

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 89 (2009)
Heft: 970

Artikel: Fest, Festspiel, Festival
Autor: Leimgruber, Walter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-168297>

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: 06.02.2026

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

Manifestation des Volkswillens, Inszenierung nationaler Ideologie, Marketing für Städte und Regionen. Ein geschichtlicher Abriss von der höfischen Fest- bis zur aktuellen Eventkultur.

6 Fest, Festspiel, Festival

Walter Leimgruber

Des Themas «Fest» haben sich viele Wissenschaften angenommen. Trotz rivalisierenden Deutungen gibt es eine allen gemeinsame Erkenntnis: Feste helfen den Menschen, die Wirklichkeit zu bewältigen. Feste strukturieren das Verhältnis zu höheren Mächten, festigen soziale Beziehungen und rhythmisieren den Jahres- und Lebenslauf. Sie erhalten Institutionen lebendig, indem sie deren Aufgabe und Zweck reflektieren und neu begründen; sie stiften Gemeinsamkeit und Verlass. Kurz, Feste helfen dem Individuum wie der Gesellschaft, den Alltag zu bewältigen, sei es, dass sie ihn für einen kurzen Moment aufheben, sei es, dass sie ihm Sinn zuschreiben.

Grenze und Entgrenzung, Zwang und Anarchie, Ordnung und Chaos sind Gegensatzpaare, von denen das Fest lebt. Feste dienen dem Ausbruch und der Grenzüberschreitung, erreicht durch exzessiven Genuss von Alkohol, Drogen oder ekstatische Tänze, so eine der möglichen Funktionszuschreibungen. Andere Theorien betonen hingegen das mässigende Element, also Ruhe, Kontemplation und Einkehr. Auf der Ebene der Rollenzuschreibung und Machtverteilung bewegen sich Erklärungen, die Feste als Kritik an bestehenden Verhältnissen, als temporäres Aufheben sozialer Schranken und als Umkehrung der bestehenden Ordnungen sehen. Andere Ansätze betonen, das Fest diene als Ventil, um gesellschaftlichen Druck abzubauen, und sei auf diese Weise ein Mittel der Herrschaftssicherung.

