



Christoph Kühberger, Andreas Pudlat. *Vergangenheitsbewirtschaftung: Public History zwischen Wirtschaft und Wissenschaft*. Innsbruck: StudienVerlag, 2012. 218 S., zahlr. SW-Abb. ISBN 978-3-7065-5093-2.



Vergangenheitsbewirtschaftung
Public History zwischen
Wirtschaft und Wissenschaft

StudienVerlag

Reviewed by Cord Arendes

Published on H-Soz-u-Kult (August, 2012)

C. Kühberger u.a. (Hrsg.): *Vergangenheitsbewirtschaftung*

Die Frage der Grenzziehungen, intern wie nach außen, ist für wissenschaftliche Disziplinen von großer Bedeutung, definiert sie doch deren Selbstverständnis. Der Bereich der Public History nimmt hier eine Scharnierfunktion ein: Er rückt zum einen die sektorale Binnendifferenzierung der Geschichtswissenschaft in den Blick; gleichzeitig thematisiert er das Wirken von außerwissenschaftlichen Instanzen in das Fach hinein. Vor allem aber zeigen Perspektiven der Public History, dass es sich bei dem großen Interesse, mit dem auch die Wirtschaft den Umgang mit Geschichte in der Öffentlichkeit begleitet, längst nicht mehr um eine Einbahnstraße handelt: Auch die Geschichtswissenschaft hat in den letzten Jahren zunehmend die ökonomische Verwertbarkeit ihres Wissens entdeckt – Geschichte ist in doppeltem Sinne zu einem Wirtschaftsfaktor geworden.

Der Begriff „Public History“ wird heute vor allem verwendet für den öffentlichen Umgang mit dem Nationalsozialismus Frank Bätsch / Constantin Goschler (Hrsg.), *Public History. Öffentliche Darstellungen des Nationalsozialismus jenseits der Geschichtswissenschaft*, Frankfurt am Main 2009 (vgl. Simone Rauthe: Rezension

zu: Bätsch, Frank; Goschler, Constantin (Hrsg.): *Public History. Öffentliche Darstellungen des Nationalsozialismus jenseits der Geschichtswissenschaft*. Frankfurt am Main 2009, in: H-Soz-u-Kult, 08.09.2009, [20.07.2012]). , für die Darstellung von Geschichte in den Medien oder beim Aufbau neuer Studiengänge mit starkem Praxisbezug. Einen Überblick zur Entwicklung der Public History gibt Irmgard Zandorf, *Zeitgeschichte und Public History*, Version: 1.0, in: Docupedia-Zeitgeschichte, 11.2.2010, URL: (20.07.2012). Die positiven und negativen Folgen der Verschiebungen im Verhältnis zwischen Geschichtswissenschaft und Wirtschaft werden hingegen nur am Rande thematisiert. Wolfgang Hardtwig / Alexander Schug (Hrsg.), *History Sells! Angewandte Geschichte als Wissenschaft und Markt*, Stuttgart 2009. Der vorliegende Sammelband trägt den beschriebenen Entwicklungen schon mit der Wahl seines Titels Rechnung: „Vergangenheitsbewirtschaftung“, so Christoph Kühberger und Andreas Pudlat in ihrer sehr knapp gehaltenen Einleitung im Anschluss an Iris Hanikas Roman „Das Eigentliche“ (2010), soll in plakativer Form auf das Spannungsverhältnis zwischen forschender Praxis, wirtschaftlicher Verwertbarkeit und moralisch-ethischer Dimensio-

nierung aufmerksam machenâ (S.Â 7).

