BELEGEXEMPLAR
Mit freundlicher Empfehlung
www.SCHMERSE MEDIA.com

# Namen und was sie bedeuten

## Zur Namensdebatte im Fach Volkskunde

herausgegeben von
Regina Bendix und Tatjana Eggeling

Beiträge zur Volkskunde in Niedersachsen
19

Regina Bendix / Tatjana Eggeling (Hg.)

# Namen und was sie bedeuten

Nutzungsbedingungen – Urheberrechtshinweis

Diese personalisierte elektronische Einzelausgabe ist auf den/die Erwerber/in

Universität Basel | Universitätsbibliothek | Abteilung Erwerbung und Bestandsentwicklung

zugelassen und urheberrechtlich geschützt. Inhaber des Urheberrechts ist der aus dem Impressum ersichtliche Verlag. Mit Überlassung dieser Software erwirbt der/die Käufer/in ein alleiniges und ausschließliches Nutzungsrecht an der Software. Es ist gestattet, diese auf andere Geräte des/der rechtmäßigen Nutzers/Nutzerin zu transferieren und eine Sicherungskopie für den Eigenbedarf davon anzufertigen. Es ist nicht gestattet, sie – auch in anderer Form – darüber hinaus zu vervielfältigen und/oder an Dritte weiterzugeben oder zu verleihen. Zuwiderhandlungen sind strafbar und können durch geeignete, in dieser Software implementierte Sicherheitsmaßnahmen durch den Urheberrechtsinhaber nachvollzogen werden.

Für die seitenrichtige Wiedergabe von Doppelseiten müssen Sie ggf. ein leeres Deckblatt vorschalten; eine entsprechende Einstellung findet sich in den meisten PDF-Readern.

# Namen und was sie bedeuten

## Zur Namensdebatte im Fach Volkskunde

herausgegeben von

Regina Bendix und Tatjana Eggeling

© Copyright 2004: Schmerse Verlag · Göttingen
Alle Rechte vorbehalten · Printed in Germany · ISSBN 3-926920-34-3 · ISSN 0933-5404

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.

# Inhalt

Regina Bendix
Einleitung ..... 7

Hermann Bausinger
Vom Nutzen und Nachteil neuer Namen
Erfahrungen mit der Empirischen Kulturwissenschaft ..... 9
Diskussion ..... 23

Gisela Welz
Volkskunde, Europäische Ethnologie, Kulturanthropologie:
De- und Rekonstruktionen von Disziplinarität ..... 29
Diskussion ..... 42

Peter Niedermüller
Europäische Ethnologie. Deutungen, Optionen, Alternativen
Diskussion ..... 45

Reinhard Johler
Nomen est Omen
Zur Internationalität eines „Vielnamenfaches“ ..... 51
Diskussion ..... 65

Walter Leimgruber
Label und Identität
Ein Fach auf der Suche nach sich selbst ..... 69
Diskussion ..... 81

Intermezzo
Workshop mit Barbro Klein und Orvar Löfgren ..... 89

Tatjana Eggeling
Erfrischende Perspektiven auf eine Fachbezeichnung
Kommentar zum Workshop mit Barbro Klein und Orvar Löfgren ..... 111

Silke Göttsch
Volkskunde, Europäische Ethnologie oder …?
Auf der Suche nach disziplinarer Identität ..... 115
Diskussion ..... 127

Carola Lipp
Der lange Weg zur Umbenennung
Einige Bemerkungen zu den institutionellen, interdisziplinären
und innerfachlichen Bedingungen eines solchen Verfahrens ..... 135

Anhang
Antrag auf Namensänderung ..... 142
Literatur ..... 145

Walter Leimgruber

# Label und Identität
## Ein Fach auf der Suche nach sich selbst

Denkt man über etwas so Grundlegendes wie die Fachbezeichnung nach, tritt die alltägliche universitäre Realität – geprägt von Diskussionen um Studiengänge, Reglemente, Stellenprozente und Budgetkürzungen – für einen Moment zurück. Ich will dennoch versuchen, diese Ebene der alltäglichen Realität mit der höheren Sphäre der Namensgebung zu verknüpfen, weniger in analytischer Tiefe als in einer Art Chronologie, die das Beziehungsgeflecht aus einer ganz persönlichen Optik etwas sichtbar machen soll.

Ich habe neben Volkskunde auch Geschichte studiert. Das Fach „Geschichte" war für die Historiker nie ein Thema. Geschichte ist Geschichte, Punkt. Zwar war in dem Moment, als ich das Studium aufnahm, einige Unruhe spürbar, weil in den siebziger Jahren reformfreudige deutsche Kultusminister Geschichte als Schulfach als unnötigen Ballast über Bord werfen und durch eine gegenwartsorientierte Sozialkunde ersetzen wollten. So griffen denn die Historiker in die Tasten, begründeten die Wichtigkeit des Faches und ärgerten sich über die Kurzsichtigkeit der Reformer. Über Fachidentität oder gar Fachbezeichnung wurde dabei kaum substantiell diskutiert – zu selbstverständlich waren sie. Es ging nur darum, den anderen die Bedeutung von Geschichte bewusst zu machen. In der Folge gab es zwar all die Debatten zu Sozial- und Alltagsgeschichte; Historikerstreit, Goldhagendebatte und andere folgten. Die Diskussionen waren heftig, es wurde immer mit harten Bandagen gekämpft, aber allen Beteiligten schien klar: Wir diskutieren über Inhalte, nicht darüber, ob dieses Fach einen Sinn, eine Existenzberechtigung hat oder nicht.

Ein etwas schiefer Vergleich, kann man einwenden, denn Geschichte ist ein großes, starkes Fach. Wir aber sind klein, unbedeutend und ohne einflussreiche Lobby. Das ist zweifellos richtig. Und so will ich von einem weiteren Fach berichten, das ich studiert habe, nämlich Geographie. Es gibt, so meine ich, einige interessante Parallelen zur Volkskunde: Geographie ist ein Fach von kaum überblickbaren inhaltlichen Dimensionen. Fast alle Phänomene des Naturraums haben darin ebenso Platz wie soziale und kulturelle Bereiche, die – außer in der Berufung auf den manchmal schwer zu definierenden Raumbezug – wenige Gemeinsamkeiten aufweisen. Die Themen und Methoden sind von einer unglaublichen Vielfalt, reichen von Klimaforschung, Geologie, Geomorphologie, Bota-

nik über Kartographie zu allen Facetten kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Geographie. Manche Geographen können sich fachlich kaum miteinander unterhalten, weil sie nicht die geringste Ahnung von dem haben, was die anderen tun. Das Fach ist in der Schweiz meist den naturwissenschaftlichen Fakultäten zugeordnet, manchmal aber auch gleichzeitig den geisteswissenschaftlichen. Das „Dazwischen" kommt hier in ähnlicher Weise zum Vorschein wie in der Volkskunde: Ressourcenmässig zwar besser ausgestattet, zeichnet sich auch die Geographie durch eine enorme inhaltliche Breite und den Versuch aus, unterschiedlichste Spezialwissenschaften zu einer Synthese zusammenzuführen. Sie wird dabei von den hoch differenzierten Fächern an ihrer Seite manchmal argwöhnisch, manchmal belustigt, manchmal herablassend beobachtet.

Dennoch gibt es einen ganz wesentlichen Unterschied: Es gibt in der Geographie keinerlei Unsicherheiten in Bezug auf den Namen: Der ist einfach und klar, streicht das, was mehr auf dem Papier als in Wirklichkeit zusammenhält, heraus: den Raumbezug. Hier sind sich Geschichte und Geographie ähnlich: Der Name ist einfach, weit und offen; alles andere, die unendliche Vielfalt an Positionen, Zugängen, Methoden und Theorien, wird unter dem schützenden, großen Dach dieses Namens verhandelt. Die beiden Fächer haben, um in der Werbesprache zu reden, ein klares, prägnantes Label.

## Label

Ein Label versieht ein Produkt mit einer Bezeichnung, die dieses Produkt erkennbar, benennbar und unverwechselbar macht. Es verspricht Stabilität, Struktur, Widererkennung, zielt auf die Außenwirkung. Wir leben, das haben wir in den letzten Jahren dauernd gehört, im Zeitalter der *Labels* und der *Brands*. Ein Brand ist ja ursprünglich nichts anderes als eine Marke, die man an vielen Orten dem Vieh einbrennt, um es dem rechtmäßigen Besitzer zuordnen zu können. Gewisse Brands sind gleich zu Namen für das Produkt geworden: z.B. *Hoover, Aspirin, Walkman, Yo-Yo, Coke.* Wer also seine Marke den anderen einbrennen kann, wenn auch nicht unbedingt auf die Haut (der Tattoo-Boom kennt allerdings auch Markenzeichen auf dem Körper), sondern ins Bewusstsein, der sorgt dafür, dass seine Marke bekannt und damit erfolgreich ist.