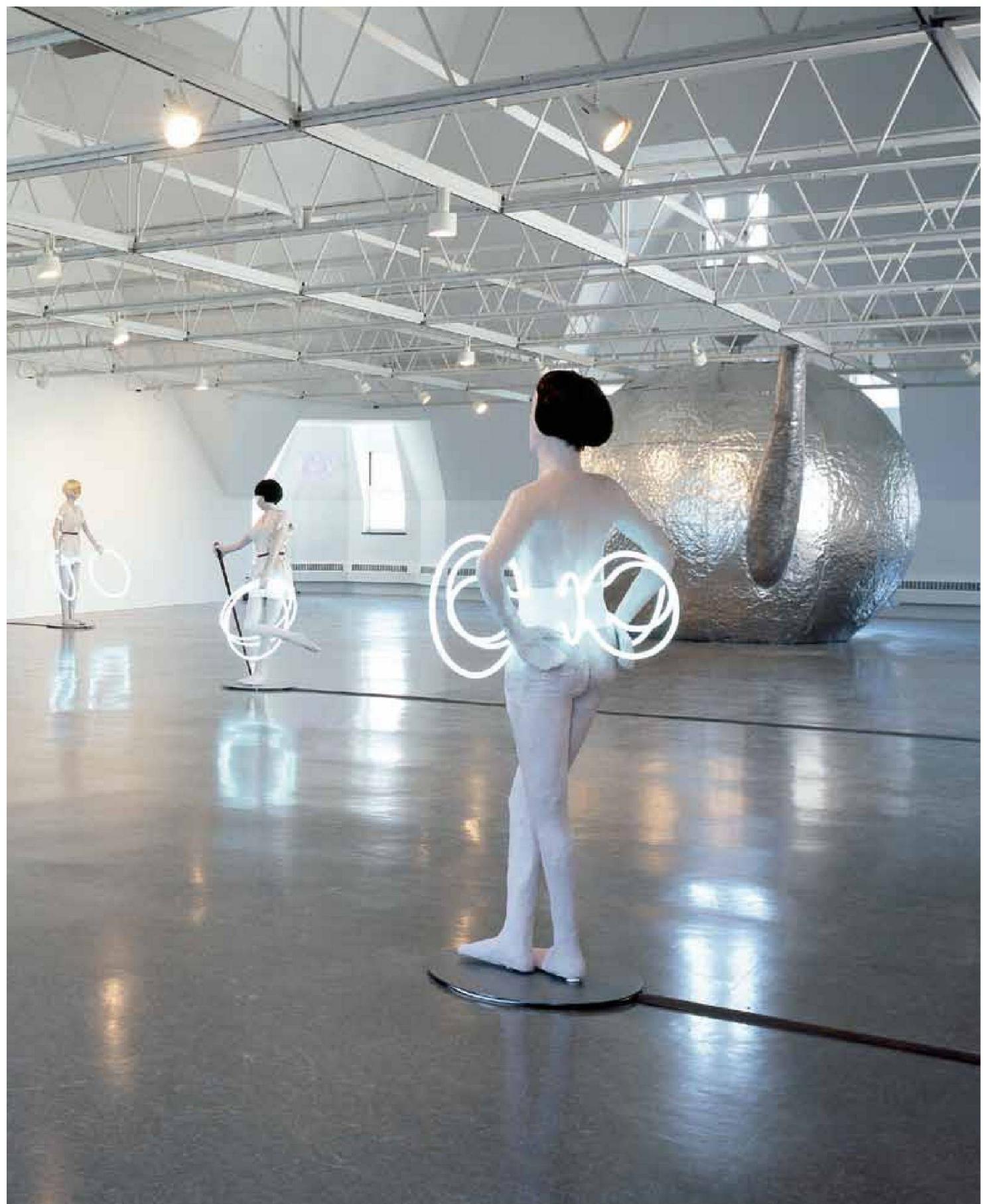
In der Epoche der Aufklärung waren öffentliche Feste Symbole der bürgerlichen und demokratischen Bewegung. Die Volksfeste unter freiem Himmel entwickelten sich als ein Modell

gegen die höfischen Feste und geschlossenen Theater. Sie zelebrierten die Aufhebung der Ständeschränke, führten jedoch zu neuen Abgrenzungen, weil sie mehr und mehr in den Dienst nationalstaatlicher Ideen genommen wurden. So feierten in der Schweiz des 19. Jahrhunderts Turn-, Gesangs- und Schützenfeste mit Zehntausenden von Teilnehmern und Besuchern den nationalen und republikanischen Gedanken. Mittel dazu war insbesondere das Festspiel. In Abgrenzung zu den höfischen Formen der Repräsentation sollten Aufführende und Zuschauer eins werden, und das Volk als Souverän brachte sich selbst zur Darstellung. Mit Chören, Massenszenen und dramatischen Dialogen wurden Schlüsselereignisse der nationalen Geschichte in sogenannten «lebenden Bildern» aufgeführt.

Nach unserem heutigen Verständnis sind Feste Teil der Kultur. Die bürgerliche Epoche hatte ein anderes Kulturverständnis. Auch hier kam es nach der Aufklärung zu einer Zäsur, zur Trennung zwischen ernster Kultur und Unterhaltung, Bildung und Vergnügen, ewigem Wert und vorübergehender Mode. Der hohen Kultur wurden die neuen Tempel geweiht: Opernhäuser, Theater, Konzertsäle, Museen. Nichteingeweihte wagten deren Schwellen kaum je zu übertreten, die Elite blieb unter sich. Kultur durfte zu jener Zeit zudem nichts mit dem Wirtschaftsleben zu tun haben. Sie schwebte über dem Alltag, stand für das Ewige, Wahre, Reine, Schöne – ein Kulturverständnis, das bis heute weite Bereiche der Kulturpolitik bestimmt.

