

# **NORDLANDREISE – Die Geschichte einer touristischen Entdeckung**

**Sonderausstellung im Deutschen Schiffahrtsmuseum Bremerhaven,  
19. Dezember 2010 – 01. Mai 2011**

Die aufwendigen Recherchen zur Ausstellung spürten diesen Fragen nach: Wie wurde der einst unwirtliche hohe Norden zum Sehnsuchtsland vieler Reisender und zu einer letztlich lukrativen touristischen Destination? Was war das Faszinierende an dem Land, welche Bilder machten Norwegen zum begehrten Reiseziel? Welche geistesgeschichtliche Haltung steckt hinter den Stereotypen von unberührter Natur und wie veränderten sie sich in den vergangenen knapp 200 Jahren? Nicht zuletzt geht es um die Frage, was die „Lustreisen zur See“, wie die Kreuzfahrten früher hießen, bis heute so attraktiv macht.

## **Die Anfänge des deutschen Norwegentourismus (1830-1870)**

Mit der Neuentdeckung von Landschaft und Natur im Zeitalter der Romantik rückte nach Italien und Griechenland Norwegen als Sehnsuchtsland in den Fokus der europäischen Malerei. Die Landschaftsdarstellungen des 19. Jahrhunderts festigten die Idee von der faszinierenden Natur Skandinaviens. Erste Reisende wurden von den Bildern dieser grandiosen Natur angelockt. Den touristischen Service betreffend, gaben sie sich höchst anspruchslos, denn weder die Reisewege noch die Unterkünfte in Norwegen entsprachen dem gewohnten europäischen Standard. Von 1847 an gab es eine erste regelmäßige Schifflinie zwischen Kiel, Kopenhagen und Christiania, dem damaligen Oslo, wie das Modell des Raddampfers „Nordcap“ in der Ausstellung belegt.

## **Die Reisen Wilhelms II. nach Norwegen (1889-1914)**

Es war der seefahrtsbegeisterte Kaiser Wilhelm II., der die Nordlandreise mit dem Schiff entlang der norwegischen Küste in Deutschland populär machte und für viele Jahre die Wahrnehmung des Nordens prägte. Getrieben von irrationalen Vorstellungen einer nordischen Mythenwelt und gleichermaßen von der Faszination der großartigen Landschaft, begab sich der „Reisekaiser“ alljährlich mit seiner Yacht „Hohenzollern“ von Kiel aus auf Nordlandfahrt. Von 1889 bis 1914 war Wilhelm II. dreimal in Schweden und 23 Mal in Norwegen. Ihn begleitete eine illustre Entourage, darunter Künstler wie die Marinemaler Carl Saltzmann, Willy Stöwer oder Hans Bohrdt, die die Nordlandfahrten mit Stift und Pinsel festhielten.

Die künstlerisch eher konservativen Bilder fanden vielfach als Druckvorlagen für Buch- und Zeitschriftenillustrationen Verwendung und machten auf diese Weise auch die Nordlandfahrten des Kaisers und seine Reiseziele in Norwegen einem breiten Publikum bekannt. Die in der Ausstellung gezeigten Bilder der Maler stammen unter anderem aus dem persönlichen Nachlass des Kaisers, wie auch andere Erinnerungstücke, die das Museum Huis Doorn im niederländischen Doorn, dem Exilort des Monarchen, als Leihgaben zur Verfügung gestellt hat.

Wilhelm II. hinterließ Spuren in seinem Reiseland: Nach seinen Vorstellungen von der nordischen Mythologie ließ er teils riesige Bronzeskulpturen, etwa von der Sagengestalt Fridjof, hoch über den Fjorden errichten. Im Miniaturformat findet sich diese von Max Unger entworfene Plastik unter den kaiserlichen Erinnerungstücken in der Ausstellung.