Wir alle kennen die Erfolgsgeschichte vieler Brands; und die meisten Studierenden gehören zu einer Generation, die angeblich brandbewusster lebt als jede zuvor, wie Markt- und Trendforscher nicht müde werden zu betonen. Die Universität ist doch nicht eine Werbe- und Produktewelt, mögen wir uns empören; bei uns geht es um Inhalt, Forschung, Tiefe, Substanz, nicht um Oberflächlichkeit, Konsum, Schein. Auch wenn diese Aussage sicher richtig ist, funktioniert unser Geschäft dennoch nicht ohne Außenwirkung und Verkauf. Denn Wissenschaft kann nicht losgelöst von gesamtgesellschaftlichen Mechanismen betrachtet werden, und das Verkaufen eines Produktes ist ein solcher Mechanismus, ganz gleich, ob es sich um *Pampers,* After Shave, Politiker oder Forschungsprojekte handelt.

Wer kein Label hat, wird nicht wahrgenommen und hat damit letztlich keine Identität, auf jeden Fall keine, die von außen erkannt wird.

> In the process of moving away from mass homogeneity of persons and products, branding is a specific extension of the idea of identity, which to my mind combines *id* with *entity*, meaning the vitality of a thing,

verbindet der Marketingforscher Sidney J. Levy (1999, 14) diese Ebenen. Die Ausbreitung von Brands auf vorher kaum beackerte Gebiete lässt sich überall beobachten: In der Politik, im Tourismus, wo ganze Landschaften mit Labels überzogen worden (Top of the world, Heidiland), in der Konstruktion nationaler Identitäten (Cool Britannia der Labourregierung) etc. "We live in brandscapes", charakterisiert der Anthropologe John Sherry[1] diesen Vorgang und drückt damit präzise aus, dass der Raum, auch der gesellschaftliche Raum, mit Brands angefüllt wird. Und wer wollte bezweifeln, dass nicht auch die Wissenschaft längst davon betroffen ist: „life sciences", *das* Trendgebiet, ist eine perfekte Schöpfung eines solchen Labels: universell, offen, positiv, alles Problematische negierend.

Statt von Brands und Marketing zu reden, kann man auch den weiteren und uns vertrauteren Begriff der Kommunikation verwenden, der in diesem Zusammenhang ebenfalls häufig benutzt wird. Und unser Fach hat ein sehr essentielles Kommunikationsproblem. Denn die meisten Menschen wissen nicht, was wir machen. Das ist die externe Seite. Und die interne: Es besteht keine Einigkeit bei grundlegenden Fragen wie derjenigen der Fachbezeichnung.

Natürlich gibt es bei allen Gemeinsamkeiten auch klare Unterschiede zwischen einem beliebigen Produkt und einem wissenschaftlichen Fach: Während es in der Wirtschaft heißt: „Was wünschen sich die Kunden? Sie sollen es erhalten", geht es bei uns um ein Angebot: „Wir haben ein Angebot. Welches Zielpublikum kommt dafür in Frage, und wie können wir es dafür interessieren?"

> Das erste Zeichen einer Identität ist der Name einer Institution oder eines Projekts. Bereits hier ist auf Eindeutigkeit zu achten,

heißt es in einem kürzlich erschienen Handbuch „Kommunikation und Marketing für Kulturprojekte" (Fischer 2001, 114). „Identität und Profil hängen eng zusammen", liest man dort weiter.

> Was macht unseren Charakter aus? Welche Werte sind uns wichtig? Wie möchten wir von außen gesehen werden? Was soll uns von unserem Umfeld, unserer Konkurrenz unterscheiden? Wie sehen wir unsere aktuelle Position in der Öffentlichkeit? (Ebd., 110)

Das sind genau die Fragen, die auch unser Fach beschäftigen. Es geht in der Tat um die elementare Frage des Positionierens – bei den Studierenden, in der Wissenschaft, in der Politik, schließlich in der Gesellschaft generell. Fragen einer *Corporate Identity,* die hier angesprochen sind, wurden zwar z.B. in Basel an der Hochschultagung 1996 angesprochen, die Resonanz blieb allerdings aus.

Doch die Trennung in Form und Inhalt, Hülle und Kern, Schein und Sein, wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in einer deutschsprachigen geisteswissenschaftlichen Tradition sie gerne vornehmen, um sich vor solchen Zumutungen zu schützen, funktioniert nicht mehr. Postmoderne Theoretiker etwa werden nicht müde, auf die

[1] Zit. n. Pavitt 2000, 73.

Zusammenhänge von Label und Brand einerseits und Persönlichkeit, Tiefe und Identität andererseits aufmerksam zu machen. Manche sehen im Konsum von distinktiven Gütern oder eben von Brands die Befreiung des Individuums, einen Akt der Selbstbestimmung und der Identitätskonstruktion. Der Konsument erscheint als frei entscheidendes Individuum, kreativ, keine Grenzen von Geschlecht, Klasse oder Ethnie anerkennend, Identitäten wie Kleidungsstücke anprobierend und wechselnd, „surfing through style cultures". Er konstruiere sich selbst durch den Prozess des Warenerwerbs, kaufe sich eine Identität, ein „commodity self"; die Identität durch Konsum habe die Identität durch Arbeit abgelöst, sagt etwa Zygmunt Bauman (1992, 223). Individualität wird definiert als Freiheit, auszuwählen und herauszupicken aus den vielfältigen Brandscapes.

Ich mag solch glatten Bildern neuer gesellschaftlicher Ideale nicht folgen, halte sie für viel zu einfach und oberflächlich. Dennoch kann man auch nicht einfach über die Bedeutung von Labels und Brands hinweggehen. Branding sei „distinctive authenticity", definiert Stefano Marzano (2000, 58f.), der Designchef von Philips, oder auf deutsch: „Markenidentität = markante Authentizität". Die *core values,* die Kernwerte einer Firma müssten mit dem Branding wiedergegeben werden. Hauptaufgabe des Designs sei es, den Werten, die hinter der Marke stehen, ästhetischen Ausdruck zu verleihen. Authentizität und Vermittlung von Werten sind Begriffe, die uns aus der Fachdiskussion wohlbekannt sind. Brands werden durch ihre Vertrautheit zu einer Quelle der Identifikation und der Sicherheit, stärken das Selbstbewusstsein. „Weil ich es mir wert bin", heißt der entsprechende Werbespruch von *L'Oréal.* Der Brand wirkt nach außen (so bin ich) wie nach innen (das passt zu mir, verstärkt mein Selbstbewusstsein).

Der Trendforscher Matthias Horx (Horx u.a. 1995, 10) sieht in den Marken die Kulte der modernen Zivilisation. Kulte definiert er als ein zusammenhängendes Sinnsystem, als Abfolge von Ritualen und Symbolen. Dem einzelnen Individuum geben diese Kulte Halt und Orientierung, sie strukturieren sein Wertesystem. Die Wissenschaft hingegen löst sich zunehmend von dieser ihr traditionell zugedachten Aufgabe, Werte zu vermitteln, „Authentisches" zu zeigen und Identitäten, z.B. nationale, zu stabilisieren. Sie trägt vielmehr aktiv dazu bei, den Konstruktcharakter solcher Authentizitätsvorstellungen und Identitätsbildungen aufzuzeigen. Viele sehen Marken und deren Konsum in diesem Sinne als Ersatz für Institutionen, die an stabilisierender und identitätsstiftender Bedeutung verlieren, wie z.B. Familie, Religion oder Nation.

## Kulturwissenschaft

Auch wir selbst sind in den letzten Jahren Teil eines Brandbooms gewesen: Kulturwissenschaften waren „trendig". Wer im Umfeld der ehemaligen Geisteswissenschaften ist denn heute nicht Kulturwissenschaftler oder Kulturwissenschaftlerin? Alle stehen sie in Diskussionen auf und beginnen ihre Sätze mit: Ich als Kulturwissenschaftler, ich als Kulturwissenschaftlerin. Das ist manchmal ein erstaunliches Erlebnis für jemanden, der sein

Studium in einer Zeit begonnen hat, als in der Soziologie nur harte Zahlen und Fakten zählten, in der Geschichte endlose Lochkartenstapel bearbeitet und in den Computer gefüttert wurden und in den Philologien strukturalistische und textimmanente Ansätze en vogue waren.