Mit dem ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhundert schritten Industrialisierung und Urbanisierung rasch voran, und neue Medien – Photographie, Kino, Schallplatte und schliesslich Radio – traten ihren Siegeszug an. Es war der Beginn des Massenkonsums, der Massenmedien und der Massenkultur. Die neuen Kulturformen wurden kommerziell ausgerichtet, industriell produziert, medial verbreitet und dienten der flüchtigen Unterhaltung. All das widersprach den Idealen der Hochkultur. Ekel vor «Schund und Schmutz» verband sich bei vielen mit Angst vor der bedrohlichen Masse des Proletariats. In einer zweiten Gründungsphase wurden Festspielinstitutionen gegründet, die Stücke auf die Bühne brachten, die nicht als Festspiele geschrieben worden waren, sondern die als Klassiker einen Kanon des Schönen, Guten und Wahren bildeten. Nicht mehr die Beschwörung der nationalen Einheit, sondern der Schutz der Tradition und der Kampf gegen den Wertezerfall standen nun im Vordergrund.





«And Every Woman Will Be a Walking Synthesis of the Universe», Installationsansicht (Foto: T. Van Eynde)

* Jeremy Rifkin: «The Age of Access. Das Verschwinden des Eigentums. Warum wir weniger besitzen und mehr ausgeben werden» (2000)

Nach dem Zweiten Weltkrieg setzte der globale Siegeszug der medialen Massenkultur ein: Fernsehen, Rock'n'Roll und 68er-Bewegung begründeten die Ära der Festivals, zunächst unter angelsächsischem Einfluss. Denn im Englischen existiert die Unterscheidung zwischen Festspiel und Festival nicht – zu sehr entspricht sie deutschsprachigen Traditionen. Jugend-, Populär- und Alternativkultur wurden miteinander vermischt und mit experimentellen und avantgardistischen Elementen gewürzt. Der Siegeszug der Popkultur und der Medialisierung liess die Übergänge zwischen alternativ, etabliert und kommerziell immer fliessender werden. Vor allem die Filmfestivals mit ihrem Glamour wurden bald salonfähig.

Der strukturelle Hintergrund dieser Entwicklung wurde gebildet von Pluralisierungs- und Globalisierungsprozessen, die nicht nur die Schichtenstrukturen der klassischen Moderne auflösten, sondern auch die Attraktivität der bisherigen Vergesellschaftungsformen und politischen Überzeugungen minderten. Es entstanden neue Einheiten

Entideologisierung, Entpolitisierung und Ästhetisierung sind Merkmale der Eventkultur. Es geht nicht mehr um das utopische Potential wie noch bei den Festspielen, sondern um die Kraft der kurzzeitigen Verzauberung.

– Milieus oder Lebensstilgruppen – die nicht auf gleichen sozialen Lagen, sondern auf ähnlichen Lebenszielen und ästhetischen Ausdrucksformen beruhten. Diese Szenen, verstanden als Netzwerke von Personen, die bestimmte materielle oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilten, konstituieren sich durch eigene Verhaltensweisen, Codes, Symbole und Rituale. Die Zugehörigkeitsbedingungen wurden offener, Wahrheitsansprüche unverbindlicher. Um so wichtiger wurde es für die Mitglieder, sich ab und zu ihrer kollektiven Existenz zu versichern.

Genau diese Aufgaben werden erfüllt von Events. Als verdichtete, interaktive Performance-Ereignisse versprechen sie einen hohen Erlebniswert. Vier Elemente sind konstitutiv für die Eventkultur: (1) sie ist eine populäre Kultur, die sich nicht auf Eliten beschränkt; (2) ihr primärer Zweck ist, zu unterhalten und Spass zu machen; (3) sie ist eine Kultur, die aus einmaligen, beziehungsweise aus als einmalig inszenierten Ereignissen besteht; (4) ihre Angebote unterliegen den Marktgesetzen.

