



Peter F. N. Hörz. *Die Kunde vom Volk: Forschungen zur Wiener Volkskultur im 20. Jahrhundert.* Wien: Bibliothek der Provinz. Verlag für Literatur, Kunst und Musikalien, 2005. 131 S. ISBN 978-3-902416-05-6.

Reviewed by Martin Nejezchleba

Published on H-Soz-u-Kult (May, 2007)

P. Hörz: Die Kunde vom Volk

Die Stadt Wien im Blickfeld der Wiener Volkskunde – schon in seiner Vorbemerkung muss Peter F. N. Hörz in seinem Buch *„Kunde vom Volk – Forschungen zur Wiener Volkskultur im 20. Jh.“* feststellen, dass die institutionalisierte Volkskunde und ihre Ahnen diesen Blick lange vermieden haben. Meist hafteten die Augen derer, die sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Kultur des Volkes auf die Fahnen geschrieben hatten, am Bauerntum, in welchem sie *„Nachweis[e] des durch Christentum wohl deformierten, im Kern jedoch ungebrochenen Fortlebens (alt)germanischen Kulturgutes in mündlichen Überlieferungen, Brauch und (Aber-)Glauben“* (S. 42) suchten. Gerieten – wie der Autor am Beispiel Arthur Haberlandts ausführt – die kulturellen Phänomene des sich durch zunehmende Industrialisierung, Urbanisierung und Proletarisierung wandelnden Wiens dann doch einmal ins Sichtfeld, dann immer nur mit dem Movers der sehnsüchtigen Suche nach den Relikten des Ländlichen, des Traditionellen und Bodentändigen. Dabei musste es Haberlandt vermutlich nicht wenig Anstrengung gekostet haben, seine Augen vor den Einflüssen der gesellschaftlichen Modernisierung zu verschließen. Vor allem, wenn er fortlebende Bräute beschrieb, die ihr Überleben vor allem dem wachsenden Tourismus und der städtisch-bürgerlichen Neugier zu verdanken hatten.

Peter F. N. Hörz skizziert eine historische Linie in der allmählichen Hinwendung der Wiener Volkskunde zum urbanen Alltagsleben und muss dafür zum Teil weit über die Grenzen des Faches hinaus-

blicken. So sucht er zum Beispiel in den journalistischen Tätigkeiten des Sozialreporters Max Winter und in der musealen Arbeit des Äkonomen Otto Neurath erste Spuren eines aufkeimenden Erkenntnisinteresses an der Stadt seitens derer, die sich Kunde vom Volk verschaffen wollten. Dies gelingt dem Autor jedoch dank stringenter Argumentation, verpackt in einer, für eine wissenschaftliche Arbeit ungewöhnlichen, jedoch durchaus lesbaren, unterhaltsamen und vor allem klaren Sprachstil. Seine Argumentation mündet schließlich im sechsten Kapitel in die Frage: *„Und die Stadt?“,* in dem der Autor abschließend die Volkskunde zu einer selbstreflexiven und kritischen Auseinandersetzung mit den Phänomenen urbaner Alltagskultur mahnt. Diese könne sich zwar niemals dem Einfluss der eigenen Vorstellungen vom besseren Leben entziehen, müsse diesen jedoch kritisch hinterfragen und zum Erkenntnisgewinn für die Gesellschaft einsetzen. Auch wenn und obwohl diese Form der Selbstreflexivität durch die Forderung nach Popularisierung volkskundlichen Wissens zum Teil unterlaufen wird: *„Der Markt fragt in erster Linie nach deskriptiven Erzeugnissen. Die Verarbeitung des Materials, die Analyse und Theorienbildung – und damit der universitäre Bereich – bleiben da allzu häufig auf der Strecke.“* (S. 29)

Hörz bettet seine Skizze der Wiener Stadtkulturforschung in aktuelle Problemlagen ein, die im Verlauf des Buches als Wiederholung der Begebenheiten des frühen 20. Jahrhunderts herausgestellt werden. Damals wie heute – so Hörz – machte sich der rasante Wan-