Wir alle sind Brüder und Schwestern jetzt, möchte man, pathetisch und versöhnlich zugleich, rufen. Aber beides will nicht so recht passen: Der Pathos passt nicht so ganz, weil unsere Position dadurch erstaunlicherweise kaum gestärkt wurde, obwohl wir doch zu denen gehören, die „es" schon immer gewusst haben, weil uns nicht alle um den Hals fielen und uns gratulierten, sondern häufig genug uns ignorierten und so taten, als hätten sie als erste dieses Feld betreten. Und das Versöhnliche will nicht so recht passen, weil das Kulturverständnis, das all die neuen Brüder und Schwestern an den Tag legen, uns nur zu häufig als doch recht weit von dem unseren entfernt erscheint, weil so manches, was uns für eine gesellschaftliche Einbettung des Begriffs wichtig ist, fehlt.[1]

Der Begriff *Kultur* aber war und ist – auch wenn seine Konjunkturphase sich dem Ende zuneigt – der Leitbegriff unseres wissenschaftlichen Arbeitens. Wenn in unserem Fach überhaupt irgendwo Konsens besteht, dann hier: Die kulturelle Dimension gesellschaftlichen Handelns ist unsere Leitfrage. Warum aber haben wir diesen Begriff, der weit genug ist, alle möglichen Positionen und Ansätze zu vereinen, aber auch präzise genug, um ein Fach auszuzeichnen, nicht frühzeitig als Fachbezeichnung genutzt, um auf die Kernkompetenz hinzuweisen?

Als das Volkskundliche Seminar der Universität Zürich sein fünfzigjähriges Bestehen feierte und wir aus diesem Grund die Archive durchwühlten, um mehr über unsere Geschichte zu erfahren, stellten wir mit einigem Erstaunen fest, dass bereits 1946, dem Jahr, als der Lehrstuhl für Volkskunde eingerichtet wurde (das Seminar folgte einige Jahre später), die Fakultät als Bezeichnung des neuen Lehrstuhls „Kulturwissenschaft" vorgeschlagen hatte. Doch die Volkskundler lehnten ab mit der Begründung, in diesem Begriff werde die historische Dimension zu wenig sichtbar. Was wäre geworden, wenn dieser Lehrstuhl, dessen erster Inhaber Richard Weiss war, „Kulturwissenschaft" geheißen hätte? Weissens' Buch „Volkskunde der Schweiz" galt mit seinem funktionalistischen Ansatz im ganzen deutschsprachigen Raum als Wegbereiter einer neuen Volkskunde, der aus dem Sumpf mythologisierender Ansätze herausführte. Hätte die Bezeichnung ebenso Vorbildfunktion bekommen und damit jahrzehntelange Diskussionen überflüssig gemacht? Es ist müßig darüber zu spekulieren. Zwar wurde der Begriff in der „Empirischen Kulturwissenschaft" in Tübingen wieder aufgenommen. Doch zum einen zog sich bei dieser Neubenennung ein Graben durch das Fach, war nicht mehr die Suche nach einem fundierenden gemeinsamen Neuansatz wie nach dem Zweiten Weltkrieg das prägende Element, zum anderen führte das Beiwort „empirisch" zu vielen Missverständnissen.[2] Deshalb konnte das neue Label seine Vorbildfunktion und seine Strahlkraft nach außen nie voll entfalten.

[1] Vgl. Kaschuba 1995.
[2] Vgl. Korff 1996.

Die Argumente für oder gegen eine bestimmte Bezeichnung basierten v.a. auf Überlegungen innerhalb des Faches. Der Blick nach außen, auf das wissenschaftliche und wissenschaftspolitische Umfeld, fehlte zwar nie ganz, aber im Zentrum des Interesses standen immer fachliche Positionen. Doch die Zukunft des Faches wird nicht in erster Linie durch interne Vorgänge entschieden, sondern durch Beschlüsse in Departementen und Fakultäten, in Universitätsleitungen, Ministerien und schließlich indirekt auch in einer breiteren Öffentlichkeit, die mit dem, was sie interessiert und was sie wichtig findet, auf die Entscheidungsträger zurückwirkt.

Und so kehrte sich der Prozess um: Nach Falkenstein war man im Fach mancherorts bereit für eine Umbenennung. In Zürich beantragte Arnold Niederer, der Nachfolger von Richard Weiss, anfangs der siebziger Jahre eine Änderung des Fachnamens in „Europäische Ethnologie". Niederer gehörte zu den Reformern, lebte mit seinen Forschungen zum Mittelmeerraum und zur Migration zudem stärker als die meisten Kollegen die Idee einer *Ethnologia Europaea,* was sich auch in seinem Engagement für die gleichnamige Zeitschrift und für internationale Organisationen ausdrückte. Doch nun lehnte die Fakultät die neue Bezeichnung ab, beharrte auf Volkskunde. Die Gründe dafür liegen wohl darin, dass der Reformbedarf der Nachkriegszeit nicht mehr dringlich schien, die Auswirkungen von „1968" an Schweizer Universitäten zudem wesentlich weniger tief greifend waren als in Deutschland und der Grundkonsens der Philosophischen Fakultät ein konservativer blieb. Dem Bild des Faches – in den Köpfen der Kolleginnen und Kollegen der Fakultät, aber auch in einer breiteren Öffentlichkeit – hatte auch Niederer mit seinem publizistischen Engagement nichts entgegensetzen können. Und diese Vorstellung blieb, das zeigen die Diskussionen, geprägt von traditionellen Themen und Zugängen.

Damit war es aber in etwa das gleiche Bild wie zur Zeit von Hans Moser, der in seinem Aufsatz von 1954 „Gedanken zur heutigen Volkskunde" die Bemerkung eines Literaturhistorikers überlieferte:

> Man weiß ja, worum es in der Volkskunde geht: Hosenknöpfe im Böhmerwald und Faschingskrapfen im Erzgebirge. (Gerndt 1988, 107)

Moser fügte hinzu, solch erschreckende Unkenntnis bestehe auch heute – 1954 – noch, unter anderem bei Vertretern älterer Wissenschaftszweige und bei kulturpolitisch Verantwortlichen. Immerhin würden einige auch den Eigenwert der wissenschaftlichen Volkskunde anerkennen.

Als ich nach mehreren Jahren außerhalb der Universität Mitte der neunziger Jahre im Volkskundlichen Seminar in Zürich zu arbeiten begann, bekam ich sehr schnell zu spüren, dass noch immer dieselben Bilder dominierten. Wer immer meine früheren Tätigkeitsfelder kannte, war erstaunt, manchmal entsetzt: „Du und Volkskunde?" Was hast du mit Bauernhäusern, Trachten und Sagen am Hut?" Endlos die Erklärungsversuche, frustrierend die Erfahrung, dass es diesem Fach offenbar nicht einmal bei Absolventinnen und Absolventen benachbarter Studienrichtungen gelungen war, neue Themen und Ansätze

zu vermitteln. Es folgten Erfahrungen auch mit Studierenden, die – meist von Kolleginnen und Kollegen aufmerksam gemacht – in einer unserer Veranstaltungen landeten und dann gestanden, sie hätten im Vorlesungsverzeichnis nie geschaut, was Volkskunde anbiete, so abschreckend habe der Begriff auf sie gewirkt.

Rolf Wilhelm Brednich zog etwa zur gleichen Zeit, auf der Marburger Hochschultagung 1994, eine andere, positive Bilanz, sah nur noch

> Restbestände an unbelehrbaren oder schlecht informierten Journalisten, Heimatforschern und Kolleginnen und Kollegen aus Nachbarfächern, die unser Fach mit Heimattümelei, Brauchtum, Germanenkontinuität und dem „Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens" identifizieren, aber ihre Zahl ist deutlich im Abnehmen begriffen. (Brednich 1996, 69)

Auch Wolfgang Kaschuba sah unseren „Blick auf Geschichte und Kultur […] inzwischen vielbeachtet und marktgängig" geworden. Es zeige sich, „dass sich unsere Fachidentität zwar verändert hat, dass sie dabei aber nicht schwächer, sondern eher stärker geworden ist" (Kaschuba 1997, 10).

Meine eigenen Erfahrungen mit dem Begriff machen deutlich, dass ich „Volkskunde" für keine sehr sinnvolle Fachbezeichnung mehr halte. Wenn es in Jahrzehnten nicht gelungen ist, das Image des Faches zu ändern, wenn wir gerade diejenigen, die wir ansprechen wollen, die Studierenden, damit nur abschrecken, dann kann das kein tauglicher Fachname sein. Das Label „Volkskunde" wird offensichtlich anders wahrgenommen, als es dem Selbstverständnis der Fachvertreterinnen und Fachvertreter entspricht. Damit aber fehlt ihm etwas, was Marketingleute als essentiell ansehen: die Glaubwürdigkeit, die Übereinstimmung zwischen Etikett und Inhalt, zwischen Label und Identität.

