

Die Standortpresse: Kulturwissenschaften in der Standortdiskussion. Hrsg. von Sophie Fetthauer, Ralf Grauel, Jens Matthiesen. Hamburg: von Bockel Verlag, 1995, 143 S.

Nicht erst seit dem Mauerfall, doch vor allem seit diesem denkwürdigen Vorgang unserer jüngsten Vergangenheit entwickelt die Diskussion um den "Standort Deutschland" eine beachtenswerte Dynamik. Die Standortfrage, so scheint es, rührt am Innersten unserer Republik, entscheidet über Sein oder Nicht-Sein. Der Standort Deutschland, dessen Wissenschaft und Forschung müssen gesichert werden, heißt es, "damit die gestiegenen Anforderungen im wiedervereinigten Deutschland und im zusammenwachsenden Europa erfüllt und wichtige Zu-

kunftsarbeiten nicht zuletzt im Hinblick auf den sich verschärfenden weltweiten Wettbewerb gelöst werden können." ("Eckwertepapier" von 1993). Kleines Deutschland, riesiges Europa, weltweiter Wettbewerb, gestiegene Anforderungen, Zukunftsaufgaben - oh weh, wer kann da noch ruhig schlafen?! Werden wir es noch schaffen, den Standort zu sichern? Oder steht das endgültige Aus unmittelbar bevor? Eins steht jedenfalls fest und bedarf selbst bei Schulanfängern keiner Begründung mehr: wenn in unserem Land etwas Sicherheit gibt, dann nur die (Markt-)Wirtschaft und sonst nichts. Was nun die Wissenschaften betrifft, so gibt es da augenscheinlich völlig nichtsnutzige, also in jedem Fall die Kulturwissenschaften, und gewinnverheißende, d.h. standortsichernde Wissenschaften, die in der Lage sind, die "Ergebnisse der Grundlagenforschung und der angewandten Forschung [...] rascher für Wirtschaft und Gesellschaft nutzbar" zu machen ("Eckwertepapier" von 1993). *Kultur* und jede ihrer Wissenschaft ist aus dieser Perspektive und in unseren Zeiten des dramatisch-existentiellen Ringens um den Standort Pipifax oder soetwas ähnliches. Jenseits dieser Perspektive ist für *Kultur* noch das Feuilleton zuständig, und man findet sie womöglich bei einem schönen Sinfonie-Konzert oder bei Titel-Thesen-Temperamenten-Aspekten in der ersten Reihe vor dem Fernsehapparat.

Hamburger Kulturwissenschaftlern ist das nicht genug, und, motiviert durch aktuelle und drohende Stellenstreichungen noch und nöcher, sowie durch Standort-Eckwertepapiere, stellen sie daher die Frage "Was machen Kulturwissenschaften und wozu eigentlich?"

Antworten sind im vorliegenden Band zusammengetragen. *Ralf Grauel* leitet ein und problematisiert die Kulturwissenschaften in der Standortdiskussion. *Wolfgang Marx* fragt: "Wann ist Kultur?" und bringt Kulturbegriffe in einen inneren Zusammenhang der Kulturwissenschaften. *Uwe Seifert* ("Soft Sciences - Hard Problems") geht den begrifflichen Verwirrungen nach, die sich in der Standortdiskussion eingebürgert haben.

Im zweiten Teil werden die Kulturwissenschaften Archäologie, Ethnologie, Kunstwissenschaft, Musikwissenschaft, Volkskunde vorgestellt, und, vor dem Hintergrund der aktuellen Debatte, nach Sinn und Nutzen ihrer Tätigkeiten befragt: "Wozu gibt es und was ist Archäologie? Archäologie als Kulturwissenschaft" (*Hans Georg Niemeyer*), "Eine exotische Modewissenschaft von der fremden Kultur? Ethnologie" (*Dorle Dracklé*), "Kunsthistorische Momentaufnahmen" (*Jürgen Müller u. Bettina Uppenkamp*), "Musik zur Sprache bringen. Gedanken zum Fach Historische Musikwissenschaft" (*Annette Kreuziger-Herr*), "Systematische Musikwissenschaft in Lehre und Forschung" (*Uwe Seifert*), "Vom Verstehen des Selbstverständlichen. Fragestellungen und Methoden der Volkskunde" (*Albrecht Lehmann*).

Die Beiträge im dritten Teil wenden sich erneut und akzentuiert der Ausgangsfrage zu: wie lassen sich Kulturwissenschaften für die Industrie nutzbar machen oder auch: wie bringt man den Wirtschaftsleuten bei, daß auch in Kulturwissenschaften mit Gewinn investiert werden kann?

Michael Lange fragt nach Regeln und Gesetzen des Kultursponsoring: "Kultursponsoring oder Anything goes? Kultur als Schibboleth?". Wie das von kulturwissenschaftlicher Forschung produzierte Wissen und Innovationen von Unternehmen positiv genutzt werden können beschreiben *Angela Kaiser und Jens Matthiesen* an einem Beispiel: "Kulturwissen schafft Innovationsklima. Denkanstöße am Beispiel der klassischen Tonträgerindustrie". Repräsentanten der als besonders innovativ geltenden Sony Classical GmbH werden in einem Interview nach ihrer Kulturauffassung befragt: "Menschen, die Dinge gedanklich bewegen. Ein Interview mit Andreas Packhäuser und Gerhard Forck, Sony Classical GmbH". *Manuela Rousseau*, stellvertretende Pressesprecherin der Beiersdorf AG und Dozentin am Studiengang "Kulturmanagement" wird nach Kultursponsoring-Konzepten befragt: "Kultur beruflich leben.". Und um Kultursponsoring geht es auch in dem abschließenden Gespräch mit *Werner Marcinowski* und *Thomas Spar*, Geschäftsführer und Marketingleiter der Zeitschrift *Prinz*: "Zum Zwecke der Lebensfreude".

Dieser von Vertreterinnen und Vertretern der Kulturwissenschaften zusammengestellte Band ist für die Standortbestimmung dieser Wissenschaften höchst anregend. Er trägt zur differenzierten Wahrnehmung und der notwendigen öffentlichen Debatte um das Verhältnis Kulturwis-

senschaften, Universität, Wirtschaft und Öffentlichkeit bei. Ist es naiv, darauf zu hoffen, daß nicht nur Kulturwissenschaftler darin lesen werden, sondern auch Politiker und Vertreter der Wirtschaft? Die hier redlich vorgetragenen Bemühungen um den Wert der eigenen (geliebten) Wissenschaft könnten jedoch in diesen Zeiten des erbarmungslosen Sparstiftes den Anschein der Selbstrechtfertigung erwecken. Das ist falsch (und offenbar dennoch notwendig). Wie schreibt der Musikwissenschaftler Vladimier Karbusicky in seinem Vorwort: "Liebe Freunde, Ihr habt mich um einen Beitrag für Eure Schrift gebeten, welche die Stellung der Kulturkunde in der Gesellschaft vor dem pekuniär motivierten Ansturm der Politiker verteidigen will. Ihr versucht, gegen die Sperre der roten Stifte mit Argumenten zu kämpfen. Ihr befindet Euch also in der Defensive. Wieder einmal. Wie so oft die gesamte Kultur. Aber das ist verkehrt, pervers. Der Sache angemessen wäre, wenn sich im Gegenteil die Politiker vor der Kultur in ständiger Defensive befänden."

Peter J. Bräunlein