

CFP: German Studies Association: Das Münchner Oktoberfest, Pittsburgh, PA (31.01.2018)

For English version see below.

„O zapft is!“
Das Münchner Oktoberfest
aus literatur- und mediensemiotischer Perspektive

at the 42nd Annual Conference of the German Studies Association (GSA)
September 27th–30th, 2018
Pittsburgh, Pennsylvania

Mit aktuell jährlich mehr als sechs Millionen Besuchern ist das Münchner Oktoberfest das weltweit größte Volksfest. Es entwickelte sich aus den Feierlichkeiten anlässlich der Hochzeit von Kronprinz Ludwig von Bayern und Prinzessin Therese Sachsen Hildburghausen 1810 und kann bereits auf eine Geschichte von mehr als 200 Jahren zurückblicken. So zählt es zu den frühesten säkularen Volksfesten innerhalb Deutschlands und wurde zum Vorbild für viele Volksfeste in anderen nationalen und internationalen Städten. Dass es bei einem derartigen Volksfest auch immer darum geht, Vorstellungen über die eigene nationale und regionale Identität zu repräsentieren und zu transportieren, lässt sich bereits an der Äußerung Kronprinz Ludwigs ablesen: „Volksfeste freuen mich besonders. Sie sprechen den National-Character aus, der sich auf Kinder und Kindes-Kinder vererbt“ (zit. nach Gerda Möhler, *Das Münchner Oktoberfest. Brauchformen des Volksfestes zwischen Aufklärung und Gegenwart*, (München: Kommissionsbuchhandlung R. Wölfe, 1980), 5). Der amerikanische Schriftsteller Thomas Wolfe beschreibt 1927 in seinem Text *Oktoberfest* diesen sich manifestierenden Nationalcharakter als archaische Kraft der Massen: „Die Wirkung dieser Menschenhorden überall in der riesigen und vernebelten Halle hatte etwas beinahe Übernatürliches und Rituelles: Etwas, das zum Wesen eines Volkes gehörte, war in diesen Horden beschlossen, etwas, so dunkel und seltsam wie Asien, etwas, das älter war als die alten barbarischen Wälder, etwas, da um einen Altar geschwankt war und ein Menschenopfer dargebracht und verbranntes Fleisch verzehrt hatte“ (Thomas Wolfe, „Oktoberfest“ (1927), In *Das Buch der Deutschlandreisen. Von den alten Römern zu den Weltenbummlern unserer Zeit*, ed. Rainer Wieland, (Berlin: Ullstein, 2017), 349).

Das Münchner Oktoberfest ist Handlungsort und Erzählgegenstand zahlreicher filmischer und literarischer Texte, sei es in den Tatorten A GMAHDE WIESN (D 2007, Martin Enlen) und DIE LETZTE WIESN (D 2015, Marvin Kren) oder in Ödön von Horváths Volksstück *Kasimir und Karoline* (1932). Viele renommierte Literaten haben ihm Gedichte, Kurzgeschichten oder essayistische Texte gewidmet, wie beispielsweise Friedrich Hebbel, Ludwig Thoma, Joachim Ringelnat, Oskar Maria Graf und Eugen Roth. Neben den deutschsprachigen Perspektiven auf das Treiben auf der Theresienwiese, liegen auch Perspektiven von außen vor. So eröffnet sich in Thomas Wolfes „Oktoberfest“ (1927), der Filmkomödie BIERFEST (USA 2006, Jay Chandrasekhar) und dem ethnografisch anmutenden Dokumentarfilms BEERLAND (USA 2013, Matt Sweetwood) ein US-amerikanischer Blick. Selbst die Zeichentrickserien FUTURAMA (FUN ON A BUN, USA 2013, Stephen Sandoval) und THE SIMPSONS (CO-DEPENDANTS' DAY, US 2006, Bob Anderson) widmen dem Oktoberfest eine Folge

Gegenstand des Panels „O zapft is!“ ist die Untersuchung literarischer, filmischer und medialer Vermittlungen des Münchner Oktoberfests und seiner Rückbindung an eine bayerische Regional- bzw. deutsche Nationalidentität. Schwerpunkte der Reflexion können folgende Fragestellungen bilden:

- Semantisierung Deutschlands/Bayerns in der Oktoberfest-Literatur und im Oktoberfest-Film;
- Konstruktion und Dekonstruktion von Tradition beim Oktoberfest und in seiner medialen Vermittlung (hier v.a. im Bereich der Kleidung/Trachten);
- Das sich im Oktoberfest manifestierende Verhältnis von Bayern und Deutschland aus nationaler und internationaler Perspektive: Bayern = Deutschland, Bayern vs. Deutschland;
- Das Oktoberfest als Tourismusmagnet und Verkaufsschlager;
- Mediale Spezifika in der Vermittlung des Oktoberfestes (Fotografie, Film, Literatur, Musik)
- Das Oktoberfest als Heterotopie im Sinne Foucaults; als Raum, der – abseits des Alltäglichen – in besonderer Weise gesellschaftliche Verhältnisse reflektiert, indem er sie repräsentiert, negiert oder umkehrt.