Damit wäre eigentlich alles klar: „Volkskunde" als Bezeichnung hat ausgedient, „Kulturwissenschaft" wäre meiner Meinung nach der passende Begriff. Aber in der Zwischenzeit ist dieser Begriff längst besetzt, existiert einerseits im Singular als Studienfach, das relativ wenig mit unserem zu tun hat, andererseits im Plural als übergeordnete Bezeichnung, unter der sich so viel subsumieren lässt, dass alles schwammig wird. Damit ist diese Lösung wohl vertan.

## Europäische Ethnologie

Der meistverwendete Begriff bei gegenwärtigen Neu- oder Umbenennungen ist „Europäische Ethnologie". In Zürich war er damals gescheitert. Basel hingegen blieb in der Amtszeit von Professor Trümpy stärker der Tradition und damit dem Namen „Volkskunde" verbunden. Und beim dritten damals noch existierenden Lehrstuhl in Bern war das Fach noch immer in die Germanistik integriert und hatte als Schwerpunkt die Dialektforschung. Auf diese Weise widerspiegelten sich in den drei Schweizer Lehrstühlen unterschiedliche Phasen der Fachgeschichte: Die enge Anlehnung an die Germanistik, wie wir sie in erster Linie aus der Frühzeit kennen, ein vor allem einer historischen Ausrichtung verpflichteter Ansatz und die *Ethnologia Europaea*-Perspektive von Niederer. An

allen drei Orten blieb der Name „Volkskunde“ weiter bestehen. Erst seit kurzem fügt nun das Basler Seminar der „Volkskunde“ das „Europäische Ethnologie“ hinzu.

In Bern befürwortete die Fakultät, als der bisherige Lehrstuhlinhaber emeritiert wurde, die Schaffung eines Lehrstuhls „Europäische Ethnologie“ und die Integration desselben in das Ethnologische Seminar. Doch in der Folge wurde dieser regionale Ansatz ersetzt durch einen thematischen und der Lehrstuhl umgewidmet in einen solchen für „Medizin- und/oder Rechtsethnologie“. Damit war er für die Volkskunde/Europäische Ethnologie verloren. Seither ist die Begeisterung für die Bezeichnung „Europäische Ethnologie“ deutlich geschwunden. War schon immer klar, dass dieser Begriff sehr schnell als Nähe zur Ethnologie und damit als Integrations- und also auch als Sparmöglichkeit gesehen werden konnte, wurde nun sichtbar, dass es bei Bezeichnungen immer auch um Macht, um Besitzstandwahrung und -mehrung geht.[1] Deshalb, natürlich aber auch aus den bekannten inhaltlichen Gründen, der Fokussierung auf das Ethnische etwa, wird auch dieser Begriff für unser Fach nicht zum Allheilmittel, wenn vielleicht auch momentan zum tauglichsten Bindeglied, das bei immer mehr Instituten zumindest als Zweitnennung auftaucht.

Damit scheint das Thema vorerst erledigt. Laut einer Umfrage bei Lehrenden und Studierenden beschäftigte sich Mitte der neunziger Jahre niemand intensiv mit der Namensänderung. Rolf Wilhelm Brednich war der Meinung, die Variante „Volkskunde und Europäische Ethnologie“ werde sich an den meisten Instituten durchsetzen. Helge Gerndt, der sich anfangs der siebziger Jahre für einen anderen Namen eingesetzt hatte, meinte: „Ich finde Volkskunde immer mehr den besseren Begriff“, sobald die ideologische Konnotation abgestreift sei. „Auch ‚Kunde‘ hieß früher einfach Wissenschaft. Da sollten wir einfach ein bisschen gelassener sein“ (Schindelka 1996, 47, 50).

## Kulturanthropologie

Was aber könnte eine Lösung für die Neubenennung sein? Was sich an Bezeichnungen noch findet, ist etwa „Kulturanthropologie“. Gegen diesen Begriff wird in der Regel eingewendet, auch er sei historisch belastet, stecke zudem das Feld anders ab als die Volkskunde und werde in vielen Ländern mit Ethnologie gleichgesetzt. Eine Möglichkeit ist hier das Ausweichen auf die englische Bezeichnung, was zwar wiederum zu vielfältigen Erklärungen führen muss, wie genau man sich von Cultural Anthropology oder Social Anthropology im angelsächsischen Bereich unterscheidet, aber den Vorteil hat, dass wir uns damit im einem internationalen Feld bewegen. Der Hinweis auf die „deutsche Sonderwissenschaft“ wird hinfällig, man kann sich einordnen in die Begeisterung für angelsächsische Begriffe und Modelle, die ja auch bei der Universitätsreform im Vordergrund stehen. Zudem wird diese Fachbezeichnung in den einzelnen Ländern (z.B. im Mittelmeerraum in den jeweiligen Landessprachen) so unterschiedlich verwendet, dass einer

[1] Vgl. Daxelmüller 1999, 42–54.

eigenständigen Auslegung wenig im Weg steht. Und wir sind, weil das Fach im deutschen Sprachraum nicht so heißt, weiter von der Ethnologie entfernt als mit der Bezeichnung „Europäische Ethnologie". So wie sich die Ethnologie mit guten Argumenten zunehmend auch mit europäischen Themen beschäftigt, gibt es keinen Grund, uns unsererseits nicht einen Namen zuzulegen, der über die bisherigen Grenzen hinausweist und einen weiteren Raum absteckt.

Ich sehe das nicht als *die* Lösung, aber immerhin als eine Richtung, in der man weiterdenken könnte. Ähnliche Perspektiven würden auch Bezeichnungen wie Cultural Studies eröffnen, was als Begriff gut passen würde, wobei hier aber die Konnotationen mit den britischen Übervätern sowohl in ideologischer wie in inhaltlicher Hinsicht wesentlicher stärker wären als bei Cultural Anthropology, die Abgrenzungen damit noch schwieriger. Ähnliche deutsche Bezeichnungen wie Kulturstudien oder Kulturforschung scheinen möglich, wegen der großen Nähe zur Kulturwissenschaft aber heikel.

Weitere Bezeichnungen, die etwa vorgeschlagen werden, wie „Populärkultur", „Alltagskultur" oder „Alltags-Ethnographie" halte ich für weniger sinnvoll, weil sie zu sehr auf spezifische Diskussionen verweisen und damit schnell veralten. Immerhin wäre es denkbar, bei Bedarf und Aktualität entsprechende Studiengänge einzurichten (und auch wieder aufzuheben oder neu zu strukturieren). Die Variante, einzelne Studiengänge anders zu benennen als das Fach oder das Institut, wird zu wenig genutzt und würde sinnvolle Ansätze bieten, auf bestimmte Entwicklungen schnell zu reagieren. Im Zeichen des Bolognaprozesses und der zunehmenden Modularisierung von Studiengängen scheint mir das eine sinnvolle Möglichkeit, aktuell, problemorientiert und im besten Sinn populär zu sein, ohne jedes Mal in eine Identitätskrise zu geraten.

Insgesamt aber, das zeigen die Vorschläge, dominiert bei mir eine gewisse Ratlosigkeit. Alle Bezeichnungen haben ihre problematische Seite, eine Einigung ist nach der jahrzehntelangen Diskussion ohnehin nicht zu erwarten. Als eher deprimierende Bilanz bleibt wohl, dass schon etwas erreicht wäre, wenn alle Institute Doppelbezeichnungen verwenden würden und zumindest die eine Hälfte überall identisch wäre.

Dem studentischen Plädoyer für den Kunstnamen „Egnelik" auf einer Versammlung der Wiener Studenten 1990 (Peter 1992) kann ich in einem solch eher düsteren Szenario zumindest soviel abgewinnen, dass große Konzerne in den letzten Jahren gezeigt haben, dass Kunstnamen relativ schnell und problemlos akzeptiert und beliebig mit Inhalt gefüllt werden können *(Novartis, Aventis, Unaxis)*.

## Identität

Damit wären wir wieder bei der Identität. Was ist denn die Identität des Faches? Diskussionen in Seminarien und auf Tagungen, die mit der Frage „Ist denn das noch Volkskunde?" eröffnet werden, gehe ich immer aus dem Weg, weil ich sie nicht für weiterführend halte und dahinter eine Identitätsvorstellung sehe, die ich ablehne. Nachdem wir uns seit Jahren

mit Identitätskonzepten auseinandergesetzt haben, schimmert hier durch, dass wir, bezogen auf uns selbst, noch immer an einer eher statischen Vorstellung festhalten, die Stabilität und Dauer betont, nicht den Prozess, das Bewegliche, die Arbeit.