Diese vier Elemente setzen die Eventkultur in ein spannungsreiches Verhältnis zur traditionellen Hochkultur. Denn in dieser wird schnell verachtet, was zu populär wird. Ihre Funktion wird nicht in Unterhaltung und Spass gesehen, sondern in Bildung und Reflexion. Von ihr wird erwartet, dass sie bleibende Werte vermittelt und nicht nur einen flüchtigen Reiz bietet. Sie gilt als autonom und nicht dem Markt verpflichtet.

Entideologisierung, Entpolitisierung und Ästhetisierung sind Merkmale der Eventkultur. Vor dem Hintergrund postmoderner Beliebigkeit und Kulissenwelten werden permanent Aura, Authentizität und Einzigartigkeit beschworen. Es geht nicht mehr um das utopische Potential wie noch bei den Festspielen, sondern um die Kraft der kurzzeitigen Verzauberung.

Im Übergang von der industriellen Produktion zur postindustriellen Ökonomie der Zeichen und Symbole wirkt die Kultur immer direkter als Wirtschaftsfaktor. «*Mehrere hundert Jahre lang wurden materielle Ressourcen in Eigentum verwandelt, heute verwandeln wir immer häufiger Ressourcen in Erlebnisse und Vergnügungen, die häufig zu erwerben sind*», schreibt Jeremy Rifkin*. Der Markenkult und das Eventmarketing sind darauf aus, Produkte mit Stimmungen und emotionalen Höhepunkten zu verknüpfen.

Die Dichotomie zwischen Hochkultur und Populätkultur wird durch die Eventkultur nicht nur weitgehend aufgehoben, sondern bis zu einem gewissen Grade umgedreht. Es sind immer häufiger Elemente der populären Kultur, die als Unterscheidungsmerkmale verwendet werden. Möglich wird dies durch einen Prozess der Singularisierung. Die Marke, der *brand* machen aus seriell gefertigten Produkten Unikate. «Original» steht auf millionenfach hergestellten Konsumgütern. Eine Sache mit Warencharakter wird durch *branding* als einzigartig dargestellt und dient der kulturellen Abgrenzung.

Das Branding erfasst zunehmend Bereiche, die dem Warencharakter bisher kaum unterworfen waren, wie etwa touristische Landschaften. Immer mehr Städte und Regionen präsentieren sich auf dem globalen Standortmarkt, versuchen aus der Masse herauszuragen, indem sie Grossprojekte und Festivals inszenieren. Kultur wird auf diese Weise zentral für die Marke einer Stadt oder Region, nicht nur um Touristen, sondern auch um Firmen anzulocken, die auf die symbolische Kraft ihrer Produkte und auf deren Nähe zum aktuellen Lebensstil setzen. Die Firmen

suchen ein Umfeld, das ihrem eigenen *branding* entspricht: innovativ, trendig, global.

Anderseits bereitet die Kultur den Städten und Regionen auch Sorgen. Fixe Institutionen kosten viel Geld für Unterhalt, Gehälter, Sozialkosten. Festivals hingegen locken in wenigen Tagen Hunderttausende an, setzen Millionen um und bieten attraktive Werbeplattformen. «*Um im Geschrei der Massenmedien hör- und sichtbar zu bleiben, zieht sich die Stadtpolitik auf zeitliche und räumliche Punkte zusammen: Festivalisierung als mediengerechte Inszenierung der Stadt*», konstatieren Hartmut Häussermann und Walter Siebel.^{**} Die Festivalpolitik dient Städten und Regionen als Kissen des Übergangs von der industriellen zur postindustriellen Wirtschaft. Während die Festspiele Teil der Nationalpolitik und der grossen Ideologien des 19. Jahrhunderts waren, sind Festivals Teil der ökonomischen Globalisierung im ausgehenden 20. und im angehenden 21. Jahrhundert.

Die Massenkultur hat obsiegt, was Marketing- und Medienstrategien betrifft; die elitäre Kultur hat deren Gesetze übernommen. Eine Auflösung der traditionellen Abgrenzungen ist zu beobachten, der Unterschied zwischen Festspiel und Festival weitgehend verschwunden. Das Ewige, Wahre und Schöne ist nicht mehr ewig wahr und ewig schön. Eine mögliche Schlussfolgerung wäre: wenn es keine festen Werte und keine festen sozialen Gruppen mehr gibt, braucht es auch keine teuren Infrastrukturen und Institutionen mehr. Ein neuer Typus von Kulturpolitik scheint auf: Gelder, Menschen und Medien werden auf ein klar umrissenes, zeitlich befristetes, räumlich begrenztes und publikumswirksames Ziel hin mobilisiert.

