum* in Helsingfors und in Finnland nach wie vor verwendbar ist. Diese sprachliche Bekräftigung vollzieht sich als symbolischer Austausch zwischen klar umrissenen Gruppen, und darum ist der Markt keine Vorspiegelung falscher Tatsachen. Die Sprachgruppe kann mit dieser Handlung in tieferen Bewusstseinsschichten das kollektive Element der Gruppe, den Mythos des gemeinsamen Ursprungs und die gemeinsame Geschichte erleben, sie kann die symbolischen Elemente «Meer», «Stadt» und «Heimat» (die schwedischsprachigen Küstengebiete) präsentieren und kombinieren.<sup>13</sup> Der gegenseitige Austausch und die *Begegnung aktualisieren* dies. So entsteht das, was Anthony Smith als Gefühl der Solidarität zwischen signifikanten Sektoren der Bevölkerung bezeichnet.

Die beiden Seiten spielen echte Rollen und geniessen es, ihre Muttersprache sprechen zu können. Denn gerade aus diesem Bereich – der Nutzung der Muttersprache als öffentliche Sprache – haben sich die Schweden in Finnland, und die schwedischsprachigen Helsingforser besonders, am stärksten zurückgezogen, was freilich relativ zu sehen ist.

Im Vergleich zu anderen sprachlichen Minderheiten befinden sich die Finnlandschweden in einer Position, in der sie auf allen Ebenen der Gesellschaft Finlands –

Wirtschaft, Politik, Kunst usw. – nach wie vor anerkannt werden. Dies wiederum hat sowohl mit ihrer sprachlich-kulturellen Kompetenz – sie sind in der Regel zweisprachig – als auch mit den im Hintergrund wirksamen starken Institutionen zu tun.<sup>14</sup> Die Forderungen der finnlandschwedischen Bevölkerung sind im zweisprachigen Finnland heute weitgehend erfüllt. Auf die drohende sprachliche Assimilierung haben die Finnlandschweden auf zweierlei Art reagiert: indem sie sich einerseits globaler orientierten und andererseits verstärkt die eigene Sprache verteidigten. Eine lebendige Zweisprachigkeit ist dazu gewiss Voraussetzung, aber der Fortbestand sprachlicher Minoritäten setzt sowohl institutionelle Arrangements voraus als auch die Möglichkeit, seine Eigenart im Alltag zu manifestieren.

Der Heringsmarkt in Helsingfors ist nur ein verhältnismässig unbedeutendes Ereignis neben vielen anderen Möglichkeiten der Identitätsverstärkung. Er erreicht ja lediglich einige Fischer und einen Teil der schwedischsprachigen Bevölkerung der Hauptstadt. Diese Gruppen sind jedoch symbolisch wichtig.<sup>15</sup> Sie repräsentieren entweder die führende Schicht oder diejenigen, die der Sprachgruppe eine umfassendere Legitimation verleihen, denn die schwedischen Fischer müssen ja ihre Muttersprache sprechen dürfen. Und die Fischer repräsentieren das Volk, auch heute noch.

*Übersetzung aus dem Schwedischen von Gabriele Schrey-Vasara*

## Anmerkungen

\* Dieser Beitrag stützt auf einen Vortrag ab, der am 5. Internationalen Kongress der Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore (SIEF) in Wien (12.–16. Sept. 1994) gehalten wurde.

<sup>1</sup> Skarin Frykman 1993; Greverus 1978, S.184–186. Vgl. auch Räsänen 1970 über den Markt in Kuopio.

<sup>2</sup> Bourdieu 1977, S.171–183.

<sup>3</sup> Skarin Frykman 1993.

<sup>4</sup> Bourdieu 1977, S.172.

<sup>5</sup> Bourdieu 1977, S.178.

<sup>6</sup> Ähnliche Fischmärkte gibt es noch in Åbo und Vasa; früher gab es solche Märkte auch in den Kleinstädten Ekenäs und Borgå.

<sup>7</sup> Bourdieu 1977, S.172.

<sup>8</sup> Bourdieu 1977, S.173–174.

<sup>9</sup> Smith 1991, S. 21.

<sup>10</sup> Über Diglossie and Di-Ethnia siehe Fischman 1989, S.181–201.

<sup>11</sup> Åström 1994.

<sup>12</sup> Smith 1991, S.12–129.

<sup>13</sup> Auch in der Kultur der Åland-Inseln sind dies die Merkmale. Lönnqvist 1994.

<sup>14</sup> Lönnqvist 1991.

<sup>15</sup> Smith weist darauf hin, dass von der Mobilisierung einer «Ethnie» beide Gruppen profitieren, die Intelligenz ebenso wie die Angehörigen des Volkes; erstere, weil sie eine Brücke zur Majorität ihres Volkes benötigt, letztere, weil sie dadurch zum Subjekt der Geschichte werden. Es ist die Kultur der letzteren, die der Ethnie ihre *raison d'être* gibt. Smith 1991, S.128–129.

## Quellen

«Hufvudstadsbladet» 1911–1994, Brages urklippsverk – Pressesearchiv, Helsingfors.  
Beobachtungen 1993–1994.

## Literatur

- BOURDIEU, Pierre 1977. Outline of a Theory of Practice. Cambridge.
- FISHMAN, Joshua A. 1989. Language and Ethnicity in Minority Sociolinguistic Perspective. Bristol.
- GREVERUS, Ina-Maria 1978. Kultur und Alltagswelt. München.
- LÖNNQVIST, Bo 1991. A choice between isolationism and cosmopolitanism. What does it mean to be a Swedish speaking Finn. LEIF. Life and Education in Finland. Vol. 28. No. 3/1991, S. 25–27.
- LÖNNQVIST, Bo 1994. Ön i världshavet. PQR. Åländsk kulturtidskrift 1994:1. Mariehamn.
- RÄSÄNEN, Matti 1970. Kuopion markkinat. Aarni 13. Kuopion tori, S. 37–130
- SKARIN FRYKMAN, Birgitta 1993. Larstmässemarknadens – en folklig karneval i 1800-talets Göteborg. Göteborgs universitet: Västsvensk kultur och samhälls-utveckling genom tiderna, rapport nr 3.
- SMITH, Anthony D. 1991. National Identity. London.
- ÅSTRÖM, Anna-Maria (red.) 1985. Kaskö – kontinuitet och förändring i en småstad. Folklivsstudier XVI. SLS 522. Hangö
- ÅSTRÖM, Anna-Maria 1994. Är en dubbel identitet möjlig? Finlandssvenskarnas gruppidentitet och uppgående i den nationella identiteten. NordNytt 54. s. 53–61.