Wenn ich oben gesagt habe, ein Label diene der Widererkennung, der Stabilität und Struktur und sei auf Außenwirkung gerichtet, so verhält es sich mit der Identität anders: Hier steht der Prozess, die Lebendigkeit, die Vielfalt, die verschiedenen Zugehörigkeiten, die Widersprüche im Vordergrund. *Label* und *Identität* sind damit von ihrer Funktion her nicht deckungsgleich, beziehen sich aber aufeinander. Genau hier liegt das Problem dieser unendlichen Namensdiskussion. Wir wollen mit dem Namen auch gleich unsere gesamte Identität definieren, das aber kann nicht gelingen, weil diese sich dauernd wandelt. Wir sollten diese beiden Ebenen trennen. Ein funktionierendes, erfolgreiches Label, das ein Schutzdach bildet, erlaubt darunter vielfältige Prozesse.

Das Fach macht in seiner Vielfalt und Wandlungsfähigkeit in der Tat sichtbar, was in den Forschungen der letzten Jahre auch für andere Identitätsformen herausgearbeitet wurde: Den Prozess der Hybridisierung und Kreolisierung, auch in disziplinärer Hinsicht. Wir haben das gelebt, was wir erforscht und erkannt haben, keine schlechte Sache. Wir erleben aber auch, was wir in anderen Bereichen bei davon betroffenen Individuen und Gruppen konstatieren: Identität als Prozess ist Arbeit – und darüber hinaus von Verunsicherung und Angst begleitet. In unseren Diskussionen scheint diese Angst so stark auf, dass Außenstehende bisweilen den Eindruck erhalten, in diesem Fach kämpfe jeder ums nackte Überleben. Dass dabei auch persönliche Ressentiments eine Rolle spielen, ist in kleinen Fächern, die wie Face-to-face-Gesellschaften funktionieren, wohl unumgänglich. Der Schaden, der damit angerichtet wird, ist jedoch enorm. Denn in der Kommunikation nach außen muss eine gewisse Stabilität gewährleistet sein.

Dabei will ich die Leistung der Selbstreflexion nicht negieren. Seit den siebziger Jahren wurde hier wichtige Arbeit geleistet, die andere, weit erfolgreichere Fächer nur zu häufig verdrängten. Aber diese Suche nach sich selbst hat bisweilen auch die Tendenz, anderes – insbesondere die Positionierung in einer sich wandelnden Hochschullandschaft – zu vernachlässigen. Und sie wird zu häufig nicht einfach als notwendiger Teil der Identitätsarbeit gesehen, sondern als Kampf für die richtige Sichtweise, der schnell in Intoleranz mündet. Wir haben aus dieser Selbstreflexion weniger eine anregende Theoriedebatte gemacht, als Krisenstimmung erzeugt. Von den „selbst ausgerufenen, schon zyklischen Krisen der Volkskunde“ (Stadelmann 1990, 5), vom „Kreisen um die eigene Identität“ und vom „Minderwertigkeitskomplex“ (Diekmann u.a. 1997, 167) ist deshalb gerade auch in studentischen Berichten immer wieder die Rede. Und studentische Unzufriedenheit macht sich nach praktisch allen Tagungen breit. Man kann dies gewiss auch als generelles studentisches Verhalten und als grundlegendes Bedürfnis nach Verortung und Verankerung sehen, mir scheint es allerdings doch tiefer zu gehen.

Ein schönes – und mich als Schweizer natürlich besonders ansprechendes – Bild für diese unbefriedigende Situation haben jene Studierenden gefunden, die in den Hessischen

Blättern über die dgv-Hochschultagung in Basel 1996 berichtet haben – das Bild von Fondue und Raclette:

> Wird das Fach Volkskunde einem Fondue-Essen gleichgesetzt, so kann jeder seinen eigenen Brotwürfel einbringen, der jedoch ins gemeinsame Töpfchen getunkt wird. Der eigene Brotwürfel an der Fonduegabel steht hier für die einzelnen Lehrenden, Institute, Forschungseinrichtungen und Methoden. Das Töpfchen ist die gemeinsame Basis aller Volkskundlerinnen und Volkskundler, die durch Austausch, Koordination und Kommunikation das Gelingen des Ereignisses garantieren. Zur Zeit gleicht die Volkskunde noch vorwiegend einem Raclette-Essen. Die einzelnen Pfännchen, also die jeweiligen Personen und Institute, können unabhängig voneinander arbeiten. Durch den vorgegebenen, eingegrenzten Handlungsraum – das Pfännchen – sind keine gemeinsamen Berührungspunkte gegeben. Das Eintauchen in eine gemeinsame Basis findet nicht statt, die Vorgänge bleiben separiert und müssen nicht aufeinander abgestimmt werden. (Diekmann u. a. 1997, 169)

Es sind jedoch nicht die klar abgegrenzten Pfännchen, sondern offene Ränder, Verflochtenheit, multiple Zuschreibungen, die zunehmend die Gesellschaft wie auch die Wissenschaft prägen. Angepasster wären daher Konzepte eines dynamischen, unabgeschlossenen Identitätsbildungsprozesses, ein Fondue eben. Unter Identität wäre dann die Kompetenz zu verstehen, neue Herausforderungen, wie sie für die moderne Gesellschaft fast alltäglich sind, zu bewältigen. Eine derartige Konzeption bricht mit Vorstellungen, die von einer einmal festgelegten, substantiellen Ausprägung der Identität durch kulturell geformte Muster ausgehen und dann zwangsläufig Störungen diagnostizieren, wenn neue Situationen eintreten.

Einer der Auswege ist denn auch, das Fach als „dazwischen" zu definieren: „Zwischen den Stühlen" sieht Utz Jeggle die Volkskunde, von „Zwischenfeld" spricht Klara Löffler, sich auf Hermann Bausinger berufend, wonach „Interkultur bis zu einem gewissen Grad die generelle Signatur der Zeit ist".[1] Doch gelebt wird diese Interkultur im Fach kaum. Und in der Kommunikation mit der außerfachlichen Welt kann das „Dazwischen" kein taugliches Label sein.

Ich sehe also leider relativ geringe Chancen, mit einer Umbenennung viel zu bewegen. Daneben aber gäbe es durchaus Möglichkeiten, sich besser zu positionieren, und sei es in den besagten Zwischenräumen. Warum aber nutzen wir unsere zweifellos vorhandenen Stärken zu wenig? Der Prozess der Entfremdung vom alten Fachverständnis und der Neuorientierung war wichtig und richtig. Auf vielfältige Art und Weise findet seither eine neue Annäherung an unseren Forschungsgegenstand statt. Dennoch, so bekommt man bisweilen den Eindruck, besteht zumindest die kollektive, an Kongressen geleistete Arbeit vor allem in Trauerarbeit oder aber im Halten längst anachronistisch gewordener Frontlinien. Der Blick sollte jedoch verstärkt nach außen gerichtet, unser Potential offensiver erprobt werden. Angesichts der Fachstrukturen ist das sicherlich kein einfaches Unterfangen. Eine Optimierung dieser Strukturen dürfte daher kein Tabu bilden. Notwendig wären v.a. Forschungsprojekte, die mehrere Institute gemeinsam und wenn

[1] Löffler 1997, 98, 103. Vgl. auch Löffler 2001.

möglich auch mit Partnern aus anderen Fächern angehen und die auf unseren Stärken basieren, z.B.

1. Auf fundierter empirischer Arbeit.
2. Auf der Kombination von historischen und gegenwartsbezogenen Analysen. Es ist eine Stärke des Faches, dass historische und gegenwartsbezogene Ansätze gleichberechtigt nebeneinander stehen. Nur müssten die entsprechenden Synergien besser genutzt werden.
3. Auf der Vertrautheit mit den Diskursen in verschiedenen Fächern.

Wir sollten uns weiterhin mit Lust und Heftigkeit streiten, aber über Methoden, Inhalte, Projekte. Nach außen muss sich das Fach mit einem möglichst einprägsamen Label präsentieren, sich dabei nicht nur in einen deutschsprachigen, sondern einen europäischen Wissenschaftsraum eingliedern und bestimmte Kernkompetenzen reklamieren. Ich habe keine Lösung für dieses Label, gehe aber davon aus, dass es vom Begriff „Volkskunde" ebenso wie von den benachbarten Fächern wegführen müsste, um eine gewisse Eigenständigkeit zu betonen, die dann auch wieder vielfältige Kooperationen möglich macht.