## **Der Beginn der deutschen Nordlandkreuzfahrten seit 1890**

Mit der Popularität des Nordens nahm auch die Reisetätigkeit zu. Neben der Landschaft war es zunächst der Kaiser selbst, der zur touristischen Attraktion wurde. Zahlreiche Broschüren und Reiseführer aus dem frühen 20. Jahrhundert belegen, dass die luxuriösen Kreuzfahrtschiffe nicht nur die Ziele seiner Nordlandfahrten ansteuerten, sondern dass man den Monarchen auch persönlich treffen konnte. Er erlaubte seinen gut betuchten Landsleuten, die die Hauptklientel der Kreuzfahrtanbieter bildeten, die Kaiserliche Yacht zu besuchen.

Es waren zunächst die großen deutschen Reedereien Hapag und Norddeutscher Lloyd, die Nordland- oder Polarfahrten von bis zu vier Wochen in die Fjorde und bis hinauf nach Spitzbergen anboten. Das aufstrebende Geschäft mit den „Lustreisen zur See“ wurde vom Ersten Weltkrieg unterbrochen, aber schon Mitte der 1920er Jahre starteten deutsche Reiseanbieter wieder in die Fjorde.

Nach ersten Anfängen im Jahr 1923 engagierten sich die deutschen Reedereien 1925 wieder voll im Kreuzfahrtgeschäft nach Norwegen. Der erfolgreichste neue Anbieter war die Hamburg-Süd, die auch „preiswerte“, „volkstümliche“, Reisen anbot. Zu ihrer Flotte gehörten die beliebten „Monte“-Schiffe, die durch die Einrichtung von Schlaftsälen doppelt so viele Gäste fassten wie die exklusiveren Hapag- und NDL-Dampfer: bis zu 1.500 Touristen. Für die meisten Deutschen war eine Nordlandreise jedoch weiterhin unerschwinglich. Der Trend zum Massentourismus zeichnete sich aber bereits ab.

### **Bordfotograf Richard Fleischhut**

Eine Attraktion in der Ausstellung sind die Aufnahmen des Bordfotografen Richard Fleischhut. Er war seit 1905 vom Norddeutschen Lloyd engagiert, um Porträts und Erinnerungsbilder für die Reisenden sowie Werbefotos für die Reederei zu machen. Seine erste Polarfahrt mit einem Kreuzfahrtschiff unternahm er 1914, als er brillante Fotos der kargen Landschaft nördlich des Polarkreises auf die Glasplatten bannte. Fleischhut dokumentierte mit seiner Kamera insbesondere in den 1920er Jahren das Leben auf den luxuriösen Schiffen sowie die verschiedenen Landausflüge der Passagiere und lieferte damit ein beredtes Zeugnis deutscher Kreuzfahrtgeschichte: Er zeigte nicht nur alle Stationen der Nordlandreisen, sondern auch das typischen Auftreten der Touristen in der Fremde. Fleischhuts Bilder schmückten die Werbebroschüren des NDL und sorgten dafür, dass die Nordlandreisen als eines der attraktivsten Angebote der Reederei weiterhin ihre Kundschaft fanden.

### **Die Werbeplakate der großen Reedereien**

Die großen Reedereien engagierten in den 1920er und 30er Jahren für ihre Werbeabteilungen die renommiertesten deutschen Grafiker. Daher bildet die Plakatkunst jener Zeit einen ganz wesentlichen Schwerpunkt der Ausstellung: Ludwig Hohlwein, Ottomar Anton oder Bernd Steiner arbeiteten für den Norddeutschen Lloyd, für die Hapag oder für Hamburg-Süd. Ihre Plakatmotive nahmen die Stereotype des touristischen Norwegenbildes auf und setzten sie werbewirksam um. In ihrer prägnanten Bildsprache konzentrierten sie sich auf farbintensive Darstellungen der Fjordlandschaft mit steil aufragenden Felswänden und glitzerndem Wasser im Licht der Mitternachtssonne, auf die polare Fauna mit Eisbären, Seevögeln oder Rentieren und auf die Menschen in ihrer landestypischen Kleidung. Ein besonders exotisches Motiv für die Plakatwerbung der Reedereien boten die Saami in ihrer bunten Tracht. Sie standen für ein fremdartiges Leben im äußersten Norden und schürten das Fernweh der potentiellen Kreuzfahrtskunden.