Die Festivalisierung schafft Identifikationsmöglichkeiten für die Bevölkerung, bündelt Ressourcen, erhöht die Wirtschaftsleistung, modernisiert die Infrastruktur, induziert Beschäftigung. Sie birgt aber auch Risiken. Das Streben nach Aufmerksamkeit drängt strukturelle, weniger vermarktbares Massnahmen in den Hintergrund. Touristische Angebote ersetzen solche für Einheimische, medienwirksame Inszenierungen lösen dezentrale und partizipative Engagements ab. Politische Strukturen werden ausgenutzt zu gunsten von Events, von denen nur wenige profitieren. Erfolg und Gewinn für die einen, hohe Kosten für die anderen sind die Folge. Es besteht die Gefahr, dass öffentliche und private Macht verschränkt werden und Nischenbedürfnisse und -angebote leer ausgehen.

Es gibt in modernen Gesellschaften unterschiedlichste Minderheiten, deren Bedürfnisse im Rahmen einer Politik der Festivalisierung kaum berücksichtigt werden, weil diese immer auf Mehrheitstauglichkeit angewiesen ist. Denn die Festivalisierung der Politik soll ja gerade dadurch Handlungsfähigkeit demonstrieren, dass sie heterogene Interessen dort zu Mehrheiten zusammenzubinden vermag, wo sich aus der Struktur der Gesellschaft heraus keine langfristig mehrheitsfähige Politik mehr ergibt. Festivalisierung kann daher zum organisierten Wegsehen von den realen Problemen führen. Sie bewirkt zudem sogenannte Oaseneffekte: die Konzentration der Kräfte an einem Punkt trocknet andere Räume aus.

In allgemeinerer Hinsicht kann festgehalten werden, dass der gesamte Komplex Kultur–Unterhaltung–Fest – die Festival- und Eventkultur – in keinem wirklichen Kontrast zu den anderen Lebensphären mehr steht und damit auch nicht auf weitere Sinnebenen einwirkt oder zu einer Erweiterung des menschlichen Horizonts führt.

Doch die Eventkultur ist so umfassend, mächtig und pausenlos, dass sie nicht mehr einen Ausnahmezustand markiert, sondern Bestandteil des täglichen Lebens geworden ist.

Dies ist historisch neuartig. Für die Menschen in traditionellen Gesellschaften stellte das Fest den denkbar grössten Kontrast zum Alltag dar – eine Umkehrung oder Aufhebung der gewohnten Ordnung. Das Fest erhielt seine gesellschaftliche Bedeutung durch seine Komplementarität zur alltäglichen Existenz.

Doch die Eventkultur ist so umfassend, mächtig und pausenlos, dass sie nicht mehr einen Ausnahmezustand markiert, sondern Bestandteil des täglichen Lebens geworden ist. Damit aber stellt sich die Frage, ob die zentralen Funktionen der Sinngebung, wie des Abschaltens, des Entfliehens, des Eintauchens, der Ekstase oder der Kontemplation noch erfüllt werden können. Das Warenhaus, hat Wolfgang Lipp schon vor einiger Zeit festgehalten, ist «zum Dauerfestival des kleinen Mannes»^{***} geworden. Ein Dauerfestival aber ist nichts anderes als die Auflösung des Festes, der Verlust seiner Bedeutung und die Permanenz des Alltags.

^{**} Hartmut Häussermann & Walter Siebel: «Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch grosse Projekte» (1993)

^{***} Wolfgang Lipp: «Kulturpolitik. Standorte, Innensichten, Entwürfe» (1989)

WALTER LEIMGRUBER, geboren 1959, ist Professor für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie an der Universität Basel.