Wir sollten zudem versuchen, die enorme Vielfalt an Themen so zu bündeln und zu präsentieren, dass für Außenstehende nicht einfach ein beliebiges „anything goes" resultiert. Mit Hilfe von gemeinsamen Forschungsprojekten, Graduiertenkursen und -programmen und Tagungen, die mögliche Schwerpunkte vorgeben, können hier deutlichere Akzente gesetzt werden.

Ich habe bewusst verallgemeinert und bin mit dieser Pauschalisierung verschiedenen Personen, Instituten und Projekten nicht gerecht geworden. Aber es ist hoffentlich auch deutlich geworden, dass die Außenwahrnehmung des Faches eine andere ist als die interne Sicht, und darauf beziehen sich meine Feststellungen. Orvar Löfgren hat die Bedeutung dieser Außenwirkung so formuliert:

> We depend on research money from outside, and the only way we can get this is by having a good public profile. (Bausinger 1993, 138)

Oder in den Worten von Ruth E. Mohrmann: „Zeige Deine Stärken, verbirg Deine Schwächen" (Mohrmann 1997, 72). Wir tun nur zu häufig das Gegenteil.

Walter Leimgruber ist Ordinarius für Volkskunde/Europäische Ethnologie an der Universität Basel. Er studierte Geschichte, Volkskunde und Geographie. Nach einer Assistenz am Historischen Seminar der Universität Zürich arbeitete er als Konservator für das 20. Jahrhundert im Schweizerischen Landesmuseum, als Projektleiter beim Bau des Forums der Schweizer Geschichte und als Redaktor beim Schweizer Fernsehen. 1995 wurde er Oberassistent am Volkskundlichen Seminar der Universität Zürich, wo er sich 2001 habilitierte. Arbeitsschwerpunkte sind Museologie und materielle Kultur, visuelle Anthropologie und gesellschaftliche Mechanismen der Integration und Ausgrenzung.

# Diskussion

Regina Bendix: Sie haben die Möglichkeit erwähnt, vermehrt von Studiengängen Gebrauch zu machen, also unter einem Dachnamen quasi nach Lust und Laune oder nach Bedarf, wie Sie es formuliert haben, um problemorientiert zu bleiben, um aktuell zu bleiben, Studiengänge einzuführen. Ist das ein Modell, das Sie aus der Wirtschaft her so sehen, eine Zeit lang bieten wir das an, bis die Wirtschaft das nicht mehr mag oder wie?

Walter Leimgruber: Nein, ich sehe es eigentlich eher als eine aktuelle Diskussion im Zusammenhang mit dem Bologna-Prozess. Die Universitätsleitungen in der Schweiz gehen ganz klar davon aus, dass die Fächer massiv an Bedeutung verlieren werden, die Studiengänge jedoch gewinnen. Das heißt, dass es in Zukunft eben nicht mehr so ist, dass jeder, der im Historischen Seminar studiert, Geschichte studiert, sondern etwas ganz Spezifisches studieren kann, also einen Teil herausnimmt und am Historischen Seminar belegt, einen anderen Teil vielleicht bei den Ethnologen und den dritten anderswo bekommt, und schließlich einen spezifischen Bachelor- oder Mastertitel erhält. In Europa ist da zumindest auf politischer Ebene schon sehr viel vorgedacht worden; und die Bestrebungen, soweit ich sie in der Schweiz sehe, diese neuen Studiengänge einzuführen, zielen sehr stark darauf, das Studium zu flexibilisieren und sehr viel mehr individuelle Lösungen möglich zu machen. Will sagen, dass man nicht mehr vom ersten bis zum zehnten Semester Volkskunde/Europäische Ethnologie studiert, sondern vielleicht ein breites Grundstudium in Kulturwissenschaften absolviert und dann einen spezifischen Master draufsetzt, zum Beispiel in Sachkultur und Soziologie, in visueller Kultur oder in kultureller Kommunikation. Das würde auch dazu führen, dass die klassischen Fachbezeichnungen und Fachabschlüsse an Gewicht verlieren würden, weil in Zukunft ein breites Spektrum an Bachelor- und Mastertiteln vorhanden sein wird. Die große Angst bei den Schweizer Hochschuldozenten liegt darin, a) dass damit strukturell die Fachidentität verloren geht und b) dass dieses beliebige Anschwellen oder Anwachsen der Titel auch zu deren Entwertung führen könnte. Trotzdem können wir nicht davon ausgehen, dass die klar strukturierten Studienrichtungen, die zugleich mit einer Fachbezeichnung einhergehen und an einem Institut angeboten werden, so bestehen bleiben, wie sie jetzt sind.

Carola Lipp: Das Problem, dass sich dann sicher stellt, wird personeller Natur sein, so dass man pro Standort nur einen ganz bestimmten Typus repräsentieren kann und sich die Ausbildung erst recht total diversifiziert. In Bamberg ist das ja bereits schon so. Dort gibt es einen kulturwissenschaftlichen Magister, der gemischt ist mit alten kulturwissenschaftlichen Fächern, Kunstgeschichte und ein bisschen Germanistik, Religionsgeschichte und Theologie. Das ist eine sehr heiße Mischung, die da zusammengerührt wird.

Brigitta Hauser-Schäublin: Ich würde gerne noch etwas zu den Studiengängen sagen. Wenn ich das richtig verfolgt habe, bedeutet das ja auch, dass wir bis jetzt ein Hauptfach und zwei Nebenfächer oder zwei Hauptfächer haben, und dass diese Struk-

tur dann so nicht mehr existiert. Das ist dann wirklich ein ganz anderes System. Ein Problem wird bleiben, was nicht mit der Sicht der engen Disziplinen zu tun hat, sondern mit den Begrifflichkeiten. Es gibt ja doch massive Unterschiede, wie momentan in den Geistes- oder Sozialwissenschaften bestimmte Kulturen von Disziplinen stattfinden, die ganz bestimmte Begrifflichkeiten haben. Und dieser Mix birgt die Gefahr, dass man zwar die gleichen Begriffe verwendet, aber eigentlich keiner mehr genau weiß, um welche Traditionen die Begriffe sich bewegen. Sie haben ja auch verschiedene Begriffe oder Bezeichnungen, Labels benutzt, die Sie meist auf Deutsch gebracht haben. Dann haben Sie erwähnt, dass, egal welches Label man auch immer auswählt, es in den gesamteuropäischen Kontext irgendwie passen sollte. Eigentlich müsste man hier noch einen Schritt weiter gehen und sagen, dass die Disziplinen nicht mehr auf Europa beschränkt sind, sondern weltweit bestehen. Die werden in Afrika, in Japan, in den USA verwendet. Von daher denke ich, dass man sich schon überlegen muss, wie das alles besetzt wird. Sie haben ja jetzt für Kulturanthropologie doch mehr oder weniger den Stab gebrochen. Im Augenblick, wo sie Ethnologie ins Amerikanische übersetzen oder ins Englische, sind sie natürlich bei *Cultural Anthropology.* Ich denke, ein Label müsste man dann auch international evaluieren.

Walter Leimgruber: Das denke ich schon auch, wobei ich auf der anderen Seite sagen muss, um eben bei *Cultural Anthropology* zu bleiben: Wenn ich die Bezeichnung, die ja übersetzt auch in italienisch, spanisch etc. existiert, anschaue, dann gibt es dort diese Unterscheidung zwischen Ethnologie und Volkskunde nicht, sondern es wird unter diesen Bezeichnungen Arbeit geleistet, die von der Tradition her auch sehr viel mit unserem Fach zu tun hat. Und deshalb habe ich mit diesem Begriff in einem offenen internationalen Kontext relativ wenige Mühe. Ich vermute, dass wir keine Lösung finden. Versuchen wir, irgendeinen großartigen Begriff zu ersinnen, so wird er ohnehin in den verschiedenen Ländern vielfältig gefüllt werden. Es kann ein ganz anderer Begriff sein, aber grundsätzlich würde ich sagen, es muss ein Begriff sein, der öffnet, der über den deutschsprachigen Raum hinausgeht, der auch mit Forschungsrichtungen und Institutionen Verknüpfungen zulässt, die für uns in irgendeiner Form wichtig und bis zu einem gewissen Grad auch Konkurrenz sein können.