### **Die Saami als Touristenattraktion**

Indigene Bevölkerungsgruppen gehören stets zu den besonderen touristischen Attraktionen. Das gilt auch für die Saami in Nordnorwegen. Es waren nomadische Rentierzüchter aus den Bergen, die im Sommer mit ihren Herden in die Weidegebiete an den Küsten kamen. Diese „Lappenlager“ mit einfachen Zelten und Erdhütten etwa in der Nähe von Tromsø waren seit Anfang des 20. Jahrhunderts beliebte Ausflugsziele der städtischen Bürger, gelockt vom Reiz einer exotischen, fast archaischen Lebenswelt jenseits ihrer Zivilisation. Auch auf Völkerschauen in den europäischen Großstädten ließen sich die Saami mit ihren Rentieren bestaunen. In ihrer norwegischen Heimat bot ihnen der Verkauf von einfachen kunstgewerblichen Souvenirs an die Touristen eine gute Verdienstmöglichkeit.

## Norwegen-Kreuzfahrten des NS-Regimes

Die Entwicklung zum Massentourismus vollzogen die Nationalsozialisten mit den Programmen der Freizeitorganisation „Kraft durch Freude“. Ihre kurzen Sommer-Kreuzfahrten in die norwegischen Fjorde waren die preiswerte Alternative zu den klassischen Kreuzfahrten. Die staatliche Förderung des Angebots zielte darauf ab, die „Volksgenossen“ durch einige zusätzliche Urlaubstage für das neue Regime zu vereinnahmen. Die Fahrten mit der „Kdf-Flotte“ wurden zu einem großen Propaganda-Erfolg. Die Seereisen machten zwar nur einen Bruchteil der Kdf-Angebote aus, und trotz anders lautender Ankündigungen war der Anteil der Arbeiter unter den Reisenden sehr gering. Trotzdem schien eine ehemals großbürgerliche Reiseform nun für alle in greifbare Nähe gerückt. Der Slogan lautete: „Auch Du kannst jetzt reisen!“ Kdf war NS-Massentourismus. Entsprechend voll waren die Schiffe, und entsprechend durchgeplant und unumgänglich war das Freizeitprogramm an Bord. Kontakte mit den Norwegern, dem „arischen Brudervolk“ gab es für Kdf-Reisende kaum; Landgänge waren nicht vorgesehen. Die Ausstellung zeigt bisher nicht veröffentlichte Aufnahmen vom Leben an Bord der „Wilhelm Gustloff“ oder anderer Kdf-Schiffe; als wichtiges Utensil dieser Reiseform werden Original-Decksstühle präsentiert.

## Die Besetzung Norwegens (1940-1945)

Am 9. April 1940 überfiel die deutsche Wehrmacht das neutrale Norwegen. Von der Kapitulation am 10. Juni 1940 bis Kriegsende blieb das Land besetzt. Bis zu 400.000 Soldaten waren hier gleichzeitig stationiert. Die deutsche Führung baute das Land aus militärstrategischen Gründen zur „Festung Norwegen“ aus. Die Bevölkerung litt unter Rationierungen und den Terrormaßnahmen der deutschen Besatzer gegen spontanen und organisierten Widerstand. Es gab in Norwegen Konzentrationslager, viele Gefangene wurden deportiert und ermordet.

Doch die meisten der vielen deutschen Besatzungssoldaten, die während des Zweiten Weltkriegs in Norwegen stationiert waren, erlebten kaum Kampfeinsätze. Vielmehr zeigte der Besatzungsalltag teilweise Handlungsmuster eines Auslandsurlaubs: Man besichtigte Sehenswürdigkeiten und unternahm Ausflüge in die Umgebung; Briefe und Postkarten, Fotos und Souvenirs der oft jungen Männer erzählten von ihrer Begeisterung für ein „schönes Land mit freundlichen Bewohnern“.

Die Ausstellungseinheit zu diesem Thema erarbeitete die Kunsthistorikerin Petra Bopp, die bereits die Ausstellung „Fremde im Visier. Fotoalben aus dem Zweiten Weltkrieg“ für das Historische Museum Frankfurt kuratierte. Sie konzipierte für das Kieler Schifffahrtsmuseum ein Kabinett mit einem Fries von kleinformatigen Fotos aus einem privaten Album, in dem sich norwegische Landschaftsmotive und Bilder aus dem militärischen Alltag abwechseln.