del der Gesellschaft in einem Gefühl zunehmender Entfremdung der Individuen bemerkbar. Und damals wie heute wurde die Spaltung der Gesellschaft befürchtet, im frühen 20. Jahrhundert in Gestalt einer zunehmenden Proletarisierung der Stadt, heute in Form einer Pluralisierung und Individualisierung [, die] eine neue Vielfalt an Kulturen hervorgebracht haben, die manche auch als neue Unübersichtlichkeit erkannt haben [...]  (S. 28). Damals wie heute kam es schließlich laut Hörz zu einem Boom der Volkskultur. Dieser ver helfe der gegenwärtigen Ethnographie einerseits zu neuer Aufmerksamkeit, denn der gefühlte Verlust an Identität und Geschichte werde auch durch ein zunehmendes Interesse am Alltäglichen kompensiert.  Die Lavendelfrau in der U-Bahn ist plötzlich mehr als nur eine Pensionistin, die ein Paar Euro zur Aufbesserung ihres Budgets verdienen will. Sie wird zum lebenden Fossil der Geschichte, welche die bildungsbergerliche Mittelschicht zu verlieren glaubt.  (S. 27) Doch stehe eher Unterhaltung und Amusement im Zentrum, wohingegen Probleme nicht thematisiert, sondern eher romantisiert und ästhetisiert werden. So unterhaltsam die Neuentdeckung des Skurrilen und Exotischen in unserer Mitte sein mag, sie hat ihre Kehrseite in neuen Ausgrenzungen und Grenzziehungen. An dieser Stelle argumentiert Hörz mit dem gegenwärtigen Lehrstuhlinhaber des Wiener Instituts für Europäische Ethnologie, Konrad K stlin:   berall dort, wo rationale Erklärungsversuche des ohnehin nicht mehr Erklärbaren nicht ausreichen, wird zum Argument der (kulturellen) Andersartigkeit gegriffen [...]. In dieser Situation kommt der Volkskunde, die sich als Ethnologia Europaea versteht und verantwortlich sieht, Bedeutung zu, weil sie an dieser Hypothek mitträgt.  K stlin, Konrad, Ethnizität, Armut und ethnisierte Armut, in: Sievers, Kai Detlev (Hrsg.): Hunger und Elend in Ländern des Mare Balticum. Zum Pauperismus im Ostseeraum zwischen 1600 und 1900. Neumünster 1998, S. 17. Die Aufgabe einer modernen und kritischen Europäischen Ethnologie ist es laut Hörz, und hier sind Bezüge zu Norbert Elias zu erkennen Elias definiert die Gesellschaft als Figuration des von den Individuen gebildeten Interdependenzgeflechtes. Affektkontrolle (und damit Zivilisation, oder wenn man so will, Kultur) sieht Elias als Folge der gestiegenen ökonomischen, politischen und gesellschaftlichen Interdependenzen. Vgl.: Elias, Norbert, über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen, 2 Bde., 17. Auflage, Frankfurt am Main 1992. , Volkskultur als  olge von Interrelationen und Ausscheidungsk mpfen zwischen Gruppen mit unterschiedlichen Interessenlagen zu entlarven und darzustellen . Er fordert dazu auf,

 gegen das hohe Gefühl den klaren analytischen Blick zu stellen  (S. 33).

Im Weiteren skizziert Hörz die historische Entwicklung der Wiener Stadt-Volkskunde und stellt dabei die Zusammenhänge zwischen ideologischen, ökonomischen und sozialen Begebenheiten zur volkskundlichen Forschung her. So richtete die traditionelle Volkskunde ihren Blick auf die ländlichen Vorstädte, suchte in ihnen nach Konstanz und gemeinsamen Wurzeln in einem durch Wandel und gesellschaftliche Spaltung gekennzeichneten Wien der Industrialisierung. Hörz verweist auf die Ahnen der Wiener Volkskunde, deren Anfänge er in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts verortet, und mit Namen wie Rudolf Meringer, Michael Haberlandt und Rudolf Much verbindet. Während die Vertreter der so genannten  Wiener mythologischen Schule , deren Name ihre spätere Kompatibilität mit der nationalsozialistischen Ideologie schon erahnen lassen, ihren Blick noch völlig am Phänomen Stadt vorbeischieben ließen, widmeten sich Michael Haberlandt als Feuilletonist und sein Sohn Arthur als Volkskundler dem Urbanen vor der Haustür, suchten jedoch noch vorrangig nach dem Dorf in der Stadt. Mit Friedrich Salomo Krauss spricht Hörz einen frühen Modernisierer der  sterreichischen Volkskunde an. Krauss, der aufgrund seiner Forschungsfelder der erotischen und skatologischen Folklore aneckte und der zudem aufgrund seiner jüdischen Religionszugehörigkeit diskriminiert wurde, wurde als Pornograph und Frauenfreund abgestempelt, anstatt als gegenwartsorientierter, scharfsinnig und analytisch argumentierender Ethnograph (an)erkannt zu werden, der disziplinäre, nationale und konfessionelle Grenzen überschritt.