Brigitta Hauser-Schäublin: Darf ich da nur noch einflechten: Wenn wir als Ethnologen unser Institut, den Titel übersetzen, dann ist es natürlich nicht *Ethnology,* weil das was ganz anderes bedeutet, sondern es ist *Cultural and Social Anthropology.*

Walter Leimgruber: Aber ich denke, wenn wir uns Europäische Ethnologie nennen, haben wir das gleiche Problem, dann sind wir einfach die Europäische Abteilung der Ethnologie. Wenn es tatsächlich stimmt, dass die Fächer auch gewisse Überschneidungen haben, die eine Zusammenarbeit sinnvoll machen, sehe ich durchaus ein, dass es dann auch einen gemeinsamen Namen geben sollte. Ich habe aber Angst, dass, wenn wir uns Europäische Ethnologie nennen, das passiert, was wir gerade in Bern erlebt haben: bei der nächsten Neubesetzung entwickelt sich eine ganz andere Diskussion und der Lehrstuhl ist weg. Und ich meine das nicht als Bösartigkeit der Ethnologen, das sind institutionelle Prozesse, die sich regelmäßig abspielen, so etwas kann

auch umgekehrt passieren. Wir brauchen eine gewisse Eigenständigkeit, weil von einer eigenständigen Position aus Kooperation leichter ist. Die spürbare Angst davor ist das Problem in unserem Fach.

Heidi Rosenbaum: Ich wollte Sie nach dem Problem der Benennung in Europäische Ethnologie befragen, denn die Gefahr der Einverleibung durch die Ethnologen, die offenbar etwas gefräßig sind, besteht ja nicht nur in Bern. Trotzdem scheint mir das Problem mit Namen wie Kulturanthropologie und Cultural Anthropology nicht prinzipiell gelöst zu sein. Wenn man auf englischsprachige Bezeichnungen eingeht, ergibt dies dasselbe Problem. Schließlich können wir uns ja nicht irgendeinen neuen Begriff erfinden, der das bezeichnet, was wir machen. Wir müssen uns innerhalb der vorgegebenen oder jetzt vorhandenen Fachbezeichnungen orientieren, so dass im Grunde genommen eigentlich nur diese beiden Alternativen: Europäische Ethnologie oder Kulturanthropologie bestehen. Beide haben ihre Probleme, und die Frage wäre also gerade, was diese Nähe zur Ethnologie ausmacht, ob die Gefahr der Einverleibung besteht und vor allem wie man gerade das vermeiden kann.

Walter Leimgruber: Ich habe einfach ein bisschen Angst, dass es gar keinen Sinn macht, groß über die Gefahren des Einverleibtwerdens zu reden, weil eine Lösung morgen durch irgendwelche Sparbeschlüsse oder Ministerialerlasse wieder über den Haufen geworfen werden könnte. Momentan lassen wir einander in Ruhe und kooperieren bisweilen, in drei Jahren sieht die Situation eventuell wieder anders aus. Als Beispiel Basel: Als ich die Stelle antrat, gab es einen Strukturplan, der besagte, Ethnologie, Europäische Ethnologie und Soziologie würden fusioniert werden. Ein Jahr später sieht es dann so aus: Die Ethnologie konzentriert sich auf Afrika, hat auch bereits einen speziellen Studiengang, ein Masterprogramm „African Studies“ eingerichtet. Die Soziologie wird abgespalten zu einer neuen Fakultät mit dem unsäglichen Namen „Fakultät für Verhaltens- und Sozialforschung“, und wir bleiben irgendwo im großen Rest der Geisteswissenschaftlichen Fakultät stecken. Wir können uns zwar zwischen den Fächern einigen, ich verstehe mich mit meinen Kollegen in Basel wunderbar, aber keiner von uns hat eine Ahnung, ob dieses Verständnis in einem Jahr noch irgendeine tragfähige Basis ergibt. Dies ist ein Grundproblem. Bezogen auf das Bachelor- und Masterprogramm gibt es immerhin Möglichkeiten, sich Leistungen zukaufen zu können, ohne zu fusionieren. Zum Beispiel kann man sich die historische Grundausbildung bei den Historikern holen, gewisse Methoden von den Ethnologen erlernen und quantitative Methoden bei den Soziologen machen. Das heißt, es gibt ein Geben und Nehmen, bis alle ein Curriculum zusammengestellt haben, mit dem sie leben können. Das ist die eine Richtung. Die zweite ist, dass wir diskutieren, ob wir einen gemeinsamen Bachelorstudiengang „Kulturwissenschaften“ einrichten sollen, in dem verschiedene kulturwissenschaftliche Fächer eine solide methodische und theoretische Grundausbildung bieten, und von da aus dann einen spezifischen Master in Europäischer Ethnologie. Das Dritte sind spezielle Masterstudiengänge. Zum Beispiel besteht in Basel durch die Fächerkombination ein großes Interesse an einem Mastergang „Visuelle Kultur“, an dem sich alle interessierten Fächer beteiligen würden. Problematisch daran ist, einen Konsens innerhalb eines Semesters finden zu müssen.

Gudrun Schwibbe: Ich möchte gerne mal eine konservative Lösung dieses Marketingproblems in die Debatte bringen. Wir versuchen immer, unsere Probleme der Außenwahrnehmung zu lösen, indem wir uns ein neues Label geben, anstelle mit unserem alten Label sozusagen mehr auf Präsentation zu setzen, also darauf, was wir tatsächlich tun. Will sagen, weg von der Frage, wer sind wir denn nun eigentlich, weg von der Identitätsschiene, und vielmehr hin zu der Frage, was tun wir. Mir fällt dazu immer Nivea ein. Das war lange Jahre eine ziemlich simple weiße Creme und heute ist das eine Produktpalette von Haarshampoo bis Make-up. Und ich denke, vielleicht sollten wir uns da fragen, ob es nicht was gibt, womit auch wir mit unserem Fach wuchern können. Sie haben vorhin die spezifischen Stärken angesprochen und das ist ja eher so was wie das stabile Moment von Identität. Also, bei aller Prozesshaftigkeit, die ich ja gar nicht bestreiten will: Was könnte denn das Vereinheitlichende oder das Stabile in unserem Fach sein, was wir vielleicht stärker betonen müssten, denn wir leben ja noch in einer Fächerlandschaft, die sehr stark identitätsgeprägt ist, dass dürfen wir ja auch nicht vergessen. Daher kommt ja auch immer dieses Problem: lösen wir uns auf, wenn wir zu weit nach rechts, zu weit nach links, zu weit nach vorne, zu weit nach hinten gehen? Bleiben wir dann nur noch ein kleines Modul?

Walter Leimgruber: Ich habe da keine einfache Antwort, aber ich denke, was mich an diesem Fach am meisten fasziniert, das ist gerade das Unspezifische. Die Möglichkeit, mit sehr unterschiedlichen methodischen Zugängen zu arbeiten, mit klassischer Archivarbeit, mit Feldforschung, mit materieller Kultur, mit visuellen Ansätzen. Diese Möglichkeit sehe ich sonst nirgends so ausgeprägt. Sie ist eigentlich eine Stärke, die momentan aber immer eher als Schwäche erscheint, weil offensichtlich der Blick von außen diese Vielfalt nicht ganz wahrnimmt oder dann eben ein Problem daraus macht. Ich habe vor kurzem einen Artikel von Christoph Daxelmüller gelesen, in dem er schildert, dass ein Ministerialbeamter in München gesagt hat: „Wisst ihr, wir wissen schon nicht mehr, was ihr genau macht." Da wird es eben zum Problem, die Vielfalt lässt sich im Ministerium nicht sauber einordnen und nicht sauber „schubladisieren", es ist also ein Problem, und meine Frage wäre: Wie können wir aus diesem Problem eine Stärke machen? Wie drehen wir das Ganze um? Da sehe ich eigentlich wirklich nur die Offensive, die intensive Mitarbeit an Projekten, auch an interdisziplinären Projekten, in denen wir etwas einbringen können. Das ist eigentlich etwas Banales und überhaupt nichts Neues. Ich stelle aber auch fest, wenn es um größere, prestigeträchtige Forschungsprojekte im europäischen Raum geht, sind wir praktisch nirgends vertreten. Wie aber soll beispielsweise ein kleines Institut wie Basel große Projekte aufziehen? Wie wollen das die anderen schaffen? Da müssen wir diskutieren, ob unsere Aufteilung an Instituten oder unsere Arbeitsteilung innerhalb des Faches noch gerechtfertigt sind und ob man nicht etwas ändern müsste, um Ressourcen freizukriegen.