Als sich die Wehrmacht ab Ende 1944 vor der sowjetischen Armee in Nordnorwegen zurückzog, legte sie ganze Landstriche in Schutt und Asche. Von nun an belastete ein Trauma die deutsch-norwegischen Beziehungen, die sich erst in den 1960er Jahren wieder besserten.

## Reisen nach Norwegen nach 1945

Speziell in Kiel bemühte man sich um neue Kontakte nach Skandinavien. Der norwegische Reeder Anders Jahre richtete daraufhin 1961 mit der „Kronprins Harald“ eine Linie Kiel-Oslo ein, und seit 1966 begann mit dem Schwesterschiff „Prinsesse Ragnhild“ im Wechsel der tägliche Fährverkehr. Die Schiffe beförderten Personen, PKW und LKW, aber auch Verkaufs-PKW der deutschen Autoindustrie nach Skandinavien. Heute betreibt die Color Line auf der Strecke zwei komfortable Großfähren für bis zu 3.000 Passagiere. Für die Fördestadt Kiel mit ihrem bedeutenden Kreuzfahrthafen ist der Passagierschiffsverkehr in den Norden ein essentieller Wirtschaftsfaktor.

Eine weitere wichtige Größe im Norwegentourismus bleibt in der Ausstellung nicht unerwähnt: Die Hurtigruten, die seit 1893 regelmäßig an der über 2000 Kilometer langen Westküste Norwegens eine Post-, Fracht- und Passagierlinie unterhält. Die zuverlässige Fahrt

durch Fjorde und Schären – auch in der Polarnacht – war eine nautische Meisterleistung. Mit staatlicher Unterstützung und der Beteiligung weiterer norwegischer Reedereien wurde bald täglich die Strecke zwischen Bergen und Kirkenes bedient. Die Verbindung wurde zur Lebensader der langen norwegischen Küste, zur „Reichsstraße Nr. 1“. Auch als man im ausgehenden 20. Jahrhundert nicht nur die norwegischen Landwege, sondern auch das Flugnetz ausbaute, blieb die Linie der Hurtigruten erhalten. Die Reedereivereinigung stieg ins Kreuzfahrtgeschäft ein. Aus der Fahrt auf der „Reichsstraße“ wurde die „schönste Seereise der Welt“, die vor allem von deutschen Gästen genutzt wird.

Dennoch hat sich das Reiseangebot in Norwegen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts immer mehr differenziert: Nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelte sich allmählich ein Individualtourismus etwa für Camping- und Autoreisende, und in den 1970er Jahren suchten Mutige das „alternative“ Skandinavien-Abenteuer im VW-Bus. Bald fuhren komfortable Großraum-Caravans auf der inzwischen ausgebauten Strecke bis zum Nordkap, dem immer noch ultimativen Reiseziel. Heute hat Norwegen unter Touristen das Image eines modernen Outdoor-Paradieses für Wanderer, Skiläufer oder Angelfreunde, die in wetterfester Ausrüstung – made in Norway – dem Alltagsstress entfliehen wollen.

### **Katalog zur „Nordlandreise“ aus dem mareverlag**

Begleitend zur Ausstellung ist im mareverlag (Hamburg) der Band „Nordlandreise. Die Geschichte einer touristischen Entdeckung“ erschienen; herausgegeben von Sonja Kinzler und Doris Tillmann, 246 Seiten, zahlreiche Abbildungen, Preis: 29,80 Euro (Deutsch mit norwegischen Zusammenfassungen)

Zahlreiche Partner und Förderer aus Norwegen und Deutschland unterstützen das Projekt „Nordlandreise“: Gesellschaft für Kieler Stadtgeschichte, Hurtigruten GmbH, Kulturstiftung des Landes Schleswig-Holstein, Color Line, Förderkreis Kieler Schifffahrtsmuseum, Kieler Volksbank, Sartori & Berger, Willy-Brandt-Stiftung, IHK zu Kiel, Landesregierung Schleswig-Holstein, Norwegisches Generalkonsulat in Hamburg, Citti-Märkte GmbH.