Die einzelnen BeitrÃ¤ge widmen sich einem sehr breiten Themenpektrum und reichen von unterschiedlichen Formen, Akteuren und Strategien des Geschichtsmarketings Ã¼ber historische Museen als Wirtschaftsstandorte bis hin zur Heritage-Industrie bzw. Geschichte als wichtigem Faktor der Tourismusbranche. Das Ziel der Herausgeber ist es, insgesamt drei groÃe Themenfelder abzustecken, mit denen sich traditionelle Historiker und Public Historians gleichermaÃen auseinandersetzen mÃ¼ssen: Erstens geht es um die grundsÃ¤tzliche Frage, wann, wie und warum Geschichte zu einem Wirtschaftsfaktor wird, von dem Unternehmen mit guten GrÃ¼nden annehmen kÃ¶nnen, dass er ihnen in der Ãffentlichkeit einen Mehrwert einbringt. Zweitens rÃ¼cken die geschichtswissenschaftlichen Akteure, die Historiker, in den Blick: Als Experten auf einem Arbeitsfeld jenseits des schÃ¼tzenden Elfenbeinturms mÃ¼ssen sie sich mit den Gesetzen des freien Marktes und den Vorstellungen ihrer Auftraggeber âarrangierenâ ohne dabei ihre wissenschaftliche IdentitÃ¤t aus den Augen zu verlieren. Deshalb gilt es drittens, ethische Standards zu definieren und gegebenenfalls neu zu verhandeln, die den Public Historians eine sichere Arbeitsgrundlage bieten: als Wissenschaftler wie auch als potenzielle Dienstleister im auÃerakademischen Bereich. Die einzelnen BeitrÃ¤ge des Sammelbandes sind allerdings nicht jeweils direkt einem der drei Themenfelder zugeordnet. Als âFacetten der AnnÃ¤herungâ (S.Â 8) sollen sie helfen, an konkreten Beispielen die institutionellen wie akteurszentrierten Wechselbeziehungen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft auszuloten.

Christoph KÃ¼hberger gibt in seinem EinfÃ¤hrungsbeitrag einen guten Ãberblick zum weiten Feld des Geschichtsmarketings. Geschichte als Wirtschaftsfaktor steht hier fÃ¼r die Transformation historischen Wissens in einen finanziellen Mehrwert. Instrumente und Formen des Geschichtsmarketings stellen somit vielerorts schon den Regelfall einer konsequenten und strategisch ausgerichteten Unternehmens- und Marketingkommunikation dar. Tritt aus Sicht der Geschichtswissenschaft vor allem das SpannungsverhÃ¤ltnis zwischen Forschung, Vermarktung und Ethik in den Vordergrund, so sind fÃ¼r die Unternehmen hauptsÃ¤chlich die Orientierungsfunktion von Geschichte und die unterschiedlichen Strategien fÃ¼r einzelne Zielgruppen interessant. In vier weiteren BeitrÃ¤gen werden KÃ¼hbergers grundsÃ¤tzliche Ãberlegungen vertieft: In den Blick geraten die verschiedenen Akteure des Geschichtsmarketings inner- und auÃerhalb von Unterneh-

men (JÃ¶rg Lindner), Binnenstrategien mit dem Ziel der Verankerung von Marken in den KÃ¶pfen der Mitarbeiter (JÃ¶rgen Bauer / Elfriede Windischbauer) sowie erste Ãberlegungen zum Instrument einer âCorporate Historical Responsibilityâ (Felix Ackermann). Claudia SchÃ¼tz zeichnet die historischen Argumentationsmuster im Rahmen der institutionellen und medialen IdentitÃ¤t eines Unternehmens am Beispiel der Norddeutschen Seekabelwerke nach: Unternehmensgeschichte kann als âgestylte Geschichteâ (S.Â 194) den Erfolg einer Firma dokumentieren. Zwei entscheidende Aspekte werden in allen genannten BeitrÃ¤gen jedoch fast gar nicht angesprochen: Welche rechtlichen, finanziellen oder einfach nur praktischen Auswirkungen auf die Arbeit der Historiker hat die Zuordnung der Auftraggeber zum Ã¶ffentlichen oder privatwirtschaftlichen Sektor? Und: Schlagen sich die beschriebenen Entwicklungen bereits in der Ausbildung von Mitarbeitern des Marketings und der Unternehmenskommunikation nieder? Werden sie damit als neue Strategien inkorporiert, oder sind auf diesem Feld tatsÃ¤chlich Experten aus der Geschichtswissenschaft am Werk?