Erst 1973 richtete die Wiener Volkskunde ihren Blick auf die Stadt Wien, ohne dabei nach Relikten des Volkstümlichen zu suchen. Ziel war nun eine demokratische Kulturgeschichtsschreibung, die in den Worten von Helmut Paul Fielhauer für eine  Volkskunde als kritische Kulturwissenschaft mit vorsätzlich gesellschaftspolitischer Stellungnahme zugunsten der Benachteiligten, Hilflosen und Unm ndigen  Fielhauer, Helmut P., Die Schwierigkeit ein  Volkskundler  zu sein, in: Extrablatt. Österreichs illustriertes Magazin für Politik und Kultur, 4:7 (1980), S. 78. sorgen sollte. Mit Fielhauer begann laut Hörz endlich das, was in Gestalt des Sozialreporters Winter oder des Gründers des Gesellschaftsmuseums Neurath bis hier aufgrund der ideologischen Verklärung der Volkskunde nur außerhalb ihrer fachlichen Grenzen geschehen konnte: Ein kritisch-

analytischer Blick auf die gegenwärtigen Geschehnisse des Wiener Alltags, das Erforschen seiner Ursachen und seiner konkreten Auswirkungen auf das Leben der Wiener Bevölkerung. Dabei verschweigt Hörz nicht, dass auch diese moderne Form der Kunde vom Volk genauso wie die ihrer Vordenker im 19. Jahrhundert nicht frei von Ideologie gewesen ist. Volkskunde ist, wie alle Geisteswissenschaften, immer verknüpft mit wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen. Was für Haberlandt der Bauer war, war für Winter der Arbeiter, nämlich Projektionsfläche eigener Sehnsüchte und Vorstellungen von einer besseren Gesellschaft. Auch die heutige Europäische Ethnologie kann laut Hörz als Produkt einer Verpflichtung an die Idee eines multikulturellen und vereinten Europas gedeutet werden. Der Unterschied zwischen einer Wiener mythologischen Schule à la Much und einer Ethnologia Europaea à la Kästlin liegt jedoch in der Tatsache, dass man sich in der heutigen Wissenschaft, zumindest meistens, seiner Verstricktheit in die Geschehnisse der Zeit bewusst ist und diese reflexiv zu hinterfragen sucht, anstatt zu implizieren, ihre Ergebnisse aus einer reinen, quasi wertneutralen, Anschauung heraus gewonnen zu haben (S. 99).

Zusammenfassend bietet die *Kunde vom Volk* einen kurzweiligen Einblick in die verschiedenen Anläufe, mit denen im Laufe des 20. Jahrhunderts die Wiener Alltagskultur betrachtet wurde. Der Autor versteht es, durch klare Argumentation von seinen Auffassungen einer demokratisierenden, politischen und auch nationalen Erkundung des Volkes zu überzeugen. Jedoch fragt man sich als Ethnologe gegen Ende des Buchs, woher Hörz seine optimistischen Prognosen für die Vermarktung der Schlüsselkompetenz kulturelles Wissen nimmt. Den aktuellen Boom der Volkskultur sieht Hörz dabei gleichzeitig als Last und Chance der Volkskunde. Last, da die immer größer werdende Nachfrage nach Volkskultur die wissenschaftliche Selbstreflexion zu verdrängen droht, und Chance, da den Kulturwissenschaften als Teil der Sinnindustrie die Funktion zukommt, Modernisierungsschäden zu kompensieren und neue Identitäten zu stiften (S. 103/104). Wie man den Schwindel erregenden Balanceakt zwischen der von Hörz propagierten theoretisch fundierten Dienstleistung an Wirtschaft und Gesellschaft (S. 104) und der von ihm verurteilten Ästhetisierung des soziokulturell Exotischen und Pittoresken in unserer Mitte meistern soll, bleibt nach einer interessanten Lektüre jedoch ein Rätsel.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Martin Nejezchleba. Review of Hörz, Peter F. N., *Die Kunde vom Volk: Forschungen zur Wiener Volkskultur im 20. Jahrhundert*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. May, 2007.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=21753>

Copyright © 2007 by H-Net, Clio-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistributed for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.