Tagungssprache sind Englisch und Deutsch. Wir bitten um Vorschläge für Beiträge (ca. 20 Minuten) in Form eines Abstracts (ca. 500 Wörter) und einer Kurzvita bis zum 31.01.2018. Richten Sie Ihre Vortragsvorschläge bitte an Dr. Stephanie Großmann (Universität Passau) und Steffi Krause (Goethe-Institut New York): stephanie.grossmann@uni-passau.de; steffi.krause@goethe.de. Die Mitgliedschaft in der GSA ist Voraussetzung für die Teilnahme an der Konferenz. Weitere Informationen dazu unter www.thegsa.org.

„O zapft is!“
The Oktoberfest in Munich
from a literature and media semiotics perspective
at the 42nd Annual Conference of the German Studies Association (GSA)
September 27th--30th, 2018
Pittsburgh, Pennsylvania

With more than six million annual visitors the Oktoberfest in Munich is the largest festival of its kind in the world. While being initiated to celebrate the wedding of crown prince Louis I of Bavaria to princess Therese of Saxe-Hildburghausen in 1810, it now looks back on a history of more than 200 years. Because of its long tradition and economic impact, many other cities around the globe adapted the concept and are celebrating their own Oktoberfest. What all of these festivals have in common is the specific image of both German culture and the interpretation of the former that is added by the host location of international Oktoberfests.

Before knowing of the traditions that were to follow, crown prince Louis I emphasized the functionality of Volksfests for a country: “I especially enjoy Volksfeste as they explicate a national character that will pass on to our children and children’s children.” (loosely translated from Gerda Möhler, *Das Münchner Oktoberfest. Brauchformen des Volksfestes zwischen Aufklärung und Gegenwart*, (München: Kommissionsbuchhandlung R. Wölfe, 1980), 5).

American writer Thomas Wolfe describes this national character as an archaic force of the masses: “The effect of these human rings all over that vast and murky hall had in it something that was almost supernatural and ritualistic: something that belonged to the essence of a race was enclosed in those rings, something dark and strange as Asia, something older than the old barbaric forests, something that had swayed around an altar, and had made a human sacrifice, and had devoured burnt flesh.” (Thomas Wolfe, “Oktoberfest” (1927), in *Scribner’s Magazine* (June 1937), ed. Harlan Logan, (New York: Charles Scribner’s Sons, 1937), 27-31).

Following this nearly mythological perception of the Oktoberfest, there are many literary and cinematic pieces that use the festival as both their backdrop or plot catalyst. Some examples include the German crime serial Tatort with the movies A GMAHDE WIESN (D 2007, Martin Enlen) and DIE LETZTE WIESN (D 2015, Marvin Kren) or author Ödön von Horváth’s text *Kasimir und Karoline* (1932). Many renowned literates like Freidrich Hebbel, Ludwig Thoma or Joachim Ringelnatz have written poetry or essays on the Oktoberfest. But representations of the festival are not limited to a German perspective. Especially American popular culture developed an interest in the Oktoberfest that consolidated in texts like Wolfe’s or movies such as the comedy BEERFEST (US 2006, Jay Chandrasekhar) or the documentary BEERLAND (US 2013, Matt Sweetwood). Televised examples can be found in FUTURAMA (FUN ON A BUN, US 2013, Stephen Sandoval) or THE SIMPSONS (CO-DEPENDANTS’ DAY, US 2006, Bob Anderson).

The panel „O zapft is!“ therefore wants to take a closer look at literary, cinematographic and other representations of the Oktoberfest. Focusing on how these representations point back to a Bavarian regional and German national identity, contributions could include the following questions:

- Semantics of Germany/Bavaria in Oktoberfest literature and film
- Construction and deconstruction of Oktoberfest-traditions through their staging (especially in regards to clothing/Trachten)
- Relationships between Germany and Bavaria (Bavaria – Germany; Bavaria vs. Germany) as seen through the Oktoberfest in national or international examples
- The Oktoberfest as tourist attraction and selling point
- Specifics in representations of the Oktoberfest (e.g. photography, film, literature, music)
- The Oktoberfest as heterotopia (Foucault); a space of otherness that works outside the regular order and therefore provides opportunities to reflect on society and culture by reflecting, denying or inverting them

The panel will be held in German and English. We ask for abstract submissions of about 500 words for a presentation of twenty minutes by January 31st, 2018. Please also provide a short vita in your email to Dr. Stephanie Großmann (University of Passau) and Steffi Krause (Goethe-Institut New York): stephanie.grossmann@uni-passau.de; steffi.krause@goethe.de. Membership with the GSA is necessary to attend the conference. Please find more information about at www.thegsa.org.