Carola Lipp: Es ist ja vorher gesagt worden, dass diese ganzen Reformprozesse nicht von den Fächern ausgehen, sondern im Moment von zentralisierenden Instanzen wie Hochschulpräsidien und Ministerien. Ein kleines Beispiel dazu: ich habe unseren Minister um einen Termin gebeten, um über Museumsfragen zu sprechen, da hat er einfach registriert, aha, Volkskunde, Völkerkunde und meinte, ich möchte über das Völker-

kunde-Museum, das er gerade finanziert, sprechen und ich musste, obwohl er jahrelang mit mir zusammengearbeitet hat, klar machen, von was für einem Fach ich eigentlich komme. Eine andere Sache: Wir haben von der Hochschulleitung eine Auflage bekommen, dass wir diesen altmodischen Begriff endlich international konform machen und in einer gewissen Weise den neuen Versuch der Universität, sich auf einem internationalen Markt anders zu verkaufen, anpassen mögen. Da kommen wir natürlich auch unter eine Art Legitimationsdruck. Unsere Klientel ist leicht aufzuschlüsseln, gerade wenn man jetzt vor Weihnachten guckt, wer uns anruft und etwas zum christlichen Lichterbaum wissen möchte oder wie alt dieser oder jener Brauch ist. Das heißt also, es gibt noch ein paar Kernkompetenzen, mit denen wir durchaus Schwierigkeiten haben und mit denen wir uns auch noch überlegen müssen, was mit ihnen passiert. Ich habe Probleme mit den so genannten zukunftsträchtigen Themen, wie visuelle Kultur, Migration, Mobilität. Sie haben in einem Nebensatz gesagt, dass wir ja eine Kernkompetenz im Lokalen haben, warum also globalisieren? Machen wir was zum Zusammenhang zwischen Regionalkultur und Globalisierung! Ich sehe im Moment die ganzen Untersuchungen von geschlossenen sozialen Identitäten, also Entitäten, seien es nun Kommunen, bestimmte Netzwerke etc. als etwas gefährdet, obwohl ich glaube, dass das letztlich die Methoden sind, die wir auch in diesen ganzen internationalen Vergleichen wirklich brauchen und auch standardisieren können. Ich glaube, wir müssen mehr über das Gebiet einer Methodenausbildung nachdenken. Natürlich ist eine Positionierung nicht leicht in unserem Fach. Vielleicht sagen Sie jetzt noch etwas zu dieser Bedeutung von Lokalität oder ob wir nun alle nur noch ausschweifen und Globalisierungsprozesse untersuchen.

Walter Leimgruber: Nein, denke ich nicht, aber die Verbindung von Lokalem und Regionalem mit dem Globalen, in welcher Form auch immer, ist momentan ein zentrales Thema dieser Gesellschaft. Ob wir uns auf lokale Prozesse konzentrieren, ob wir diese in einen größeren Rahmen stellen, das finde ich eigentlich sekundär. Da gibt es verschiedene Ansätze, die Sinn machen, vor allem auch vergleichende Ansätze, die fehlen mir ein bisschen in einem europäischen Rahmen. Ich bin letztes Jahr auf dem Balkan auf eine Gruppe von Ethnologen gestoßen, die eine vergleichende Studie zu mehreren Ländern machen. Kein einziger hat auch nur eine Sprache aus dieser Region gesprochen. Und ich konnte eigentlich nur lachen, wenn ich daran dachte, wie viele Leute ich kenne, die dort eine ziemlich hohe Sprachkompetenz und langjährige Arbeitserfahrung haben, die aber nicht in diesem Forschungsprojekt sind, sondern Leute, die sich überhaupt zum ersten Mal auf dem Balkan bewegen, weil sie offenbar in Brüssel die richtigen Beziehungen haben, um an die Gelder heranzukommen.

Ich sehe aber auch im lokalen Bericht sehr viel Potenzial. Wir sind in Basel daran, ein Forschungsprojekt zu lancieren, in dem es um die Raumwahrnehmung und Raumnutzung in zwei Quartieren geht. Da haben wir ein methodisches Instrumentarium, das wir sehr wohl einsetzen können und das auch gefragt ist.

Tatjana Eggeling: Du hast große Projekte als etwas Wichtiges, worüber wir uns profilieren können, genannt und dann angesprochen, dass du eines mit den Soziologen geplant hast, was nicht durchgekommen ist. Aber ist denn das der Weg oder die Idee,

die uns helfen könnte, an großen Projekten und nicht mit diesen so genannten großen anerkannten Disziplinen zusammenzuarbeiten oder wäre da nicht, um uns profilieren zu können, vielleicht noch ein gangbarerer oder sinnvollerer Weg, große Projekte in der institutionellen Vernetzung im Fach zu machen und da dann verschiedene Kompetenzen zusammenzuwerfen? Zu schauen, wo im Fach verschiedene Kompetenzen und auch Interessen sind an etwas zu arbeiten, eventuell eben auch im internationalen Rahmen, aber innerhalb des Faches, um nicht hinterher wieder nur sozusagen als das Dessert an dem großen, ganzen Essen wahrgenommen zu werden oder den Tischschmuck zu bilden für die Historiker, Politologen, Soziologen. Denn dann wird es ja von außen wieder so wahrgenommen, dass die anderen ein Projekt haben und die Volkskundler da so ein bisschen mitmischen. Ob uns das zur Profilierung gereicht, da bin ich mir nicht so sicher.

Walter Leimgruber: Ich denke nicht, dass man das eine gegen das andere ausspielen kann. Natürlich würde ich es gut finden, wenn wir dort, wo wir genügend Ressourcen haben, eigene Projekte zu forcieren versuchen. Es gibt Themenbereiche, in denen können wir das. Es gibt aber auch Bereiche, in denen arbeiten nur relativ wenige von uns, und da sehe ich diese Möglichkeit nicht. Gerade hier würde ich dann wirklich probieren, mit anderen Disziplinen zusammenzuarbeiten, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Um zu zeigen, dass wir in diesem Themenbereich auch etwas zu bieten haben. Aber natürlich wäre es schön, wenn zwei oder drei große Themenbereiche zusammenkämen, wenn sich auch sehr verschiedene Institute vernetzen würden und das Ganze vielleicht sogar in einem europäischen Raum und nicht nur in einem deutschsprachigen stattfinden könnte.

Tatjana Eggeling: Aber wie führt uns das jetzt zur Namensgebung zurück? Ich finde das ja ganz schön, über Projekte zu diskutieren und da auch ein bisschen abzutasten, wie das mit der Außenwahrnehmung ist. Die nächste Überlegung wäre ja dann, was wäre der Name, der sich mit solchen Dingen verbindet, wenn wir sagen, wir wollen nah an den Methoden und an den Kernbereichen bleiben? Was ist dann der passende Name? Das ist ja das Problem, das wir im Moment haben. Also, wie kommen wir denn dazu zurück?

Carola Lipp: Wir machen einen B.A. *Regional Studies*. Nein, das war jetzt ein Scherz, aber diese B.A.-Lösung ist natürlich einfach eine Forschungsfeld-Lösung und ich glaube, wir kommen um die Fachdiskussion auf die Dauer nicht herum. Noch mal einfach zu fragen, was macht man mit dem alten Label? Macht man nur einen Labeltausch, tradiert man weiter? Also, ich denke, diese Diskussion wird noch mal weitergehen, aber eines ist heute Abend, glaube ich, doch klar geworden, dass Nähen auch immer gefährlich sind, genauso wie Distanzen. Uns ist in Rostock ja ausführlich von einem Ministerialen erzählt worden, dass wir uns doch alle endlich an den großen EU-Projekten beteiligen sollen, dass wir uns an die Großen anhängen und mal wach werden sollten. Was er dann nicht gesagt hat, ist, dass man zum Beispiel für jede Stelle, die Brüssel zahlt, eine Gegenstelle finanzieren muss, was wir alle nicht können. Also, dass im Grunde genommen alleine schon die Rahmenbedingungen kleiner Fächer so sind, dass das nicht möglich ist und dass es auch in Universitäten nicht durchsetzbar ist. Ich glaube, dass die zentralen Ebenen im Moment keine Ahnung von der Struktur unten haben. Manchmal habe ich auch den Eindruck, dass zum Teil sogar Hochschulleitungen wenig Ahnung von dem

haben, was sich eigentlich unten bewegt. Rettet uns der große Zusammenschluss?

Walter Leimgruber: Ich habe gesagt, dass ich keine Lösung anzubieten habe, aber ich würde dennoch nicht in Selbstmitleid verfallen. Es wird schwierig sein, gute Lösungen zu finden, ob beim Namen oder bei den Strukturen. Aber wir sollten daran arbeiten. Dann eröffnen sich vielleicht auch Chancen und Perspektiven.

Carola Lipp: Ich danke noch mal herzlich, dass Sie gekommen sind.

Transkribiert von Henrike Unger, redigiert von Jessica Matthes.