Manfred Grieger spitzt seine schon an anderen Orten prÃ¤sentierten Erfahrungen als Leiter der Unternehmenskommunikation der Volkswagen AG fÃ¼r einen breiteren Leserkreis auf drei Globaltrends zu, die er im Zusammenhang mit generellen gesellschaftlichen UmbrÃ¼chen betrachtet sehen will: Verwissenschaftlichung, Marketingisierung und Eventisierung. Mit dem Trend bzw. âZwangâ von historischen Museen und Ausstellungen zur marktwirtschaftlichen Orientierung beschÃ¤ftigen sich an Beispielen aus der ArchÃ¤ologie Stefanie Samida (unter anderem anhand der Himmelsscheibe von Nebra und der Mannheimer Mumienausstellung) sowie am Beispiel der âSchloÃ SchÃ¶nbrunn Kultur- und Betriebsgesellschaftâ in Wien Andrea Brait. Neben die âEventisierungâ (S.Â 139), die in vielen FÃ¶llen durch eine (regional)politische Einbettung Ã¶konomischer Interessen oder den Bereich des Kulturtourismus âgetartetâ werde, trete auf Seiten der Rezipienten auch das BedÃ¼rfnis nach komplexen Freizeit- und Urlaubsangeboten und auratischem Erleben hinzu.

Ist in offiziellen Ausstellungen noch die konkrete Anbindung an die Wissenschaft erkennbar, so bedienen im Rahmen einer sich auch in Deutschland rasch etablierenden âerlebnisorientierte[n] Heritage-Industrieâ (S.Â 159) viele einzelne private Anbieter, oft ohne wissenschaftlichen Hintergrund, die Nachfrage der Freizeitgesellschaft nach personalisiertem, erlebnis- und emotionsorientiertem Infotainment (Beitrag von Sybille Frank).

Authentizität gilt hierbei vor allem als unterhaltsam präsentierte historische Information bzw. ist das, was den Erwartungen der Besucher entspricht und einen Anschluss an deren Rezeptionsgewohnheiten garantiert. Fäür das Beispiel Berlin definiert Hanno Hochmuth deshalb Public History auch als „öffentlicht gemacht“ und allgemein zugängliche Stadtgeschichte: „Public History in den Berliner Museen ist vor allem *Public Contemporary History*.“ (S. 177) Hochmuth weist zudem noch einmal auf den wichtigen Umstand hin, dass private Unternehmer der Heritage-Industrie weniger um historische Interpretationen als um ihre Position am Markt ringen (ebd.).

Insgesamt gelingt es den Autorinnen und Autoren, einen breiten Überblick zu Potenzialen und Gefahren der Verbindung von Geschichtswissenschaft und Wirtschaft zu geben – auch wenn sich nicht alle exakt auf der einen oder anderen Seite positionieren möchten. Das zugrunde gelegte Begriffsverständnis von „Public History“ ist allerdings nicht einheitlich bzw. recht allgemein gehalten und wird in einigen Beiträgen auch nicht weiter definiert. In beinahe allen Aufsätzen wird dagegen der Bedarf einer ethischen Unterfütterung der Public History

sichtbar. Interessant wäre deshalb gewesen, wie die Autorinnen und Autoren die Wirkung des „Code of Ethics and Professional Conduct“ des US-amerikanischen „National Council for Public History“ (NCPH) einschätzen. Die ursprüngliche Fassung stammt aus dem Jahr 1986 und wurde 2007 aktualisiert. Der Text ist auf der Website des NCPH zugänglich: (20.07.2012). Grundsätzliche Überlegungen in diese Richtung hätten eine passende Ergänzung der Fallbeispiele geboten: Wenn Konflikte über die richtige bzw. angemessene Darstellung von Geschichte nicht ausbleiben, dann erhalten schriftlich fixierte Verhaltensregeln nicht nur die Glaubwürdigkeit von Public Historians in der Öffentlichkeit, sondern machen auch deren Arbeitsgrundlagen transparent. Außerdem liegt damit eine Vertragsbasis bzw. Absichtserklärung vor, auf die sich in Streitfällen sowohl Wissenschaft wie Wirtschaft berufen können. Unabhängig von diesen Hinweisen bietet der Band aber eine Reihe von Anregungen, um sich in Wissenschaft und Wirtschaft der jeweils eigenen Grenzen bewusst zu werden und so die Raum(e) eines öffentlich geteilten Wissens produktiv zu erweitern.

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

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

Citation: Cord Arendes. Review of Kühberger, Christoph; Pudlat, Andreas, *Vergangenheitsbewirtschaftung: Public History zwischen Wirtschaft und Wissenschaft*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. August, 2012.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=36951>

Copyright © 2012 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.